**T.C.**

**TİCARET BAKANLIĞI**

**Reklam Kurulu Başkanlığı**

**BASIN BÜLTENİ**

**Toplantı Tarihi :** 12 Kasım 2019

**Toplantı Sayısı :** 290

**İLETİŞİM HİZMETLERİ**

**1)**

**Dosya No: 2019/9426**

**Şikayet Edilen:** **Cesur Dijital Reklam Bilg. San. Ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait olduğu tespit edilen numaralar aracılığıyla yapılan call center türü aramalar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

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

**Tespitler:** Firma tarafından gönderilen bant ses kaydında; “Türk Telekom altyapısıyla sınırsız internet ayda 59,90TL. Üstelik herhangi bir ek ücret ödemeden internetinizin yanına tv paketini de size hediye ediyoruz. Bu kampanya ile ilgili bilgi almak için 1’i, tekrar aranmamak için 2’yi tuşlayınız” ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar**: 0(216) 237 03 56- 0(216) 237 03 57- 0(216) 237 03 59-0(212) 907 03 59, 0(850) 484 16 92, 0(850) 484 13 84 numaralı telefon hatlarından başka firmalardan hizmet alan tüketicilerin *"Türk Telekom'dan-Ttnet'ten arıyoruz- Telekom internet altyapı kontrol merkezinden arıyoruz*" şeklinde arandığı, ardından tüketicilerin internet taahhütlerinin bittiği/bitmek üzere olduğu şeklinde yanlış/yanıltıcı bilgi verildiği, yeni tarifeye geçmedikleri takdirde daha yüksek fatura ödeneceği söylenerek tüketicilerin aboneliklerini yenilemeye zorlandığı, Türk Telekom altyapısıyla internet hizmeti sunulduğu bilgisi verilerek başka firma kampanya tanıtımlarının yapıldığı, ancak Ttnet abonelik işlemlerinin yalnızca bayilerden yapılabildiği, bayilerin telefonla abonelik işlemi yapma yetkilerinin bulunmadığı, böylece Türk Telekom adına abonelik işlemi yapılıyor algısı yaratılarak tüketicilerin yanıltıldığı, tüketicilerin bilgilerinin toplandığı ve başka firmalar adına abonelik taleplerinin alındığı,

Ttnet firmasının itibarından haksız biçimde yararlanıldığı, Ttnet'in ismiyle firma lehine haksız kazanç elde edildiği, 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 tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin, 7/1,7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/5c, 9, 11, 13, 28, 29, 30, 31 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Cesur Dijital Reklam Bilg. San. Ve Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **8.546 TL (Sekizbinbeşyüzkırkaltı Türk Lirası)** **idari para ve** **anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**2)**

**Dosya No: 2019/9610**

**Şikayet Edilen:** **TTNET A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** "Yılın Kampanyası" başlıklı reklamda "8 Mbps ve 12 Mbps" hızında internet hizmetlerinin "fiber" olarak tanıtımının yapıldığı iddiası

|  |
| --- |
| **Reklam Yayın Tarihi:**  Temmuz- Ağustos 2019**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Televizyon**Tespitler:** “Yılın Kampanyası” başlıklı televizyon reklamlarında dış seste; “ Siz de hemen Türkiye’nin fiber gücü Türk Telekom’a gelin, ayda 74,90TL’den başlayan fiyatlar ve 100 Mbps’e kadar hız seçenekleriyle jet hızında limitsiz fiber internet keyfini kaçırmayın.” ifadelerine, altyazıda ise “Hız altyapının uygunluğuna göre değişiklik gösterebilir. Yeni gelen bireysel abonenin 24 ay kalma sözüne” ifadelerine ve ekranda görsel olarak “*8Mbps- 74,90TL, 12Mbps- 84,90TL, 24Mbps- 104,90TL, 50Mbps- 129,90TL, 100Mbps- 159,90TL”* şeklinde hız ve fiyat bilgilerine yer verildiği tespit edilmiştir. **Değerlendirme/Karar:** Yapılan inceleme sonucunda, “Yılın Kampanyası” başlıklı teleivzyon reklamında yer verilen internet hizmetinin içeriğinde ve hız limitlerinde herhangi bir aykırılık tespit edilmemiş olup anılan tanıtımların 6502 sayılı Kanun’un 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir. |
| **3)** |

**Dosya No: 2019/9887**

**Şikayet Edilen:** **Vodafone Telekomünikasyon A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** "Vodafone Yanımda" uygulaması üzerinden tanıtımı yapılan "yurtdışında kullanım" başlığı altında sunulan "Dünya Paketi 60DK" başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** Haziran 2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: "Vodafone Yanımda" mobil uygulaması üzerinden "Yurtdışında Kullanım" başlığı altında sunulan "Dünya paketi 60dk" isimli pakette 30 gün süreli 60 dakika konuşma hakkı sunulduğu ve tanıtımlarında *"Paket dakikalarınızla dünyanın her yerini arayıp her yerden arama yapabilirsiniz. Tüm dünyada geçerli konuşma paketi ile sevdiklerinizle doyasıya görüşür, 30 gün geçerli 60 dakikanızı dünyanın her yerini arayıp her yerden arama almak için kullanabilirsiniz."*  şeklinde ifadelere yer verildiği, paketi 49TL karşılığında satın aldıktan sonra *“Paket dakikalarınızla dünyanın her yerini arayıp her yerden aramam yapabilirsiniz”* ifadelerine yer verildiği ancak paketin geçerli olduğu ülkelere yer verilmediği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Başvuru sahibi tüketicinin 21.06.2019 tarihinde 49TL karşılığında paketi satın almıştır. Ancak, tüketici 23-24.06.2019 tarihlerinde KKTC'de yapmış olduğu telefon görüşmelerinin standart ücret uygulanarak faturasına yansıtıldığını tespit etmesi üzerine müşteri temsilcisini arayarak durumu ilettiğinde paketin Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti'ni kapsamadığı, orada geçerli olmadığı ifade edilmiştir. Ancak tanıtımlarda açıkça "dünya paketi" "tüm dünyada" "tüm ülkeler" "dünyanın her yerinden" arama yapabileceği şeklinde ifadelere yer verilirken herhangi bir istisnai ülkeye yer verilmediği tespit edilmiştir.

Bu sebeple, başvuru sahibi tüketici gerek paketi satın aldığı halde yapılan konuşmalardan standart ücret ile ücretlendirilerek yansıtılan meblağın gerekse 12 dakika süren müşteri hizmetleri ile yaptığı konuşmaya ilişkin ücretlendirmenin tarafına iadesini talep ettiği ve bu konuda firmaya 08.07.2019 tarihinde tebliğ edilen dilekçe gönderdiği halde tüketiciye herhangi bir geri dönüş dahi yapılmadığı,

Diğer taraftan, söz konusu uygulamada yer alan tanıtımlarda "tüm dünyada geçerli" "dünyanın her yerinden" arama yapabileceği ifadelerine yer verilirken "Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti"nin dünya paketine dahil olmadığı bilgisine yer verilmeyerek ana vaat-istisna uyumsuzluğu oluşturduğu, "tüm dünyada geçerli" dendiği ve "Herşey Dahil Pasaport" ile "Herşey Dahil Dünya" paketleri haricindeki ülkeleri kapsadığı halde "Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti'nin "Dünya Paketi"ne dahil edilmemesine ilişkin firma tarafından bir açıklama yapılmadığı, "Vodafone Yanımda" uygulamasında geçerli ülkelere yer verilmediği ve tüm ülkelerde geçerli olduğu algısı yaratılarak tüketicilerin paketi satın alması sağlandığı, böylece tüketicilerin eksik bilgilendirildiği ve mağdur edildiği,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin, 7/1,7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/5-b, , 9, 18ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Vodafone Telekomünikasyon 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.

**4)**

**Dosya No: 2019/10334**

**Şikayet Edilen:** **Vodafone Telekomünikasyon A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Muhtelif televizyon kanallarında “*Vodafone'a geçişte dijital dönem başladı"*  başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:**  2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Televizyon, İnternet

**Tespitler:** Muhtelif televizyon kanallarında yayınlanan *"Vodafone'a geçişte dijital dönem başladı"*  başlıklı reklamlarda; *"Vodafone'a geçmek artık parmağınızın ucunda. Çünkü Vodafone'a geçişte dijital dönem başladı. Siz de hemen vodafone.com.tr'ye girin. İstediğiniz an istediğiniz yerde kolayca Vodafone'lu olun. Üstelik sim kartınızı 24 saatte olduğunuz yere ücretsiz getirelim. " i*fadelerine, altyazıda ise; *" 24 saatte teslimat hizmeti Adana, Ankara, Antalya, Balıkesir, Bursa, İstanbul, İzmir, Kırklareli, Kocaeli, Konya, Sakarya ve Tekirdağ illerinde verilebilmektedir. Detaylar vodafone.com.tr"* şeklinde ifadelere yer verildiği,

Ancak söz konusu illerin belirli ilçelerinde bu teslimatın gerçekleştirilebildiği ve bu ilçelere internet sitesinde yer verildiği,

[www.vodafone.com.tr](http://www.vodafone.com.tr) adresli internet sitesinde "*Vodafone’un size özel tarileri ile Vodafone dünyasına katılmak artık çok kolay. Numara taşıma ve yeni faturalı hat kampanyaları ile numaranızı Vodafone’a taşıyabilir ya da yeni bir Vodafone faturalı hat alabilirsiniz. Numara taşıma yoluyla Vodafone’a geçiş ya da yeni faturalı hat başvurularınızı web sitemizden hızlıca gerçekleştirebilirsiniz. SIM kartınızı ücretsiz istediğiniz adrese teslim edebiliriz. Sadece 2 dakikada numara taşıyarak Vodafone’a geçebilirsiniz. Hemen numara taşıma başvurusu yapın, hattınızı ücretsiz ayağınıza getirelim. Vodafone’un hediye GB’lı numara taşıma ve yeni faturalı hat kampanyalarını kaçırmayın."* ifadelerine yer verildiği,

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu televizyon reklamlarında sunulan “ 24 saatte numara taşıma işlemi” yapıldığına yönelik hizmetin tüm tüketiciler için geçerli olduğu şeklinde genel bir algı oluşturulmak istendiği fakat söz konusu 24 saatte teslimat hizmetinin sadece 12 il ile sınırlı olduğu ve bu bilgiye sadece altyazıda yer verildiği, böylece bu istisnai durum "*İstediğiniz an istediğiniz yerde kolayca Vodafone'lu olun. Üstelik sim kartınızı 24 saatte olduğunuz yere ücretsiz getirelim. "* şeklindeki ana vaat ifadeleri ile çeliştiği, üstelik firm tarafından "24 saatte teslimat" ifadesinin ispatına ilişkin herhangi bir belge sunulamadığı,

Diğer taraftan, altyazıda belirtilen 12 ilde de 24 saat teslimat hizmetinin tam anlamıyla verilemediği, zira sadece belirli ilçeler için bu hizmetin verilebildiği fakat bu bilgiye altyazıda yer verilmediği gibi internet sitesinden de zor ulaşılabildiği, örneğin Ankara'da bu hizmetin verileceğini gören ortalama bir tüketici Ankara'nın en büyük ilçesi olan Çankaya'da yaşadığı için internetten başvurduğunda bu hizmetten faydalanamayacağı çünkü Ankara'nın en büyük ilçesinin söz konusu hizmete dahil olmadığı, dolayısıyla tüketicilerin eksik bilgilendirildiği, zira altyazıda *"...illerinin internet sitesinde belirtilen ilçelerinde"* şeklinde bilgilendirme yapılmadan bu bilgiye sadece internet sitesinde yer verildiği, böylece ana vaat-istisna uyumsuzluğu yaratıldığı,

Numara taşıma işleminin vaat edildiği gibi online geçiş ve 24 saatte sim kart teslimatıyla hızlı bir şekilde halledilemediği, birçok tüketicinin hatalı/arızalı sim kart gönderimi, gönderilen sim kart ile sisteme kaydedilen sim kart numarasının farklı olması, sürekli yeni sim kart gönderimi, sim kart gönderiminin ardından 'en geç 72 saat içerisinde Vodafone'a geçersiniz' dendiği halde hattın açılmasının daha uzun sürmesi (5-7 gün, 2 hafta, bazı tüketicilerin 1 ay sorun yaşaması, hattın açılmaması diğer hatlarının da bu esnada kapanmış olması vb.) gibi birçok sorunla karşılaşıldığı, www.vodafone.com.tr adresinde *"Mevcut numaranızı Vodafone’a taşımak tamamen ücretsiz!"* ifadesine yer verildiği halde firma tarafından tüketicilere arızalı sim kart gönderildiğinde tüketicilere yenisini alması gerektiği söylendiği ve tüketiciler bayilerden yeni sim kart alınca 27TL ekstra para ödediği, böylece firmanın vaatlerini yerine getiremediği, söz konusu tanıtımların tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin, 7/1,7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/5-b, , 9, 13, 18ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Vodafone Telekomünikasyon 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: 2019/10435**

**Şikayet Edilen:** **Türksat Uydu Haberleşme Kablo TV ve İşletme A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaabonesi tüketiciye telefon aracılığıyla yapılan kampanya tanıtımları

**Reklam Yayın Tarihi:**  Temmuz 2019

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

**Tespitler:** Firma tarafından tüketici ile yapılan telefon görüşmeleri gönderilmemiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Başvuru sahibi tüketicinin firmanın "Hepsi Bir Arada" tarifesine abone olduğu, ancak Temmuz 2019 (20-25 Temmuz haftasında) tarihinde firma çağrı merkezi temsilcisi tarafından arandığı ve taahhüdünün bitmek üzere olduğu söylenerek tüketiciye aylık 75TL'lik bir paket teklifinde bulunduğu, adı geçen tüketicinin internet sitesinde mevcut internet kampanya ve tarifelerini incelemek istediğini söyleyerek 3-4 gün sonra tekrar aramasını talep ettiği, ardından yine 0532 111 01 92 numaralı abonelik merkezinden aynı kişi tarafından arandığı, tüketicinin internet sitesinde yaptığı inceleme sonucu "*Mevcut Müşterilere Özel Eğlenceyi Kaçırma Kampanyası- 50 Mb internet- 75 GB AKN- Kablo TV Temel Paket aylık 55,99TL"*  tarifesine geçmek istediğini belirtmesi üzerine söz konusu tarifeye 24 ay taahhüt vererek geçişinin sağlandığı, böylece tüketicinin yeni tarifeye onay verdiği görüşmenin kayıt altına alındığı, üstelik taahhüdü bitmek üzere olan tarifede verilen Kabloses hizmetinin yeni tarifesinde mevcut olmadığı da bilahare belirtildiği için bu hizmetin iptal edilmesi gerektiğinin söylendiği, aksi takdirde ücretlendirmeye devam edeceğinin ifade edilmesi üzerine tüketicinin telefondaki yönlendirmesi üzerine Ankara Kızılay Türksat Abonelik merkezine giderek Kabloses hizmeti için iptal dilekçesi verdiği,

Ancak, 13.09.2019 tarihinde tüketiciye faturasının 105,9TL tutarında olduğuna ilişkin bir sms gönderildiği, tüketicinin firmanın mobil uygulaması üzerinde yaptığı incelemede yeni tarifeye geçişinin sağlanmadığı gibi eski tarifenin de taahhüdü sona erdiği için taahhütsüz fiyatından faturalandırma yapıldığını tespit ettiği, bunun üzerine tüketicinin firma çağrı merkezini arayarak 3 defa şikayet kaydı oluşturduğu ve '20-30 Temmuz tarih aralığında yapılan telefon görüşmelerinin dinlenmesi, yeni tarifeye geçişinin derhal yapılması, faturanın düzeltilmesi ve telefonla aranarak bilgi verilmesi' taleplerinde bulunduğu, müşteri temsilcileri tarafından şikayet kayıtlarının çözümlerinin 10-12 iş günü sürdüğü belirtilerek gerekli incelemelerin yapılacağı söylendiği halde hiçbir inceleme yapılmadığı, şikayet kayıtlarının silindiği, tüketiciye herhangi bir dönüş yapılmadığı, bu süreçte yeni bir faturalandırma daha yapılarak Eylül-Ekim dönemi için 125TL faturanın yansıtıldığı,

Böylece tüketiciye telefon ile yapılan teklifin işleme konulmayarak tüketicinin mağdur edildiği, tüketiciye vaat edilen hizmetin sunulmadığı gibi şikayet kayıtlarının da çözümsüz kaldığı, ayrıca tüketicinin kampanyasız yüksek fiyattan faturalandırılmaya devam edildiği, ancak tüketicinin Bakanlığa başvurmasının ardından abonenin faturalarının incelenerek mağduriyeti giderilse de tüketici kendi başına hakkını aramak için uğraştığında firma tarafından bir dönüş yapılmadığı, bu konuda tüketiciye doğru ve eksiksiz bilgilendirme yapılmadığı, dolayısıyla telefon aracılığıyla yapılan tanıtımların tüketicileri yanıltıcı ve yanlış yönlendirici nitelikte 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, 7/5-b, , 9, 13, 28, 29, 30 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Türksat Uydu Haberleşme Kablo TV ve İşletme A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**ÖRTÜLÜ REKLAM**

**6)**

**Dosya No: 2018/1642**

**Şikayet Edilen: Medya Ayvalık Aktüel Dergisi**

**Şikayet Edilen Reklam:** "Medya Ayvalık Aktüel Dergisi" adlı dergide yer alan *"Genç Diş Hekimi Ahmet Uğan Mucizeler Yaratıyor"*  başlıklı yazı.

**Reklam Yayın Tarihi:** Ocak-Subat 2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Dergi

**Tespitler:** "Medya Ayvalık Aktüel Dergisi" adlı derginin Ocak-Şubat 2018 tarihli sayısında yer alan *"Genç Diş Hekimi Ahmet Uğan Mucizeler Yaratıyor"* başlıklı yazı içerisinde *"Ayvalık'ın özellikle emekli olduktan sonra hayatın tadını çıkarmak isteyen* *vatandaşların ilgi odağı olması sonucunda ilçede özellikle 50'li yaşların üzerindeki* *insanlarda en büyük sorun olarak ortaya çıkan diş rahatsızlıklarına 30 yaşında ve 5 yıldan bu yana diş hekimliği görevinde bulunan Ahmet Uğan, gerçekleştirdiği tedavilerle şifa* *dağıtıyor.", "İstanbul Üniversitesi Çapa Diş Hekimliği Fakültesi Mezunu genç ve dinamik Diş Hekimi Uğan kısa bir süre önce yeni açtığı 150 Evler Mahallesi Atatürk Caddesi No:294* *adresindeki kliniğinde hastalıkların derdine deva oluyor. Tam donanımlı klinikte en son* *teknoloji cihazlarla hizmet vermeye başlayan Uğan yüzünden hiç eksik olmayan güler* *yüzünün yanı sıra hastalarıyla samimi ve köklü dostluklar kurarak hizmet vermesiyle de* *gönüllerde taht kuruyor.", "Son derece ferah ve kaliteli hizmet", "Yaklaşık 3 yıl önce gelen* *kendisine ait kliniği Ayvalık Hudut Kapısı karşısında açan Ahmet Uğan, "Kliniğimiz oldukça* *ferah bir konumda. Kliniğimizde aynı anda 3 hasta tedavi olabilecek koşullar mevcut. Şu an* *bir diş hekimi arkadaşımızla görüşmelerimiz sürüyor. Büyük olasılıkla bu arkadaşımızda* *yakında bizimle birlikte kliniğimizde hizmet verecek. Kliniğimizde en gelişmiş teknolojiye* *sahip cihazlarla hizmet veriyoruz."; "(...)küçük çocuklar için oyun parkuru var, hastalarımıza* *refakat etmek için gelen misafirlerimiz için soğuk içecek bölümümüz mevcut. Kliniğimizin önünde bir otoparkımız mevcut.(...)Ayvalık'ın her yerinden tek bir araçla kliniğimize ulaşım imkanı vardır."; "Midilli'den akın akın hasta geliyor"; "İmplant tedavisinde iddialı"* gibi pekçok ifadeye yer verildiğitespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** "Medya Ayvalık Aktüel Dergisi" adlı derginin Ocak-Şubat 2018 tarihli sayısında yer alan *"Genç Diş Hekimi Ahmet Uğan Mucizeler Yaratıyor"* başlıklı yazı içerisinde Diş Hekimi Ahmet UĞAN'a ait poliklinikte sunulan hizmetlerin isminin sayıldığı ve uygulanan tedavi yöntemlerinin başarısından söz edildiği; bununla birlikte polikliniğin açık adresinin vurgulandığı; ayrıca, kendisine ve polikliniğine ait fotoğraflara yer verildiği; bu nedenle, tüketicilerin aydınlatılma, bilgilendirilme ihtiyacını karşılama ve haber verme amacının dışına çıkılarak **Diş Hekimi** **Ahmet UĞAN**'ın örtülü reklamının yapıldığı;

Bu nedenle anılan reklamların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 6; 71, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5; 22 ve 23 üncü maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,mecra kuruluşu **Medya Ayvalık Aktüel Dergisi** isimli kuruluş hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**7)**

**Dosya No: 2019/1821**

**Çiğdem BERBERGÜZELİ ÖZTÜRK** adlı şahsa ait"Mersi" adlı derginin Şubat 2017 tarihli sayısında yer alan "*Dijital Diş Hekimliği Dönemi"* başlıklı yazıya ilişkin dosya hakkında yapılan görüşmeler neticesinde, dosyanın **ertelenmesine karar** verilmiştir.

**8)**

**Dosya No: 2019/4718**

**Çiğdem BERBERGÜZELİ ÖZTÜRK** adlı şahsa ait"Mersi" adlı derginin Haziran 2017 tarihli sayısında yer alan *"Diş Hekimi Erdoğan Ertek Yeni Kliniğini Mezitli'de açtı"* başlıklı yazıya ilişkin dosya hakkında yapılan görüşmeler neticesinde, dosyanın **ertelenmesine karar** verilmiştir.

**9)**

**Dosya No: 2019/4815**

**Çiğdem BERBERGÜZELİ ÖZTÜRK** adlı şahsa aitAğustos 2018 tarihli sayısında yer alan "*Total Dişsizliğe Sahip Kişileri Bir Günde Sabit Protezler İle Sağlıklı* *ve Estetik Gülüşlere Kavuşturuyoruz."*  başlıklı yazıya ilişkin dosya hakkında yapılan görüşmeler neticesinde, dosyanın **ertelenmesine karar** verilmiştir.

**10)**

**Dosya No: 2019/9942**

**Şikayet Edilen: Yüksel Ercan Medya Grup-Yüksel ERCAN**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.dokuzhaber.com adresli internet sitesinin 15.02.2019 tarihli görünümünde yayınlanan *"Aksuvital'den Propolis Kampanyası"* başlıklı yazı.

**Reklam Yayın Tarihi:** 15.02.2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.dokuzhaber.com adresli internet sitesinin 15.02.2019 tarihli görünümünde yayınlanan *"Aksuvital'den Propolis Kampanyası"* başlıklı yazı içerisinde*, "Aksuvital, propolis kampanyasında propolis ve zencefilli keçiboynuzu özü, procba şurup ve sıvı propolis damladan oluşan paket sunuyor. AksuVital, propolis ve zencefilli keçi boynuzu özü, procba şurup ve sıvı propolis damladan oluşan 3'lü kampanya paketi hazırladı. AksuVital'den yapılan açıklamada, zararlı mikro organizmaları öldüren ve bağışıklık sistemini güçlendiren en güçlü ürün propolisin arılardan insanlara bir armağan olduğu belirtildi. Propolisi, işçi arıların bitkilerin filiz ve tomurcuklarını çiğneyerek oluşturdukları aktarılan açıklamada, propolisin soğuk kış günlerinde insanları mikroplardan koruyan doğal antibakteriyel ve antibiyotik bir ürün olduğu kaydedildi. Aksuvital, sektördeki 30 yıllık tecrübesini tüketici ile buluşturmak için propolis kampanyasına başladı. Şirket, herkes faydalansın diye Shiffa Home markalı ürünleri propolisli ve zencefilli keçi boynuzu özü, procba şurup ve sıvı propolis damladan oluşan 3'lü kampanya paketi hazırladı."* şeklinde ifadelerin kullanıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** *"Aksuvital'den Propolis Kampanyası"* başlıklı yazı içerisinde, propolis ürünlerinin faydalarının yanı sıra "Aksu Vital Shiffa Home" markalı propolis ürünlerine ilişkin düzenlenen indirim kampanyasının vurgulandığı; dolayısıyla, tüketicilerin aydınlatılma, bilgilendirilme ihtiyacını karşılama ve haber verme amacının dışına çıkılarak "Aksu Vital Shiffa Home" adlı propolis ürünlerinin örtülü reklamının yapıldığı;

Bu nedenle anılan reklamların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 6; 71, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5; 22 ve 23 üncü maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,mecra kuruluşu **Yüksel Ercan Medya Grup-Yüksel ERCAN** isimli kuruluş hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**11)**

**Dosya No: 2019/9945**

**Şikayet Edilen: E&E Medya Haber Danışmanlık Reklam ve Tasarım**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.61saat.com adresli internet sitesinin 15.02.2019 tarihli görünümünde yayınlanan *"Aksuvital'den Propolis Kampanyası"* başlıklı yazı.

**Reklam Yayın Tarihi:** 15.02.2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.61saat.com adresli internet sitesinin 15.02.2019 tarihli görünümünde yayınlanan *"Aksuvital'den Propolis Kampanyası"* başlıklı yazı içerisinde*, "Aksuvital, propolis kampanyasında propolis ve zencefilli keçi boynuzu özü, procba şurup ve sıvı propolis damladan oluşan paket sunuyor. AksuVital, propolis ve zencefilli keçi boynuzu özü, procba şurup ve sıvı propolis damladan oluşan 3'lü kampanya paketi hazırladı. AksuVital'den yapılan açıklamada, zararlı mikro organizmaları öldüren ve bağışıklık sistemini güçlendiren en güçlü ürün propolisin arılardan insanlara bir armağan olduğu belirtildi. Propolisi, işçi arıların bitkilerin filiz ve tomurcuklarını çiğneyerek oluşturdukları aktarılan açıklamada, propolisin soğuk kış günlerinde insanları mikroplardan koruyan doğal antibakteriyel ve antibiyotik bir ürün olduğu kaydedildi. Aksuvital, sektördeki 30 yıllık tecrübesini tüketici ile buluşturmak için propolis kampanyasına başladı. Şirket, herkes faydalansın diye Shiffa Home markalı ürünleri propolisli ve zencefilli keçi boynuzu özü, procba şurup ve sıvı propolis damladan oluşan 3'lü kampanya paketi hazırladı."* şeklinde ifadelerin kullanıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** *"Aksuvital'den Propolis Kampanyası"* başlıklı yazı içerisinde, propolis ürünlerinin faydalarının yanı sıra "Aksu Vital Shiffa Home" markalı propolis ürünlerine ilişkin düzenlenen indirim kampanyasının vurgulandığı; dolayısıyla, tüketicilerin aydınlatılma, bilgilendirilme ihtiyacını karşılama ve haber verme amacının dışına çıkılarak "Aksu Vital Shiffa Home" adlı propolis ürünlerinin örtülü reklamının yapıldığı;

Bu nedenle anılan reklamların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 6; 71, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5; 22 ve 23 üncü maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,mecra kuruluşu **E&E Medya Haber Danışmanlık Reklam ve Tasarım** isimli kuruluş hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**12)**

**Dosya No: 2019/9946**

**Şikayet Edilen: Pusula Haber Baskı Reklam Bilişim Sanayi ve Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.61saat.com adresli internet sitesinin 15.02.2019 tarihli görünümünde yayınlanan *"Aksuvital'den Propolis Kampanyası"* başlıklı yazı.

**Reklam Yayın Tarihi:** 15.02.2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.pusulahaber.com adresli internet sitesinin 15.02.2019 tarihli görünümünde yayınlanan *"Aksuvital'den Propolis Kampanyası"* başlıklı yazı içerisinde*, "Aksuvital, propolis kampanyasında propolis ve zencefilli keçi boynuzu özü, procba şurup ve sıvı propolis damladan oluşan paket sunuyor. AksuVital, propolis ve zencefilli keçi boynuzu özü, procba şurup ve sıvı propolis damladan oluşan 3'lü kampanya paketi hazırladı. AksuVital'den yapılan açıklamada, zararlı mikro organizmaları öldüren ve bağışıklık sistemini güçlendiren en güçlü ürün propolisin arılardan insanlara bir armağan olduğu belirtildi. Propolisi, işçi arıların bitkilerin filiz ve tomurcuklarını çiğneyerek oluşturdukları aktarılan açıklamada, propolisin soğuk kış günlerinde insanları mikroplardan koruyan doğal antibakteriyel ve antibiyotik bir ürün olduğu kaydedildi. Aksuvital, sektördeki 30 yıllık tecrübesini tüketici ile buluşturmak için propolis kampanyasına başladı. Şirket, herkes faydalansın diye Shiffa Home markalı ürünleri propolisli ve zencefilli keçi boynuzu özü, procba şurup ve sıvı propolis damladan oluşan 3'lü kampanya paketi hazırladı."* şeklinde ifadelerin kullanıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** *"Aksuvital'den Propolis Kampanyası"* başlıklı yazı içerisinde, propolis ürünlerinin faydalarının yanı sıra "Aksu Vital Shiffa Home" markalı propolis ürünlerine ilişkin düzenlenen indirim kampanyasının vurgulandığı; dolayısıyla, tüketicilerin aydınlatılma, bilgilendirilme ihtiyacını karşılama ve haber verme amacının dışına çıkılarak "Aksu Vital Shiffa Home" adlı propolis ürünlerinin örtülü reklamının yapıldığı;

Bu nedenle anılan reklamların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 6; 71, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5; 22 ve 23 üncü maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,mecra kuruluşu **Pusula Haber Baskı Reklam Bilişim Sanayi ve Ticaret A.Ş.** isimli kuruluş hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**13)**

**Dosya No: 2019/9949**

**Şikayet Edilen: Gün Medya Hizmetleri Yayıncılık Reklamcılık Sanayi ve Ticaret Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.ogunhaber.com adresli internet sitesinin 15.02.2019 tarihli görünümünde yayınlanan *"Aksuvital'den Propolis Kampanyası"* başlıklı yazı.

**Reklam Yayın Tarihi:** 15.02.2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.ogunhaber.com adresli internet sitesinin 15.02.2019 tarihli görünümünde yayınlanan *"Aksuvital'den Propolis Kampanyası"* başlıklı yazı içerisinde*, "Aksuvital, propolis kampanyasında propolis ve zencefilli keçiboynuzu özü, procba şurup ve sıvı propolis damladan oluşan paket sunuyor. AksuVital, propolis ve zencefilli keçiboynuzu özü, procba şurup ve sıvı propolis damladan oluşan 3'lü kampanya paketi hazırladı. AksuVital'den yapılan açıklamada, zararlı mikro organizmaları öldüren ve bağışıklık sistemini güçlendiren en güçlü ürün propolisin arılardan insanlara bir armağan olduğu belirtildi. Propolisi, işçi arıların bitkilerin filiz ve tomurcuklarını çiğneyerek oluşturdukları aktarılan açıklamada, propolisin soğuk kış günlerinde insanları mikroplardan koruyan doğal antibakteriyel ve antibiyotik bir ürün olduğu kaydedildi. Aksuvital, sektördeki 30 yıllık tecrübesini tüketici ile buluşturmak için propolis kampanyasına başladı. Şirket, herkes faydalansın diye Shiffa Home markalı ürünleri propolisli ve zencefilli keçi boynuzu özü, procba şurup ve sıvı propolis damladan oluşan 3'lü kampanya paketi hazırladı."* şeklinde ifadelerin kullanıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** *"Aksuvital'den Propolis Kampanyası"* başlıklı yazı içerisinde, propolis ürünlerinin faydalarının yanı sıra "Aksu Vital Shiffa Home" markalı propolis ürünlerine ilişkin düzenlenen indirim kampanyasının vurgulandığı; dolayısıyla, tüketicilerin aydınlatılma, bilgilendirilme ihtiyacını karşılama ve haber verme amacının dışına çıkılarak "Aksu Vital Shiffa Home" adlı propolis ürünlerinin örtülü reklamının yapıldığı;

Bu nedenle anılan reklamların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 6; 71, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5; 22 ve 23 üncü maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,mecra kuruluşu **Gün Medya Hizmetleri Yayıncılık Reklamcılık Sanayi ve Ticaret Limited Şirketi** isimli kuruluş hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**14)**

**Dosya No: 2019/9952**

**Şikayet Edilen: Melon Reklam Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.sondakika.com adresli internet sitesinin 15.02.2019 tarihli görünümünde yayınlanan *"Aksuvital'den Propolis Kampanyası"* başlıklı yazı.

**Reklam Yayın Tarihi:** 15.02.2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.sondakika.com adresli internet sitesinin 15.02.2019 tarihli görünümünde yayınlanan *"Aksuvital'den Propolis Kampanyası"* başlıklı yazı içerisinde*, "Aksuvital, propolis kampanyasında propolis ve zencefilli keçi boynuzu özü, procba şurup ve sıvı propolis damladan oluşan paket sunuyor. AksuVital, propolis ve zencefilli keçi boynuzu özü, procba şurup ve sıvı propolis damladan oluşan 3'lü kampanya paketi hazırladı. AksuVital'den yapılan açıklamada, zararlı mikro organizmaları öldüren ve bağışıklık sistemini güçlendiren en güçlü ürün propolisin arılardan insanlara bir armağan olduğu belirtildi. Propolisi, işçi arıların bitkilerin filiz ve tomurcuklarını çiğneyerek oluşturdukları aktarılan açıklamada, propolisin soğuk kış günlerinde insanları mikroplardan koruyan doğal antibakteriyel ve antibiyotik bir ürün olduğu kaydedildi. Aksuvital, sektördeki 30 yıllık tecrübesini tüketici ile buluşturmak için propolis kampanyasına başladı. Şirket, herkes faydalansın diye Shiffa Home markalı ürünleri propolisli ve zencefilli keçi boynuzu özü, procba şurup ve sıvı propolis damladan oluşan 3'lü kampanya paketi hazırladı."* şeklinde ifadelerin kullanıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** *"Aksuvital'den Propolis Kampanyası"* başlıklı yazı içerisinde, propolis ürünlerinin faydalarının yanı sıra "Aksu Vital Shiffa Home" markalı propolis ürünlerine ilişkin düzenlenen indirim kampanyasının vurgulandığı; dolayısıyla, tüketicilerin aydınlatılma, bilgilendirilme ihtiyacını karşılama ve haber verme amacının dışına çıkılarak "Aksu Vital Shiffa Home" adlı propolis ürünlerinin örtülü reklamının yapıldığı;

Bu nedenle anılan reklamların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 6; 71, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5; 22 ve 23 üncü maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,mecra kuruluşu **Melon Reklam Limited Şirketi** isimli kuruluş hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**15)**

**Dosya No: 2019/9953**

**Şikayet Edilen: Yeni Medya Elektronik Yayıncılık Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.haberler.com adresli internet sitesinin 15.02.2019 tarihli görünümünde yayınlanan *"Aksuvital'den Propolis Kampanyası"* başlıklı yazı.

**Reklam Yayın Tarihi:** 15.02.2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.haberler.com adresli internet sitesinin 15.02.2019 tarihli görünümünde yayınlanan *"Aksuvital'den Propolis Kampanyası"* başlıklı yazı içerisinde*, "Aksuvital, propolis kampanyasında propolis ve zencefilli keçiboynuzu özü, procba şurup ve sıvı propolis damladan oluşan paket sunuyor. AksuVital, propolis ve zencefilli keçiboynuzu özü, procba şurup ve sıvı propolis damladan oluşan 3'lü kampanya paketi hazırladı. AksuVital'den yapılan açıklamada, zararlı mikro organizmaları öldüren ve bağışıklık sistemini güçlendiren en güçlü ürün propolisin arılardan insanlara bir armağan olduğu belirtildi. Propolisi, işçi arıların bitkilerin filiz ve tomurcuklarını çiğneyerek oluşturdukları aktarılan açıklamada, propolisin soğuk kış günlerinde insanları mikroplardan koruyan doğal antibakteriyel ve antibiyotik bir ürün olduğu kaydedildi. Aksuvital, sektördeki 30 yıllık tecrübesini tüketici ile buluşturmak için propolis kampanyasına başladı. Şirket, herkes faydalansın diye Shiffa Home markalı ürünleri propolisli ve zencefilli keçiboynuzu özü, procba şurup ve sıvı propolis damladan oluşan 3'lü kampanya paketi hazırladı."* şeklinde ifadelerin kullanıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** *"Aksuvital'den Propolis Kampanyası"* başlıklı yazı içerisinde, propolis ürünlerinin faydalarının yanı sıra "Aksu Vital Shiffa Home" markalı propolis ürünlerine ilişkin düzenlenen indirim kampanyasının vurgulandığı; dolayısıyla, tüketicilerin aydınlatılma, bilgilendirilme ihtiyacını karşılama ve haber verme amacının dışına çıkılarak "Aksu Vital Shiffa Home" adlı propolis ürünlerinin örtülü reklamının yapıldığı;

Bu nedenle anılan reklamların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 6; 71, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5; 22 ve 23 üncü maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,mecra kuruluşu **Yeni Medya Elektronik Yayıncılık Ltd. Şti.** isimli kuruluş hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**16)**

**Dosya No: 2017/3804**

**Şikayet Edilen: Meltem Radyo ve Televizyon Yayıncılık A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Meltem TV isimli televizyon kanalında yayınlanan “Sağlık ve Yaşam” isimli program

**Reklam Yayın Tarihi:** 26.05.2017

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** Meltem TV isimli televizyon kanalında 26.05.2017 tarihinde saat 14:00’te yayınlanan, Cavit Özdoğan’ın sunduğu ve akciğer sağlığı ve KOAH Hastalığı konu edildiği *“Sağlık ve Yaşam”* isimli programda, Dr. Hakan Özkul konuk edilmiş olup, KOAH hastalığı tedavisiyle ilgili olarak söz konusu programda;

*“KOAH’ı ortadan kaldırmaya, o belirtilerin hepsine elveda dedirtecek, ortadan kaldırmaya yönelik bitkisel destekleri öneriyorum (...) Ben şimdi bitki isimlerini zikrederek, insanlar bitkileri kendi kendilerine tedarik edip, kendilerini tedavi etsinler istemediğim için çok fazla bitki ismi zikredemiyorum, bu programda uzmanlık çok önemli, mutlaka danışacaklar,” “Ben ve ekibim tıbbi bitkileri çok iyi biliyoruz.”*

*“... Hem kalp damar problemi vardı hem KOAH problemi vardı. Bugün bunlardan eser yok yani damarlar yeni de olsa tıkanıklık oluşabilir... Üstelik de ilaçlarını kullanmış. İşte şeker ilacını kullanmış, tansiyon ilacını kullanmış, kan sulandırıcı ilaçlarını kullanmış... Ama buna rağmen damar tıkanıklığı olabiliyor ama bir damar tıkanıklığını şeker ilacıyla açamazsınız, bunu tansiyon ilacıyla açamazsınız. İlerlemesini durdurmaya yardım için kullanıyoruz amenna buna kimsenin itirazı yok ama bir kolesterol ilacıyla siz damar tıkanıklığını yüzde 60 iken onu yüzde 40'a indiremezsiniz. Ama bitkisel tedavinin bu konudaki olumlu etkilerini biz daha önceki hasta örneklerinde verdik. Damar tıkanıklığına yönelik bir bitkisel desteği öneriyorum ben Battal Bey'e KOAH'ı ortadan kaldırmaya, o belirtilerin hepsine elveda dedirtmeye yardımcı olacak bitkisel destekler öneriyorum...”, “Sorularınız için (0.212) 912 01 05 "KOAH Hastaları Şifalı Bitkilerden Çok Fayda Görüyor.", " Hiç Merak Etmeyin KOAH İyileşiyor, Damarlar Açılıyor." "Ben ve Ekibim Tıbbi Bitkileri Çok İyi Biliyoruz”* şeklinde ifadelere,

Kendisiyle röportaj yapılan İsmail Bey adlı şahıs tarafından: *“Doktorum tıp literatürüne geçtin dedi… Ben şimdi buraya gelmemeyeyim de ne yapayım, nereye gideyim… Gidecek bir yukarısı var bir de çare olan siz varsınız…” “…Ben ilk size geldiğimde bu mesafeyi 25 dakikada yürümüştüm. Şimdi 6 dakikada yürüdüm”* şeklinde ifadelere,

*“…İsmail Hakkı Bey’in az önce VTR’sini yayınladık… Hem kalp hem damar problemi vardı. Hem KOAH problemi vardı. Bugün bunlardan eser yok… Yani damarlar yeni de olsa tıkanıklık oluşabilir. Üstelikte ilaçlarını kullanmış. İşte şeker ilacını kullanmış, tansiyon ilacını kullanmış, kan sulandırıcı ilaçlarını kullanmış. Ama buna rağmen damar tıkanıklığı olabiliyor… Ama bir damar şeker ilacıyla açamazsınız, bunu tansiyon ilacıyla açamazsınız. İlerlemesini durdurmaya yardım için kullanıyoruz amenna buna kimsenin itirazı yok ama bir kolesterol ilacıyla siz damar tıkanıklığını yüzde 60 iken onu yüzde 40’a indiremezsiniz ama bitkisel tedavinin bu konudaki olumlu etkilerini biz daha önceki hasta örneklerinde verdi… Damar tıkanıklığına yönelik bir bitkisel desteği öneriyorum ben Battal Bey’e… KOAH’ı ortadan kaldırmaya, o belirtilerin hepsine elveda dedirtmeye yardımcı olacak bitkisel destekler öneriyorum…”. “Bitkisel tedavi de işte İsmail Bey’deki sağladığı avantajı sağlayacak tıpkı İsmail Bey gibi yürüyemeyen bir insanken bugün haydi beraber koşalım bakalım diyebilecek…”*

şeklinde ifadelere yer verildiği, tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu programda geçen ve yukarıda detaylarıyla yer verilen ifadelerin Dr. Hakan Özkul’u övücü ve bu şahsa yönelik talep yaratıcı ifadeler olduğu, KOAH hastası olan vatandaşların tedavi için adı geçen doktora ve ekibine yönlendirildiği, dolayısıyla programda adı geçen doktorun örtülü reklamının yapıldığı;

Bu nedenle söz konusu programın anılan tarihteki yayınının örtülü reklam yönüyle;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 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 **Meltem Radyo ve Televizyon Yayıncılık A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca, **12.070 TL (On İki Bin Yetmiş Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**17)**

**Dosya No: 2017/4852**

**Şikayet Edilen: İstanbul Dolunay Radyo Televizyon Yayıncılık ve Reklamcılık A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Dolunay FM isimli radyo kanalında yayınlanan “Gökhan Güzel’le Dua Kervanı” adlı program

**Reklam Yayın Tarihi:** 03/07/2017

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** İnceleme konusu, Dolunay FM isimli radyo kanalında 03/07/2017 tarihinde, saat ll:00’de yayınlanan “Gökhan Güzel’le Dua Kervanı” adlı programda sunucu tarafından;

*“Eşler, ana-baba evlat, kardeşler arasındaki her türlü anlaşmazlık, geçimsizlik için muhabbet ayeti hazırladıklarını söyler.(...) Bizi dinleyenlere bedava göndereceğim. Aile içinde muhabbet ayetini bedava göndermiş olacağım. Bitti mi, bitmedi, özellikle şu anda büyüden, sihirden, nazardan korkan dinleyenlerimiz oluyor. Acaba bize büyü yapıldı mı, ayağımız taşa takıldı büyüden dolayı mı takıldı, iş yapacaktım, işimi yapamadım, sihirden dolayı mı diye böyle vesveseye, evhama kapılan dinleyenlerimiz oluyor. Büyüden, sihirden, nazardan şüphelenen, yapılmış dahi olsa Allah’ın izniyle dinleyenlerimize öyle bir şey göndereceğiz ki inşallah hiçbir tesiri kalmayacak değerli kardeşlerim. Bunun yanında yine sizlere Hazreti Peygamberin ümmetine hediyesi olan cin mektubunu da hediye olarak göndermiş olacağız. Eğer sizde cin varsa, musallatlık varsa; geceleri korkuyorsanız, özellikle çocuklarınız ve siz gece durmadan uyanıyorsanız, birileri tarafından rahatsız ediliyorsanız, sesler ve uğultular duyuyorsanız Allah’ın izniyle sizlere de bu güzel hediyeleri bedavadan ulaştırmış olacağım. Şimdi eşiyle arası bozuk olan varsa, cinden korkan varsa büyüden, sihirden, nazardan korkan, şüphesi olanlar varsa telefonlarını hazırlasın. Bakın korktuklarınızdan emin olacaksınız, Allah’ın izniyle, korktuklarınızdan emin olacaksınız Mevla’nın ikramıyla. Bugün biliyorsunuz ki, Aşk Olsun kitabımız var. Kuran ve hadislerle tavsiye edilen İslami hayatın içerdiği ve sırlı duaların olduğu Aşk Olsun kitabının yanında. 5 tane aile içeresinde muhabbet ayeti, 5 tane cin mektubu, 5 tane de nazar duası.(...) Aşk Olsun kitabı 39 TL. Bulunduğunuz yere göre 10 TL de kargo bedeli vardır. Allah’ın ayetlerini sizlere, Elhamdülillah bedava gönderiyoruz.(...) 0212-9452818 telefon numaramız. 50 tane dostumuz kampanyamıza katılsın. (Tekrar set içeriği tanıtılır.) 0212-9452818’e çağrınızı bırakın.(...) Ben de cinden korkuyorum ama ne yapıyorum? Cin mektubunu taşıyorum. Bana geceleyin musallat oluyorlar, geceleri rahatsız ediyorlar, çocuğumu uyandırıyorlar, sesler duyuyorum. Bakın cin mektubunun olduğu eve asla ve asla cin giremez. Birer tanesini uyuduğunuz yastığın içine koyun, kendinize, eşinize, çocuğunuza koyun. Kardeşim bende büyü var, yapıyorlar oluyor yani. İnsanlar boş durmuyor, bunların önlemini almak için sizlere göndereceğim bir müşahede ayeti var, onu da üzerinizde taşıyın, evinize asın. (Bunları alan, evine asan bir dinleyiciden bahsedilmektedir.) 0212-9452818’ çağrınızı bırakın, haydi bakalım.(...) Hocam eşimle aram bozuk, evin içinde düşman gibiyiz veya çocuğum anayı-babayı saymıyor, bize hakaretler ediyor, bereketimiz yok diyenler var. Gönderdiğim muhabbet ayetini alın, evinize asın. Başka bir şey yapmayın, beni de on beş gün sonra arayın.(...)*  *.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu programda, yayınlanan içeriğin reklam olduğuna dair hiçbir uyarıda bulunmadan ve jingle da verilmeden 6 dakika boyunca “Aşk Olsun” isimli kitabın tanıtım ve pazarlamasının yapıldığı, kitabın fiyatına yer verildiği, yayın içerisinde sipariş telefonlarının defalarca verildiği, sipariş veren tüketicilere kitabın yanında *"5 tane aile içeresinde muhabbet ayeti, 5 tane cin mektubu, 5 tane de nazar duası”* isimli ürünlerin hediye olarak gönderileceğinin belirtildiği, böylelikle bahsi geçen ürünlerin örtülü reklamının yapıldığı, bu nedenle söz konusu programın örtülü reklam yönüyle;

Bu nedenle söz konusu programın anılan tarihteki yayınının 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 **İstanbul Dolunay Radyo Televizyon Yayıncılık ve Reklamcılık A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca, **6.034 TL (Altı Bin Otuz Dört Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**18)**

**Dosya No: 2018/143**

**Şikayet Edilen: Sebil Televizyon Yayıncılık A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Maxi TV isimli televizyon kanalında yayınlanan *“Doktor Yanı Başınızda”* isimli program

**Reklam Yayın Tarihi:** 06.11.2017

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** Maxi TV isimli televizyon kanalında 06.11.2017 tarihinde yayınlanan *“Doktor Yanı Başınızda”* isimli programda, Uzman Doktor Eyyüp Yılmaz tarafından cinsel fonksiyon bozukluklarının çeşitleri, nedenleri hakkında bilgiler verildiği, diyabet, prostat, tansiyon, kalp hastalıkları gibi rahatsızlıkların sonucunda cinsel fonksiyon bozukluklarının meydana gelebileceğinin ve bu hastalıklar henüz ortaya çıkmadan önce önlem alınabileceğinin belirtildiği, program sunucusu Müjgan Çakar tarafından sorulan sorular cevaplandırılırken *“Çok çok ucuz bir yöntem, çok çok kolay bir yöntem varken neden yıllardır bekleniyor, neden erteleniyor?”* vb. şeklinde ifadelerle hastalıkların kolayca tedavi edilebileceğinin belirtildiği, ancak bu çözümün ne olduğunun açıklanmadığı,

Ekranın alt bölümünde, *“Sorularınız İçin Danışma Hattı 0212 700 18 96... Bilgi İçin 0212 700 18 96... Cinsel Fonksiyon Bozuklukları Nedir? Bu Sorunları Yaşayanlar Ekran Başına. Cinsel Fonksiyon Bozuklukları Tedavi Edilebilir mi? Sorularınız İçin Danışma Hattı 0212 700 18 96 Yapılan Araştırmalara Göre Boşanmaların % 40'ı Cinsel Sorunlar. Sağlıklı Bir İnsanda 60 Yaşına Kadar Cinsel Hayat Olabilir. Kişi Eğer Cinsellikten Uzak Durursa Cinsel Fonksiyon Bozuklukları Ortaya Çıkar. Cinsel Fonksiyon Bozuklukları Tedavi Edilmezse Hangi Hastalıklara Sebep Olur? Kullandığımız İlaçlar ve Antibiyotikler Cinsel İsteksizliğe Yol Açar mı? Çok Fazla İlaç ve Antibiyotik Kullanımı Cinsel İsteksizliğe Yol Açar”* şeklinde ifadelere yer verildiği,

Sohbet esnasında sunucunun; *“Evet birçok hastalıktan, birçok problemden konuştuk. Bunların hepsinin ana sebebi cinsel fonksiyon bozuklukları dedi hocamız. Dolayısıyla bu gibi sıkıntılarınız için, tedavi yöntemleri için mutlaka bizleri arayacaksınız. Ekranın altında Whatsapp numaramız ve telefon numaralarımız yazıyor. Bizi en kısa zamanda arayarak hatta ve hatta şimdi arayarak bu gibi sorunlarınızdan kurtulabilirsiniz.”* şeklinde ifadelerle izleyicileri sık sık ekrandaki telefon numarasını aramaları için yönlendirdiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Birçok televizyon kanalında benzerleri olan ve bir doktorun sağlık konularında bilgiler verdiği bir sohbet programı izlenimi verilen yayında, cinsel fonksiyon bozukluklarına çare olan, çok pratik, çok ucuz, çok kolay olduğu belirtilen bir ürün ya da tedavi yönteminden bahsedildiği ve ilgilenen izleyicilerin *"bu gibi sıkıntılarınız için, tedavi yöntemleri için mutlaka bizleri arayacaksınız"* şeklinde ifadelerle ekranda yer alan bir telefon numarasına yönlendirildiği, dolayısıyla bu hizmeti sunan Eyyüp Yılmaz adlı doktorun örtülü reklamının yapıldığı,

Bu nedenle söz konusu programın anılan tarihteki yayınının örtülü reklam yönüyle;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 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 **Sebil Televizyon Yayıncılık A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca, **12.070 TL (On İki Bin Yetmiş Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**KOZMETİK VE TEMİZLİK ÜRÜNLERİ**

**19)**

**Dosya No: 2017/4115**

**Şikayet Edilen: Olgun Yılmaz**

**Şikayet Edilen Reklam:** <https://coffeeblendscrub.net/iletisim/> adresli internet sitesi ile “coffeeblendscrub” isimli Instagram ve Facebook hesaplarında yayınlanan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 23.07.2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** “coffeeblendscrub” isimli Instagram ve Facebook hesaplarının 23.07.2019 tarihli görünümlerinde yayınlanan “Coffee Blends Scrub” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“(...) @coffeeblendscrub* *#sıkılaştırıcı #ciltbakimi #selulitkremi #catlakkremi #lekekremi #cilt Hamilelik döneminde oluşabilecek çatlakları engellemeye yardımcı peeling etkili scrub (…) Cilt tonunu eşitlemeye yardımcıdır! @coffeeblendscrub (…) Selülit, çatlak ve cilt lekelerinde tüm vücut ve yüzde kullanılmaktadır! Doğum öncesi ve sonrası cildinizi beslerken nemlendiren @coffeeblendscrub ölü hücreleri cildinizden arındırmaya yardımcıdır. Ciltte yenilenmeyi, pürüzsüz ve sıkı görünümü destekler (…)* “*Ciltte sıkı ve pürüzsüz görünümü destekleyen peeling etkili scrub @coffeeblendscrub ile yazın keyfini çıkarın! Pürüzsüz ve sıkı bir cilt görünümünü destekleyen vitaminli ve mineralli formül @coffeeblendscrub ile yazın keyfini çıkarın! (..) @coffeeblendscrub ciltte yenilenmeyi, pürüzsüz ve sıkı görünümü destekler (…) İçeriğindeki bitki özleri, vitamin ve mineral ile cildinizi beslerken nemlendiren doğal formül @coffeeblendscrub ciltte yenilenmeyi, pürüzsüz ve sıkı görünümü destekler. Tüm cilt tiplerinde kullanımı uygundur. Dermatolojik olarak test edilmiştir! @coffeeblendscrub* *İçeriğindeki bitki özleri, vitamin ve mineral ile cildinizi beslerken nemlendiren peeling etkili scrub @coffeeblendscrub ciltte yenilenmeyi, pürüzsüz ve sıkı görünümü destekler (…).””* ifadelerine ve <https://coffeeblendscrub.net/> adresli internet sitesinin 23.07.2019 tarihli görünümünde yer alan “Faydaları Nedir?” başlıklı kısmında; *“Neden Coffee Blend Scrub Kullanmalısınız? Ciltte oluşabilecek lekelenmelere karşı cildi destekler ve cildin canlı görünümünü arttırmaya yardımcı olur. Vücut için kullanıldığında ciltte ki pul pul görünüm ve selülit oluşumunun engellenmesine yardımcı olur. (…) çatlak oluşumunu engellemeye yardımcıdır. (…) “Nedir ? Coffee Blend Scrub: cilt bakım yağları, deniz tuzu ve arap kahvesi çekirdeklerinde oluşan bir scrub’tır. İçeriğinde ki cilt bakım yağları ile cildi besler (…) Haricen kullanılır. Kozmetik bir üründür. İlaç değildir!”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firmaya ait “coffeeblendscrub” isimli Instagram ve Facebook hesaplarının 23.07.2019 tarihli görünümlerinde yayınlanan “Coffee Blends Scrub” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“(...) @coffeeblendscrub* *#sıkılaştırıcı #ciltbakimi #selulitkremi #catlakkremi #lekekremi #cilt Hamilelik döneminde oluşabilecek çatlakları engellemeye yardımcı peeling etkili scrub (…) Cilt tonunu eşitlemeye yardımcıdır! @coffeeblendscrub (…) Selülit, çatlak ve cilt lekelerinde tüm vücut ve yüzde kullanılmaktadır! Doğum öncesi ve sonrası cildinizi beslerken nemlendiren @coffeeblendscrub ölü hücreleri cildinizden arındırmaya yardımcıdır. Ciltte yenilenmeyi, pürüzsüz ve sıkı görünümü destekler”* ifadelerine ve <https://coffeeblendscrub.net/> adresli internet sitesinin 23.07.2019 tarihli görünümünde yer alan “Faydaları Nedir?” başlıklı kısmında; *“Neden Coffee Blend Scrub Kullanmalısınız? Ciltte oluşabilecek lekelenmelere karşı cildi destekler ve cildin canlı görünümünü arttırmaya yardımcı olur. Vücut için kullanıldığında ciltte ki pul pul görünüm ve selülit oluşumunun engellenmesine yardımcı olur. (…) çatlak oluşumunu engellemeye yardımcıdır.*” ifadelerine yer verildiği, ancak, 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 altı çizili ifadelerin ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği;

https://coffeeblendscrub.net/ adresli internet sitesinin 23.07.2019 tarihli görünümünde yer alan “Faydaları Nedir?” başlıklı kısmında; “Neden Coffee Blend Scrub Kullanmalısınız? Ciltte oluşabilecek lekelenmelere karşı cildi destekler ve cildin canlı görünümünü arttırmaya yardımcı olur. Vücut için kullanıldığında ciltte ki pul pul görünüm ve *selülit oluşumunun engellenmesine yardımcı olur. (…) çatlak oluşumunu engellemeye yardımcıdır.”* ifadelerinin ispatlanamadığı,

Bu nedenle, inceleme konusu tanıtımların;

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 ve 10 uncu maddeleri,

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğinin 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, 7/8, 9 uncu, 26 ncı ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Olgun Yılmaz** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**20)**

**Dosya No: 2018/960**

**Şikayet Edilen: Mara Kozmetik ve İlaç San. Dış Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** <https://www.marakozmetik.com.tr/> adresli internet sitesi ile  “Mara Kozmetik” isimli Instagram hesabının 01.08.2019 tarihli görünümünde yer alan *“Mara Metalik Ayna Efektli Oje Bakır”* isimli ürüne ilişkin tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 01.08.2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <https://www.marakozmetik.com.tr/> adresli internet sitesi ile “Mara Kozmetik” isimli Instagram hesabının 01.08.2019 tarihli görünümünde yer alan *“Mara Metalik Ayna Efektli Oje Bakır”* isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“MIRROR EFFECT NAIL POLISH | METALİK AYNA EFEKTLİ OJE. Pürüzsüz bir zemin ve olası renk transferini önlemek için kalın bir kat Mara Peel-Off Base Coat Oje sürünüz ve 5 dakika kurumasını bekleyiniz. Mara Metalik Ayna Efektli Oje yoğun kıvamı sayesinde tek katta kapatıcı özelliğe sahiptir. Tek hamlede sürünüz. Kuruma süresi 2 dakikadır”* ve “Mara Kozmetik” isimli Youtube hesabında yer alan “Mara Metalik Ayna Efektli Oje Uygulama” isimli videoda ***“****Peel Off Base Coat – Mirror Effect ojelerin tabanına uygulanır. Bal köpüğü, bronz, parlament mavi, siyah, bordo-bakır, gümüş, kırmızı, bakır, altın - Kuruduğunda fırça izi yok olur.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firmaya ait <https://www.marakozmetik.com.tr/> adresli internet sitesi ile “Mara Kozmetik” isimli Instagram hesabının 01.08.2019 tarihli görünümünde yer alan *“Mara Metalik Ayna Efektli Oje Bakır”* isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“MIRROR EFFECT NAIL POLISH | METALİK AYNA EFEKTLİ OJE. Pürüzsüz bir zemin ve olası renk transferini önlemek için kalın bir kat Mara Peel-Off Base Coat Oje sürünüz ve 5 dakika kurumasını bekleyiniz. Mara Metalik Ayna Efektli Oje yoğun kıvamı sayesinde tek katta kapatıcı özelliğe sahiptir. Tek hamlede sürünüz. Kuruma süresi 2 dakikadır”* ve “Mara Kozmetik” isimli Youtube hesabında yer alan “Mara Metalik Ayna Efektli Oje Uygulama” isimli videoda *“Peel Off Base Coat – Mirror Effect ojelerin tabanına uygulanır. Bal köpüğü, bronz, parlament mavi, siyah, bordo-bakır, gümüş, kırmızı, bakır, altın - Kuruduğunda fırça izi yok olur.”* ifadelerine yer verildiğinin görüldüğü, diğer yandan söz konusu tanıtımlarda yer alan iddiaların ispatlandığı anlaşıldığından, söz konusu reklamların tüketicileri yanıltıcı mahiyette olmadığı değerlendirilmiş olup, anılan reklamların 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** **karar** verilmiştir.

**21)**

**Dosya No: 2018/2481**

**Şikayet Edilen: Eruslu Sağlık Ürünleri San. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şubat-Mayıs 2019 döneminde muhtelif televizyon kanallarında yayınlanan ve firmaya ait “Sleepy” isimli Youtube hesabı ile ürün ambalajında yer alan *“Sleepy Natural Hijyenik Ped”* isimli ürüneilişkin tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** Şubat-Mayıs 2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Televizyon, İnternet, Ambalaj

**Tespitler:** <https://sleepy.com.tr/kadin-pedi> adresli internet sitesinin 09.05.2019 tarihli görünümünde yer alan “Sleepy Natural Hijyenik Ped” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Rahatlık çok doğal.. Saf su: Saf su ile dokunmuş yumuşacık lifler… Bambu: Doğal bambudan elde edilen emici lifler… Pamuk: Kuruluğu arttıran doğal pamuk lifleri .. Doğal bambudan elde edilen emici lifler: emici lifler sayesinde mükemmel kuruluk ve rahatlık … Saf suyla dokunmuş yumuşacık kanatlar: Saf su ile dokunmanın verdiği doğallık… Doğal pamuk lifleri: Hassas cildinize özel kuruluğu arttıran doğal pamuk lifleri.. Koku kontrolü sağlayan formül: emici tanecikler sayesinde koku kontrolü… Renklendirici desen içermeyen iç yüzey: Cildinize daha saf bir dokunuş için renklendirici içermeyen iç yüzey … Ses yapmayı önleyen özel yapı: Özel yapısı sayesinde ses yapmayı önemli ölçüde önler …”* ifadelerine, <http://www.eruslusaglik.com.tr/kadin-bakim-urunleri> adresli internet sitesinin 09.05.2019 tarihli görünümünde yer alan; *“Doğal bambudan elde edilmiş emici liflere ve saf suyla dokunmuş yumuşacık kanatlara sahip Sleepy Natural kadın pedi, inovatif yapısıyla sektörüne yeni bir soluk getirdi”* ifadelerine ve <https://market.sleepy.com.tr/> adresli internet sitesi ile ürün ambalajının üzerinde yer alan “*Saf su: Saf su ile dokunmuş yumuşacık lifler… Bambu: Doğal bambudan elde edilen emici lifler… Pamuk: Kuruluğu arttıran doğal pamuk lifleri”, “Temizlik ve tazelik hissini arttırmak için iç yüzeyde renklendiricili desen yok”, “Paraben-Parfüm-Losyon-Renklendirici Desen İçermeyen İç Yüzey”, “Helal belgeli”* ifadelerine, ayrıca muhtelif televizyon kanallarında Şubat-Mayıs 2019 dönemi ile “Sleepy” isimli Youtube hesabının 09.05.2019 tarihli görünümünde yer alan tanıtımlarda; *“Doğadaki hassas uyum huzur veriyor.. Doğadan ilham alan Sleepy, Ultra Hassas Kadın Pedi Sleepy Kadın Pedini üretti. Sizinle öyle uyumlu ki bazen varlığını dahi unutuyorsunuz. Doğal bambudan elde edilen emici lifler sıvıyı hızla alt tabakaya aktarıyor. Saf suyla dokunmuş kanatları ise yumuşacık. Bambu ve saf su. İki özelliği aynı üründe buluşturan ve hassas ciltlerle mükemmel uyum sağlayan Sleepy Natural’le rahat etmeniz çok doğal.”* ve durağan yazıda *“Bambu: Doğal bambudan elde edilmiş emici lifler”, “Saf su: Saf su ile dokunmuş yumuşacık kanatlar”* ifadelerine, yine aynı hesapta yer alan ve diğer tanıtımlarda yer alan *“Bazı günler duyguları uçlarda yaşamamız çok doğal. Ben de her zaman doğallıktan yanayım. Yeni tercihim Sleepy Natural. Saf su. Doğal bambu. Doğal pamuk. Doğal olarak rahatlığın yeni formu işte bu”* ve durağan yazıda *“Saf su: Saf su ile dokunmuş yumuşacık kanatlar”, “Bambu: Doğal bambudan elde edilmiş emici lifler”, “Pamuk: Kuruluğu arttıran doğal pamuk lifleri”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firma tarafından Şubat-Mayıs 2019 döneminde muhtelif televizyon kanallarında ve firmaya ait “Sleepy” isimli Youtube hesabında yayınlanan tanıtımlarda; *“Bazı günler duyguları uçlarda yaşamamız çok doğal. Ben de her zaman doğallıktan yanayım. Bu yüzden yeni tercihim Sleepy Natural.”* ifadelerine yer verildiği,

Ancak bahse konu tanıtımlarda yer alan ifadeler ile ürünün tamamının doğal olduğu algısı yaratılmasının tüketicileri aldatıcı olduğu,

Bununla birlikte, “Sleepy Natural Hijyenik Ped” isimli ürüne ilişkin ürün ambalajında yer alan “helal belgeli” ifadesi ile ürünün “helal” içeriğe sahip olduğu iddiasının doğruluğunun ispatlanamadığı,

Bu nedenle, inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/1-b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/8, 9 uncu, 26 ncı ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Eruslu Sağlık Ürünleri San. ve Tic. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**22)**

**Dosya No: 2019/1751**

**Şikayet Edilen: Kotem Kozmetik Ecza Itrıyat Pazarlama Sanayi ve Dış Ticaret Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** Muhtelif kozmetik ürünlere yönelik olarak <http://paksabun.com/?s=esek> adresli internet sitesi ile ürün ambalajlarında yer alantanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 26.08.2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** “Eşek Sütü Sabunu”isimli ürüne ilişkin olarak <http://paksabun.com/?s=esek> adresli internet sitesinin 26.08.2019 tarihli görünümü ile ürün ambalajlarındayer alan tanıtımlarda; *“KLEOPATRA’NIN GÜZELLİK SIRRI: EŞEK SÜTÜ*. *Güzelliğiyle efsaneleşmiş Kleopatra’nın güzellik kaynağının eşek sütü olduğunu biliyor muydunuz? Kleopatra’nın pürüzsüz ve parlak görünen cildinin sırrı eşek sütüyle elde edilen kozmetik ürünleri ve eşek sütüyle yaptığı banyolarda saklıydı. Mısırlılar cildi besleyici ve yenileyici özelliklerinden dolayı eşek sütünden iksir elde (…) İçerik olarak zengin mineral, vitamin ve asitler barındıran eşek sütü, cilt dokusunun yenilenmesine kırışıklıkların giderilmesine, cildi besleyerek parlak ve doğal bir gürünüm kazanmasına yardımcı olur. Eşek sütü kimyasal ve fizyolojik yapısından kaynaklı olarak, anne sütüne benzer nitelikte bir doğal süttür. Ciltteki nem oranının dengelenmesine, yüzde ve vücutta oluşan leke sivilce ve akne tedavisine yardımcı olur. Yüz ve ciltte bulunan kırışıklıkların giderilmesinde yardımcı niteliktedir. (…) İçeriğinde abant yaylasının endemik bitki çeşidi olan çiğdem, altın, ölmez otu olarak anılan bitki vardır. El değmemiş yükseklerden toplanır ve hemen işlenir. Antioksidan özelliğine sahiptir. Bir de kuşburnu çekirdeği yağı ile zenginleşirse tam bir antioksidan bombası olur. Gece kremi ile gece cildinizin yenilenmesini destekleyebilir, ertesi sabaha daha rahat bir cilde uyanabilirsiniz. (…) İçeriğinde yoğun biberiye, karakafes, limon, çay ağacı özleri ve yağları bulundurur.(…) Sabah akşam temizle tonik nemlendirme rutini dahilinde nemlendirici aşamasında kullanılanilir. (…) BÜŞRANA ORGANİK KOZMETİK Gece ve gündüz kremleri gece cildiniz yenilenirken,”,* “Makademya Sabunu” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“(…) Güneş yanıkları ve lekelerinin giderilmesine de yardımcı olur.(…) Omega 3,6,7 ve E vitamini bakımından zengin Makademya yağı ile üretilmiş olan Paksa Makademya Sabunu cildi derinlemesine besler, yumuşatır ve güzel bir görünüm kazanmasına yardımcı olur. İçerisindeki omega asitleri sayesinde cildin yenilenmesine destek olur.(…) Yıpranmış, saçlara parlaklık ve yumuşaklık sağlar”,* “Safran Sabunu” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; “*Paksa Safran Sabunu ciltteki leke, siyah nokta ve kırışıklık problemlerinin giderilmesine, (…).Paksa Safran Sabunu (…) cildin dolgun ve parlak bir görünüm kazanmasına yardımcı olur. Safran cildin nem dengesini koruyarak, vücudunuza eşsiz bir bakım sağlar”*, “İnci Tozu Sabunu” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“(…) İnci tozu sabunu, cilt metabolizmasını hızlandırır ve aynı zamanda hücre yenileyici, sıkılaştırıcı, canlandırıcı, kırışıklık önlemeye yardımcı etkileriyle de cildin gençleşmesine katkıda bulunmaktadır (…) İnci tozu sabunu, cilt dokusu ile dost mineral ihtiva eder.”*  ifadelerine; diğer taraftan “Aloe Vera Sabunu”, “Bal Sabunu”, “Shine Krem/Tüm Ciltler” gibi daha birçok kozmetik ürüne ilişkin olarak yukarıda belirtilen ifadelere benzer şekilde *kozmetik tanımını aşan* ifadelere ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** “Eşek Sütü Sabunu” isimli ürüne ilişkin olarak <http://paksabun.com/?s=esek> adresli internet sitesinin 26.08.2019 tarihli görünümü ile ürün ambalajlarında yer alan tanıtımlarda; *“KLEOPATRA’NIN GÜZELLİK SIRRI: EŞEK SÜTÜ*. *Güzelliğiyle efsaneleşmiş Kleopatra’nın güzellik kaynağının eşek sütü olduğunu biliyor muydunuz? Kleopatra’nın pürüzsüz ve parlak görünen cildinin sırrı eşek sütüyle elde edilen kozmetik ürünleri ve eşek sütüyle yaptığı banyolarda saklıydı. Mısırlılar cildi besleyici ve yenileyici özelliklerinden dolayı eşek sütünden iksir elde (…) İçerik olarak zengin mineral, vitamin ve asitler barındıran eşek sütü, cilt dokusunun yenilenmesine kırışıklıkların giderilmesine, cildi besleyerek parlak ve doğal bir gürünüm kazanmasına yardımcı olur. Eşek sütü kimyasal ve fizyolojik yapısından kaynaklı olarak, anne sütüne benzer nitelikte bir doğal süttür. Ciltteki nem oranının dengelenmesine, yüzde ve vücutta oluşan leke sivilce ve akne tedavisine yardımcı olur. Yüz ve ciltte bulunan kırışıklıkların giderilmesinde yardımcı niteliktedir.”* “Makademya Sabunu” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“(…) Güneş yanıkları ve lekelerinin giderilmesine de yardımcı olur.”,* “Safran Sabunu” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; “*Paksa Safran Sabunu ciltteki leke, siyah nokta ve kırışıklık problemlerinin giderilmesine, (…).”*, “İnci Tozu Sabunu” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“(…) İnci tozu sabunu, cilt metabolizmasını hızlandırır ve aynı zamanda hücre yenileyici, sıkılaştırıcı, canlandırıcı, kırışıklık önlemeye yardımcı etkileriyle de cildin gençleşmesine katkıda bulunmaktadır”*  ifadelerine yer verildiği, ancak, 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 altı çizili ifadelerin ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği;

Diğer taraftan anılan internet sitesinde yer alan “Aloe Vera Sabunu”, “Bal Sabunu”, “Shine Krem/Tüm Ciltler” gibi daha birçok kozmetik ürüne ilişkin olarak yukarıda belirtilen ifadelere benzer şekilde *kozmetik tanımını aşan* ifadelere yer verildiği,

Ayrıca, “Eşek Sütü Sabunu” isimli ürüne ilişkin olarak kullanılan *“İçeriğinde abant yaylasının endemik bitki çeşidi olan çiğdem, altın, ölmez otu olarak anılan bitki vardır. El değmemiş yükseklerden toplanır ve hemen işlenir. Antioksidan özelliğine sahiptir. Bir de kuşburnu çekirdeği yağı ile zenginleşirse tam bir antioksidan bombası olur. Gece kremi ile gece cildinizin yenilenmesini destekleyebilir, ertesi sabaha daha rahat bir cilde uyanabilirsiniz. (…) İçeriğinde yoğun biberiye, karakafes, limon, çay ağacı özleri ve yağları bulundurur.(…) Sabah akşam temizle tonik nemlendirme rutini dahilinde nemlendirici aşamasında kullanılanilir. (…) BÜŞRANA ORGANİK KOZMETİK Gece ve gündüz kremleri gece cildiniz yenilenirken, (..)”,* “Makademya Sabunu” isimli ürüne ilişkin olarak kullanılan *“Omega 3,6,7 ve E vitamini bakımından zengin Makademya yağı ile üretilmiş olan Paksa Makademya Sabunu cildi derinlemesine besler, yumuşatır ve güzel bir görünüm kazanmasına yardımcı olur. İçerisindeki omega asitleri sayesinde cildin yenilenmesine destek olur.(…) Yıpranmış, saçlara parlaklık ve yumuşaklık sağlar.”,* “Safran Sabunu” isimli ürüne ilişkin olarak kullanılan *“Paksa Safran Sabunu (…) cildin dolgun ve parlak bir görünüm kazanmasına yardımcı olur. Safran cildin nem dengesini koruyarak, vücudunuza eşsiz bir bakım sağlar.”,* “İnci Tozu Sabunu” isimli ürüne ilişkin olarak kullanılan *“İnci tozu sabunu, cilt dokusu ile dost mineral ihtiva eder.”*  ifadelerinin ispatlanamadığı,

Bu nedenle, inceleme konusu tanıtımların;

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 ve 10 uncu maddeleri,

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğinin 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, 7/8, 9 uncu, 26 ncı ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Kotem Kozmetik Ecza Itrıyat Pazarlama Sanayi ve Dış Ticaret Limited Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**23)**

**Dosya No: 2017/1654**

**Şikayet Edilen: Doder Bilişim ve İnternet Hizmetleri Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:**www.geciktirici.net adresli internet sitesinin 11.04.2017 tarihli görünümünde yer alan “Kolossal Penis Massage Cream” ve “Max Male Krem” isimli kozmetik ürünlere ilişkin tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 11.04.2017

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: www.geciktirici.net adresli internet sitesinin 11.04.2017 tarihli görünümünde yer alan “Kolossal Penis Massage Cream” kozmetik ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Penis geliştirici elementler ve afrodizyak maddelerden oluşan Kolossal, penis boy ve kalınlığının gelişimini sağlar. Özellikle mikro kan dolaşımını hızlandırarak venous dolaşımının döngüsüne yardımcı olur. Cinsel gücü artırmak için önerilir.”* ifadelerine ve “Max Male Krem” isimli kozmetik ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Maxi Male Cream içeriğinde yer alan Ginseng (uyarıcı-afrodizyak), Gingko ve Maron d’Inde (mikro kan dolaşımını hızlandıran) Cntella Asiatica (tonik ve azodilatör) içerir. Bu zengin karışım ve yağlı yapısıyla penis yüzeyini nemlendirerek penisteki mikro kan sirkülasyonuna yardımcı olur.”* 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, 7/6, 7/8-ç, 26 ncı ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, **Doder Bilişim ve İnternet Hizmetleri Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine **karar** verilmiştir.

**24)**

**Dosya No: 2019/1524**

**Şikayet Edilen: D-Market Elektronik Hizmetler ve Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.hepsiburada.com adresli internet sitesinde yer alan “Oral-B Pro-Expert Ağız Çalkalama Suyu” markalı ürünün indirimli satışına ilişkin tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.hepsiburada.com adresli internet sitesinde yer alan “Oral-B Pro-Expert Ağız Çalkalama Suyu” markalı ürünün indirimli satışına ilişkin tanıtımlarda; söz konusu ürünün 195,60 TL fiyatından %55 indirim ile 87,30 TL, sepette ekstra %50 indirimli fiyat ile de 43,59 TL fiyatından satışa sunulduğunun ilan edildiği **t**espit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** www.hepsiburada.com adresli internet sitesinde yer alan “Oral-B Pro-Expert Ağız Çalkalama Suyu” markalı ürünün195,60 TL fiyatından %55 indirim ile 87,30 TL, sepette ekstra %50 indirimli fiyat ile de 43,59 TL fiyatından satışa sunulduğunun ilan edildiği, ancak Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin *“İndirimli Satış Reklamları”* başlıklı 14 üncü maddesinin 3 üncü ve 4 üncü fıkrası hükümleri gereğince, söz konusu ürünün, tüketicinin başvurduğu tarihte, indirimden önce 195,60 TL ve 87,30 TL fiyat ile satışa sunulduğunun ispat edilmediği, bu nedenle söz konusu söz konusu ürünün fiyatına ilişkin indirim vaadinin tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı olduğu,

Diğer taraftan, söz konusu indirimli satışa ilişkin başlangıç ve bitiş tarihi ile stok miktarına yer verilmediği, bu durumun da Yönetmeliğin *“İndirimli Satış Reklamları”* başlıklı 14 üncü maddesinin 1 inci fıkrası hükmüne aykırı olduğu,

Açıklanan gerekçeler ile söz konusu tanıtımların,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, **D-Market Elektronik Hizmetler ve Ticaret A.Ş.** 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.

**25)**

**Dosya No: 2019/2816**

**Şikayet Edilen: Elca Kozmetik Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.clinique.com.tr adresli internet sitesinde yer alan *“Clinique Online’a Hoşgeldiniz. 15% indiriminizi kaçırmayın.”* başlıklı reklamlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.clinique.com.tr adresli internet sitesinde *“Clinique Online’a Hoşgeldiniz. 15% indiriminizi kaçırmayın. İlk alışverişinize özel tüm ürünlerde %15 indirim çekiniz hesabınıza başarıyla yüklenmiştir. Kod HOSGELDINIZ”* ibarelerinin yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** www.clinique.com.tr adresli internet sitesinde yer alan *“Clinique Online’a Hoşgeldiniz. 15% indiriminizi kaçırmayın. İlk alışverişinize özel tüm ürünlerde %15 indirim çekiniz hesabınıza başarıyla yüklenmiştir. Kod HOSGELDINIZ”* ibarelerine istinaden başvuru sahibi tüketicinin internet sitesine üyelik işlemlerini tamamlayarak alışveriş yaptığı, ancak söz konusu tanıtımlarda vaat edilen indirim oranının uygulanmadığı, başvuru sahibinin müşteri hizmetleri temsilcisi ile yapmış olduğu görüşmede vaat edilen indirim oranının yeni, kampanyalı ve set halinde olan ürünlerde geçerli olmadığı bilgisi verilmesine rağmen bu hususa ilişkin istisnalara söz konusu tanıtımlarda yer verilmemiş olduğu, bu nedenle söz konusu tanıtımların tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı olduğu,

Açıklanan gerekçe ile söz konusu tanıtımların,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 14 üncü, 18 inci, 28 inci, 30 uncu ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, **Elca Kozmetik Limited Şirketi** 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.

**26)**

**Dosya No: 2019/4619**

**Şikayet Edilen: Migros Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Migros perakende satış mağazalarının Esat Caddesi/ANKARA şubesinde satışı yapılan “Finish Hepsi Bir Arada 65 Tablet” isimli ürüne ait raf etiketi.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Yayınlandığı Mecra:** Etiket

**Tespitler:** Migros perakende satış mağazalarının Esat Caddesi/ANKARA şubesinde yer alan “Finish Hepsi Bir Arada 65 Tablet” isimli ürünün 23.01.2019 tarihinde 51,95 TL fiyat etiketi ile, 24.01.2019 tarihinde ise 59,50 TL fiyat üzerinden *“%25 İndirim”* ibaresi ile satışa sunulduğu, başvuru sahibi tarafından gönderilen etiket görsellerinden tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Migros perakende satış mağazalarının Esat Caddesi/ANKARA şubesinde yer alan “Finish Hepsi Bir Arada 65 Tablet” isimli ürünün; 23.01.2019 tarihinde 51,95 TL fiyat etiketi ile , 24.01.2019 tarihinde ise 59,50 TL fiyat üzerinden *“%25 İndirim”* ibaresi ile satışa sunulduğu, bu nedenle söz konusu ürünün fiyatının yükseltilerek indirim yapılmasının tüketicileri aldatıcı olduğu,

Diğer taraftan, “Finish Hepsi Bir Arada 65 Tablet” isimli ürünün indirimden bir önceki fiyat ile (59,50 TL’den) satışa sunulduğunun ispatlanmadığı,

Açıklanan gerekçeler ile söz konusu tanıtımların,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, **Migros Ticaret A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri dahilinde belirtilen hususlara ilişkin olarak **8.546-TL (Sekizbinbeşyüzkırkaltı Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**27)**

**Dosya No:** **2018/63**

**Şikayet Edilen: Tasfiye Halinde Gezer Grup İlaçlama Tem. San. Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.gezerilaclama.com](http://www.gezerilaclama.com), [www.akrepilaclama.org](http://www.akrepilaclama.org), [www.pire.biz](http://www.pire.biz), www.avcilarilaclama.com,www.berfinilaclama.com,www.bocekilaclama.web.tr,www.garantiilaclama.com,www.fare.web.tr,www.bocekilaclamasi.gen.tr,www.bocekilaclama.web.tr,www.sariyerbocekilaclama.gen.tr,www.bocekilaclamasi.gen.tr,www.titizilaclama.com,www.prestijilaclama.com/,www.tuzlabocekilaclama.com,www.izmirilaclamasirketi.com,www.barlazilaclama.com,www.youtube.com/watch?v=56zHHc-Veo0 adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.gezerilaclama.com](http://www.gezerilaclama.com) adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda;*“23 yıllık deneyimi sonunda bugün yirmi dört şubesi ile İstanbul ilimiz genelinde her bölgede böcek ve haşere ilaçlama hizmeti verebilen Gezen İlaçlama, kurumsal ilaçlama şirketi olarak tüm çalışmalarında üst düzeyde disiplin ve titizlik içerisinde hareket etmekte, yılların vermiş olduğu deneyim ve birikimleri hizmetlerine kalitesi eşliğinde birebir yansıtmaktadır. Haşere İlaçlama Servisleri Tarafından Hizmet Alırken Nelere Dikkat Edilmelidir? Gezen İlaçlama ailesi olarak, böcek ilaçlama firmaları arasında farklı firma anlayışına paralel olarak hareket etmekteyiz. İnsan ve çevre sağlığı konusunda oldukça önemli bulunan haşereler ile mücadelede kaliteli hizmet prensibimize uygun olarak kaliteli ilaç kullanımını konusunda uzman personel kadrosu ile yerine getirmekteyiz. Haşere ilaçlama şirketi olarak yüksek sorumluluk bilinci çerçevesinde hareket etmek kurumsal ilkelerimiz arasında yer almaktadır. Firmamız, İstanbul ilimiz başta olmak üzere, İzmir, Kocaeli ve Ankara illerimizde de ilaçlama firmaları ile faaliyetlerini haftada yedi gün günde yirmi dört saat kesintisiz olarak kalite eşliğinde yerine getirmektedir.”* ifadelerine, bununla birlikte yukarıda bahsi geçen internet sitelerinde de benzer ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.gezerilaclama.com](http://www.gezerilaclama.com) adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda;*“23 yıllık deneyimi sonunda bugün yirmi dört şubesi ile İstanbul ilimiz genelinde her bölgede böcek ve haşere ilaçlama hizmeti verebilen Gezen İlaçlama, kurumsal ilaçlama şirketi olarak tüm çalışmalarında üst düzeyde disiplin ve titizlik içerisinde hareket etmekte, yılların vermiş olduğu deneyim ve birikimleri hizmetlerine kalitesi eşliğinde birebir yansıtmaktadır. Haşere İlaçlama Servisleri Tarafından Hizmet Alırken Nelere Dikkat Edilmelidir? Gezen İlaçlama ailesi olarak, böcek ilaçlama firmaları arasında farklı firma anlayışına paralel olarak hareket etmekteyiz. İnsan ve çevre sağlığı konusunda oldukça önemli bulunan haşereler ile mücadelede kaliteli hizmet prensibimize uygun olarak kaliteli ilaç kullanımını konusunda uzman personel kadrosu ile yerine getirmekteyiz. Haşere ilaçlama şirketi olarak yüksek sorumluluk bilinci çerçevesinde hareket etmek kurumsal ilkelerimiz arasında yer almaktadır. Firmamız, İstanbul ilimiz başta olmak üzere, İzmir, Kocaeli ve Ankara illerimizde de ilaçlama firmaları ile faaliyetlerini haftada yedi gün günde yirmi dört saat kesintisiz olarak kalite eşliğinde yerine getirmektedir.”* ifadelerine verildiği, bununla birlikte yukarıda bahsi geçen internet sitelerinde de benzer ifadelere yer verilmek suretiyle, söz konusu ürünlerin biyosidal etki gösterdiği iddiasında bulunulduğu,

Ancak, Biyosidal Ürünlerin Kullanım Usul ve Esasları Hakkında Yönetmeliğin “İzin alma ve bildirim zorunluluğu” başlıklı 5 inci maddesine göre, biyosidal ürün kullanarak zararlılar ile mücadele etmek isteyen gerçek ve tüzel kişilerin söz konusu Yönetmelikte öngörülen bilgi ve belgeleri tamamlayarak faaliyet gösterecekleri ilin İl Sağlık Müdürlüğü’nden izin alması gerektiği, bu nedenle tanıtımını yaptığınız böcek ilaçlama hizmetine ilişkin olarak varsa ilgili yerden alınmış izin belgelerinin gönderilmesi gerektiği, aksi halde söz konusu hizmet için gerekli izin alınmadan reklam ve tanıtım yapılmasının ilgili mevzuata ve dolayısıyla ticari reklam mevzuatına aykırı olacağı,

Bununla birlikte söz konusu internet sitelerinde yer verilen; *“Dünya Sağlık Örgütü onaylı ilaç kullanarak …”* ifadesinin ispatlanmadığı,

Ayrıca bahse konu internet sitelerinde yer verilen; *“Sağlık Bakanlığı ruhsat sahibi ilaçlama şirketi olarak dünya ölçeğinde hizmetlerini haftada yedi gün günde yirmi dört saat tüm müşterilerine sunmaktadır.”* ifadesi ile söz konusu ürünün tüm etkileri ve sonuçları ile Bakanlık tarafından onaylandığı algısı oluşturularak tüketicilerin yanıltıldığı,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

-Biyosidal Ürünlerin Kullanım Usul ve Esasları Hakkında Yönetmeliğin 5 inci ve 6 ncı maddeleri,

- Biyosidal Ürünler Yönetmeliğinin 5inci ve 38 inci maddeleri,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/1-b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 6, 8, 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Tasfiye Halinde Gezer Grup İlaçlama Tem. San. Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**28)**

**Dosya No:** **2019/970**

**Şikayet Edilen: Alfazen Koz. ve Gıda San. Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** <https://www.alfazen.com.tr/> isimli internet adresinde yer alan muhtelif kozmetik ürünlere ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.alfazen.com.tr](http://www.alfazen.com.tr) adresli internet sitesinde yer alan “Bio Vitals Ardıç Yağlı Krem” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Vücudumuzun eklem, kas ve buna benzer bölgelerinin rahatlama masajında kullanılan Ardıç Yağlı kremin etken maddesi olan Ardıç... Ardıç tohumları pek çok hastalığın tedavisinde "bitkisel ilaç" olarak yaygın bir biçimde kullanılmaktadır... Ardıç eter yağı, B3 vitamininin bir ürünü olan metilnikotinal ile birlikte, kan damarlarını genişleterek kan dolaşımını ve metabolizmayı hızlandırır”* ifadelerine*, “*Bio Vitals At Kestanesi Kremi” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“...Problemli bölgeye yeteri kadar sürmelisiniz ve ovarak yedirmelisiniz. Yorgun, şişmiş ve damarları genişlemiş olan ayakların bakımında da önerilmektedir. Kalın varislerin üzerine fazla baskı uygulamadan hafifçe ovarak masaj yapın, uygularken aşağıdan yukarıya doğru (kan dolaşımı yönünde) hareketlerle uygulayın...”* ifadelerine, “Bio Vitals Aynısafa Kremi” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; “|...tüm şağlık sorunlarınızın önüne geçebilirsiniz...” ifadelerine, “Bio Vitals Çörekotu Yağlı Krem” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“…Bunların içinde thymoquinon ve nigellon bağışıklık sistemi üzerinde etkili olduğu bilinmekte ve bağışıklık sistemini güçlendiren bazı ilaçlarda hammadde olarak kullanılmaktadır... Çörekotu Yağı, hücre yenilenmesini desteklerken aynı zamanda saçınızı ve cildinizin nemlendirilmesine yardımcı olur...”* ifadelerine, “Rosense Nemlendirici Yüz Bakım Kremi SPF 15 Kuru ve Hassas Cilt - 50 mİ” ve “Rosense Nemlendirici Yüz Bakım Kremi SPF 15 Normal ve Karma Cilt - 50 mİ” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Hücre yenileme etkisi, cildin yıpranmasını önlemekte etkin rol Oynar...”* ifadelerine, “Bio Vitals Çay Ağacı Sabunu” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“…sivilceli ciltlerin problemlerini gidermek amaçlı tercih edilmelidir. Sivilce ve akne sorunu, İçeriğinde bulunan antimikrobik ve antibakteriyel özelliğinden dolayı cilde sürülerek kullanıldığında ciltteki gözeneklerde oluşan bakteri ve iltihabı gidererek sivilcelerin ortadan kalkmasına yardımcı olur. Yeni sivilce oluşumunu engeller. Şiş sivilcelerin sönmesiyle birlikte cilt hızlı bir şekilde iyileşir”*  ifadelerine, “Bio Vitals Cilt Beyazlatıcı Sabun” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“... Özellikle cilt lekelerinden şikayetçi olan bayanların tercih ettiği cilt beyazlatıcı sabun cilt üzerindeki birçok problemi de gidermektedir... İşte cilt beyazlatan sabun düzenli bir şekilde kullanıldığında cilt tonunda 2-3 ton açılma yaşanmasına fayda sağlamaktadır. Kadınlarda hamilelikten ve doğumdan kaynaklanan kahverengi lekeleri giderir. Özellikle ergenlik döneminde aşırı sivilcelerime sonucunda kalan lekelerin görünümünü hafifletir. Cilt beyazlatıcı sabun cilt lekelerini giderme özelliğine sahip olduğu için cildin pürüzsüz ve berrak görünmesine fayda sağlamaktadır...”* ifadelerine, “Bio Vitals Eşek Sütü Sabunu” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Siyah nokta, akne ve Sivilcelerden kurtulmanızı sağlıyor. Cilt kararmaları ve cilt lekelerini önlüyor. Egzama ve sedef hastalığına iyi geliyor... Eşek sütü sabunu hücre yenileyici özelliğe sahip olduğu için yaşlılık lekelerine iyi geliyor”* ifadelerine, “Bio Vitals Keçi Sütü Sabunu” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“...Çünkü keçi sütü sabunu sivilce tedavisinde tercih edilecek en doğal yöntemlerden biridir. Cildinizi mikroplardan arındırır ve cildinizin nefes almasını sağlar. Bu sayede sivilce oluşumu önlenir. Keçi sütü sabunu cilt lekeleri için mucize bir üründür. Mantar, egzama gibi problemleri ortadan kaldırmak ve cilt sağlığına kavuşmak için etkilidir. Cilt üzerinde oluşan enfeksiyonları temizler... Aynı zamanda A vitamini de içerdiği için ölü derinin atılmasını ve derinin yenilenmesini sağlar...”* ifadelerine, “Bio Vitals Lavanta Sabunu” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Ciltte akne, sivilce gibi sorunları giderir, saçlarda oluşan kepeklenmeyi giderir. Sabunun içinde bulunan lavanta yağı, sinirleri yatıştıran terapi etkisi uyandırır. İltihaplanmaları önleyici, hücre yenileyici ve sinirleri yatıştırıcı özellikleri vardır. İçeriğinde bulunan lavanta yağı sebebiyle, cildi tahriş etmeden antiseptik özelliği sayesinde doğal koruma etkisi gösterir. Ferahlatıcı ve rahatlatıcı özelliğiyle, hoş kokusu ve uyarıcı etkisiyle cilde canlılık ve tazelik verir. Vücutta oluşan kokuları giderir.”* ifadelerine,“Bio Vitals Salyangoz Kremi” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Salyangozun birçok cilt problemine iyi geldiği ilk fransız bir bilim adamı tarafından Şili de fark edildi. Bir çiftlikte çalışan insanlar salyangozları temizlemek için ellerine aldıklarında yaraların iyileştiğini fark etmişler ve bunu çiftlik sahibine anlatmışlar... akne bazı insanların korkulu rüyası olmaktadır. Özellikle bayanlar bu durumdan çok şikayetçidir... Salyangoz özlü krem içeriğindeki salyangoz özü sayesinde hücre yenilenmesi sağlar... Böylece tıpkı eskisi gibi genç ve güzel görünüme sahip olmanıza yardımcı olur...”* ifadelerine, “Rosense Temizleme Köpüğü” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“... Sebum salgılarını düzenler. Ciltteki yağ fazlasını alarak cildin yağ dengesini ayarlar. Mevcut siyah noktaları azaltır yeni oluşacak siyah nokta ve sivilce oluşumlarını engeller... Akneli ciltlerde sadece aktif aknelerin (sivilcelerin) üzerine elinizle biraz köpük değdirin Böylece akneleriniz daha erken düzelir. Daha hijyenik ve aknelerin yayılması engellenmiş olur...”* ifadelerine, “Rosense Temizleme Sütü” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; “Antibakteriyeldir...” ifadelerine, “Bio Vitals Ardıç Katranı Sabunu” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Katran’ın bilinen antiseptik, antiparaziter, antibakteriyel, Pigmentleri Besleyen özelliği ile Dermotoloji bilimine sunulmuş ek bir malzeme olarak ortaya çıkmıştır...deri hastalıklarının tamamına, akne/sivilce problemleri, ergenlik sivilcesi, siyah nokta problemleri, yağlı cilt problemlerinde (ciltteki yağ oranının dengeler), ciltteki tahrişlerin giderilmesinde, kepek problemleri, saç kıran, seddf - kaşıntı, ürtiker, uyuz, egzama, dermatit, mantar sorunları, genital bölge mantarı, ayak kokularının giderilmesi, varis ağrılarında...”* ifadelerine, “Bio Vitals Argan Sabunu” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“... Tahriş olan cildin onarılmasında yardımcı rol oynar. Ciltte bulunan yaşlanma, yorgunluk, kızarıklık gibi olumsuz görünümün önüne geçmekte oldukça etkilidir. Bu sabunun kullanılması ile vücutta bulunan olumsuz bakterilerin çoğalması engellenirken; bu sayede vücutta oluşan sivilceI ve akne gibi rahatsız edici oluşumların körelmesine katkı sağlar. Hem de bu oluşumların bıraktığı izlerin giderilmesinde etkin rol oynar... Argan Sabunu kullanıldığı zaman vücuttaki gözenekler açılarak cildin ölü hücreleri giderilir.*.” ifadelerine, “Bio Vitals Aynısafa Sabunu” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Aynı Safa Avrupa’da cilt çatlaklan, enfeksiyonlar, çürükler ve egzama için kullanılır... Aynı Safa (Calendula) batılı bitkisel tıp uzmanlarınca en iyi bilinen ve en faydalı bitkilerden birisidir...”* ifadelerine, “Bio Vitals Salyangoz Sabunu” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“...Cilt üzerinde oluşan kırışıklıkları ve selüliti azaltır. Güneş lekelerini yok edici özelliğe sahiptir. Cilt üzerinde oluşan lekeleri yok edici özelliğe sahiptir. Sivilce ve aknelerin kurumasını sağlayarak tekrar oluşmasını engeller. Hamileliğin ardından oluşan çatlakların kapanması üzerinde etkilidir. Salyangoz sabunu vücudun farklı bölgelerinde oluşan ten lekelerini kapatıcı özelliğe sahiptir. Saç köklerinin canlanmasını sağlar ve yüzdeki lekeleri yok eder. Ayak kokusunu giderici özelliğe sahip olup hücreleri besleyici özelliğe sahiptir. Yapısında bulunan allantoin maddesi sayesinde hücreler yenilenir...”* ifadelerine,“Bio Vitals Sarımsak ve Ginseng Özlü Şampuan 400 mİ.” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“...yeni saç oluşumunda saçı dipten uca besleyen bir formül ile yapılmakta...”*ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.alfazen.com.tr](http://www.alfazen.com.tr) adresli internet sitesinde yer alan “Bio Vitals Ardıç Yağlı Krem” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Vücudumuzun eklem, kas ve buna benzer bölgelerinin rahatlama masajında kullanılan Ardıç Yağlı kremin etken maddesi olan Ardıç... Ardıç tohumları pek çok hastalığın tedavisinde "bitkisel ilaç" olarak yaygın bir biçimde kullanılmaktadır... Ardıç eter yağı, B3 vitamininin bir ürünü olan metilnikotinal ile birlikte, kan damarlarını genişleterek kan dolaşımını ve metabolizmayı hızlandırır”* ifadelerine*, “*Bio Vitals At Kestanesi Kremi” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“...Problemli bölgeye yeteri kadar sürmelisiniz ve ovarak yedirmelisiniz. Yorgun, şişmiş ve damarları genişlemiş olan ayakların bakımında da önerilmektedir. Kalın varislerin üzerine fazla baskı uygulamadan hafifçe ovarak masaj yapın, uygularken aşağıdan yukarıya doğru (kan dolaşımı yönünde) hareketlerle uygulayın...”* ifadelerine, “Bio Vitals Aynısafa Kremi” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; “|...*tüm şağlık sorunlarınızın önüne geçebilirsiniz*...” ifadelerine, “Bio Vitals Çörekotu Yağlı Krem” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“…Bunların içinde thymoquinon ve nigellon bağışıklık sistemi üzerinde etkili olduğu bilinmekte ve bağışıklık sistemini güçlendiren bazı ilaçlarda hammadde olarak kullanılmaktadır... Çörekotu Yağı, hücre yenilenmesini desteklerken aynı zamanda saçınızı ve cildinizin nemlendirilmesine yardımcı olur...”* ifadelerine, “Rosense Nemlendirici Yüz Bakım Kremi SPF 15 Kuru ve Hassas Cilt - 50 ml” ve “Rosense Nemlendirici Yüz Bakım Kremi SPF 15 Normal ve Karma Cilt - 50 ml” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Hücre yenileme etkisi, cildin yıpranmasını önlemekte etkin rol Oynar...”* ifadelerine, “Bio Vitals Çay Ağacı Sabunu” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“…sivilceli ciltlerin problemlerini gidermek amaçlı tercih edilmelidir. Sivilce ve akne sorunu, İçeriğinde bulunan antimikrobik ve antibakteriyel özelliğinden dolayı cilde sürülerek kullanıldığında ciltteki gözeneklerde oluşan bakteri ve iltihabı gidererek sivilcelerin ortadan kalkmasına yardımcı olur. Yeni sivilce oluşumunu engeller. Şiş sivilcelerin sönmesiyle birlikte cilt hızlı bir şekilde iyileşir”*  ifadelerine, “Bio Vitals Cilt Beyazlatıcı Sabun” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“... Özellikle cilt lekelerinden şikayetçi olan bayanların tercih ettiği cilt beyazlatıcı sabun cilt üzerindeki birçok problemi de gidermektedir... İşte cilt beyazlatan sabun düzenli bir şekilde kullanıldığında cilt tonunda 2-3 ton açılma yaşanmasına fayda sağlamaktadır. Kadınlarda hamilelikten ve doğumdan kaynaklanan kahverengi lekeleri giderir. Özellikle ergenlik döneminde aşırı sivilcelerime sonucunda kalan lekelerin görünümünü hafifletir. Cilt beyazlatıcı sabun cilt lekelerini giderme özelliğine sahip olduğu için cildin pürüzsüz ve berrak görünmesine fayda sağlamaktadır...”* ifadelerine, “Bio Vitals Eşek Sütü Sabunu” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Siyah nokta, akne ve Sivilcelerden kurtulmanızı sağlıyor. Cilt kararmaları ve cilt lekelerini önlüyor. Egzama ve sedef hastalığına iyi geliyor... Eşek sütü sabunu hücre yenileyici özelliğe sahip olduğu için yaşlılık lekelerine iyi geliyor”* ifadelerine, “Bio Vitals Keçi Sütü Sabunu” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“...Çünkü keçi sütü sabunu sivilce tedavisinde tercih edilecek en doğal yöntemlerden biridir. Cildinizi mikroplardan arındırır ve cildinizin nefes almasını sağlar. Bu sayede sivilce oluşumu önlenir. Keçi sütü sabunu cilt lekeleri için mucize bir üründür. Mantar, egzama gibi problemleri ortadan kaldırmak ve cilt sağlığına kavuşmak için etkilidir. Cilt üzerinde oluşan enfeksiyonları temizler... Aynı zamanda A vitamini de içerdiği için ölü derinin atılmasını ve derinin yenilenmesini sağlar...”* ifadelerine, “Bio Vitals Lavanta Sabunu” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Ciltte akne, sivilce gibi sorunları giderir, saçlarda oluşan kepeklenmeyi giderir. Sabunun içinde bulunan lavanta yağı, sinirleri yatıştıran terapi etkisi uyandırır. İltihaplanmaları önleyici, hücre yenileyici ve sinirleri yatıştırıcı özellikleri vardır. İçeriğinde bulunan lavanta yağı sebebiyle, cildi tahriş etmeden antiseptik özelliği sayesinde doğal koruma etkisi gösterir. Ferahlatıcı ve rahatlatıcı özelliğiyle, hoş kokusu ve uyarıcı etkisiyle cilde canlılık ve tazelik verir. Vücutta oluşan kokuları giderir.”* ifadelerine,“Bio Vitals Salyangoz Kremi” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Salyangozun birçok cilt problemine iyi geldiği ilk Fransız bir bilim adamı tarafından Şili de fark edildi. Bir çiftlikte çalışan insanlar salyangozları temizlemek için ellerine aldıklarında yaraların iyileştiğini fark etmişler ve bunu çiftlik sahibine anlatmışlar... akne bazı insanların korkulu rüyası olmaktadır. Özellikle bayanlar bu durumdan çok şikayetçidir... Salyangoz özlü krem içeriğindeki salyangoz özü sayesinde hücre yenilenmesi sağlar... Böylece tıpkı eskisi gibi genç ve güzel görünüme sahip olmanıza yardımcı olur...”* ifadelerine, “Rosense Temizleme Köpüğü” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“... Sebum salgılarını düzenler. Ciltteki yağ fazlasını alarak cildin yağ dengesini ayarlar. Mevcut siyah noktaları azaltır yeni oluşacak siyah nokta ve sivilce oluşumlarını engeller... Akneli ciltlerde sadece aktif aknelerin (sivilcelerin) üzerine elinizle biraz köpük değdirin Böylece akneleriniz daha erken düzelir. Daha hijyenik ve aknelerin yayılması engellenmiş olur...”* ifadelerine, “Rosense Temizleme Sütü” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; “*Antibakteriyeldir.*..” ifadelerine, “Bio Vitals Ardıç Katranı Sabunu” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Katran’ın bilinen antiseptik, antiparaziter, antibakteriyel, Pigmentleri Besleyen özelliği ile Dermotoloji bilimine sunulmuş ek bir malzeme olarak ortaya çıkmıştır...deri hastalıklarının tamamına, akne/sivilce problemleri, ergenlik sivilcesi, siyah nokta problemleri, yağlı cilt problemlerinde (ciltteki yağ oranının dengeler), ciltteki tahrişlerin giderilmesinde, kepek problemleri, saç kıran, sedef - kaşıntı, ürtiker, uyuz, egzama, dermatit, mantar sorunları, genital bölge mantarı, ayak kokularının giderilmesi, varis ağrılarında...”* ifadelerine, “Bio Vitals Argan Sabunu” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“... Tahriş olan cildin onarılmasında yardımcı rol oynar. Ciltte bulunan yaşlanma, yorgunluk, kızarıklık gibi olumsuz görünümün önüne geçmekte oldukça etkilidir. Bu sabunun kullanılması ile vücutta bulunan olumsuz bakterilerin çoğalması engellenirken; bu sayede vücutta oluşan sivilce ve akne gibi rahatsız edici oluşumların körelmesine katkı sağlar. Hem de bu oluşumların bıraktığı izlerin giderilmesinde etkin rol oynar... Argan Sabunu kullanıldığı zaman vücuttaki gözenekler açılarak cildin ölü hücreleri giderilir.*” ifadelerine, “Bio Vitals Aynısafa Sabunu” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Aynı Safa Avrupa’da cilt çatlakları, enfeksiyonlar, çürükler ve egzama için kullanılır... Aynı Safa (Calendula) batılı bitkisel tıp uzmanlarınca en iyi bilinen ve en faydalı bitkilerden birisidir...”* ifadelerine, “Bio Vitals Salyangoz Sabunu” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“...Cilt üzerinde oluşan kırışıklıkları ve selüliti azaltır. Güneş lekelerini yok edici özelliğe sahiptir. Cilt üzerinde oluşan lekeleri yok edici özelliğe sahiptir. Sivilce ve aknelerin kurumasını sağlayarak tekrar oluşmasını engeller. Hamileliğin ardından oluşan çatlakların kapanması üzerinde etkilidir. Salyangoz sabunu vücudun farklı bölgelerinde oluşan ten lekelerini kapatıcı özelliğe sahiptir. Saç köklerinin canlanmasını sağlar ve yüzdeki lekeleri yok eder. Ayak kokusunu giderici özelliğe sahip olup hücreleri besleyici özelliğe sahiptir. Yapısında bulunan allantoin maddesi sayesinde hücreler yenilenir...”* ifadelerine,“Bio Vitals Sarımsak ve Ginseng Özlü Şampuan 400 ml.” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“...yeni saç oluşumunda saçı dipten uca besleyen bir formül ile yapılmakta...”* ifadelerine yer verildiği, ancak 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 altı çizili 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 **Alfazen Koz. ve Gıda San. Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**29)**

**Dosya No:** **2019/2669**

**Şikayet Edilen: Mete Tedarik İnşaat Temizlik Dekorasyon ve Kurye Hizm. Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** <https://www.parfummekani.com/> adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.parfummekani.com](http://www.parfummekani.com) adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda; *“%100 orijinal. Garantili ürün. 8 tüketici ödülü ”* ifadelerineyer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu internet sitesinde tanıtımı yapılan kozmetik ürünlerin ortalama piyasa fiyatlarının çok altında satışa sunulmuş olması nedeniyle, bahsi geçen kozmetik ürünlerin “orijinal” olduğu yönünde yapılan tanıtımların gerçeği yansıtmadığı,

Bu bağlamda, 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 inci maddesinin 6 ncı fıkrasında yer alan *“Reklam verenler ticari reklamlarında yer alan iddiaların doğruluğunu ispatla yükümlüdür.”* hükmüne istinaden, internet sitesinde tanıtımı yapılan ürünlerin “orijinal” olduğunun üretici veya ithalatçı firmalardan alınan fatura vb. belgeler ile ispatlanmadığı,

Diğer taraftan, söz konusu tanıtımlarda yer alan muhtelif kozmetik ürünlerin indirimden önceki ve sonraki fiyatlarına yer verilerek söz konusu ürünlerin fiyatlarının çeşitli oranlarda indirimlerle satışa sunulduğunun belirtildiği, ancak söz konusuindirimlerin başlangıç ve bitiş tarihleri ile indirimli satılan ürünlere ilişkin stok miktarlarına yer verilmediğinin görüldüğü, bu durumun Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin “İndirimli satış reklamları” başlıklı 14 üncü maddesinin*;“(1) Bir mal veya hizmete ilişkin indirim yapıldığını gösteren yazılı, sesli veya görsel herhangi bir ibarenin yer aldığı reklamlarda; indirimli satışın başlangıç ve bitiş tarihleri ile indirimli olarak satışa sunulan mal* *veya hizmetin miktarı sınırlı ise bu miktarın açık ve anlaşılır bir biçimde belirtilmesi zorunludur.”* hükmüne aykırıolduğu, ayrıca söz konusu maddenin “*(4) İndirimli satışa konu edilen mal veya hizmetlerin indirimden önceki fiyattan daha düşük fiyatla satışa sunulduğunun ispatı reklam verene aittir.”* hükmüne istinaden söz konusu ürünlerin indirimden önceki fiyattan satışa sunulduğunun ispatlanmadığı,

Ayrıca, www.parfummekani.com adresli internet sitesinde yer alan *“8 tüketici ödülü”* iddiasının ispatlanmadığı,

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, 11 inci, 12 nci, 13 üncü, 14 üncü, 26 ncı, 28 inci ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Mete Tedarik İnşaat Temizlik Dekorasyon ve Kurye Hizm. Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**30)**

**Dosya No:** **2019/4715**

**Şikayet Edilen: Abdullah KIZILAY**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.dailymotion.com/video/xlvblOx,

 <https://www.dailymotion.com/video/xwvbhk>, https://www.dailymotion.com/video/x2i7mmd, <https://www.dailymotion.com/video/xwr9hk>, <https://www.dailymotion.com/video/xx96e9>, https://www.dailymotion.com/video/xw3cde adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** “Lamos Sivilce Kremi” isimli ürüne ilişkin olarak https://www.dailymotion.com/video/xlvblOx, https://www.dailymotion.com/video/xwvbhk, https://www.dailymotion.com/video/x2i7mmd, https://www.dailymotion.com/video/xwr9hk https://www.dailymotion.com/video/xx96e9,https://www.dailymotion.com/video/xw3cde adresli internet sitelerinin Mayıs 2019 tarihli görünümünde yer alan tanıtımlarda; “*Sivilce akne sorunu olanlar dikkat. Zamanla sivilcelerinizden dolayı cildinizde leke ve gözenek oluşumu olur. Son çare olarak yan etkisi olan ilaçları kullanmak zorunda kalmadan sizi dünyanın en etkili kremi olan lamos kremi araştırmaya davet ediyoruz. Bilgi için 24 saat 0 530 342 62 85 çağrı veya mesaj atmanız yeterli. Lamoz sivilce kremi, sivilce, akne, leke, gözenek, çukurcuk, cilt hastalıkları, siyah nokta, doğum lekesi, leke yok edici... %100 yan etkisiz. Cildini görüyorsunuz. Kremi kullandıktan sonra etkisi olduğunu gördüm..."*ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** “Lamos Sivilce Kremi” isimli ürüne ilişkin olarak https://www.dailymotion.com/video/xlvblOx, https://www.dailymotion.com/video/xwvbhk, https://www.dailymotion.com/video/x2i7mmd, https://www.dailymotion.com/video/xwr9hk https://www.dailymotion.com/video/xx96e9,https://www.dailymotion.com/video/xw3cde adresli internet sitelerinin Mayıs 2019 tarihli görünümünde yer alan tanıtımlarda; “*Sivilce akne sorunu olanlar dikkat. Zamanla sivilcelerinizden dolayı cildinizde leke ve gözenek oluşumu olur. Son çare olarak yan etkisi olan ilaçları kullanmak zorunda kalmadan sizi dünyanın en etkili kremi olan lamos kremi araştırmaya davet ediyoruz. Bilgi için 24 saat 0 530 342 62 85 çağrı veya mesaj atmanız yeterli. Lamoz sivilce kremi, sivilce, akne, leke, gözenek, çukurcuk, cilt hastalıkları, siyah nokta, doğum lekesi, leke yok edici... %100 yan etkisiz. Cildini görüyorsunuz. Kremi kullandıktan sonra etkisi olduğunu gördüm..."* ifadelerine yer verildiği, ancak 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, 9 uncu, 26 ncı, 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**31)**

**Dosya No:** **2019/8474**

**Şikayet Edilen: Devrim GÜLLE**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.medikana.com adresli internet sitesinde “Wıthex Plus” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Penis boyutu, erken boşalma, sertleşme sorunu, cinsel isteksizlik. Bakanlık onaylı güvenli ürün. %100 bitkisel. Medikana olarak 2008 yılından beri güvenli bir şekilde kullanılmakta olan Tedavi Setini önerebiliriz. Önermekte olduğumuz, evinizde kendi başınıza da uygulayabileceğiniz son derece basit fitoterapi ve egzersiz uygulamalarından oluşan Tedavi Seti ile en kolay ve en ekonomik şekilde penis boyu, erken boşalma ve sertleşmeme sorunlarınızdan kurtulabiliyorsunuz. Yapılan klinik çalışmalarda 3 aylık tedavi ile %80 başarı elde edildiği görülmüştür, bu çok iyi bir orandır. Fitoterapi kısmında 25 bitkinin karışımından oluşan organik destek kapsüllerinizi bu 3 ay boyunca her gün düzenli şekilde almanız gerekiyor. Söz konusu 25 bitkinin her birinin farklı bir görevi var. Bir kısmı cinsel performansı artırıyor, bir kısmı kan dolaşımını düzenliyor, bir kısmı kan damarlarını genişletiyor, bir kısmı isteği artırıyor, bir kısmı enerji veriyor bir kısmı antidepresan gibi psikolojiyi rahatlatıyor vs. Ve böylece en iyi etkiyi alabiliyoruz. Bu süre boyunca aynı zamanda ürün beraberinde gelecek olan bir CD içerisinde anlatılan egzersizleri de haftada 1-2 gün sadece 5-10 dakika boyunca uygulayarak tedaviyi sürdürüyorsunuz. Bu egzersizlerin bir kısmı boşalma üzerindeki hakimiyetin yeniden kazanılmasını sağlıyor. Erken boşalmayı engelliyor, bu problem yoksa da daha uzun ilişkiler yaşamanıza yardımcı oluyor. Bazı egzersizle ise penis içerisindeki dokuları tetikleyerek, oradaki kan dolaşımını artırarak sertleşme kalitesini arttırıyor. Sertleşme kalitesinin atması aynı zamanda penisin maksimum boyutuna ulaşmasını da sağlıyor. Kimyasal madde içermediğinden son derece güvenli olan ve hiç bir yan etkisi bulunmayan bu seti kalp hastaları bile rahatlıkla kullanabilmekte ve çok güzel sonuçlar alabilmekteler. İnternette radyoda, TV'de reklam ile satılan sahte veya başarısız ürünlere benzemeyen, sadece sağlık ürünü olarak bakanlık kontrolünde eczanelerde satılan bu set ile siz de sorunlarınızdan kolayca kurtulabileceksiniz. Konu hakkında daha detaylı bilgi almak üzere uzmanlarımız ile görüşebilmek için ister her sayfamızda sağ tarafta bulunan canlı destek bölümünden isterseniz de 0850 304 4 604 numaralı danışma hattından kendilerine ulaşabilirsiniz. Bakanlık onaylı güvenli ürün. “%100 bitkisel. Kimyasal madde içermediğinden son derece güvenli olan ve hiç bir yan etkisi bulunmayan bu seti kalp hastaları bile rahatlıkla kullanabilmekte ve çok güzel sonuçlar alabilmekteler ”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Endikasyon belirten ifadeler kullanılarak gıda takviyesi niteliğinde olan söz konusu ürünlerin, tıp literatüründe “hastalık” olarak tanımlanan ve doktor kontrolünde tedavi edilmesi gereken sağlık problemlerini tedavi ettiği izlenimi uyandırdığı;

Ayrıca www.medikana.com adresli internet sitesinde “Wıthex Plus” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; *“Bakanlık onaylı güvenli ürün.”* ifadesi ile söz konusu ürünün tüm etkileri ve sonuçları ile Bakanlık tarafından onaylandığı algısı oluşturularak tüketicilerin yanıltıldığı,

Son olarak bahse konu ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; *“%100 bitkisel. Kimyasal madde içermediğinden son derece güvenli olan ve hiç bir yan etkisi bulunmayan bu seti kalp hastaları bile rahatlıkla kullanabilmekte ve çok güzel sonuçlar alabilmekteler.*” ifadelerinin ispatlanmadığı,

 Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

 - Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 4/c,

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

-5996 sayılı Veteriner Hizmetleri, Bitki Sağlığı, Gıda ve Yem Kanununun 24/3 maddesi,

-Türk Gıda Kodeksi Gıda Etiketleme ve Tüketicileri Bilgilendirme Yönetmeliği’nin “Doğru bilgilendirmeye ilişkin kurallar” başlıklı 7 nci maddesinin 7/1,7/2,7/3, 7/4 üncü maddeleri,

Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği’nin 5/1, 5/2, 7/1, 7/2, 8/1, 8/2,8/3, 8/4, 9/1, 9/2, 13/1, 13/2, 13/3, 17/1, 17/3 maddeleri,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/1-b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/6, 9 uncu, 26 ncı, 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**32)**

**Dosya No:** **2019/8489**

**Şikayet Edilen: Yusuf TIĞLI**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.resmi.site/ adresli internet sitesinde yer alan muhtelif

kozmetik ürünlereilişkin tanıtımlar yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <https://www.resmi.site/> adresli internet sitesinde yer alan “Varison Varis Kremi” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; “*Varison Varis Kremini sadece varisli olan bölgeye uygulamanız yeterlidir. Varison kremi sürdüğünüz varisli bölgede 15 Dakika beklettikten hemen sonra ılık suyla durulayın. Hem cildinizi hem de sağlığınızı yenilemek için Varison Varis Kremi denemeden karar vermeyin.”* ifadelerine, “Argoderm Ayak Mantarı Kremi” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Ayak mantar kremi”* ifadelerine, “Vusla Kara Sarımsak Şampuanı+Serum Saç Bakımı” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Saçın yoğunlaşmasını istediğiniz bölgeye uygulayın*” ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** <https://www.resmi.site/> adresli internet sitesinde yer alan “Varison Varis Kremi” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; “*Varison Varis Kremini sadece varisli olan bölgeye uygulamanız yeterlidir. Varison kremi sürdüğünüz varisli bölgede 15 Dakika beklettikten hemen sonra ılık suyla durulayın. Hem cildinizi hem de sağlığınızı yenilemek için Varison Varis Kremi denemeden karar vermeyin.”* ifadelerine, “Argoderm Ayak Mantarı Kremi” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Ayak mantar kremi”* ifadelerine, “Vusla Kara Sarımsak Şampuanı+Serum Saç Bakımı” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Saçın yoğunlaşmasını istediğiniz bölgeye uygulayın*”  ifadelerine yer verildiği, ancak 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 altı çizili 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, 9 uncu, 26 ncı, 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**SAĞLIK**

**33)**

**Dosya No: 2019/566**

**Şikayet Edilen: Dr. Ayhan BEKMEZ (Stem Clinic Center)**

**Şikayet Edilen Reklam:** Kuruluşa ait https://www.facebook.com/drayhanbekmez/, https://tr-tr.facebook.com/stemclinic ve <https://www.instagram.com/stemclinic> adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 28.05.2019 ve 05.08.2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet.

**Tespitler:** https://www.facebook.com/drayhanbekmez/ adresli internet sitesinin 05.08.2019 tarihli görünümünde örnek olarak;

*"Dr. Ayhan Bekmez mükemmel eşine zor rastlanır çok mütevazi efendi üstün bilgili yetenekli kendi dalını aşmış başarılı bir kanser ve kök hücre araştırmacısı Tıp bilim adamıdır... Yenilikçi ve çok Çalışkan bir hekim. Canı gönülden tebrik ve takip ediyorum... Yumurta tembelliğinde yeni tedavi yöntemi. Bize bırakın kök hücre ile çözelim...Erkeklerin Major sıkıntısı erektil disfonksiyon kök hücre ile çok rahat giderilebilir...Günaydınlar.... Kısırlık da kök hücre uygulamaları na ekip olarak başladık.. Gerek erkek gerek kadın kısırlığında çok değerli ekip arkadaşlarım ve sahanın çok değerli hocaları ile beraber uygulamalar yapıyoruz.... İstanbuldaki merkezimizde aynı gün içerisinde tedavi bitmektedir... Bu tür egzamalar her yerde karşımıza çıkıyor. Tedaviye dirençli ve şiddetli kaşıntı yapan bu lezyonlar ümmün sistem kusurdur. Yoğun Steroid kullanımına bağlı zamanla cilt parşomen kağıdı gibi incelir. Lokal kök hücre uygulayacağız. Aynı tedaviyi sedefde de yapıyoruz... Romatizmal bütün hastalıklarda kök hücre uygulamaları yapılmaktadır. Sistemik skleroz, sistemik lupus, romatoid artrit, ankilozan spondilit bunlardan sık kök hücre uygulamaları yaptığımız hastalıklardır."*

<https://tr-tr.facebook.com/stemclinic> adresli internet sitesinin 28.05.2019 tarihli görünümünde örnek olarak;

*" Türkiyenin Bio Pro Stem sertifikalı ilk kök hücre kliniği... Diz ve eklem problemlerinizden SVF tedavisi ile kurtulabilirsiniz... Fibroblast kök hücre ile 10 yıla kadar gençleşin.”*

https://www.instagram.com/stemclinic adresli internet sitesinin 28.05.2019 tarihli görünümünde örnek olarak;

 "*Türkiye'nin BioPro Stem Sertifikalı Tek Kök Hücre Kliniği... Kendi kök hücrelerinizle diz ve eklem ağrılarından kurtulun."* 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 **Dr. Ayhan BEKMEZ (Stem Clinic Center)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**34)**

**Dosya No: 2019/879**

**Şikayet Edilen: Laser Miyopi Özel Tedavi Merkezi Ltd. Şti (Kaşkaloğlu Göz Hastanesi)**

**Şikayet Edilen Reklam:** Kuruluşa ait https://kaskaloglu.com adresli internet sitesi ile https://www.facebook.com/kaskaloglu/ ve https://www.instagram.com/explore/tags/ka%C5% 9Fkalo%C4%9Flug%C3%B6zhastanesi/?hl=tr adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 28.05.2019 ve 09.09.2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://kaskaloglu.comadresli internet sitesinin 28/05/2019 tarihli görünümündeörnek olarak;

*“1985 yılında İzmir Lazer Göz Merkezi olarak temelleri atılan, Özel Kaşkaloğlu Göz Hastanesi 2000 yılından itibaren İzmir Alsancak’ta 6 katlı binasında modern ve son teknoloji kullanılarak etik ilkeler çerçevesinde sağlık hizmeti vermeye devam ediyor... Özel Kaşkaloğlu Göz Hastanesi, Özel sağlık sigortası, anlaşmalı kurumlar üzerinden hizmet verirken, SGK’lı hasta kabulü de yapmaktadır. Başka şubesi olmayan Özel Kaşkaloğlu Göz Hastanesi Ege’nin incisi İzmir’de hizmet sunarken, aile ortamı ve güzel yüzlü personeliyle sizleri karşılıyor... Misyonumuz Takım ruhu ile çalışarak, tüm hastalara en son teknolojiyle en kaliteli hizmeti sunmak, en iyi göz hastanesi olmak ve hasta memnuniyetini en yüksek seviyede sağlamak... Vizyonumuz Profesyonel işgücü ve ileri teknolojiyle referans göz hastanesi olma yolunda faaliyetlerimizi sürdürmekteyiz. Sektördeki gelişmeleri takip ederek ve çalışanlarımıza değer katarak hasta memnuniyetinde beklenenin üstüne çıkmak, güvenilir hizmet ile dünya çapında bilinirliğimizi artırmayı hedefliyoruz... Gözlüklerden kurtulun. Gözlük veya kontakt lens kullanmak istemiyorsanız Intralase LASİK (i-lasik) yöntemiyle gözlüklere veda edebilirsiniz... Lasik veya lasek size uygun değilse ümitsizliğe kapılmayın, ICL, ARTISAN, ARTIFLEX veya CLE-RLE ameliyatları sorununuzu ortadan kaldırabilir*."

https://www.facebook.com/kaskaloglu/ adresli internet sitesinin 09/09/2019 tarihli görünümündeörnek olarak;

“*Gözleriniz emin ellerde... Harika güvenilir bir yer... Ne güzel, ne mutlu... Gözlerim tekrar bozulsa yine size gelirim diyor hastamız... Elbette, her zaman yaptığımız işin arkasındayız ve biz de bunu istiyoruz zaten. Bir sorun mu yaşıyorsunuz yine bizi arayın lütfen! Ne zaman isterseniz, biz hep olduğumuz yerde size hizmet vermek için bekliyor olacağız. Hastanemizi tercih ettiğiniz için teşekkür ederiz...* *Kırılan gözlük camlarının sizi üzmesine izin vermeyin! Lasik olmaya karar vererek gözlük camlarınız kırıldığında değişim için zaman yaratmak, maliyet düşünme derdine de son vermiş olacaksınız... Kaşkaloğlu Göz Hastanesi güvencesinde lazerli günler başladı. Kaçırılmayacak fırsat sonbahara gözlüksüz girmeye ne dersiniz? Gözlük ya da lensleriniz olmadan özgürce kulaç atabilirsiniz… Gözlerinizin güzelliğini perdelemeyin... No Touch lazer yöntemi ile gözlüklerinizden kurtulabilirsiniz."*

https://www.instagram.com/explore/tags/ka%C5%9Fkalo%C4%9Flug%C3%B6zhastanesi/?hl=tr adresli internet sitesinin 09/09/2019 tarihli görünümündeörnek olarak;

*" Göz estetiği ile daha sağlıklı ve genç... Kartal gözü... Femto lazer operasyon ile numaralı gözlüklerin yerini güneş gözlükleri alsın... Gözlükleriniz size ağırlık yapıyorsa kurtulun gitsin.*" gibi ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu tanıtımların sağlık alanındaki faaliyetlere 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, dolayısıyla; bu durumun da;

-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,

-Özel Hastaneler Yönetmeliğinin60 ıncı maddesi,

-Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin29 uncu 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 **“Laser Miyopi Özel Tedavi Merkezi Ltd. Şti (Kaşkaloğlu Göz Hastanesi)** 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 v**erilmesine karar verilmiştir.

**35)**

**Dosya No: 2019/907**

**Şikayet Edilen: Dt. Melik Can TOKAÇ**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şahsaait https://www.melikcantokac.com ve <https://www.instagram.com/melikcantokac/?hl=tr> adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 13.12.2018 / 24.09.2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.melikcantokac.com adresli internet sitesinin 13.12.2018 tarihli görünümünde örnek olarak;

*“Melik Can Tokaç Kliniğinde, dişlerin fonksiyonel bozukluklarının yanı sıra günlük hayatı etkileyen konuşma, gülüş ve gülüşünüzü tamamlayan yüz estetiği konuları bütün olarak ele alınır. Melik Can Tokaç Kliniğinde temel amaç, sağlıklı dişleri öz güveni tam gülüşlerle mümkün kılmaktır... Ön dişlerimde ayrık ve sevmediğim bir görüntü için geldiğim Melik Can Tokaç hocaya şimdi kırışıklık tedavisi için de geliyorum. Gülüşüm emin ellerde... Sağlığın güzellikten ayrı konumlandırılmadığı günümüzde, diş sağlığını bütün yönleriyle ele alabilen bir ekibiz. Amacımız sizin sağlıklı dişleriniz ve her zaman kendinizi iyi ve güzel hissetmeniz. Bu amaçla bir araya gelmiş profesyonel bir ekibiz. "*

 https://www.instagram.com/melikcantokac/?hl=tr adresli internet sitesinin 24.9.2019 tarihli görünümünde örnek olarak;

 "Burun dolgusu, botox, mezoterapi, prp tedavisi, dudak dolgusu.” gibi ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu tanıtımların sağlık alanındaki faaliyetlere 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, dolayısıyla; bu durumun da;

- 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,

-Ağız ve Diş Sağlığı Hizmeti Sunulan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğinin25 inci 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 **Dt.** **Melik Can TOKAÇ** hakkında 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**36)**

**Dosya No: 2019/1682**

**Şikayet Edilen: Dr. Kamil Güray YEŞİLADALI (Vanity Estetik Kliniği)**

**Şikayet Edilen Reklam:** Kuruluşa ait https://www.vanityhairclinic.com/tr/ adresli internet sitesi ile https://www.instagram.com/explore/locations/172223426550653/vanity-estetik-dr-guray-yesiladal/?hl=tr ve <https://www.facebook.com/vanityestetik> adresli sosyal paylaşım sitelerinde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 28.05.2019 ve 26.09.2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet.

 **Tespitler:** https://www.vanityhairclinic.com/tr/ adresli internet sitesinin 28.05.2019 tarihli görünümünde örnek olarak;

 *“3D Saç Ekimi, saçların toplanmasındaki ve yerleştirilmesindeki en gelişmiş yöntemler olan FUE metodu ile Perkutan Tekniğini bir araya getiriyor...Ameliyat olduğu belli olmayan ve çok havalı görünen bir burna sahip olmanız mümkün. Kliniğimizde uyguladığımız son teknoloji 3 Boyutlu Simülasyon sistemi ile operasyondan önce sonuçları görebilirsiniz...Burun estetiğinde hedef, burnun güzel olmasının yanında yüz ile bir harmoni içerisinde olmasını sağlamaktır. Rinoplasti milimetrik hassasiyet gerektiren, ancak iyi bir eğitim, yetenek, sanat görüşü ve çalışma ile mükemmele yakın sonuçlar alınabilecek sofistike bir operasyondur...FUE ve Perkutan tekniklerini birlikte kullanarak, hem doğal görünümlü hem de kalıcı kaşlara sağlınızı riske atmadan kavuşmanızı sağlıyoruz.*"

https://www.facebook.com/vanityestetik adresli internet sitesinin 28.05.2019 ve 26.09.2019 tarihli görünümünde örnek olarak;

 *"Harika hizmetiyle ve güler yüzlü ekibiyle bir numara. Kesinlikle pişmen olmayacaksınız... Karşınızda, 500 cc'lik meme protezi kullanılarak yapılan meme büyütme operasyonunun öncesi ve sonrası... Kapalı rinoplasti tekniğinde tüm kesiler, burun deliklerinin içerisinde oluşturulur.️ Böylece ameliyattan sonra dışarıdan görülebilecek hiçbir iz kalmaz... Burun estetiği, deneyimli bir estetik cerrah  tarafından uygulandığında, fazlasıyla etkili, güvenilir ve güvenli bir prosedürdür. ️Burun, yüzde merkezi bir konumda bulunduğundan, burun estetiği yüzün tamamını daha güzel ve orantılı hale getirebilir."*

<https://www.instagram.com/explore/locations/172223426550653/vanity-estetik-dr-guray-> yesiladal/?hl=tr adresli internet sitesinin 28.05.2019 tarihli görünümünde örnek olarak;

*"Çok istediğin popo senin olabilir!⠀Brazilian Butt Lift, BBL uygulamasıyla hem vücudunun diğer yerleri incelecek hem de popon o her zaman istediğin kalkıklığa ulaşacak!...Dudak dolgusu çok tercih edilen ve ağrısız işlemlerden bir tanesi. Uygulama yapılmadan önce dudağa uyuşturucu bir krem sürerek dudaktaki hissi azaltıyoruz ve böylelikle ağrı eşiği düşük olan hastalarımız da rahat bir şekilde bu uygulamayı yaptırabiliyor... Küçük değişiklikler hayat değiştirir! Burun estetiği yüzün tamamını daha güzel ve orantılı hale getirebilir. Sadece buruna yapılacak müdahalenin yetersiz kaldığı durumlarda profiloplasti bir çözüm olabilir."* 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 **Dr. Kamil Güray YEŞİLADALI (Vanity Estetik Kliniği)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**37)**

**Dosya No: 2018/2620**

**Şikayet Edilen: Glanz Estetik Özel Sağlık Hizmetleri Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** <http://glanzestetik.com/> ve [www.facebook.com/glanzestetik](http://www.facebook.com/glanzestetik) adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 10.09.2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <http://glanzestetik.com> adresli internet sitesinin 10.09.2018 tarihli görünümünde örnek olarak;

*Anasayfada; “Dolgun & Canlı Dudaklar… Epilasyon, Saç Ekim, Plastik Cerrahi İstediğiniz Her Şey Burada!...”, “Lazer Epilasyon: Aşırı ve istenmeyen tüy ve kıllar Türkiye'de olduğu gibi tüm dünyada bir çok insan için can sıkıcı, utanç verici ve yıllarca süregelen önemli bir sorundur. Öyleki bu durum insanların sosyal ve mesleki hayatını olumsuz yönde etkileyerek yaşam kalitesini düşürür. İnsanın kendine olan güvenini kaybetmesine neden olur. Bu güvenin tekrar kazanılmasında şüphesiz lazer epilasyon büyük öneme sahiptir. Sorunun Kaynağı. İstenmeyen kıl ve tüylerin oluşma sebepleri kişiden kişiye değişik olmakla birlikte genel olarak; Ağda, cımbız vs. yöntemler, Ergenlik ve menopoz, Genetik, hormon dengesizliği, Doğum sonrası hormonlarda oluşan değişimler, Doğum kontrol hapları olarak sayılabilir. Üzülmeyin! Çaresiz Değilsiniz... Kesinlikle üzülmeyin, bu sıkıntılı durumdan kurtulmak lazer epilasyon ile çok kolay... Üstelik ağda, epilator vs. geleneksel epilasyon yöntemleri gibi acı verici değil. Hepsinden önemlisi lazer epilasyon ömür boyu kalıcı bir tedavi yöntemidir… Botox: Botox cildin kendisini yenileyememesi sonucu yaşlanan ciltte, kırışıklıklar, düşük kaş, terleme gibi rahatsızlıklarda anında sonuç alınan, uygulaması pratik ve bir süre sonra da etkisini kaybedebilen kolay bir çözüm uygulamasıdır. Botox Nedir? Nasıl Etki Eder? Clostridium botulinum adlı bir bakteriden elde edilen botulinum toksini, botoks (botox) uygulamasıyla tıbbın bir çok alanında özellikle plastik cerrahide ve kozmetik amaçla kırışıkların tedavisinde kullanılmaktadır. Kasların çalışmasını önleyerek etki sağlar. Sinir ve kas arasındaki etkileşimi bloke ederek mimiklerin kullanımını kısıtlar. Botoks Kullanım Alanları: Koltuk altı terlemelerinde, El, ayak terlemelerinde, Ciltteki ince kırışıklıkların giderilmesinde, Kaş arası ve alın çizgilerinin giderilmesinde, Göz çevresi (kaz ayakları) kırışıklıklarının giderilmesinde, Dudak üstü ve çevresi kırışıklıkların giderilmesinde, Kaş ve burun ucu kaldırma, Boyun ve dekolte kırışıklıklarında… Terleme Tedavisinde Botoks Ne Kadar Süre İle Etkili Olur? Ortalama 6 aya kadar etki göstermekle birlikte hastaların % 40’ı bir yıla yakın bir süre terleme şikâyeti yaşamadıklarını belirtmektedirler. Migren Tedavisinde Botoks Uygulaması. Kronik migren ağrılarında botoks kullanımı FDA tarafından onaylanmış bir uygulamadır. Migren Tedavisinde Botoks Nasıl Etki Gösterir? Botoks kasları gevşetip, beyine ağrı mesajını ileten siniri bloke ederek ağrıya olan duyarlılığı azaltır. Migren botoksu uygulanan hastaların yaklaşık % 70’i, migrenli gün sayısında tedavi öncesine göre %50’den fazla azalma olduğunu belirtmişlerdir. Migren Tedavisinde Botoks Ne Kadar Sürede Uygulanır ve Ne Kadar Etki Gösterir? Migren botoksu, 15- 30 dakika gibi bir sürede, baş ve boyundaki 7 kritik noktaya spesifik dozda uygulanır, birkaç gün içinde etkisini göstermeye başlar ve 12 hafta boyunca migrene bağlı baş ağrılarına karşı önleyici etki gösterir…Yüz & Dudak Dolgusu: Daha ziyade kadınlar arasında son dönem trendleri arasına giren dolgun dudak isteği, sağlık ve estetik sektörünün de konuya ilgisini yoğunlaştırmasıyla, uzun süreden beridir etkileri bilinen ve yan etkisinin neredeyse hiç olmadığı, çeşitli tedavilerde de sıkça kullanılan hyalüronik asit dudak dolgusu jelleri ile dudaklara istenilen şeklin verilmesi artık çok pratik ve kolay… Bunun yanısıra hyalüraonik asit cilt dolgusu yüzdeki derin kırışık ve çökmelerde de yaygın olarak kullanılmaktadır. HYALÜRONİK ASİT NEDİR? Hyalüronik asit vücudumuzda bulunana bağ dokunun ana yapı maddesidir. Ciltteki canlılık, parlaklık, nem, renk, sıkılık hyalüronik asitin etkileridir. Bebek cildinde yüksek miktarda hyalüronik asit bulunması konunun anlaşılması açısından iyi bir örnektir. Dolgunun Kullanım Alanları: En sık kullanıldığı alanlar; Dudak dolgunlaştırma ve dudak kontürünü belirginleştirmede, Derin kaş arası ve alın çizgilerinin giderilmesinde, Ağız kenarı kıvrımlarının giderilmesinde, Dudak ve çene arasındaki çökmelerin doldurulmasında… Lazer Epilasyon, Diyot Lazer, Sivilce & Akne Tedavisi, Ben (Nevus) Tedavisi, Leke Tedavisi, Kök Hücre (Dermaterapi) Tedavisi, Prp Tedavisi, Somon Dna, Gençlik Aşışı, Plastik Cerrahi, Abdominoplasty (Karın Germe), Blepharoplasty (Göz Kapağı Estetiği), Rhinoplasty (Burun Estetiği), Liposuction (Yağ Aldırma), Meme Büyütme…”*

- [www.facebook.com/glanzestetik](http://www.facebook.com/glanzestetik) adresli internet sitesinin 10.09.2018 tarihli görünümünde örnek olarak;

*“Gençlik aşısı. Gençliğinizi yeniden kazanın…Bugün ki Hastamız Almanya dan Emel Hanıma İp Askı Uygulaması Yapıldı. Sağlıklı Güzellik İçin, Sizleri 'Glanz Estetik' e Bekliyoruz.. Yaz'a çok az kaldı! Çok geç olmadan fazlalıklarınızdan kurtulmanın yolu Glanz Estetik'den geçiyor! Liposuction (Yağ aldırma) Fazlalıklarınızdan anında kurtulun… Doğal görünümlü dolgun dudaklar için adres Glanz Estetik! Yüz/Dudak Dolgusu. Doğal görünümlü dolgun dudaklar… Glanz Estetik'de meme büyütme operasyonuyla mükemmel ölçüler artık hayal değil! Meme büyütme operasyonu… Karın germe uygulamasıyla Glanz Estetik'de fit bir vücuda sahip olun… Abdominoplasty Karın Germe. Fit bir vücut için… Glanz Estetik'de göz kapağı estetiği ile gözleriniz konuşsun! Blepharoplasty Göz Kapağı Estetiği…Glanz Estetik'de Diyot Lazer uygulamasıyla konforlu epilasyonun keyfini çıkarın!...”*şeklinde doktorlar tarafından uygulanması gereken çeşitli tıbbi işlemlere ilişkin ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu ifadeler ve görüntüler vasıtasıyla doktorlar tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlere ilişkin reklam yapıldığı, sağlık mevzuatında izin verilen bilgilendirme ve tanıtım faaliyetleri kapsamının aşıldığı,

Bununla birlikte, anılan internet sitesi aracılığıyla anlaşmalı sağlık kuruluşları lehine aracılık faaliyetinde bulunulduğu ve bu durumun diğer sağlık kuruluşları açısından haksız rekabete sebep olduğu,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

-6023 sayılı Türk Tabipleri Birliği Kanununun 64 üncü maddesi,

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

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

-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-b, 26 ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi.

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Glanz Estetik Özel Sağlık Hizmetleri Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **69.086-TL (Altmışdokuzbinseksenaltı Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları verilmesine karar verilmiştir.**

**38)**

**Dosya No: 2018/4128**

**Şikayet Edilen: Dr. Ufuk ALATEKİN**

**Şikayet Edilen Reklam:** doctorsclinic.com.tr, [www.facebook.com/drcliniccenter](http://www.facebook.com/drcliniccenter), [www.facebook.com/doctors6](http://www.facebook.com/doctors6), [www.instagram.com/drcliniccenter](http://www.instagram.com/drcliniccenter) ve [www.instagram.com/drufukalatekin](http://www.instagram.com/drufukalatekin) adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 25.10.2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <https://doctorsclinic.com.tr> adresli internet sitesinin 25.10.2019 tarihli görünümünde örnek olarak;

*"Son 10 Yılınızı geri alın... DUDAK DOLGUSU: Şüphesiz ki hepimiz daha dolgun daha çekici dudakların hayalini kurarız. Doktorlarımız hayallerinizdeki dudaklara kavuşmanız için sizleri bekliyor. Öyle güzel yapıyoruz ki herkes ne kadar güzelleştiğinizi sizinle paylaşırken kimse ne yaptığınızı anlamayacak... SAÇ EKİMİ: Saç dökülmesi insanlar için en önemli sorunlardan biridir. Farklı problemlerden de kaynaklanabileceği gibi, genetik dökülme de zaman içinde size saçlarınızı kaybettirebilir. Artık kaybettiklerinizi geri alma zamanı. Doktorumuz en son yöntemlerle sizi aynalarla yeniden barışmaya davet ediyor..."* gibi ifadelere yer verildiği,

[www.facebook.com/drcliniccenter](http://www.facebook.com/drcliniccenter), [www.facebook.com/doctors6](http://www.facebook.com/doctors6), www.instagram.com/ drcliniccenter ve [www.instagram.com/drufukalatekin](http://www.instagram.com/drufukalatekin) adresli internet sitelerinin 25.10.2019 tarihli görünümündebenzer ifadelerle birlikte hastalara ait tedavi öncesi ve sonrası görüntülere, tıbbi işlem uygulama görüntülerine ve hasta yorumlarına yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Bu ve benzeri ifade ve görüntüler vasıtasıyla hekimlerin ve sağlık kuruluşlarının mevzuatta izin verilen bilgilendirme ve tanıtım faaliyetleri kapsamının aşıldığı ve reklam yapıldığı; bu tanıtımların şahsın faaliyetlerine ticari bir görünüm veren, talep yaratıcı ve diğer hekimler ve sağlık kuruluşları aleyhine haksız rekabete yol açıcı nitelikte olduğu,

 Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

-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-ğ, 5/1-h, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 7/5-c, 26 ve 32 nci maddeleri,

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Dr. Ufuk ALATEKİN** 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.

**39)**

**Dosya No: 2019/1843**

Duygu Çiloğlu isimli şahsa ait duyguciloglu.com adresli internet sitesinde yer alan tanıtımların mevzuata aykırı olduğu iddiasına ilişkin **görüşme ve değerlendirmelerin ertelenmesine** karar verilmiştir.

**40)**

**Dosya No: 2018/645**

**Şikayet Edilen: Ataecza Online Eczane Ecza ve Sağlık Ürünleri**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 09.08.2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Kuruluşa ait www.ataecza.com adresli internet sitesinin 09.08.2018 tarihli görünümünde*;* "Form Destek" başlığı altında yer alan "Activin T Zayıflamaya Yardımcı Tablet" ürünün tanıtımında; "...*yeşil çayın zayıflatıcı etkilerini içerisinde barındıran zayıflamaya yardımcı bir tablettir...vücudun daha sonrası için yağ depolamasını engeller ve alınan fazladan yağın vücut dışarısına atılmasını sağlar...yağların yakımını hızlandırır...zayıflamanıza yardımcı olur..."* gibi ifadeler ile sağlık beyanlarına yer verilerek tanıtım ve satışının yapıldığı ve gıda takviyesi niteliğindeki ürünlerin insan fizyolojisine ve/veya metabolizmasına etki eden bir “tıbbi ürün” gibi tanıtıldığı;

Ayrıca, *"Anne Ürünleri" gibi başlıklar altında yer alan "Bella B Mom Essentials Set Anne Ürünleri Set" ürününün tanıtımı yapılırken; "...meme ucunun yenilerek, sağlıklı haline dönmesine yardımcı olur...meme ucu çatlakları önlenir..."* gibi kullanılan ifadelerin kozmetik tanımını aşan ifadeler olduğu;

Diğer taraftan, kuruluşun Sağlık Bakanlığı'nca düzenlenmiş bir eczane ruhsatnamesi bulunmadığı halde, kuruluşa ait internet sitesinin alan adı içerisinde "eczane" ibaresine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar** İlgili mevzuat gereği, eczacılar ve eczaneler adına internet sitesi açılmasının yasak olduğu, bu bağlamda, eczacılar ve eczaneler adına dahi internet sitesi açılması yasak iken, eczane ruhsatnamesine sahip bulunmayan firmanın internet sitesinin alan adında "eczane" ibaresine yer vermesinin tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte ve ilgili mevzuata aykırı olduğu, tüm bu durumların da;

- 6197 sayılı Eczacılar ve Eczaneler Hakkında Kanun’un 24 üncü maddesi,

- Eczacılar ve Eczaneler Hakkında Yönetmeliğin 42 ile 43 üncü maddeleri,

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 üncü maddesi,

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/c, 5/ç, 5/d ve 6 ncı maddeleri,

- 5996 sayılı Veteriner Hizmetleri, Bitki Sağlığı, Gıda ve Yem Kanununun “Gıda ve Yemde İzlenebilirlik ve Etiketleme, Sunum ve Reklâm ile Tüketici Haklarının Korunması” başlıklı 24 üncü maddesinin 3 üncü bendi,

- 26.01.2017 tarih ve 29960 mükerrer sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren Türk Gıda Kodeksi Gıda Etiketleme ve Tüketicileri Bilgilendirme Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3 ve 7/4 maddeleri,

- 26.01.2017 tarih ve 29960 mükerrer sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği’nin 5/1, 5/2, 7/1, 7/2, 8/1, 8/2, 8/3, 8/4, 9/1, 9/2, 13/1, 13/2 ve 13/3 maddeleri,

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi.

 hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Ataecza Online Eczane Ecza ve Sağlık Ürünleri** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine **karar** verilmiştir.

**41)**

**Dosya No: 2018/2591**

**Şikayet Edilen: Dt. Özgür BAYDEMİR**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.instagram.com](http://www.instagram.com) adresli sosyal paylaşım sitesinde şahsa ait sayfada yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 13.07.2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde şahsa ait *"ozgurbaydemir\_"* kullanıcı isimli sayfanın 13.07.2018 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *" ...sorunlu bir kanal tedavisi yapılmış olan dişte, sonradan çok da iyi bir kanal tedavisi yapılmış olmasına rağmen iyileşemeyen iltihap...Basbayağı, hastanın çene kemiği içerisinde gider bu malzeme ama hiç acıtmaz anestezi olmamasına rağmen... estetik bölge olsun olmasın, diş tedavisinin en önemli aşamalarından birisi yapıştırma seansıdır..yapıştırma esnasındaki izolasyonun en etkin yöntemi ve altın standardı lastik örtü kullanımıdır... izolasyon hem alttan renkleşmenin engellenmesi hem de yapışma kuvvetinin maksimize edilmesi için kritik öneme sahiptir..Tüm bu avantajlara ilaveten, yapışma yüzeyinin sınırları da açığa çıkarılarak, yapıştırma malzemesinin diş eti altına kaçması engellenebilir ve çok daha etkin bir şekilde temizlenebilir... kendisi de diş hekimi olan hastamın dişlerindeki çapraşıklıkları telsiz ortodonti ile kısa süre içerisinde tedavi ettim... zor gibi görünen pek çok vakada, hiç tel takmadan güzel ve estetik sonuçlar elde etmek mümkün…*" gibi bilgilendirme sınırını aşan ifadelere yer verildiği,

Diğer taraftan*, " Hasta, bir doktor arkadaşım aracılığıyla bana başvurmuştu. Bir yerde çok sayıda implant ve kaplamalar yapılmış, implantların bir kısmı kaybedilmiş, elde kalanların üzerine dünya saçması bir porselen yığını yapılmış...Dişlerin birbiri üzerinde kayma/çiğneme hareketleri hiç bir mantığa dayanmayacak şekilde düzenlenmiş...öylesine yapılmış... 1,5 yıldır devam eden, sonuçsuz ve çok sayıda başarısız implantla giden bir süreç... hasta tarafından yüzü dahi görülmek istenmeyen bir meslektaş... Hastaya "bu protezin hatalı olduğunu söylemedim" tabi ki... Şimdi bu hasta, tüm dişlerinin kanal tedavilerini adam akıllı yeniden yaptırmak zorunda... yapılan işin her yönden...bilimsel olarak hakkı verilmedikçe, sonuçlar maalesef değişmiyor... "* gibi diğer hekimleri kötüleyici ve haksız rekabet yaratan ifadeler ile hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Bilindiği üzere, sağlık alanında yürürlükte bulunan mevzuat gereği, sağlık alanında faaliyet gösteren kuruluşların, 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 veremeyeceği hüküm altına alınmıştır.

Bu bağlamda; inceleme konusu sosyal paylaşım sitesinde yer alan ifade ve görüntülerin 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 Nizamnamesinin 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;

- Ağız ve Diş Sağlığı Hizmeti Sunulan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğinin 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. Özgür BAYDEMİR** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**42)**

**Dosya No: 2018/2607**

**Şikayet Edilen:** **Aristo Güzellik Ltd. Şti. (Aristo Güzellik Salonu)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 20.07.2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Kuruluşa ait https://www.aristoestetik.com/ adresli internet sitesinin 20.07.2018

tarihli görümünde örnek olarak;

- Ana sayfada; *"Sema Arabacıoğlu: Dil eğitimi için gittiği Londra'da aldığı 25 kilodan kurtulmak için, yeniden sağlıklı, zinde ve formda bir bedene sahip olmak için arayışlara başladı. Bu arayış sırasında Electrotheraphy sistemi ile tanıştı, bu sistem sayesinde elde ettiği sonuçlar sonrasında Londra'da 2 yıl Beuty Terapist eğitimi aldı. Türkiye'ye döndükten hemen sonra açtığı ARİSTO ESTETİK MERKEZİ ile tüm müşterilerine 19 yıllık bir deneyimle son sistem olan MICRO PLUS Electro Theraphy'i sunmaktan büyük mutluluk duymaktadır..... Micro plus yüz gençleştirme uygulamasının yüzde toparlamayı, sıkılaştırmayı ve cilt yapısını canlandırmayı sağlayan gözle görülür etkileri var... Tıbbi masaj olarak da bilinen medikal masaj, hekim tarafından önerilen ve uzman kişiler trafaından gerçekleştirilen tedavi amaçlı bir masaj çeşididir..."* ,

- "Hakkımızda" başlığı altında; *"Londra'da 2 yıl Beauty Terapist (Estetisyen) eğitiminin ardından Türkiye'De ARİSTO ESTETİK firmasını kura nSema Arabacıoğlu.... güzellik ve estetik danışmanlığı konusunda uzmanlaşmış bir estetisyendir. Akademik olarak güzellik ve estetik danışmanlığı eğitimlerini Londra'da CACI INTERNATIONAL ve TÜRKİYE^DE LCC Güzellik Akademisinde tamamlamıştır..." Estetik ve güzellik herkesin kendisine vermesi gereken güzel bir hediyedir" ... Yenilikçi MICRO PLUS yöntemiyle bunusizde deneyin..."* ,

- "Ekibimiz" başlığı altında; *" Dr. Mehmet Rahşan 2005 yilinda Hacettepe üniversitesi dermatoloji anabilimi dalindan mezun olmuştur. United Doctors’ta Dermatolog olarak yer alan Dr. Mehmet Rahşan 2007 yilinda italia milano sehrinde laser for rejuvenation and vascular lesion ve Microphototherapy in the treatment of psoriasis; Quantasystem; eğitim sertifikalarini almistir.... Dr. Serra ŞENTEKİN ...Yaklaşık 1 sene bir Doğal Tedavi ve Kür Merkezi'nde hekimlik yaptıktan sonra, klasik ilaç bağımlı tıptan uzaklaşarak, YAŞAM TARZI DEĞİŞİKLİKLERİ ve DOĞAL TEDAVİLerle uğraşmaya başladı. Bunun ilk adımını 2012 yılında VİOLET GÜZELLİK MERKEZİ'ni kurarak yaptı. Kısa sürede uyguladığı; gerek beslenme ve yaşam tarzı önerileri, gerekse vücutta kilo vermeyi sağlayan, kasları çalıştıran ve doğal yollarla yattığınız yerde spor yaptıran MİCROPLUS cihazı sayesinde 800 den fazla insanı zayıflatan ve beslenmelerini düzenleyen ŞENTEKİN, bunun devamını sağlayabilmek ve farkına vardırabilmek için iki kitap yazdı..."* ,

- "Basında Biz" başlığı altında; *" Güzellikte sınır tanımıyor: Cemiyet hayatından birçok ismin güzelliğine güzellik katan Sema Arabacıoğlu...Başarıyı kutladılar:Arabacıoğlu, geçen yıl piyasaya sürdüğü kendi üretimi Micro Plus cihazıyla ameliyatsız yüz gençleştirme ve sıkılaştırma alanında ardından söz ettiriyor...Tunus ve Suudi Arabistan'ın ardından şimdi de Londra'daki güzellik merkeziyle anlaşma yapan Arabacıoğlu başarısını..kutladı... Mucize Cihaz Micro Plus, Yeni Yüzüyle Yakında Görücüye Çıkıyor! : ...Yönt-em sayesinde binlerce insanın genç kalmayı, sağlıklı ve fit olmayı başardığını söyleyen Arabacıoğlu, mucizevi sonuçları nedeniyle birçok değerli bilim adamı ve doktorun Micro Plus'ı önerdiğini vurguladı..."* ,

- "Hizmetlerimiz" başlığı altında*; " Yüz Gençleştirme: Micro plus yüz gençleştirme uygulamasının yüzde toparlamayı, sıkılaştırmayı ve cilt yapısını canlandırmayı sağlayan gözle görülür etkileri var... Karın Toparlama: .. 3 farklı dalga boyu galvanik akım verilerek karın kaslarını güçlendirmek, sıkılaştırmak ve 1-3 beden arası incelme etkisi göstermektedir... Beutytek: ...yeni nesil kozmetik ürünüdür. Cilt gençleştirme ve kırışıklıkları önlemede yıllar süren araştırma ve geliştirmelerin sonucu Beutytek Light tedavi yöntemi, ortaya çıkmıştır..."* ,

- "Beautytek" başlığı altında; *" Beautytek ailesinden yeni nesil kozmetik ürünüdür. Cilt gençleştirme ve kırışıklıkları önlemede yıllar süren araştırma ve geliştirmelerin sonucu Beautytek Lıght tedavi yöntemi ortaya çıkmıştır. Yıllarca Hyalürik asit preperatları kırışıklıkların altına enjekte edilerek tedavi edilmeye çalışılmıştı. Bu ağrılı ve çoğu insanın kaçındığı yöntem artık gerilerde kalmıştır...Beautytek Light kozmetik uygulamaları şimdi enjeksiyonlar olmadan ve cerrahi olmayan bir kırışıklık tedavisi ve cilt gençleştirme sunmaktadır... "* ,

- "Medikal Masaj " başlığı altında; *" Medikal masajın insan sağlığına birçok faydası bulunur.Medikal masaj el, su ve elektrik gibi çeşitli teknikler kullanılarak yapılır ve hasta masajın ardından büyük bir rahatlama yaşar.Medikal masaj , birçok hastalığın tedaisinde uygulanmaktadır.Oldukça geniş bir kullanım alanı olan tıbbi masaj ödem , Parkinson hastalığı,..., travmatik beyin hastalıkları, menopoz , psikolojik sorunlar gibi birçok sağlık problemini tedavi etmede başarı sağlar..."* ,

- "Yüz ovalini belirginleştirme" başlığı altında; *" ...Microplus yüz lifting uygulaması kaslara 36 saat sport etkisi yaratırken kollojen ve elastin aktivasyonu %41 attırdığı gözleme lenmiştir. Yüzde 8/12 yaş aralığı gençleşme ve toparlanma görülmektedir..."* gibi ifadelere yer verildiği;

- "Videolar " başlığı altında yayınlanan videolarda; *" Micro Plus: ..Biz bu cihazla yüz de geriyoruz, kol sarkmalarınızı da gideriyoruz, sırt kaslarınızı da güçlendiriyoruz, bacaklarınızı daraltıyoruz, karın kaslarınızı ve yağlarınızı toparlıyoruz, neticede kas olan her bölgeye hiç korkmadan çalışıyoruz...hiçbir şekilde vücuda zararı olan birşey değil... Kanaltürk/Bugün TV Anahaber: Tek Seansta Bile Etki Gösteriyor (altyazı) Yüz felci geçiren; ancak eski haline bir türlü dönemeyenler ekran başına! Bu yöntem tam sizin için!Bu yöntemin.... yüz felcini büyük oranda ortadan kaldırdığı söyleniyor...Micro Plus'ın bir seansının bile 35 saatlik spora bedel olduğu söyleniyor..."* gibi ifadeler ile tıbbi işlemlere kapsamında yer alan boyun germe gibi işlemlerle ilgili hasta önce ve sonra görsellerine yer verildiği;

- "Sertifikalar" başlığı altında görselleri sunulan sertifikalar ile kuruluşa yönlendirici ve haksız rekabete yol açan içeriklere yer verildiği;

Diğer taraftan; kuruluşa ait açık hava ilanlarında *"Aristo...Yüz Gençleştirme ve Zayıflama"* ile *"Aristo Estetik... Bölgesel Zayıflama... Micro Plus"* ifadelerine yer verildiği; ancak kuruluş türünün net olarak belirtilmemesi nedeniyle tüketicilerin yanıltıldığı;

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Bilindiği gibi, 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,

- 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanun'un 1, 24 ve 25 inci maddeleri;

- 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 **Aristo Güzellik Ltd. Şti. (Aristo Güzellik Salonu)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**43)**

**Dosya No: 2018/3028**

**Şikayet Edilen: Diş Hekimi Anla AKATA**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.dranlaakata.com](http://www.dranlaakata.com) adresli internet sitesi ile [www.instagram.com](http://www.instagram.com) adresli sosyal paylaşım sitesinde şahsa ait sayfada yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 28.05.2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu www.dranlaakata.com adresli internet sitesinin 28.05.2019 tarihli

görünümünde örnek olarak;

- "Dr. Anla Akata" başlığı altında; *"...Doktora eğitimi sırasında yurtiçi ve yurtdışı birçok eğitim ve seminere katılmış, estetik diş hekimliği ile ilgili bilimsel ve klinik çalışmalar yapmıştır. Doktora ve uzmanlık eğitimini ‘Diş hekimliği CAD/CAM sistemlerinde kullanılan intraoral ve ekstraoral ölçümleme işlemlerinin netliğinin araştırılması’ [The evaluation of accuracy in intraoral and extraoral dental Cad/Cam impression] isimli tez çalışması ile 2012 yılında tamamlamıştır.Doktora eğitimi nedeniyle kendisine 2012 yılında Sağlık Bakanlığı tarafından 'Protetik Diş Tedavisi Uzmanı' ünvanı verilmiştir....",*

- "Tedaviler" başlığı altında; *"...ESTETİK DİŞ HEKİMLİĞİ Dişlerimiz gülüşümüzü, gülüşümüz de enerjimizi yansıtır. Güzel ve sağlıklı bir gülümseme kişisel özgüven demektir.... Zirkonyum uygulaması diş eti ile uyumlu, ışık geçirgenliği mükemmel ve renk yansımalarını daha doğal yansıtan bir uygulamadır. Diş implantı, diş eksikliklerinin tedavisinde kullanılan; adeta diş kökünü taklit eden, titanyumdan üretilmiş materyallerdir. Ortodontik tedavi, dişler ve çenelerin işlev ve estetiğini ideale ulaştırarak bireyin yaşam kalitesini yükseltmesine katkıda bulunur. Diş beyazlatma işlemi, çeşitli nedenlerle renk değiştirmiş ve sararmış dişlerin rengini birkaç ton açmak için uygulanan bir çözümdür...GÜLÜŞ TASARIMI smile design Gülüş tasarımı, hekimliğin ve sanatın birlikte uygulandığı bir alandır. Hastanın genel yüz hatları, kişisel istekleri ve beklentileri dikkate alınır; doğal ve sağlıklı bir görünüm estetikle birleştirilerek hekim uzmanlığında kişiye en uygun gülümseme tasarlanır...Güzel bir gülüş; kendine güven duygusunun anahtarı, pozitif enerjinin dışa vurumudur ve kişiler arası iletişimde önemli bir rol oynar..."* ,

- "Uygulamalar" başlığı altında; *"...Modern tedavi yöntemleri ile yapılan; doğal dişe benzeyen*

*ve biyolojik uyumlu diş köprüleri, zirkonyum altyapılar ve estetik lamina diş kaplamaları sayesinde, daha estetik bir gülüşe sahip olabilirsiniz..."* gibi bilgilendirme sınırını aşan ifadelere ve hasta öncesi ve sonrası görsellerine yer verildiği;

www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinin 28.05.2019 tarihli görünümünde kuruluşa ait “dranlaakata” kullanıcı isimli sayfada yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *"..Laminate venerlerin gücü...Cam seramiklerle yeni bir gülüş daha tasarladık...Çok içten ve güzel gülen bir kızın gülüşünü değiştirmek daha kolay...Cam seramiklerle harikalar yaratılıyor, öyle değil mi?..Zor vakalar mı beni çekiyor, yoksa ben mi zor vakaları seviyorum bilemedim :) 20 üye cam seramik restorasyon ile gülüş tasarımı...Geçen hafta çok beğenerek bitirdiğim tüm ağız tam seramik restorasyonlar...Şükürler olsun ki hiçbir vakam kolay değil :)) 6 adet cam seramik restorasyonla güzel bir kızı daha da güzel yaptık..."* gibi bilgilendirme sınırını aşan ifadelere ve hasta öncesi ve sonrası görsellerine yer verildiği;

Diğer taraftan*; "...Her şey için çok teşekkür ederim. Sonuçtan çok memnunum. Sizin ve ekibinizin emeğine sağlık...Her zamanki gibi.Elinize gözünüze sağlık...Süper olmuş ellerinize sağlık dr hanım...Görünüm çok güzel gerçekten verilen emek üst düzeyde emeğinize sağlık Kastamonudan sevgililer saygılar...dr hanım yine harika bir iş çıkarmışsınız tebrikler..."* gibi hasta teşekkür, övgü ve yorumlarına yer verildiği;

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Bilindiği üzere, sağlık alanında yürürlükte bulunan mevzuat gereği, sağlık alanında faaliyet gösteren kuruluşların, 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 veremeyeceği hüküm altına alınmıştır.

Bu bağlamda; inceleme konusu sosyal paylaşım sitesinde yer alan ifade ve görüntülerin 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 Nizamnamesinin 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;

- Ağız ve Diş Sağlığı Hizmeti Sunulan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğinin 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 **Diş Hekimi Anla AKATA** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**44)**

**Dosya No: 2018/3042**

**Şikayet Edilen: Mehmet Kandil Estetik Merkezi**

**Şikayet Edilen Reklam:** Kuruluşa ait mehmetkandil.com adresli internet sitesi ile www.facebook.com ve www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitelerinde kuruluşa ait sayfalarda yapılan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 17.06.2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.mehmetkandil.com adresli internet sitesinin 17.06.2019 tarihli görünümünde;

- Ana sayfada*; "...Markamız 2014 yılından beri sektörde bulunup medikal estetik ve güzellik alanında hizmet vermektedir. Marka vizyonu gereği yapılan işlemlerde doğallık ve sağlıklı işlemler gözetilmektedir. Tüm işlemlerde kişiler tabiyatından uzaklaştırılmadan, ifadeleri değiştirilmeden kusurlu olan bölgeler estetik açıdan görsel sonuçlar doğurulur.Firmamız Nişantaşı Rumeli Caddesinde olup iş sanat ve cemiyet hayatı başta olmak üzere kişisel bakımına özen gösteren tüm erkek ve bayan müşterilere hizmet vermektedir. Butik hizmet veren kuruluşta kalıcı makyajlar, medikal işlemler, cilt-leke tedavileri saç ekimleri ve narkozsuz estetik işlemleri yapılmaktadır. Bununla birlikte daha kompleks medikal estetik operasyonları için medikal yönlendirmelerin yapıldığı bir estetik merkezidir..." ,*

- "Dudak Dolgusu" başlığı altında; *"...Dudak dolgusu işlemi her yaşta uygulanabilmektedir. Önemli olan bu işlemin doğru kişiler tarafından doğru bir şekilde uygulanmasıdır...İnce dudaklara sahip olan kişilerin tercih ettiği dudak dolgusu bir başka isim ile dudak estetiği işleminin bir yan etkisi bulunmamaktadır. Dudak kalınlaştırma işleminde vücutta da bulunan Hyalüronik asit dolgu maddesi kullanılır. Bu dolgu maddesinin vücuda bir zararı yoktur...Genellikle ilk seansta etki görülebilmektedir... Aynı gün içerisinde hasta günlük yaşantısına devam edebilir...Özel salonumuzda uygulanan bu işlemi yaptırmak isteyenler genellikle doğal dudak dolgusunu tercih etmektedir. Böylelikle hem daha doğal hem de daha estetik bir görünüm kazanmış olacaklardır...Son zamanlarda en sık kullanılan bir yöntem olarak bilinen ışık dolgusu ; Cilde ışık verilmesi ile üretilmiş bir mezoterapi işlemidir...Cilde bir zararı olmayan bu ürünün, vücudunda tekrar yapılandırma özelliğine sahiptir...Işık dolgusunda yapılan işlemin süresi 1-1,5 yıla kadar sürebilmektedir...İşinde uzman kadromuz ile yıllardır bu işlemleri yapmaktayız. Kullanıcılarımıza En iyi dudak estetiği fiyatlarını verip, en kaliteli hizmeti vererek müşterilerimizin memnuniyetini kazanmaya devam ediyoruz...Dudak dolgusunda yeni yıla yeni dudak özel kampanysaı 999 TL..."* gibi ifadeler üzerinden sadece hekim tarafından uygulanabilecek tıbbi işlemlere ilişkin bilgilendirme sınırını aşan ifadeler ile hasta öncesi ve sonrası görsellerine ve kampanya bilgilerine yer verildiği;

www.facebook.com adresli sosyal paylaşım sitesinin 17.06.2019 tarihli görünümünde kuruluşa ait “Mehmet Kandil" kullanıcı isimli sayfada yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *"...Sizi yorgun ve olduğunuzdan yaşlı gösteren göz altındaki çukurlarınızı ve mor halkaları ışık dolgusu ile kolaylıkla aydınlatabilirsiniz...Şimdi lazer epilasyon zamanı...Dudak dolgusu işlemi ile hem doğal hemde dolgun dudaklara sahip olabilirsiniz...Ufak dokunuşlarla yanak çizgilerinizden kurtulabilirsiniz..Nasobial dolgu istiyorsan hemen ara bence...Dermapen işlemi...Cillteki kusurların giderilmesini sağlar. Yeni doku oluşturarak taze bir cilde kavuşursunuz..."* gibi ifadeler üzerinden "dermapen, lazer epilasyon, dolgu" gibi sadece hekim tarafından uygulanabilecek tıbbi işlemlere ilişkin bilgilendirme sınırını aşan tanıtımlar ile hasta öncesi ve sonrası görsellerine yer verildiği yer verildiği;

www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinin 17.06.2019 tarihli görünümünde kuruluşa ait “mehmetkandl" kullanıcı isimli sayfada yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *"...Erkeksen gel. Erkek kas ve cilt dokusuna uygun maskülen işlemler ile olduğunuz yaşın etkilerini göstermeyebilirsiniz...Sen nasıl güzel bir dudak oldun, öncesi halini paylaşmak bile istemiyorum! Dudak dolgusuyla geçici kozmetik malzemelere de harcadığınız onca zamana sen de veda et artık!! Uyanır uyanmaz 7/24 dolgun, çekici ve yüz güzelliğinizi ortaya çıkaran doğal duruşlu dudaklar için bizimle iletişime geç...En doğal görünümlü dudaklar için tercihiniz MK olsun...Dudak Dolgusu 999 TL...Dudak Dolgusunda Çok istenen kampanya sonunda geldi! Dolgun, çekici dudaklarla unutulmaz anların kahramanı olun! Kasım sonuna kadar geçerli bu fırsatı kaçırmamak için hemen arayın...Erkek epilasyonda sonbahar kampanyası!!! İstenmeyen tüylerinizden lazer epilasyon ile kurtularak hem kas oluşumunuzu hızlandırabilir hem de yaza kadar daha temiz bir vücuda sahip olabilirsiniz! İndirimli fiyat ve bilgi için arayınız...Bitmek bilmeyen kıllar sizi de yordu değil mi?. Size harika bir önerimiz var. "Lazer Epilasyon"...Çok istenen bayram kampanyası sonunda geldi! Pürüzsüz teninizle tatilde, unutulmaz anılara imzanızı atın! 18 Ağustos’a kadar geçerli bu fırsatı kaçırmamak için hemen arayın...Dolgu ile Burun estetiği. Burun ucundaki düşüklüğü için küçük dolgu hamleleriyle yukseltme işlemi Dolgu ile Burun estetiği işlemimiz için hızlı randevu oluşturmak istiyorsan hemen ara bence...Dermapen ciltteki kusurları giderirek, cilt gençleştirme işlemi sağlanır..."* gibi bilgilendirme sınırını aşan tanıtımlara; kampanya ve fiyat bilgileri ile hasta öncesi ve sonrası görsellerine yer verildiği;

Bununla birlikte; inceleme konusu internet sitelerinde; kuruluş isminin *“Mehmet Kandil Estetik Merkezi”* olarak nitelendirildiği; ancak, mevzuatta bu şekilde belirtilen bir sağlık kuruluşu türü olmaması ve söz konusu tanıtımlarda kuruluş türünün açıkça belirtilmemesi suretiyle tüketicilerin yanıltıldığı,

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Bilindiği gibi, 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 kuruluşların isimlerini açıkça "salon" olarak belirtmesi gerektiği hükme bağlanmıştır.

Diğer taraftan, şayet kuruluş bir sağlık kuruluşu ise, sağlık alanında faaliyet gösteren kuruluşların 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 veremeyeceği hüküm altına alındığı; bu doğrultuda, inceleme konusu internet sitesi ve sosyal paylaşım sitelerinde yer alan ifade ve görüntülerin; tabip tarafından uygulanması gereken ve tıbbi işlemler arasında olan "lazer epilasyon, dermapen, dolgu" gibi uygulamalar ile ilgili olduğu, bu nedenle, söz konusu tanıtımların bilgilendirme kapsamını aşarak “reklam’’ niteliğinde değerlendirildiği ve sağlık alanında çalışan kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı, talep artırıcı ve kuruluşu övücü nitelikte olduğu ve kuruluşa yönlendirme yaparak, diğer kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açtığı, tüm bu durumların da;

- 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanun'un 1, 24 ve 25 inci maddeleri;

- Tıbbi Deontoloji Nizamnamesi’nin 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 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 **Mehmet Kandil Estetik Merkezi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**45)**

**Dosya No: 2018/3180**

**Şikayet Edilen: Este Şişli Estetik Merkezi**

**Şikayet Edilen Reklam:** Kuruluşa ait www.sisliestetik.com adresli internet sitesi ile www.facebook.com ve www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitelerinde kuruluşa ait sayfalarda yapılan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 24.05.2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Kuruluşa ait www.sisliestetik.com adresli internet sitesinin 24.05.2019 tarihli görünümünde örnek olarak;

- "Hakkımızda" başlığı altında; *"...Este Şişli Estetik 2003 yılında kurulmuştur.Uzman Estetisyen Hülya Sağın yönetiminde hizmet vermektedir...11 yılı aşkın süredir uygun fiyat, mümkün olduğu sürece kalıcı çözüm ama önce “sağlık” felsefemizden ödün vermemekteyiz. Estetik ve dermokozmetik konusunda size en iyi hizmeti hedefleyen ekibimiz ile en kısa sürede mutlaka tanışın!...",*

- "Radyofrekans" başlığı altında; *"...Radyo frekans ile cilt yenileme yöntemi, cildin en az 5 yaş daha genç görünmesini sağlar. Yüz, boyun, gıdı ve dekolte üzerinde yaptığı etkiler sonucu cilt kalitesini arttırmakta ve ayrıca düşük kasları kaldırmasına yardımcı olmaktadır...",*

- "Bölgesel Zayıflama ve Vücut Şekillendirme" başlığı altında*; "...Ultrasonik ses dalgalarıyla yağ hücreleri kırılır. Bir seansta 3 – 10 cm incelme mümkündür, bu incelme tamamen yağ kitlesindendir. Cerrahi bir müdahale yapılmadan zayıflanır ve kişi herhangi ağrı, acı hissetmez. Zayıflamanın 1 seansı 60 – 90 dakika arasındadır. Bundan daha düşük seans süresi hiçbir yarar sağlamaz. Seanslar haftada bir defa olmak üzere 8 ile 10 seans arasında değişmektedir...",*

- "Mezoterapi" başlığı altında; *"...HR3 MATRIX ;yeniden saç çıkması, saçların yenilenmesi, restorasyonu olarak seçmiş ve saç kaybını kökten çözmek, saç derisini sağlıklı hale getirerek yeniden saç çıkmasını ve mevcut saçın restorasyonunu sağlamak üzere yaptığımız tedavidir. Ağrı yoktur ve iz bırakmaz. Tedavimiz haftada bir gün uygulanmaktadır...",*

- "Saç Mezoterapisi" başlığı altında*; "...Saç Mezoterapisi adı verilen yöntem, kısa bir tanım ile saçların ihtiyaç duyduğu vitaminler, mineraller, oligo elementleri ve dolaşım düzenleyicilerin yer aldığı bir karışımın saç derisine uygulanmasıdır. Bu özel karışım, özel boyutlu iğneler ile saçlı deriye uygulanır ve kılcal damarlar vasıtası ile karışım bütün saçlı deriye yayılır. Beklenen faydaları ise temelde saç dökülmesinin durdurulmasıdır. Bununla birlikte, yeni saç çıkışı aktif hale getirilmeye çalışılır ki bu durum azalan saçlarınızın bir süre sonra eski gürlüğüne kavuşması anlamına gelir. Ayrıca saç kalitesinin artışı hedeflenir. Daha sağlıklı, daha parlak ve canlı saçlara sahip olmanız mümkün kılınmaktadır. Bugün farklı yaş gruplarından, kadın, erkek pek çok insanın sorunu olan bu durum, son zamanlarda iyice yaygınlaşan Saç Mezoterapisi yöntemi ile çözülebiliyor..."* gibi bilgilendirme sınırını aşan ifadelere yer verildiği;

www.facebook.com adresli sosyal paylaşım sitesinin 24.05.2019 tarihli görünümünde kuruluşa ait *“Este Şişli Estetik”* kullanıcı isimli sayfada yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarında ve videolarda yer verilen diyaloglarda örnek olarak; *"...BOTOX'la Hollywood yanağına sahip olabileceğinizi biliyor musunuz?...Göz kapağı düşüklüğü'nün Plazma tedavisi ile ameliyatsız yapıldığını biliyor musunuz?...Yaz boyunca Güneş cildinizi harap etti! Este Şişli Estetik’e gelin BBL teknolojisi, Kök hücre,Hyaluronic asit ve vitamin tedavisinden yararlanın...Radyo frekans ile cilt yenileme yöntemi, cildin en az 5 yaş daha genç görünmesini sağlar.Yüz, boyun, gıdı ve dekolte üzerinde yaptığı etkiler sonucu cilt kalitesini arttırmakta ve ayrıca düşük kasları kaldırmasına yardımcı olmaktadır...Kalıcı epilasyon için merkezimize uğrayın, istenmeyen tüylerinizden zahmetsizce kurtulun!...Yüz germe'de "SON ÇIKIŞ"!...Ameliyatsız,Ağrısız,KansızCilt Lekelerine çözüm !...Plazma enerjisi ile göz kapağı ve göz çizgilerinizden ameliyatsız kurtulun!..Tek Seansta 3 ile 10 cm'e Kadar İncelme! Hemen Bilgi Almak İçin +90 (544) 234 09 34 nolu telefonu arayabilirsiniz...Gıdı, karın ve basen gibi bölgelerinizde, sizi rahatsız eden fazlalıklarınıza elvada deyin!...Hiçbkirimyasal madde ve ameliyat olmadan cilt lekelerinizden kurtulmak ister misiniz ? O halde Cilt Vitamini uygulamamız ile tanışmanıntam zamanı!...Boyun kırışıklıklarınız canını sıkmasın! Boyun ve gıdı bölgenizde oluşan sarkma ve kırışıklıkların çözümü Şişli Estetik'te!Detaylı bilgi için uzmanlarımız ile iletişime geçebilirsiniz..."* gibi bilgilendirme sınırını aşan ifadeler ile hasta öncesi ve sonrası görsellerine yer verildiği;

www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinin 24.05.2019 tarihli görünümünde kuruluşa ait “*sisliestetik”* kullanıcı isimli sayfada yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarında ve videolarda yer verilen diyaloglarda örnek olarak; *"...BOTOX'la Hollywood yanağına sahip olabileceğinizi biliyor musunuz?...Dünyadaki son Teknoloji ! Saç dökülmesine Karbondioksitli mezoterapi yöntemi !...Yerçekiminin olumsuz etkisi, hem de güneşin zararları hem de mimik kullanımının getirdiği kaçınılmaz kırışıklıklar, cildimizin yaşlanması ve elastikiyetini kaybetmesi durumlarını ortaya çıkarır...Radyo frekans ile cilt yenileme yöntemi, cildin en az 5 yaş daha genç görünmesini sağlar... Yüz, boyun, gıdı ve dekolte üzerinde yaptığı etkiler sonucu cilt kalitesini arttırmakta ve ayrıca düşük kasları kaldırmasına yardımcı olmaktadır...Boyun ve yüz bölgesine BBL uygulaması...Acısız, ağrısız tek seansta genç bir cilde kavuşmak şimdi hayal değil. Radyofrekans tekniği ile kendinizi ödüllendirin!..Şimdi lazer epilasyon zamanı! Pürüzsüz bir tene zahmetsizce sahip olmanın tam vakti.Merkezimizde size özel uygulanacak lazer epilasyon kampanya ve fiyat avantajlarını kaçırmayın!...İstenmeyen tüylerinizden kurtulmak için şimdi en doğru zaman! Kliniğimizde uygulanan lazer epilasyon hizmeti ile pürüzsüzlüğün keyfini çıkarın! Etkili, hızlı, kalıcı ve zahmetsiz güzelliğin keyfini doyasıya sürebilin diye kampanyalı fiyatlarımızdan yararlanın!...Ameliyatsız, Ağrısız, Kansız Cilt Lekelerine çözüm !..."* gibi bilgilendirme sınırını aşan ifadeler ile hasta öncesi ve sonrası görsellerine yer verildiği;

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Bilindiği gibi, 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 kuruluşların isimlerini açıkça "salon" olarak belirtmesi gerektiği hükme bağlanmıştır.

Diğer taraftan, şayet kuruluş bir sağlık kuruluşu ise, sağlık alanında faaliyet gösteren kuruluşların 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 veremeyeceği hüküm altına alındığı, bu doğrultuda, inceleme konusu internet sitesi ve sosyal paylaşım sitelerinde yer alan ifade ve görüntülerin; tabip tarafından uygulanması gereken ve tıbbi işlemler arasında olan *"botoks, kök hücre tedavisi, saç mezoterapisi"* gibi uygulamalar ile ilgili olduğu, bu nedenle, söz konusu tanıtımların bilgilendirme kapsamını aşarak “reklam’’ niteliğinde değerlendirildiği ve sağlık alanında çalışan kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı, talep artırıcı ve kuruluşu övücü nitelikte olduğu ve kuruluşa yönlendirme yaparak, diğer kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açtığı, tüm bu durumların da;

- 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanun'un 1, 24 ve 25 inci maddeleri;

- Tıbbi Deontoloji Nizamnamesi’nin 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 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 **Este Şişli Estetik Merkezi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**46)**

**Dosya No: 2018/3474**

**Şikayet Edilen: Oya Sayın (Elegans Güzellik Salonları)**

**Şikayet Edilen Reklam:** Kuruluşa ait[www.istanbulelegantguzellikmerkezi.com](http://www.istanbulelegantguzellikmerkezi.com) ile www.facebook.com, www.twitter.com ve www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait sayfalarda yapılan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 22.05.2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.istanbulelegantguzellikmerkezi.com adresli internet sitesinin 22.05.2019 tarihli görünümünde yer alan*; “...Son derece etkili epilasyon uygulamalarının en acısız, en hızlı ve en son teknolojisidir. 810nm dalga boyundaki son teknoloji ile çalışır...artık Soprano ICE lazer cihazlarının başlığı Diyot, işte Diyot Lazer ismi de buradan geliyor. Artık seans süreleri yarı yarıya kısaldı çünkü artık lazer cihazlarının başlık uçları çok daha geniş ve büyük işte bu yüzden, çok daha hızlıdır. Teknolojisiyle sıcak taş masajı konforunda ve çok kısa süren seanslarıyla uygulama yaptırabilirsiniz...En Etkili Epilasyon Nedir ? Tüylerinizden kurtulmak için, ağda, tıraş, sarartma veya tüy dökücü kremler gibi geçici çözümler sunan geleneksel yöntemler kullanıyorsanız, özellikle sizin tüy sorununuzu kökünden çözecek bir uygulamadır En etkili Lazer Epilasyon. Biliyorsunuz, geleneksel yöntemler sonsuza dek uygulama gerektirir. Oysa En etkili ile sadece birkaç seans yeterli olur...Profestonel ürünler ile yapılan uzmanlar tarafından uygulanması gereken ciltin ihtiyacına uygun derinlemesine bakım işlemlerdir.Cilt tipine uygun ürünlerin doğru uygulanması ile ciltte: -Akne sorunlarının giderilmesi -Leke tedavisi -Anti ageing -Lifting uygulaması...tek seans 100TL, 4 Seans Paket 300 TL...”* gibi ifadeler üzerinden *"lazer epilasyon"* gibi sadece hekim tarafından uygulanabilecek tıbbi işlemlere ilişkin bilgilendirme sınırını aşan tanıtımlara ve kampanya ve fiyat bilgilerine yer verildiği;

www.facebook.com adresli sosyal paylaşım sitesinin 22.05.2019 tarihli görünümünde kuruluşa ait *“Elegans Güzellik Salonları”* kullanıcı isimli sayfada yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak*; "...Beylikdüzünde Yer Alan İki Şubesi Gelişmiş Ekipmanları ve Uzman Kadrosu ile uzun Yıllar Deneyim ve Güven!..son sistem cihazlarda lazer epilasyon , elektroterapi ile lenf drenaj ve termal ısı ile 2 beden incelme garantisi en dip fiyatlarla yanıbaşınızda...Beylikdüzündeki iki şubesi, dönemin en gelişmiş ekipmanları , uzun yıllarda elde edilen deneyim ile gelen güven! Oya Sayın Elegans Güzellik Merkezleri Beylikdüzü Esenyurt ve Bizimkent şubeleri müşterilerine en konforlu, en rahat ve en gelişmiş ekipmanlar ile en iyi sonucun alındığı uygulamaları gerçekleştirmeyi ilke edinmiştir. Merkezlerimizde Lazer Epilasyon, Bölgesel ve Lazer ile zayıflama, Cilt Bakımı, Manikür Pedikür ve Diğer Güzellik Merkezi uygulamaları yapılmaktadır...Soğuk Lipoliz 650 TL yerine sadece 130 TL...KIŞA ÖZEL % 50 KAMPANYALARIMIZ DEVAM EDİYOR BAY & BAYAN ACISIZ AĞRISIZ SON SİSTEM CIHAZLARIMIZLA ELEGANS GÜZELLİK SALONLARINA SİZLERIDE BEKLIYORUZ...Kalıcı akyaj 900 TL'den 500 TL...SOĞUK LİPOLİZ İLE AĞRISIZ ACSIZ ZAYIFLAMAYA BEKĹİYORUZ YAĞ HÜCRELERİNİ BELİRLİ BİR DERECEDE SOĞUTARAK DIĞER DOKULARA ZARAR VERMEDEN VÜCUTTAN ATILMASINI SAĞLAYAN ETKİLİ BİR SIKILAŞMA VE ŞEKİLLENDİRME YÖNTEMİDİR. UYGULAMA ALANLARI KARIN BÖLGESI BEL* BÖLGESİ BACAK BÖLGESİ KOL BÖLGESİ...Soğuk lipoliz 4 ile 14 cm incelme 45 dakika tek seans ameliyatsız ağrı yok acı yok anestezi yok korse yok yan etkisi yok..." gibi ifadeler üzerinden "lazer epilasyon, lipoliz, kalıcı makyaj" gibi sadece hekim tarafından uygulanabilecek tıbbi işlemlere ilişkin bilgilendirme sınırını aşan tanıtımlara ve tıbbi işlemlere ilişkin kampanya ve fiyat bilgilerine yer verildiği;

www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinin 22.05.2019 tarihli görünümünde kuruluşa ait *“elegansguzelliksalonlari”* kullanıcı isimli sayfada yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak*; "...SOĞUK LİPOLİZ İLE AĞRISIZ ACSIZ ZAYIFLAMAYA BEKĹİYORUZ YAĞ HÜCRELERİNİ BELİRLİ BİR DERECEDE SOĞUTARAK DIĞER DOKULARA ZARAR VERMEDEN VÜCUTTAN ATILMASINI SAĞLAYAN ETKİLİ BİR SIKILAŞMA VE ŞEKİLLENDİRME YÖNTEMİDİR. UYGULAMA ALANLARI KARIN BÖLGESI BEL BÖLGESİ BACAK BÖLGESİ KOL BÖLGESİ....Striort metodu ile çatlak çizgilerinizin üzerinde tek tek çalışılarak orada ki collagen bağ dokunun güçlendirilmesini sağlıyoruz. İşlem yapılan bölgede çatlakları onardigi gibi sıkılaşma da sağlar. Tek seanslık işlemdir. Yara , kabuk oluşumu olmaz. Leke yapmaz. Ağrısız acısız bir işlemdir. Paket alımlarında ev ürünlerini hediye ediyoruz !.. Baylarda yaza fit girmek için son sistem olan soğuk lipoliz'i tercih ediyorlar...Soğuk lipoliz ile yağlara son - 6 cm... Soğuk lipoliz sayesinde yaza fit girin..."* gibi ifadeler üzerinden *"lazer epilasyon, striort, lipoliz, kalıcı makyaj"* gibi sadece hekim tarafından uygulanabilecek tıbbi işlemlere ilişkin bilgilendirme sınırını aşan tanıtımlara; hasta önce ve sonrası görselleri ile tıbbi işlemlere ilişkin kampanya ve fiyat bilgilerine yer verildiği;

www.twitter.com adresli sosyal paylaşım sitesinin 22.05.2019 tarihli görünümünde kuruluşa ait *“elegantistanbul”* kullanıcı isimli sayfada yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *"...#LazerEpilasyon #Beylikdüzü #BuzLazer Elegant Güzellik Merkezleri Tüm Vücut Lazer Epilasyon 10 Seans 750 TL Taksit ve Elden Ödeme..." gibi* ifadeler üzerinden "lazer epilasyon" gibi sadece hekim tarafından uygulanabilecek tıbbi işlemlere ilişkin kampanya ve fiyat bilgilerine yer verildiği;

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Bilindiği gibi, 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.

Bu bağlamda, söz konusu tanıtımlar aracılığıyla kuruluşun sağlık alanında faaliyet gösterdiği ve tabip veya diş tabibi 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,

- 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanun'un 1, 24 ve 25 inci maddeleri;

- Tıbbi Deontoloji Nizamnamesi’nin 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 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 **Oya Sayın (Elegans Güzellik Salonları)** 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.

**47)**

**Dosya No: 2018/5628**

**Şikayet Edilen: Hospital Park Sağlık Hizmetleri Anonim Şirketi (Özel Büyük Anadolu Hastaneleri Samsun)**

**Şikayet Edilen Reklam:** Kuruluşun kısa mesaj üzerinden yaptığı tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Kısa Mesaj

**Tespitler:** Kuruluş tarafından 2018 yılı içerisinde gönderilen kısa mesajlarda*; “Degerli Musterilerimiz, okullarin aÇilisi sebebi ile gelecegimizin teminati olan Çocuklaeimiza özel 10-17 Eylül tarihleri arasinda Samsun Büyük Anadolu Hastaneleri Göz Hastaliklari Bölümünde sizler iÇin avantajli hizmetler saglanmistir. Randevu ve detayli bilgi iÇin 444 3 703 Saglikli gunler dileriz....”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu ifadelerin 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 Kanun'un 24 üncü maddeleri;

- Tıbbi Deontoloji Nizamnamesi’nin 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,

- 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 **Hospital Park Sağlık Hizmetleri Anonim Şirketi (Özel Büyük Anadolu Hastaneleri Samsun)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**48)**

**Dosya No: 2018/6848**

**Şikayet Edilen: Hüseyin ERBEK (HK1 Güzellik Salonu)**

**Şikayet Edilen Reklam:** Kuruluşa ait <https://hk1guzellik.com> adresli internet sitesi ile [www.instagram.com](http://www.instagram.com) adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait sayfada yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 29.07.2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Kuruluşa ait https://hk1guzellik.com adresli internet adresinin 29.07.2019 tarihli görünümünde örnek olarak;

- Ana sayfada; *"...cildiniz en özel giysiniz. ona iyi bakın. daha canlı, daha parlak ve yenilenmiş*

*bir cilt için size özel bakım uygulamalarını deneyin... Buz Epilasyon, en iş bitirici ve en konforlu son teknoloji epilasyon yöntemlerinden biridir. Kıl kökündeki farklı yapıları hedef alarak işlem yapılır...Bölgesel Zayıflama, özellikle belli başlı bölgelerde yağ miktarı yüksek olan kişiler tarafından tercih edilmektedir. Hemen hemen herkese uygulanabilmektedir. ..Medikal Cilt Bakımı Daha canlı, daha parlak ve yenilenmiş bir cilt..." ,*

- "Hakkımızda" başlığı altında; *"...Bize güvenebilceginizin garantisini verip kozmetik ürün değil sizin cildinize dermatolog ürünlerle doktor ürünleriyle işlem yapmaktayız. Yüzde yüz hijyen steril temiz aydınlık bir ortam sunmaktayız...Epilasyon cilt bakımı zayıflama işlemleri yapıp , kaliteli, şık dizayn edilmiş büyüleyici atmosferinde güler yüzlü personellerimizle birlikte, misafirlerimizin her yönden rahatlığı düşünülmüş ve en iyiyi sunmayı amaçlamaktayız...",*

- "Medikal Cilt Bakımı" başlığı altında; *"... Medicaderma’nın sunduğu cilt tipinize özel profesyonel bakımlar cildin eski sağlıklı haline kavuşmasını sağlar. Size en uygun olan bakıma cilt tipinize ve kişisel ihtiyaçlarınıza göre deneyimli uzmanlar karar verir.Düzenli aralıklarla yaptıracağınız cilt bakımı ile ileride yaşanabilecek leke, kırışıklık, sarkma gibi sorunların gecikmesini sağlayabilir ya da cilt problemlerinin oluşmasını önleyebilirsiniz...",*

- "Buz Epilasyon" başlığı altında; *"... Hamilelik haricinde, düzenli maruz kalınmadığı takdirde asla kanser yapma riski olmayan buz epilasyonunu, aynı bu görüntüleme yöntemleri gibi düşünebilirsiniz. 6 seans boyunca cilde uygulanan Buz Epilasyon kansere yol açmaz. Kanser olmanız için bu tarz ışınlara uzun süreler ve yüksek derecelerde maruz kalmanız gerekmektedir. Güvenle Buz Epilasyon yaptırabilirsiniz... Normal şartlarda uygulanan diğer epilasyon yöntemlerinde; ciltte tahriş ve kızarıklık görülüyordu. Ancak Buz Epilasyonun soğutucu özelliği sayesinde bu rahatsızlıkları yaşamazsınız..."* ,

- "Bölgesel Zayıflama" başlığı altında; *"... Hk1 Güzellik Merkezinde güvenilir bir biçimde uygulanan zayıflama yöntemlerimiz, hemen hemen herkese uygulanabilmektedir. Hastalarımızın isteklerine bağlı olarak bir plan yaptıktan sonra, bu uygulamayı hayata geçirmemiz mümkün olmaktadır. Vücudun belli başlı bölgelerinde bulunan yağların azaltılması amacını taşıyan bu yöntem oldukça güvenilirdir ve müşterilerimiz tarafından sık sık tercih edilir..."* gibi tıbbi işlem kapsamına giren lazer epilasyon, incelme tedavisi, medikal bakım gibi uygulamalar konusunda bilgilendirme sınırını aşan ifadelere yer verildiği;

www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinin 29.07.2019 tarihli görünümünde kuruluşa ait *“hk1guzelliksalonu”* kullanıcı isimli sayfada yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarında ve videolarda yer verilen diyaloglarda örnek olarak; *"...Medikal Cilt Bakımı hizmetimiz ile cildiniz pürüzsüz olsun..Cildinizin canlılığını tekrar kazanın...Medikal cilt bakımı işlemimiz...İstenmeyen kilolarınızdan kurtulmanın tam zamanı...Bu uygulama bacaklar, karın ve yan karın, kollar ve kalçada uygulanarak bu bölgelerde sıkılaşma, toparlama, bölgesel zayıflama ve selülit görünümünden kurtulma amaçlanır...Buz epilasyon işlemimiz ve danışmanımızın memnuniyeti...Yaz aylarında "Buz Epilasyon"la acıyı minimuma indirdik...Dermapen, Cildiniz için en iyisini beraber seçelim...Medikal Cilt Bakımı bayram kampanyamız devam ediyor...Cilt Bakımı 200 TL yerine Sadece 79 TL. Epilasyon Soğuk Lipoliz Ve diğer hizmetlerimiz için lütfen mesaj atın..."* gibi ifadeler üzerinden "lazer epilasyon, dermapen" gibi sadece hekim tarafından uygulanabilecek tıbbi işlemlere ilişkin bilgilendirme sınırını aşan tanıtımlara ve kampanya ve fiyat bilgilerine yer verildiği;

Ayrıca, *"Şüheda Hanımın 3. seansı olacak lazer epilasyonda. Şüheda Hanım memnun musunuz?..Memnunuz.. Müşterilere gayet seviyeli ve samimi şekilde hizmet ediliyor tavsiye ediyorum...Büşra Hanım medikal cilt bakımı ve lazer epilasyondan çıktı 2. seansları. Nasıl dökülmeleriniz? Çok memnunum!... Cildiniz nasıl? Harika!..."* gibi hasta yorum, teşekkür ve övgü ifadelerine yer verildiği;

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Bilindiği gibi, 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.

Bu bağlamda, söz konusu tanıtımlar aracılığıyla kuruluşun sağlık alanında faaliyet gösterdiği ve tabip veya diş tabibi 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,

- 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanun'un 1, 24 ve 25 inci maddeleri;

- Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin Geçici 5 inci maddesi 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 **Hüseyin ERBEK (HK1 Güzellik Salonu)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine **karar** verilmiştir.

**49)**

**Dosya No: 2019/964**

**Şikayet Edilen: Dr. Numan BAYAZIT**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şahsa ait www.numanbayazit.com adresli internet sitesi ile [www.instagram.com](http://www.instagram.com), www.facebook.com ve www.youtube.com adresli sosyal paylaşım sitelerinde, şahsa ait sayfalarda yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 08.03.2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Şahsa ait www.numanbayazit.com adresli internet sitesinin 25.03.2019 tarihli görünümünde örnek olarak;

- Anasayfada; *"...Tedavinin planlanmasında size özel yaklaşımlar başarıya götürür...Sağlıklı bir gebelik doğum kontrolü ile başlar...Hayatın güzelliklerle süslenmesi için...Sonuç olarak size tavsiyem hep inanın. İnancınızı asla kaybetmeyin.Numan Beye güvenin.Kendisi hastasının numarasını telefonuna kayıt eden çok nadir doktorlardandır.Her şeyden önce insana güven verir .O bile insana yeter…" ,*

- "Ekibimiz" başlığı altında*; "...Op. Dr. Sami Cengiz ile 1992’de İstanbul Tıp Fakültesi Kadın Hst. Doğum Ana Bilim Dalı’ında,Op. Dr. Süleyman Tosun ve Doç.Dr. Emre Bakırcıoğlu ile doksanlı yolların ikinci yarısında Alman Hastanesi Tüp Bebek Merkezi’nde başlayan birlikteliğimiz bizi çok mutlu eden bir takım çalışmasına evrildi. Üroloji uzmanı olan Emre Bakırcıoğlu özellikle erkek infertilitesi konusunda,gerek yurt içi gerek yurt dışında yayınlanan yazıları ile, alanının en çok aranan isimlerindendir..." ,*

- "Basından" başlığı altında*; "...Geçen gün aniden sancılanan 42 yaşındaki Arnette Çakır Alman Hastanesi’ne kaldırıldı. Opr. Dr. Numan Beyazıt yönetimindeki ekip, 6.5 aylık yavruyu dünyaya getirdi. Gurbetçi baba, küçüklüğü nedeniyle ‘Parmak çocuk’ diye anılan bebeğe babasının adı ‘‘Hüseyin’’ ve doktorunun adı ‘‘Numan’’ ismini birlikte koyacağını söyledi...Şöyle bir listem var bugün “hepinize teşekkürü bir borç bilirim” diyeceğim…Bugün bizi sevgi ve özenle uğurlayan Alman Hastanesi personeli, resepsiyon, santral, güvenlik çalışanları, yeni doğan servisinin melekler ordusu bebek hemşireleri, halkla ilişkiler müdiresi Gülay Userbay, Prof. Dr Metin Karaböcüoğlu, Uzm. Dr. Renizi Erkesim, Uzm. Dr. Haluk Toygarlı, Prof. Dr. Mustafa Bahçeci, Sn. Azmi Ofluoğlu’na ve sadece iyi bir hekim değil aynı zamanda iyi bir yol gösterici, harika bir dost olan doktorumuz Opr. Dr. Numan Bayazıt’a teşekkür etmeliyim…" ,*

- " Kısırlık" başlığı altında*; "...Tanısı kanda TSH düzeyinin ölçülmesi ile kolayca konulabilir..Basit bir ilaç veya aşılama ile gebe kalabilecek bir çiftin gereksiz yere tüp bebek denememesi veya tam tersine tüp bebekten başka bir yöntemle gebe kalamayacak bir çiftin diğer yöntemlerle boşuna zaman ve para harcamaması gerekir. Bazı durumlarda kaybedilen zamanın telafisi olmamaktadır. İnfertilite süresi, tüp problemleri ve açıklanamayan infertilite olgularında çok önemlidir...Ancak, infertilite süresi 2 yıldan az olan genç çiftlerde, bu durumda bile, sonuç almak mümkün olabilmektedir...1800’lerin başında tanımlanan bu yöntem optik ve video sistemlerin gelişmesi ile 1980’lerin başından beri yaygın olarak kullanılmaya başlanmıştır. Günümüzde rahim içi ile ilgili hastalıkların tanısında altın standart olarak kabul edilir... “Ofis histeroskopi” anestezi verilmeden veya hafif bir sedasyonla yapılır. Kullanılan enstrümanların çapı geniş olmadığından rahim ağzını genişletmeye gerek yoktur..."* gibi ifadelere yer verildiği;

www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinin 25.03.2019 tarihli görünümünde şahsa ait “drnumanbayazit” kullanıcı isimli sayfada yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *"....Uzun ve zorlu bir tedavi sürecinden sonra Güngör Ailesi minik mucizelerine kavuştu. Aramıza hoş geldin Alya Elis Güngör bebek! ...Sens Üreme Sağlığı olarak Cumartesi günleri de hizmetinizdeyiz!...Yumurta dondurma işlemi artık başarı ile yapılabiliyor. ⁃En çok çocuk sahibi olmayı erteleyen kadınlar başvuruyor. ⁃Ortalama bir başarı için 10-15 yumurta dondurmak gerekiyor. ⁃37 yaşından sonra dondurulan yumurtalarla gebelik ihtimali düşük oluyor...Bugün saat 15:00’da Ulusal Kanal’da tüp bebek tedavisi ile ilgili tüm merak edilenleri konuştuk. İlgilenen takipçilerimin dikkatine sunarım...Mesleğimizin en güzel yanı bu mutluluğa şahit olmak…"* gibi tıbbi hizmetlere ilişkin bilgilendirme sınırını aşan ifadelere *ve "Şu an yaşadığımız mucizenin iki güzel kalpli mimari ;siz hep var olun ve size ihtiyacı olan insanlara umut olun... Etiğe ve tıbba olan saygınız başka kurumları gözü kapalı karalayan ve hastaya maddiyattan başka anlam yüklemeyen kurumları dahi eleştirmeyen tavrınız kötü tecrübelerimizi unutturdu iyi ki varsınız ve bizim şansımızsınız..."* gibi şahsa yönelik teşekkür ve övgü ifadelerine yer verildiği;

www.facebook.com adresli sosyal paylaşım sitesinin 25.03.2019 tarihli görünümünde şahsa ait “Op. Dr. Numan Bayazıt” kullanıcı isimli sayfada yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak*; "...Uzun ve zorlu bir tedavi sürecinden sonra Güngör Ailesi minik mucizelerine kavuştu Aramıza hoş geldin Alya Elis Güngör bebek!...Yumurta dondurma işlemi artık başarı ile yapılabiliyor.⁃En çok çocuk sahibi olmayı erteleyen kadınlar başvuruyor. ⁃Ortalama bir başarı için 10-15 yumurta dondurmak gerekiyor. ⁃37 yaşından sonra dondurulan yumurtalarla gebelik ihtimali düşük oluyor...Çözdürülmüş embriyolarla başarı oranları normalden düşük değildir. Tersine bazı durumlarda daha yüksek ve güvenlidir...Yumurta dondurma işlemi uygulama tekniği ve yönetmeliklerdeki değişiklikler nedeni ile önemli hale geldi. Vitrifikasyon adı verilen teknik dondurulan yumurtalardan taze yumurtalara yakın oranda gebelik elde etmemizi sağlıyor...artık yumurtalıklarının zayıflamaya başladığı testlerle gösterilebilen ve ailesinde erken menopoz olan bekar kadınların da bu işlemi yapmasına izin veriliyor...Atakan, Umut ve Tanay Gün kardeşler. Üçüzler, 7 yaşına girmişler. Almanya'dan selamlarını gönderdiler..."* gibi ifadelere yer verildiği;

www.youtube.com adresli sosyal paylaşım sitesinin 25.03.2019 tarihli görünümünde yer alan şahsa ait “Op. Dr. Numan Bayazıt” kullanıcı isimli sayfada yer alan muhtelif tarihli videolarda örnek olarak*; "...Yumurta dondurma iki nedenden dolayı popüler bir konu ve önemli bir konu haline geldi...artık başarılı bir işlem haline gelmiş olması. Eskiden yavaş dondurma dediğimiz bir teknikle yapıldığında bu dondurma işlemi, sonucunda aldığımız gebelik oranları çopk yüksek olmuyordu. Bugünse vitrifikasyon dediğimiz bir teknik kullanmaya başladık ve bunlarla taze yumurtalarla elde ettiğimiz kadar yumurta performans açısından gebelik elde etmeye başladık..."* gibi ifadelere yer verildiği;

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar**: İnceleme konusu ifadelerin 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 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 **Dr. Numan BAYAZIT** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**50)**

**Dosya No: 2018/4366**

**Şikayet Edilen: Anatomia Sağlık Hizmetleri Ltd. Şti. (Özel Anatomica Tıp Merkezi)**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.anatomica.com.tr](http://www.anatomica.com.tr), [www.facebook.com](http://www.facebook.com) ve [www.instagram.com](http://www.instagram.com) adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 01.10.2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.anatomica.com.tr](http://www.anatomica.com.tr) adresli internet sitesinin 01.10.2019 tarihli görünümünde örnek olarak; *"Bahar alerjinize veda edebilirsiniz! Medikal Fototerapi Yöntemi: Rhinolight... Çınlama terapisi ile çınlama hastalarında yüksek oranlarda rahatlama sağlandığını ve kişinin günlük hayatını devam ettirebilecek düzeye gelebildiğini biliyor muydunuz?, Cynosure Elite + Alexandrite - Nd: Yağ Lazer Cihazı... Koyu tende ve ince tüylerde en etkili lazer epilasyon cihazı... Alanında uzman tıbbi kadromuz ve AR-GE ekibimizle dünyadaki gelişmeleri yakından takip etmekte ve yeniliklere öncülük ederek misafirlerimizin hayatına estetik dokunuşlar sunmaktayız...Gelişmiş teknolojiye dayalı tanı ve tedavi yöntemlerinin kullanıldığı endoskopik ve mikroskopik işlemler ile hastalığınızın teşhis ve tedavisinde hızlı bir şekilde sonuç alınmaktadır."* gibi tabipler tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlere yönelik ifadelere yer verildiği,

[www.facebook.com](http://www.facebook.com) adresli sosyal medya mecrasında kuruluşunuza ait sayfalarda, *"İtalyan Saç Ekimi Misafirimiz... Mustafa Bey'e değerli düşünceleri için teşekkür ediyoruz...Bülent ve Zafer Aydın Beyler de saç ekimi için Anatomica'yı tercih etti."* gibi ifadelerle tıbbi işlemlere yönelik çeşitli videoların yayınlandığı,

[www.instagram.com](http://www.instagram.com) adresli sosyal medya mecrasında hastaların tedavi öncesine ve sonrasına ilişkin fotoğrafların paylaşıldığı,

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu internet sitesinde tespit edilen ifadelerin, görüntülerin ve benzeri tanıtımların sağlık alanında çalışan kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm yükleyen, talep yaratıcı ve dolayısıyla ilgili mevzuatta izin verilen bilgilendirme ve tanıtım faaliyetleri sınırını aşan nitelikte değerlendirildiği; dolayısıyla söz konusu tanıtımların;

- Tababet ve Şuabatı San'atlarının Tarzı İcrasına Dair Kanun'un 24 üncü maddesi,

- 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 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 **Anatomia Sağlık Hizmetleri Ltd. Şti. (Özel Anatomica Tıp Merkezi)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**51)**

**Dosya No: 2019/1506**

**Şikayet Edilen:** **Dr. Abdullah ÜNAL**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 10.05.2019

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** http://www.drabdullahunal.com adresli internet sitesinin 10.05.2019 tarihli görünümündeörnek olarak; “*Dr. Ünal Kliniği’ndeki deneyimimden çok memnun kaldım. Sadece sivilce tedavisi için gitmeme rağmen yüzüm kusursuz görünüyor… Sedef hastalığım için düzenli olarak oraya gidiyorum ve her zaman harika hizmet alıyorum. Klinkteki personeller çok samimi ve profesyonel… Herkes çok arkadaş canlısıydı, bu da beni çok rahat hissettirdi…”* gibi yorumlar ile kliniğeyönelik teşekkür, övgü, tavsiye ve onay ifadelerine yer verildiği, *“Kırışıklık tedavisi, Dolgu uygulamaları”* gibi tıbbi işlemlere ilişkin uygulama görüntülerine yer verildiği, https://www.instagram.com/drabdullahunal/ adresli internet sitesinin 10.05.2019 tarihli görünümündeörnek olarak; “*Burun estetiği, Saç lazeri, Yüz germe, Skar/yara izi tedavisi*” gibi tıbbi işlemlere yönelik hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği, “*Botoks kırışıklık tedavisi*” 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, 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. Abdullah ÜNAL** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**52)**

**Dosya No: 2019/4704**

**Şikayet Edilen:** **Dr. Mustafa BAYRAM**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://drmustafabayram.com/ ve <https://www.instagram.com/p/> B0FxjignYhx/ adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 23.09.2019

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://drmustafabayram.com/ adresli internet sitesinin 23.09.2019 tarihli görünümündeörnek olarak; *“Mustafa beye geçen hafta dudak dolgusu yaptırdım. Çok doğal ve güzel bir sonuç aldım. Tam istediğim gibi oldu. Elinize sağlık hocam… Mustafa Bey yüzüm konusunda sonsuz güvendiğim, estetik algısı çok yüksek, kendinizi emin ellerine teslim edebileceğiniz tanıdığım en iyi dermatolog… Arkadaşımın tavsiyesi üzerine Mustafa beye başvurdum ve sonuç muhteşem…”* gibi yorumlar ile ilgili şahsınıza yönelik teşekkür, övgü, tavsiye ve onay ifadelerine yer verildiği, “*Somon DNA*” gibi tıbbi işlemlerin uygulama görüntülerine, https://www.instagram.com/p/B0FxjignYhx/ adresli internet sitesinin 23.09.2019 tarihli görünümünde örnek olarak; “*Belirgin ve güçlü bir çene hattına sahip olmak isteyenlerin genellikle mandibular açıdan çene noktasına kadar düz uzanan, belirgin bir mandibular hatta sahip olmaları gerekir. Ancak gıdı, çene altı sarkması gibi nedenlerle istedikleri güçlü ifadeyi yakalayamayanlar jawline "çene" dolgusunu tercih edebilir. 15 dk sürer ve sosyal hayata hemen devam edebilirsiniz…”* gibi ifadelerle tıbbi işlemlerin uygulama görüntülerine, “*Sevincinizi yarıda kesmesin, koltuk altı el ayak terlemelerinde botoks…”* gibi tıbbi işlemlere yönelik talep yaratıcı ifadelere 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, 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. Mustafa BAYRAM** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**53)**

**Dosya No: 2019/4706**

**Şikayet Edilen:** **Dr. Nebahat Demet AKPOLAT**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 10.07.2019

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.instagram.com/drdemetakpolat/ adresli internet sitesinin 23.09.2019 tarihli görünümündeörnek olarak; “*Gülüşünüzün görüntüsü sizi rahatsız mı ediyor? Diş eti gülümsemesi #gummysmile denilen bu sorun #Botoks ve #Dolgu gibi uygulamalar ile kısa sürede çözülebilir. Daha estetik bir gülümsemeye sahip olabilirsiniz…”* gibi tıbbi işlemlere yönelik talep yaratıcı ifadelere yer verildiği, “*Botoks, Dolgu*” gibi tıbbi işlemlerin uygulama görüntülerine, 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, 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. Nebahat Demet AKPOLAT** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**GIDA**

**54)**

**Dosya No: 2019/10575**

**Şikayet Edilen: İsmail ÇİFTÇİ**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.n11.com adresli internet sitesinin 21.10.2019 tarihli görünümünde, “DeğiştirHayatı” isimli mağazada satılmakta olan, “Herbalife Bitkisel Çay 50 gr Klasik - Ahududu - Şeftali – Limon” isimli ürüne ilişkin reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 21.10.2019

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.n11.comadresli internet sitesinin 21.10.2019 tarihli görünümünde, “DeğiştirHayatı” isimli mağazada satılmakta olan, “Herbalife Bitkisel Çay 50 gr Klasik - Ahududu - Şeftali – Limon” isimli ürüne yönelik olarak; *“Vücudunuzda yağ yakımı sağlar ve enerji verir. Ödem atılmasına yardımcı olur.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu reklamlarda bilimsel olarak ispata muhtaç endikasyon belirten ifadeler kullanılarak tüketicileri yanıltıcı, mevzuatta izin verilen sağlık beyanları dışında sağlık beyanlarına yer verildiği ayrıca anılan ürünün söz konusu reklamlarda belirtilen iddialarıkanıtlayabilir nitelikte olması durumunda “gıda takviyesi” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç”kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği; “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilmesigereken ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuat gereği yasak olduğu;

Dolayısıyla, mevzuata aykırılık teşkil eden söz konusu tanıtımların,

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

- Türk Gıda Kodeksi Gıda Etiketleme ve Tüketicileri Bilgilendirme Yönetmeliğinin 7 nci maddesi,

- Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliğinin 5/1, 5/2, 7/1, 7/2, 8/1, 8/2, 8/3, 8/4, 9/1, 9/2, 13/1, 13/2, 13/3 maddeleri,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklamveren **İsmail ÇİFTÇİ** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesinekarar verilmiştir.

**55)**

**Dosya No: 2019/10579**

**Şikayet Edilen: İhsan ÖZTÜRK**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.n11.comadresli internet sitesinin 21.10.2019 tarihli görünümünde, “Proteinci” isimli mağazada satılmakta olan, “ZAYIFLAMA KOMBİNİ Startech L-Carnitine + Nutrade CLA” isimli ürüne ilişkin reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 21.10.2019

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.n11.comadresli internet sitesinin 21.10.2019 tarihli görünümünde, “DeğiştirHayatı” isimli mağazada satılmakta olan, “Herbalife Bitkisel Çay 50 gr Klasik - Ahududu - Şeftali – Limon” isimli ürüne yönelik olarak; *“Vücudunuzda yağ yakımı sağlar ve enerji verir. Ödem atılmasına yardımcı olur.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** www.n11.comadresli internet sitesinin 21.10.2019 tarihli görünümünde, “Proteinci”isimli mağazada satılmakta olan, “ZAYIFLAMA KOMBİNİ Startech L-Carnitine + Nutrade CLA” isimli ürünün *“zayıflama”* şeklinde endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispatlanamayan ifadeyle isimlendirilerek mevzuatta izin verilen sağlık beyanlarının dışına çıkan tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanına yer verildiği, böylelikle söz konusu ürünün insan fizyolojisine ve/veya metabolizmasına etki eden bir “tıbbi ürün” gibi tanıtıldığı, 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;

Dolayısıyla, mevzuata aykırılık teşkil eden söz konusu tanıtımların,

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

- Türk Gıda Kodeksi Gıda Etiketleme ve Tüketicileri Bilgilendirme Yönetmeliğinin 7 nci maddesi,

- Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliğinin 5/1, 5/2, 7/1, 7/2, 8/1, 8/2, 8/3, 8/4, 9/1, 9/2, 13/1, 13/2, 13/3 maddeleri,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklamveren **İhsan ÖZTÜRK** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesinekarar verilmiştir.

**56)**

**Dosya No: 2019/2891**

**Şikayet Edilen: Doktorun Sağlık Turizm Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.hepsiburada.com/magaza/doktorun-ciftligi uzantılı internet sitesindeki e-ticaret mağazasının adında “doktor” ifadesinin geçmesi.

**Reklam Yayın Tarihi:** 23.03.2019

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.hepsiburada.com/magaza/doktorun-ciftligi adresli online satış mağazasının adında "doktor" ibaresine yer verildiği; ilgili mevzuat gereği doktorların reklam ve tanıtım yapması mevzuat gereği yasak iken, firmanın bahse konu online alışveriş sayfası adında "doktor" ibaresinin bulunmasının tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelik teşkil edebileceği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** https://www.hepsiburada.com/magaza/doktorun-ciftligiuzantılı internet sitesinde yer alan “Doktorun Çiftliği” isimli mağazada çeşitli işlenmiş gıda ve organik tarım ürünlerinin satışının yapıldığı; mağaza adında yer alan “doktorun” ibaresinin satışa sunulan söz konusu ürünlere ilişkin aldatıcı veya yanıltıcı bir tanıtım niteliği teşkil etmediği, bu nedenle şikayet konusu reklam ve tanıtımların 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü maddesine **aykırı olmadığına** karar verilmiştir.

**57)**

**Dosya No: 2019/2915**

**Şikayet Edilen: Dydo Drinco Turkey İçecek Satış ve Paz. A. Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *"Saka Su"* adlı ürüne yönelik muhtelif televizyon kanallarında ve https://www.sakasu.com.tr/hakkimizda uzantılı internet sitesinde yer alan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 21.03.2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Televizyon ve İnternet

**Tespitler:** Ulusal televizyon kanallarında muhtelif tarihlerde yayınlanan Saka Su reklamlarında; *"Eskiden hangi suyu içtiğimin çok önemi yoktu, içtiğimiz suyun önemini anne olunca anladım. Bu yüzden artık ailece Saka Su içiyoruz. Çünkü Saka Su'nun pH değeri 8,22. Doğanın suyu Saka Su. Doğal mineralli su”* şeklinde, https://www.sakasu.com.tr/hakkimizda uzantılı internet sitesinin 24.04.2019 tarihli görünümünde; *"8,22'lik PH değeriyle 'Alkali' Doğal Mineralli Su olan Saka, yüksek kalsiyum, magnezyum ve düşük sodyum oranıyla susuzluğunuz ile birlikte sağlığınızı da düşünür."*  şeklinde ifadelerin yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Muhtelif televizyon kanallarında ve firmanın internet sitesinde yer alan “Saka Su” ürününe ilişkin tanıtımlarda yer alan ifadelerin TGK Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği çerçevesinde değerlendirilebilecek sağlık beyanları kapsamına girmediği, ilgili reklamlarda sarf edilen açıklamaların reklamın doğasında var olan ürünü öne çıkartma, onu rakiplerinden ayıran özelliklerini vurgulama unsurlarından hareketle mevzuat sınırları dahilinde yapıldığı; reklamlarda şikayet konusu ürünün kendisiyle aynı nitelikte olan diğer ürünlerden daha üstün olduğu izlenimi verecek herhangi bir slogan yahut iddiaya yer verilmediği, bu doğrultuda bahse konu ifadelerin Reklam mevzuatında yer alan doğruluk ve dürüstlük, temel ilkeler ve haksız rekabet hükümlerine aykırılık teşkil etmediği; bu nedenle inceleme konusu reklam ve tanıtımların 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü maddesine **aykırı olmadığına** karar verilmiştir.

**58)**

**Dosya No: 2019/2937**

**Şikayet Edilen: Migros Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Migros Ticaret A.Ş. unvanlı firmanın Oran Mah. Zühtü Tigrel Cad. No:7 Çankaya/ANKARA şubesinde “Süt” kategorisindeki ürünlere ilişkin yapılan kampanyanın reklamları

**Reklam Yayın Tarihi:** 12.03.2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Mağaza içi afiş

**Tespitler:** Oran Mah. Panora İş Merkezi No:182/17 Çankaya/ANKARA adresindeki Migros Market mağazasında 12.03.2019 tarihinde satışa sunulan "süt" kategorisindeki ürünlere ait reyon etiketlerinde ve mağaza içi afişlerde büyük puntolarla; "TÜM SÜTLERDE 3 AL 2 ÖDE" şeklinde ifadelerin yer aldığı, diğer taraftan bahse konu afişin en alt kısmında, kampanya hakkındaki ibarelereden daha küçük puntolarla okunması zor biçimde "Migros UHT süt ürünlerinin kampanya dışı olduğu" şeklinde açıklamalara yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Bahse konu afişte *"Tüm Sütlerde 3 Al 2 Öde"* şeklindeki ifadeyle kampanya kapsamında süt kategorisindeki tüm ürünlerin satın alınabileceği belirtilmişken, Migros UHT Süt markasına dair istisnai açıklamanın okunmayacak şekilde yazılarak tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte tanıtım yapıldığı, dolayısıyla tüketicinin algılama düzeyi göz önünde bulundurulduğunda mevzuata aykırılık teşkil eden bu tanıtımların;

-Türk Gıda Kodeksi Gıda Etiketleme ve Tüketicileri Bilgilendirme Yönetmeliği’nin 7/2 ve 7/4 üncü maddeleri,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**59)**

**Dosya No: 2018/2556**

**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 ilave araştırma yapılması istemiyle **dosyanın ertelenmesine** karar verilmiştir.

**60)**

**Dosya No: 2019/9574**

**Şikayet Edilen:** **Abdi İbrahim İlaç Sanayi ve Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.facebook.com/ProbestTurkiye adresli internet sayfasının 28.08.2019 tarihli görünümünde yer alan “Probest Probiyotik Mikroorganizma İçeren Tavkiye Edici Gıda*”* isimli ürün tanıtımları

**Reklam Yayın Tarihi:** 28.08.2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.facebook.com/ProbestTurkiye adresli internet sayfasının 28.08.2019 tarihli görünümünde; *“Yaz mevsiminde geçireceğiniz soğuk algınlığı, keyfinize engel olmasın.(...)Yaz aylarında üst solunum yolu enfeksiyonu geçirmeyeceğinizi düşünebilirsiniz. Bağışıklık sisteminiz tüm mevsimlerde güçlü olmalıdır. Sağlıklı bir bağışıklık sistemi sağlıklı bir yaşam için önemlidir. (...)Çocukların hastalıklarla mücadele edebilmesi için bağışıklık sisteminin güçlü olması gerekir. Kuvvetli bağışıklık sistemi hastalıklarla mücadele gücünüzü arttırır. (...)Sağlıklı bir yaşam için düzenli bir sindirim gerekir. İştahsızlık, midede şişkinlik, kabızlık ve karında ağrı sindirim probleminin belirtileridir. (...) Kuvvetli bağışıklık sistemi sizi hastalıklardan korur. (...)Güçlü bağışıklık sistemi hastalıklarla mücadele etmenize yardımcı olur. (...)Probiyotik kullanımının bağışıklık sistemine olan ayaraları sayesinde, sporcuların antrenman ve yarışma esnasındak hastalıklara yakalanma sıklığını, süresini ve ciddiyetini azalttığı görülmüştür. Güçlü bir bağışıklık sistemi spor aktivitelerinizi destekler(...) Güçlü bağışıklık sistemi sizi hastalıklardan korur. Probiyotik mikroorganizmaların, sağlık üzerine faydalı birçok etkisi belirlenmiştir. Probiyotikler enfeksiyonların önlenmesi ve tedavisi amacı ile normal bağırsak florasının tekrar oluşturulması için destektir. (...)Şişkinliğim olmadan istediğimi giyebilmem için..Probest digestive var. (...)Heyecanla beklediğiniz o ilk buluşmaya burun tıkanıklığı, boğaz ağrısı engel olmasın. Siz en iyisi Probest Defense kullanın. (...)En sevdiğiniz konseri hastalık nedeniyle kaçırmamak için Probest Defence!(...)Daha az şişkinlik, daha rahat yaşam için Probest Digestive!(...)Hastalık korkusu hobilerinize engel olmasın. Bağışıklık sisteminizi Probest defence ile güçlendirin, kışın tadı kaçmasın.(...)Üst solunum yolları enfeksiyonuna karşı en büyük desteğiniz Probest Defence!(...)Her gün değişen hava durumu size hastalık olarak geri dönmesin!(...)”*şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; probiyotik mikroorganizma içeren gıdaların tanıtımında, Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği’nde yer alan “Sağlık Beyanları” başlığı altında belirtilen ifadelerin dışına çıkılmasının yasak olduğu, buna göre aynı Yönetmeliğin Ek’inde yer alan hükümler uyarınca probiyotik mikroorganizma içeren gıdaların tanıtımının yalnızca; *“Probiyotik mikroorganizmalar, sindirim sistemini düzenlemeye ve bağışıklık sistemini desteklemeye yardımcı olur.”* şeklinde yapılabileceği, ancak inceleme konusu tanıtımlarda yer alan söz konusu ifadeler ile mevzuatta izin verilen sağlık beyanlarının dışına çıkıldığı 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 ve 13 üncü 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 **Abdi İbrahim İlaç Sanayi ve Ticaret A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**61)**

**Dosya No: 2019/9576**

**Şikayet Edilen:** **Orthogen İlaç Sağlık Hizmetleri San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** http://clausy.com.tr/ adresli internet sayfasının 29.08.2019 tarihli görünümünde yer alan “Clausy (Bacillus Clausii) Probiyotik*”*isimli ürün tanıtımları

**Reklam Yayın Tarihi:** 29.08.2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** http://clausy.com.tr/ adresli internet sayfasının 29.08.2019 tarihli görünümünde; *“Clausy Yetişkin (...)Enfeksiyon, besin zehirlenmesi veya antibiyotik nedeniyle oluşan ishal tedavisine· Egzama gibi bazı cilt hastalıklarının tedavisine· Kabızlık, ishal, gaz sıkışması sindirim sıkıntılarını azaltmaya· Sosyal anksiyetenin (kaygı) azaltılmasına· İdrar yolları enfeksiyonları önlenmesine· Alerjik semptom ve bulguların önlenmesine ve bağışıklık sisteminin güçlenmesine· Zayıflamaya yardımcı olur.· Serotonin hormonu ve mutluluk seviyesini yükseltir. (...)Clausy Çocuk(...)İshal, antibiyotik ilişkili ishal, seyahat ishali, laktoz intoleransı, · Bağışıklık sisteminin desteklenmesi, · Bazı alerjik hastalıkların önlenmesinde, · Üst solunum yolu enfeksiyonu geçirme sıklığını ve semptomların süresini anlamlı olarak azalttığı, · Çocuklarda atopik egzama ve alerjik rinik ataklarında etkilidir, · Depresyon ve obezite tedavisinde kullanılır, · Kabızlık, gaz sıkışması sindirim sıkıntılarını azaltmaya · Çocuklarda hasta olma oranını azaltmaya yardımcı olur. (...)Bacillus Probiyotiklerinin Sağlığımıza Yararları (...) Bacillus probiyotiklerinin sağlığımıza olumlu etkilerinden bazıları ise şunlardır: Oda sıcaklığında spor oluşturarak üreyebildiklerinden bağırsağımızda bize günlük yaşantımızda yarar sağlamaya devam eder ve düşük PH ortamlara dayanıklıdır. İshal gibi problemleri supplement şeklinde alınarak tedavi edebilir. Bacillus probiyotikleri alerji ve enfeksiyonları azaltır, ayrıca ince bağırsak büyümesi, abdomal ağrılar şişkinlik, ishal ve bağırsak sendromu gibi pek çok rahatsızlığıa iyi gelmektedir. Bacillus bakterisi oluşturduğu sporlar ile GALT üretimini arttırarak bağışıklık sistemimize doğrudan destek olur. Ayrıca bağışıklık sistemimizinn ana ajanları olan makrofaj, interferon ve katil hücreleri uyararak zararlı patojenlere karşı olan savunmamızı etkili hale getirir. Bacillus bakteris amicoumacin adlı antimikrobik maddeyi üreterek Helicobacter pylori varlığını azaltır ve olumsuz etkilerine karşı bizi korumuş olur. Bacilus türü karotenoid isimli antioksidan maddesini salgılar ve bu sayede yaşlanma, kardiovaskular bozukluk ve kansere karşı savaşır. Aynı zamanda kan inceltici olarak görev yaparak kan basıncını düşürür ve yine kalp rahatsızlıklarına iyi gelir. (...)Çocuklarda Probiyotik(...) Probiyotikler halihazırda antibiyotik kullanan çocuklarda antibiyotiğin yan etkilerini yumuşatmak için kullanılabilir. Genel anlamda probiyotikler çocuklar için güvenlidir fakat bazı probiyotikler çocuklarda değişik etkiler gösterebilir. Bazı araştırmalara göre probiyotiklerin çocuklarda astım ve alerji gibi hastalıkları da giderebileceği öngörülmüştür fakat herhangi bir kesin sonuç alınmamıştır. Ayrıca birtakım diğer çalışmaya göre çocuklarda sindirim sistemi bakterileri yeteri kadar gelişmediği zaman probiyotik alımının gerekli olacağı yönündedir. Bu yüzden çocuklara doğal yollardan probiyotik yanında ek probiyotik takviyesi almalarını kesinlikle önermektedir. (…)*"*Clausy'nin diğer probiyotiklerden farkı, canlı spor formunda olan bir probiyotik olmasıdır. (...)Clausy Probiyotik’in Önemi. Spor yapan bakteri, diğer bakterilere göre daha dayanıklıdır. (...) Bu şekilde hızlı ve yararlı etki gösterir. Aynı zamanda spor formda oluşu Clausy’e saklama kolaylığı sağlar. (…)* *Clausy(Bacillus Clausii) Probiyotik, Türkiye’nin en yeni spor formda likit probiyotiğidir.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; probiyotik mikroorganizma içeren gıdaların tanıtımında, Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği’nde yer alan “Sağlık Beyanları” başlığı altında belirtilen ifadelerin dışına çıkılmasının yasak olduğu, buna göre aynı Yönetmeliğin Ek’inde yer alan hükümler uyarınca probiyotik mikroorganizma içeren gıdaların tanıtımının yalnızca; *“Probiyotik mikroorganizmalar, sindirim sistemini düzenlemeye ve bağışıklık sistemini desteklemeye yardımcı olur.”* şeklinde yapılabileceği, ancak inceleme konusu tanıtımlarda yer alan ifadeler ile mevzuatta izin verilen sağlık beyanlarının dışına çıkıldığı,

Diğer taraftan, inceleme konusu tanıtımlarda “*Clausy'nin diğer probiyotiklerden farkı, canlı spor formunda olan bir probiyotik olmasıdır. (...)Clausy Probiyotik’in Önemi. Spor yapan bakteri, diğer bakterilere göre daha dayanıklıdır. (...) Bu şekilde hızlı ve yararlı etki gösterir. Aynı zamanda spor formda oluşu Clausy’e saklama kolaylığı sağlar.”* şeklinde ifadelere yer verilmesinin Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 8/3 maddesinde yer alan *"Takviye edici gıdaların karşılaştırmalı reklamı yapılamaz."* hükmüne aykırılık teşkil ettiği,

Ayrıca, inceleme konusu tanıtımlarda yer alan *“Clausy(Bacillus Clausii) Probiyotik, Türkiye’nin en yeni spor formda likit probiyotiğidir.”* ifadelerinin ispatına ilişkin bilgi veya belge sunulmadığı 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 ve 13 üncü maddeleri,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/1-b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 8/3, 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 **Orthogen İlaç Sağlık Hizmetleri San. ve Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**62)**

**Dosya No: 2019/9577**

**Şikayet Edilen: İ.E. Ulagay İlaç Sanayii Türk A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.facebook.com/kaleidontr/ adresli internet sayfasının 29.08.2019 tarihli görünümü ile https://www.instagram.com/kaleidon\_probiyotik/ adresli internet sayfasının 11.09.2019 tarihli görünümünde yer alan “Kaleidon Probiyotik*”* isimli ürün tanıtımları

**Reklam Yayın Tarihi:** 29.08.2019, 11.09.2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.facebook.com/kaleidontr/ adresli internet sayfasının 29.08.2019 tarihli görünümünde; *“Bağırsaklardaki bakterilerin dengesi bozulduğunda sadece bağırsaklarımızda ortaya çıkabilecek olan ishal, karın ağrısı, şişkinlik gibi sorunlarla değil, tüm vücudumuzu ilgilendiren sıkıntılarla karşı karşıya kalırız. Bu sıkıntıların giderilmesini desteklemek için de probiyotik kullanmak oldukça yararlıdır. (…)Antimikrobiyal madde üretebilir”* şeklinde ifadelere yer verildiği,

https://www.instagram.com/kaleidon\_probiyotik/ adresli internet sayfasının 11.09.2019 tarihli görünümünde yer alan videolarda; sokak röportajlarında tüketicilere *“İshal olup zor durumda kaldığın oldu mu? (...)İshalin halk arasındaki deyimi nedir?(...)İshal olduğunuzda günde en fazla kaç kez tuvalete çıktınız?”* şeklinde sorular yöneltildiği,

Bununla birlikte, inceleme konusu tanıtımlarda; “*İdeal Probiyotik. Kaleidon ideal probiyotiğin özelliklerini barındırır. (...)Kaleidon, içerdiği LbGG suşu ile Dünya Gastroenteroloji Organizasyonunun (WGO) ideal tanımına uygun probiyotiktir. (…)Kaleidon’un içerdiği LbGG dünyada en çok klinik çalışma yapılan probiyotiktir. (…)Hakkında en çok klinik çalışma yapılan Lactobacillus rhamnosus GG (LbGG) suşu içeren ideal probiyotik”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; <https://www.facebook.com/> kaleidontr/ adresli internet sayfasının 29.08.2019 tarihli görünümünde; *“Bağırsaklardaki bakterilerin dengesi bozulduğunda sadece bağırsaklarımızda ortaya çıkabilecek olan ishal, karın ağrısı, şişkinlik gibi sorunlarla değil, tüm vücudumuzu ilgilendiren sıkıntılarla karşı karşıya kalırız. Bu sıkıntıların giderilmesini desteklemek için de probiyotik kullanmak oldukça yararlıdır. (…)Antimikrobiyal madde üretebilir”* şeklinde ifadelere yer verildiği,

https://www.instagram.com/kaleidon\_probiyotik/ adresli internet sayfasının 11.09.2019 tarihli görünümünde yer alan videolarda; sokak röportajlarında tüketicilere *"İshal olup zor durumda kaldığın oldu mu? (...)İshalin halk arasındaki deyimi nedir?(...)İshal olduğunuzda günde en fazla kaç kez tuvalete çıktınız?"* şeklinde sorular yöneltildiği ve böylelikle anılan ürünün sindirim sorunlarına iyi geldiği izlenimi yaratıldığı,

Probiyotik mikroorganizma içeren gıdaların tanıtımında, Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği’nde yer alan “Sağlık Beyanları” başlığı altında belirtilen ifadelerin dışına çıkılmasının yasak olduğu, buna göre aynı Yönetmeliğin Ek’inde yer alan hükümler uyarınca probiyotik mikroorganizma içeren gıdaların tanıtımının yalnızca; *“Probiyotik mikroorganizmalar, sindirim sistemini düzenlemeye ve bağışıklık sistemini desteklemeye yardımcı olur.”* şeklinde yapılabileceği, ancak anılan tanıtımlarda yer alan söz konusu ifadeler ile mevzuatta izin verilen sağlık beyanlarının dışına çıkıldığı 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 ve 13 üncü 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 **İ.E. Ulagay İlaç Sanayii Türk A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**63)**

**Dosya No: 2019/10565**

**Şikayet Edilen: Sütaş Süt Ürünleri A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Sütaş Kaf Kefir*”* isimli ürün tanıtımları

**Reklam Yayın Tarihi:** 16.05.2019, 11.09.2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Televizyon, İnternet, ambalaj

**Tespitler:** Atv logolu televizyon kanalında 16.05.2019 tarihinde yayınlanan ve firmaya ait www.sutas.com.tr adresli internet sitesi ile "Sütaş" isimli Youtube kanalının 11.09.2019 tarihli görünümünde yer alan reklamlarda; *“Mayası Kafkaslar'dan, Doğallığı Sütaş'tan. Kaf Kefir. Ömrünüze Ömür Katar.”* şeklinde,

www.sutas.com.tr adresli internet sitesinin 11.09.2019 tarihli görünümünde; *"Kafkas dağlarından toplanmış anaç kefir danelerinden elde edilen kefir mayası ile Sütaş Çiftliği’nin taptaze sütlerini buluşturan Kaf Kefir ömrünüze ömür katmak için şimdi Türkiye’de."* şeklinde,

Anılan ürün ambalajlarında ise *"%100 Doğal"* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; inceleme konusu tanıtımlarda yer alan *“Ömrünüze Ömür Katar”* ifadesinin sağlık beyanı olarak nitelendirilemeyeceği, bununla birlikte *“Mayası Kafkaslar'dan”* ve “*Kafkas dağlarından toplanmış anaç kefir danelerinden elde edilen kefir mayası”*şeklinde ifadelerin ispatına ilişkin olarak, Kaf Kefir mayasının Kafkas dağları kökenli kefir danelerinden elde edildiğine dair bilgi ve belgelerin sunulduğu değerlendirilerek, söz konusu reklamlarda Reklam Mevzuatı hükümlerine aykırı bir unsura rastlanmadığından, anılan reklamların 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 inci maddesine **aykırı olmadığına** karar verilmiştir.

**TEKNOLOJİ**

**64)**

**Dosya No: 2017/1702**

**Şikayet Edilen: Medyam 14 Radyo Televizyon Yayıncılık A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Medyam 14 TV isimli televizyon kanalında yayınlanan “Nokia 230 Cep Telefonu” adlı ürüne ilişkin reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 12.04.2017

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** İnceleme konusu, Medyam 14 TV isimli televizyon kanalında 12.04.2017 tarihinde yayınlanan “Nokia 230 Cep Telefonu” adlı ürüne ilişkin reklamlarda;

*“Orijinal Nokia 230 cep telefonu… 429 TL’den aşağı hiçbir yerde bulamazsınız… 390-400 liraya bulursanız ben bu telefonu size hediye edeceğim... Arayan ilk 100 kişiye kargo dahil 100 TL’den gönderiyoruz… Nokia’nın E230 modeli, Türkiye’nin 81 ilinde 180 ilçesinde servis ağı var... Twitter, Facebook, Instagram, Whatsapp uygulamaları var... Metal kasa, led flaşlı kamera... Hemen arayın 100 TL’ye bir dünya markası Nokia sahibi olun...”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu reklamlarda yukarıda detaylı olarak yer alan ifadelere yer verildiği ancak tüketicilere gönderilen telefonların reklamda belirtilenden farklı marka olduğu ve belirtilen özellikleri taşımadığı ve orijinal Nokia olmadığı yönündeki iddiaların aksinin ilgili şirket tarafından kanıtlanamadığı, ilk arayan 100 kişiye telefonun 100 TL’den gönderileceğinin belirtildiği ancak daha sonra arayanlara kaç TL’den verileceğinin belirtilmediği, böylelikle tüketicinin ödeyeceği fiyat konusunda kafa karışıklığı yaratıldığı,

Ayrıca 4760 sayılı Özel Tüketim Vergisi Kanunu'nun Geçici 6. maddesi ve bu Kanuna ekli (IV) sayılı liste incelendiğinde görüleceği üzere; cep telefonları için oransal olarak (%25) hesaplanan verginin 160 Türk Lirasından az olması halinde, orana göre hesaplanan vergi yerine her bir adet için 160 Türk Lirası vergi alınacağının hüküm altına alındığı, bu bakımdan bir cep telefonunun minumum Özel Tüketim Vergisinin (ÖTV) 160 Türk Lirası olarak belirlendiği ve bu rakama telefonun fiyatı, KDV ve benzeri yükümlülükler eklendiğinde telefonun nihai satış fiyatının ortaya çıktığı dikkate alındığında, mali yükümlülüklerini yerine getiren distribütör firma tarafından dahi 100 TL'ye cep telefonu satışının yapılmasının mümkün olmadığı,dolayısıyla ürünün markası, özellikleri, satışın gerçekleşme şekli hakkında tüketicilere eksik, yanlış ve çelişkili bilgiler verilerek kamuoyunun yanıltıldığı, bu nedenle söz konusu reklamların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5/a-ç, 9/1, 11/1, 12/2, 13/1-2 maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, mecra kuruluşu **Medyam 14 Radyo Televizyon Yayıncılık A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**DAYANIKLI TÜKETİM MALLARI**

**65)**

**Dosya No: 2019/9027**

**Şikayet Edilen: Karaca Züccaciye Ticaret ve Sanayi A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şirket tarafından 2019 yılı ilk yarısında, broşürlerde, bilboardlarda, mağaza içi materyallerde, Instagram'da ve şirketin Youtube kanalında Bio Diamond-Pro serisi tava tencere ürünlerine ilişkin olarak yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Yayınlandığı Mecra:** Muhtelif

**Tespitler:** İnceleme konusu, 2019 yılı ilk yarısında, broşürlerde, bilboardlarda, mağaza içi materyallerde, Instagram'da ve şirketin Youtube kanalında Bio Diamond-Pro serisi tava tencere ürünlerine ilişkin olarak yayınlanan reklamlarda;

*"Karaca Bio Diamond - Bio Diamond Pro... Gerçek elmas kristallerinden dünyanın en dayanıklı harikası... En yanmaz, en yapışmaz, çizilmelere karşı en dayanıklı, en uzun ömürlü... Diğerlerine göre en dayanıklı, en yapışmaz...(...) vs."* şeklinde ifadelere yer verildiği,

“Türkiye’nin en güçlüleri, en dayanıklı Karaca #BioDiamond’ı deniyor.” başlıklı reklamlarda; *“Karaca uzmanlığıyla Türkiye’de bir ilk. Gerçek elmas kristallerinden gelen sağlamlığıyla Biodiamond serisi. Dünyanın en güçlüleri test etti, onayladı. (Ekranda Muammer GÖKMEN body building-milli sporcu NAC Dünya Şampiyonu Mehtap Işıl AKTAN body fitness-milli sporcu WBBF Master Athletic Figure Dünya Şampiyonu )* ***En yanmaz, en yapışmaz, en dayanıklı. Karaca BioDiamond serisi.****”* ifadelerine, altyazı metninde;“*Kendisi dahil 4 farklı ürün üzerinde TÜV Rheinland BS 7069 standardına göre yapılan dayanıklılık ve yanmaz/yapışmazlık testleri sonucuna göre. Bu film tüm gerekli güvenlik önlemleri alınmak suretiyle profesyonel kişiler kullanılarak çekilmiştir, lütfen denemeyiniz. MediaCat için IPSOS tarafından gerçekleştirilen Türkiye’nin Lovemark’ları 2018 araştırma sonucunda Karaca, Sofra&Mutfak kategorisinin birincisi olmuştur. Detaylı bilgi için:* [*www.krc.com.tr*](file:///Z%3A%5C%2BREKLAM%20KURULLARI%20T%C3%9CM%20BELGELER%2B%5CGEREK%C3%87EL%C4%B0%20KARAR%5C290%5Cwww.krc.com.tr)*”* ifadelerine yer verildiği,

 Bir diğer Youtube reklamında; “ *Size bu lezzetli, sağlıklı ve kusursuz yemekleri sunmanın püf noktaları var. –Maksut AŞKAR (Chef&partner of Neolokal) Etiniz, sebzeniz ve malzemeleriniz nasıl en iyisi olmak zorunda ise kullanacağınız tencere ve tavanız da en iyisi olmalı. Çok iyi karışması lazım ama tencere çizilmemeli. Gün içinde tekrar tekrar yıkanmalı. Çok yüksek ateşe bile yıllarca dayanmalı (ekranda “Türkiye’nin ilk bütünsel indüksiyon tabanı” ifadesi) İyi pişmeli ama asla yapışmamalı. – (Dış ses) Dünyaca ünlü yemekleriyle, sunumlarıyla misafirlerine bambaşka deneyimleri yaşatan Maksut AŞKAR şimdi mutfağında Karaca BioDiamond Pro kullanıyor. Tüm ocak tipleri için İsviçre’de özel olarak geliştirildi. Çelik sapı sayesinde fırına girebilen bütünsel indüksiyon tabanıyla ısıyı eşit dağıtan gerçek elmas kristalleriyle kaplı yepyeni bir seri.* ***Diğerlerine göre en dayanıklı, en yapışmaz*** *ve tam 10 yıl garantili. Şimdi Karaca ile mutfaklarınızda.”* ifadelerine, altyazıda “ *Kendisi dahil 4 farklı ürün üzerinde TÜV Rheinland BS 7069 standardına göre yapılan dayanıklılık ve yanmaz/yapışmazlık testleri sonucuna göre. MediaCat için IPSOS tarafından gerçekleştirilen Türkiye’nin Lovemark’ları 2018 araştırma sonucunda Karaca, Sofra&Mutfak kategorisinin birincisi olmuştur. Detaylı bilgi için:* [*www.krc.com.tr*](http://www.krc.com.tr)ifadelerine yer verildiği,

[www.krc.com.tr](file:///Z%3A%5C%2BREKLAM%20KURULLARI%20T%C3%9CM%20BELGELER%2B%5CGEREK%C3%87EL%C4%B0%20KARAR%5C290%5Cwww.krc.com.tr) adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda; “*Karaca BioDiamond gerçek elmas kristallerinden. Doğanın en dayanıklı harikası.”* ***“En dayanıklı, en yapışmaz, en uzun ömürlü*** *10 yıl garantili. Metal mutfak gereçleri kullanımına uygun. Blender kullanımına uygun” “Gerçek elmas kristalleriyle kaplı. En yapışmaz, en dayanıklı, en uzun ömürlü. Eşit gövde kalınlığı ile ekstra dayanıklı. Fırında kullanıma uygun. Bütünsel indüksiyon taban ile Türkiye’de ilk! –Çalışmadaki ürün kendi dahil 4 farklı ürün üzerinde TÜV Rheinland BS 7069 standardına göre yapılan dayanıklılık ve yanmaz/yapışmazlık testleri sonucunda en dayanıklı, en yapışmaz ve en uzun ömürlü ürün sertifikasını almıştır.”* ifadelerine,

*“BioDiamond Hakkında Merak Edilenler -BioDiamond nedir? BioDiamond Karaca uzmanlığı ile Türkiye’nin ve Dünya’nın yüzeyi gerçek elmas kristalleriyle kaplı yanmaz ve yapışmaz pişirme grubudur. Şimdi usta şeflerin tercihi yeni # BioDiamond Pro serisi ile siz de mutfağınızın şef\_ olun! Dünyaca ünlü yemekleriyle, sunumlarıyla misafirlerine bambaşka deneyimler yaşatan Maksut Aşkar da şimdi mutfağında Karaca BioDiamond Pro kullanıyor. Karaca'dan dünyaca ünlü şeflerin tercih BioDiamond Pro’yu "keşfedin". -Neden elmas kristalleri kullanıldı? Elmas dünyanın en sert doğal kaynağıdır. Aynı zamanda elmasın doğası gereği yapışmazlık özelliği vardır. Ayrıca elmas pişirme grubunda kullanılan tüm materyallerden daha fazla ısı iletkenliği sağlar. -BioDiamond yanmaz yapışmazlıkta diğer yanmaz yapışmazlara kıyasla nasıldır?* ***En yanmaz en yapışmaz en dayanıklı özellikleri ile doğanın en dayanıklı harikası diyebiliriz****. -BioDiamond garanti süresi nedir? BioDiamond 10 yıl garantilidir. -BioDiamond nerede üretilmektedir? BioDiamond İsviçre’de geliştirilip ve Türkiye’de üretilmektedir. -BioDiamond tabanı diğer yanmaz yapışmazlara göre farklılığı var mıdır? BioDiamond diğer yanmaz yapışmazlara göre tabanı %20 daha kalındır. -BioDiamond tasarımı nasıldır? Elmas formlu sap, kulp ve gövde tasarımı vardır. -BioDiamond Pro tasarımı nasıldır? BioDiamond Pro ise Türkiye’nin ilk bütünsel indüksiyon tabanına sahip ürünüdür. Ürünün döküm çelik kulp tasarımı vardır, fırında kullanıma uygundur. –Hangisini seçmeliyim BioDiamond mı BioDiamond Pro mu? BioDiamond Pro BioDiamond a göre farklıları vardır. Tüketici tercihen göre ikisi de seçilebilir. -BioDiamond Pronun diğer özellikleri nelerdir? BioDiamond Pro Türkiye’nin ilk bütünsel indüksiyon tabanına sahip üründür. Ürünün döküm çelik kulp tasarımı vardır, fırında kullanıma uygundur. Diğer yanmaz yapışmazlar göre %45 daha kalın tabana sahiptir. Tüm ocak tiplerine uygundur. Her tarafı eşit gövde kalınlığı ile ultra dayanıklıdır. -BioDiamond ve BioDiamond Pro setler kaç parçadır? Setlerin hepsi 7 parçadır.”* ifadelerine yer verildiği, tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler doğrultusunda, şirket tarafından TÜV Rheinland laboratuvarlarında 05-09.09.2018 tarihleri arasında yaptırılan 4 ürün testinin 3’ünde Karaca ürünlerinin test edildiğinin anlaşıldığı, test sonuçlarına bakıldığında, Karaca’nın granit ve seramik ürünlerinde 50.000-55.000 defa aynı işlem uygulandığında kaplamanın neredeyse tamamen çıktığı fakat Karaca Biodiamond ve Pro serisi ürünlerde 150.000 nci defa aynı işlem uygulandığında bile bir miktar parlaklık kaybı meydana geldiği ve kaplamanın hafif pürüzlendiği, dolayısıyla “Karaca” markasının elmas kaplama tencere ve tava ürünlerinin granit ve seramik kaplama ürünlerine göre daha dayanıklı, yapışmaz ve yanmaz olduğu sonucuna varmanın mümkün olduğu, şirket tarafından üründe “elmas kristallerinin” kullanıldığının ispat edildiği, bu konuda belge gönderildiği, ancak şirket tarafından bahsi geçen ürünlerin “en uzun ömürlü” olduğuna ilişkin ispat niteliğinde bir bilgi, belge gönderilmediği, yalnızca yapılan testlerden çıkarım yoluyla bu sonuca varıldığının anlaşıldığı,

Titanyum ürün kaplaması için ise her ne kadar şirket tarafından bir rakip firma ürününün test edildiği ifade edilse de raporda söz konusu markanın ürün ismine yer verilmediği, “Krc003” yazdığı fakat yapılan test incelendiğinde ürün görseli olarak rakip firmaya ait bir ürün olduğunun anlaşılabildiği, bu testin de önce 05-09.09.2018 tarih aralığında yapılıp 30.000 döngüde sonlandırıldığı ardından 19.09.2018-08.10.2018’de tekrar yapılarak 100.000 döngüye kadar işlemin devam ettiğinin görüldüğü,

 “En” ifadesinin mutlak bir üstünlük anlatımı içermesi nedeniyle “en dayanıklı” “en yanmaz” en yapışmaz” "en uzun ömürlü" ifadelerini kullanabilmek için rakip ürünler ile bir karşılaştırma yapılmış olması ve bu sonuca göre ürünün en yüksek değeri-performansı gösteren ürün olması gerektiği, ancak testlerde şirket tarafından seramik üründe “24 cm pan”, granit üründe de “Silver Stone 26cm” olmak üzere şirketin kendi ürünlerinin kullanıldığının tespit edildiği, buna rağmen hiçbir reklam materyalinde “*Karaca’nın diğer kaplama ürünleri ile karşılaştırıldığında*” gibi bir ibareye rastlanmadığı ve reklamlarda “*Diğerlerine göre en dayanıklı, en yapışmaz ve tam 10 yıl garantili”* ifadesinin kullanıldığı, böylelikle yeterli kanıt bulunmadan reklamı yapılan ürünün piyasadaki diğer kaplama ürünlerine kıyasla en dayanıklı/yapışmaz/yanmaz ürün şeklinde bir algıya sebebiyet verildiği,

Diğer taraftan her ne kadar şirketten alınan cevabi yazıda “uzman ekip” tarafından piyasadaki diğer ürünlerin de seçilerek test edildiği belirtilmiş olsa da rakip markalara ait ürünlerin tamamında test yapılmadığının görüldüğü, üstelik uzman ekip tarafından yapıldığı belirtilen araştırmada iki adet rakip firmaya ait ürünlerin aynı olduğunun ve bir diğer iki adet rakip firmaya ait ürünün içerisinde de satışa sunulurken “titanyum” diyebilmek için eser miktarda titanyum hammaddesi kullanıldığının iddia edildiği, ancak bu iddialara dayanak oluşturabilecek hiçbir test bulunmadığı gibi sadece şirketin “uzman ekibi” tarafından yapılan bir araştırma olduğunun belirtildiği ve bu araştırmaya ilişkin bir belge sunulamadığının görüldüğü,

"En" ifadesinin reklamlarda kullanılabilmesi için bağımsız araştırma kuruluşları tarafından piyasada yapılan bir pazar araştırması neticesinde “seramik”, “granit” ve “titanyum” ürünlerinde pazar payına hakim firmaların belirlenmesi ve bu firmaların benzer ürünleri arasında bir test ve karşılaştırma yapılmasının gerektiği, piyasada seramik ve granit ürünleri olan Karaca dışında birçok markanın bulunduğu, ancak şirket tarafından bu firmalar arasından sadece iki tanesine ait ürünlerin seçildiği, etraflıca bir pazar araştırması yapılmadan salt bu iki markaya ait ürünlerin test edilmesinin reklamlardaki "en"li ifadeleri kullanabilmek için yeterli olmadığının görüldüğü, dolayısıyla ibraz edilen test ve raporların şirkete ait BioDiamond serisi ürünlere ilişkin “en”li ifadelerle sunulan iddiaları ispatlamakta yetersiz kaldığı kanaatine varıldığı,

Sonuç olarak, “Bio Diamond” serisi tava-tencere ürünlerine ilişkin olarak muhtelif mecralarda yayınlanan reklam ve tanıtımlar hakkında dosya içeriğinde yer alan mevcut bilgi ve belgeler değerlendirildiğinde yukarıda ayrıntısıyla değinilen hususlar çerçevesinde inceleme konusu reklam ve tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5/a, 7/8, 8/1, 9/1, maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, mecra kuruluşu **Karaca Züccaciye Ticaret ve Sanayi A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**TURİZM**

**66)**

**Dosya No: 2019/8789**

**Şikayet Edilen: 40 DK Eğitim Turizm Gıda ve Bilişim Dan. Hizmetleri Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından “Kuzen Otel” adlı tesise yönelik olarak www.kuzenotel.com adresli internet sitesinde yer verilen reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan incelemede, “Kuzen Otel” adlı tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan “Butik Otel Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi” bulunmamasına karşın firmaya ait www.kuzenotel.com adresli internet sitesinin 08.04.2019 tarihli görünümünde yer alan reklam ve tanıtımlarda, “Sunduğumuz konfor ve imkanlar, hizmet anlayışımız, şehrin coşkusuna yakınlığı kadar, günün her saati canlılığını koruyan “Butik Otel” konseptinde sunduğumuz hizmetlerimizle; ister yoğun iş temponuzda size huzur ve güven ortamını sunacak; isterseniz de gezilerinizdeki sıcak dost havasıyla sizleri ağırlayacağız.” ifadelerine yer vermek suretiyle “Butik Otel” olarak tanıtıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** “Kuzen Otel” adlı tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan “Butik Otel Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi” bulunmamasına karşın firmaya ait www.kuzenotel.com adresli internet sitesinin 08.04.2019 tarihli görünümünde yer alan reklam ve tanıtımlarda, “Sunduğumuz konfor ve imkanlar, hizmet anlayışımız, şehrin coşkusuna yakınlığı kadar, günün her saati canlılığını koruyan “Butik Otel” konseptinde sunduğumuz hizmetlerimizle; ister yoğun iş temponuzda size huzur ve güven ortamını sunacak; isterseniz de gezilerinizdeki sıcak dost havasıyla sizleri ağırlayacağız.” ifadelerine yer vermek suretiyle “Butik Otel” olarak tanıtılmasının tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı olduğu, 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 **40 DK Eğitim Turizm Gıda ve Bilişim Dan. Hizmetleri Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**67)**

**Dosya No: 2019/10366**

**Şikayet Edilen: Etezem İnşaat Taah. Tur. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Campus Hill Hotel” adlı tesise yönelik olarak tesis tabelasında, tesis logosunda ve tesise ait www.campushillhotel.com adresli internet sitesi ile otel rezervasyon hizmeti sağlayan muhtelif internet sitelerinde yer verilen reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, Tabela

**Tespitler:** Yapılan incelemede, “Campus Hill Hotel” adlı tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan “Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi” bulunmamasına karşın tesis tabelasında, tesis logosunda, tesise ait Facebook kurumsal sosyal medya hesabında, tesise ait www.campushillhotel.com adresli internet sitesi ile www.tripadvisor.com.tr ve www.agoda.com adresli internet sitelerinin 07.10.2019 tarihli görünümlerinde yer alan reklam ve tanıtımlarda “5 Yıldızlı Otel” olarak tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** “Campus Hill Hotel” adlı tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan “Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi” bulunmamasına karşın tesis tabelasında, tesis logosunda, tesise ait Facebook kurumsal sosyal medya hesabında, tesise ait www.campushillhotel.com adresli internet sitesi ile www.tripadvisor.com.tr ve www.agoda.com adresli internet sitelerinin 07.10.2019 tarihli görünümlerinde yer alan reklam ve tanıtımlarda “5 Yıldızlı Otel” olarak tanıtılmasının tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı olduğu, 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 **Etezem İnşaat Taah. Tur. 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.

**68)**

**Dosya No: 2019/10466**

**Şikayet Edilen: Ulupınar Öztaşlar Su Ürünleri Restoran Otelcilik Turistik İşletmecilik Taşımacılık Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Botanik Resort Otel” adlı tesise yönelik olarak muhtelif mecralarda yayınlanan reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, Buklet malzemeleri

**Tespitler:** Yapılan incelemede, 4 Yıldızlı Otel Turizm İşletmesi Belgeli “Botanik Resort Hotel” adlı tesiste Kültür ve Turizm Bakanlığı Kontrolörlerince 02.08.2019 tarihinde bir denetim yapıldığı, bu denetimde; tesisin bulunduğu konuma göre yolun karşısındaki sahilde yer alan ve tesis ile bağlantısı bulunmayan bungalov odaların, “4 Yıldızlı Otel Turizm İşletmesi Belgesi” kapasitesinde yer almadıkları ve fiziki nitelik olarak belgeli tesisin niteliklerini taşımadıkları halde, odalar içerisinde, odalarda bulunan buklet malzemeleri ve eşyalar üzerinde ve açık alanlarda 4 Yıldızlı Otel’in bir parçasıymış imajını uyandıracak şekilde “4 Yıldızlı Otel” ve “Botanik Resort Otel” ibarelerine yer verilerek tanıtımlarının yapıldığı, benzer tanıtımların tesise ait www.botanikresorthotel.com adresli internet sitesinin 14.10.2019 tarihli görünümünde de yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firmaya ait 4 Yıldızlı Otel Turizm İşletmesi Belgeli “Botanik Resort Hotel” adlı tesiste Kültür ve Turizm Bakanlığı Kontrolörlerince 02.08.2019 tarihinde bir denetim yapıldığı, bu denetimde; tesisin bulunduğu konuma göre yolun karşısındaki sahilde yer alan ve tesis ile bağlantısı bulunmayan bungalov odaların, “4 Yıldızlı Otel Turizm İşletmesi Belgesi” kapasitesinde yer almadıkları ve fiziki nitelik olarak belgeli tesisin niteliklerini taşımadıkları halde, odalar içerisinde, odalarda bulunan malzeme ve eşyalar üzerinde ve açık alanlarda 4 Yıldızlı Otel’in bir parçasıymış imajı uyandıracak şekilde tanıtımlarının yapıldığının tespit edildiği, benzer tanıtımların tesise ait www.botanikresorthotel.com adresli internet sitesinin 14.10.2019 tarihli görünümünde de yer aldığı, bu itibarla, tesise ait belge kapsamında bulunmayan bungalov odaların Botanik Resort Otel adı altında “4 Yıldız” görselleri ve ibareleri ile “4 Yıldızlı Otel” olarak tanıtımının yapılmasının mevzuata aykırı ve

tüketicileri aldatıcı olduğu, 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 **Ulupınar Öztaşlar Su Ürünleri Restoran Otelcilik Turistik İşletmecilik Taşımacılık Sanayi ve Ticaret 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.

**69)**

**Dosya No: 2019/11509**

**Şikayet Edilen: NK Turizm Otelcilik İnşaat Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** “The Colours Side Hotel” adlı tesise yönelik olarak www.trivago.com.tr, www.agoda.com ve www.valstur.com.tr adresli internet sitelerinde yer verilen reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan incelemede, “The Colours Side Hotel” adlı tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan “Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi” bulunmamasına karşın www.trivago.com.tr, www.agoda.com ve www.valstur.com.tr adresli internet sitelerinin 17.07.2019 tarihli görünümlerinde yer alan reklam ve tanıtımlarda “4 Yıldızlı Otel” olarak tanıtıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** “The Colours Side Hotel” adlı tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan “Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi” bulunmamasına karşın www.trivago.com.tr, www.agoda.com ve www.valstur.com.tr adresli internet sitelerinin 17.07.2019 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,

- 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 **NK Turizm Otelcilik İnşaat Ticaret 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.

**70)**

**Dosya No: 2019/11602**

**Şikayet Edilen: Cunda Sim Otel**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, Tabela

**Tespitler:** Yapılan incelemede, “Cunda Sim 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 kurumsal sosyal medya hesabında ve www.cundasimotel.com adresli internet sitesi ile www.trivago.com.tr, www.tripadvisor.com.tr, www.neredekal.com, www.tatilsepeti.com ve tr.hotels.com adresli internet sitelerinin 31.07.2019 tarihli görünümlerinde yer alan reklam ve tanıtımlarda, “Cunda Sim Butik Otel”, “Sim Butik Otel” ve “Butik” ibareleriyle “Butik Otel” olarak tanıtıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** “Cunda Sim 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 kurumsal sosyal medya hesabında ve www.cundasimotel.com adresli internet sitesi ile www.trivago.com.tr, www.tripadvisor.com.tr, www.neredekal.com, www.tatilsepeti.com ve tr.hotels.com adresli internet sitelerinin 31.07.2019 tarihli görünümlerinde yer alan reklam ve tanıtımlarda, “Cunda Sim Butik Otel”, “Sim Butik Otel” ve “Butik” ibareleriyle “Butik Otel” olarak tanıtılmasının tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı olduğu, 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 **Cunda Sim Otel** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**71)**

**Dosya No: 2019/11610**

**Şikayet Edilen: Beyaz Taş Otel**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Beyaz Taş 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

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, Tabela

**Tespitler:** Yapılan incelemede, “Beyaz Taş 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, www.trivago.com.tr, www.hotelscombined.com ve www.ayvalık.com adresli internet sitelerinin 07.08.2019 tarihli görünümlerinde yer alan reklam ve tanıtımlarda “Butik Otel” olarak tanıtıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** “Beyaz Taş 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, www.trivago.com.tr, www.hotelscombined.com ve www.ayvalık.com adresli internet sitelerinin 07.08.2019 tarihli görünümlerinde yer alan reklam ve tanıtımlarda “Butik Otel” olarak tanıtılmasının tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı olduğu, 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 **Beyaz Taş Otel** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**72)**

**Dosya No: 2019/11613**

**Şikayet Edilen: Cunda Esen Otel**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Cunda Esen Otel” adlı tesise yönelik olarak tesis dış cephesinde ve tesis tabelasında yer verilen reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Yayınlandığı Mecra:** Tabela

**Tespitler:** Yapılan incelemede, “Cunda Esen Otel” adlı tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan “Butik Otel Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi” bulunmamasına karşın tesis dış cephesinde ve tesis tabelasında “Boutique” ibaresine yer vermek suretiyle “Butik Otel” olarak tanıtıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** “Cunda Esen Otel” adlı tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan “Butik Otel Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi” bulunmamasına karşın tesis dış cephesinde ve tesis tabelasında “Boutique” ibaresine yer vermek suretiyle “Butik Otel” olarak tanıtılmasının tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı olduğu, 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 **Cunda Esen Otel** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**73)**

**Dosya No: 2019/11615**

**Şikayet Edilen: Olea Leya Otel**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet,Tabela

**Tespitler:** Yapılan incelemede, “Olea Leya 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.olealeya.com adresli internet sitesi ile www.otelz.com, www.odamax.com, www.tatilbudur.com, www.tatilsepeti.com, www.etstur.com, tr.hotels.com ve www.tripadvisor.com.tr adresli internet sitelerinin 07.08.2019 tarihli görünümlerinde yer alan reklam ve tanıtımlarda “Butik Otel” olarak tanıtıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** “Olea Leya 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.olealeya.com adresli internet sitesi ile www.otelz.com, www.odamax.com, www.tatilbudur.com, www.tatilsepeti.com, www.etstur.com, tr.hotels.com ve www.tripadvisor.com.tr adresli internet sitelerinin 07.08.2019 tarihli görünümlerinde yer alan reklam ve tanıtımlarda “Butik Otel” olarak tanıtılmasının tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı olduğu, 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 **Olea Leya Otel** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**74)**

**Dosya No: 2019/11618**

**Şikayet Edilen: Cunda Doruk Otel**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Cunda Doruk Otel” adlı tesise yönelik olarak tesis dış cephesinde, tesis tabelasında ve tesise ait Facebook kurumsal sosyal medya hesabında yer verilen reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet,Tabela

**Tespitler:** Yapılan incelemede, “Cunda Doruk 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 Facebook kurumsal sosyal medya hesabında yer alan reklam ve tanıtımlarda “Butik Otel” olarak tanıtıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** “Cunda Doruk 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 Facebook kurumsal sosyal medya hesabında yer alan reklam ve tanıtımlarda “Butik Otel” olarak tanıtılmasının tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı olduğu, 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 **Cunda Doruk Otel** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**75)**

**Dosya No: 2019/11619**

**Şikayet Edilen: Cavlıhane 1885 Otel**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Cavlıhane 1885 Otel” adlı tesise yönelik olarak tesis dış cephesinde, tesis tabelasında, tesise ait Facebook kurumsal sosyal medya hesabında ve otel rezervasyon hizmeti sağlayan muhtelif internet sitelerinde yer verilen reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet,Tabela

**Tespitler:** Yapılan incelemede, “Cavlıhane 1885 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 kurumsal sosyal medya hesabında ve www.otelz.com adresli internet sitesi ile www.neredekal.com adresli internet sitesinin 01.08.2019 tarihli görünümlerinde yer alan reklam ve tanıtımlarda “Butik Otel” olarak tanıtıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** “Cavlıhane 1885 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 kurumsal sosyal medya hesabında ve www.otelz.com adresli internet sitesi ile www.neredekal.com adresli internet sitesinin 01.08.2019 tarihli görünümlerinde yer alan reklam ve tanıtımlarda “Butik Otel” olarak tanıtılmasının tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı olduğu, 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 **Cavlıhane 1885 Otel** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**76)**

**Dosya No: 2019/11620**

**Şikayet Edilen: Beyaz Yalı Otel**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Beyaz Yalı Otel” 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

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet,Tabela

**Tespitler:** Yapılan incelemede, “Beyaz Yalı Otel” adlı tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan “Butik Otel Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi” bulunmamasına karşın tesis dış cephesinde, tesis tabelasında ve www.tripadvisor.com.tr, www.trivago.com.tr, tr.hotels.com, www.expedia.com ve www.ayvalik.com adresli internet sitelerinin 01.08.2019 tarihli görünümlerinde yer alan reklam ve tanıtımlarda “Butik Otel” olarak tanıtıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** “Beyaz Yalı Otel” adlı tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan “Butik Otel Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi” bulunmamasına karşın tesis dış cephesinde, tesis tabelasında ve www.tripadvisor.com.tr, www.trivago.com.tr, tr.hotels.com, www.expedia.com ve www.ayvalik.com adresli internet sitelerinin 01.08.2019 tarihli görünümlerinde yer alan reklam ve tanıtımlarda “Butik Otel” olarak tanıtılmasının tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı olduğu, 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 **Beyaz Yalı Otel** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**77)**

**Dosya No: 2019/11621**

**Şikayet Edilen: Cunda Paradise Otel**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Cunda Paradise 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

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet,Tabela

**Tespitler:** Yapılan incelemede, “Cunda Paradise 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, www.jollytur.com, www.etstur.com ve www.neredekal.com adresli internet sitelerinin 01.08.2019 tarihli görünümlerinde yer alan reklam ve tanıtımlarda “Butik Otel” olarak tanıtıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** “Cunda Paradise 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, www.jollytur.com, www.etstur.com ve www.neredekal.com adresli internet sitelerinin 01.08.2019 tarihli görünümlerinde yer alan reklam ve tanıtımlarda “Butik Otel” olarak tanıtılmasının tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı olduğu, 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 **Cunda Paradise Otel** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**78)**

**Dosya No: 2019/11939**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** Türk Hava Yolları A.O.tarafından düzenlenen “Şimdi Yurt içi Uçuşlarınız 2 Kat Daha Fazla Mil Kazandırıyor!” başlıklı kampanyaya ilişkin reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Tüketici şikayetine konu olan “Mayıs ayında tüm Türkiye’yi 2 kat Mil kazanarak keşfedin!” başlıklı kampanyanın Türk Hava Yolları A.O. tarafından tüketicilere gönderilen e-postalar aracılığıyla duyurulduğu, tüketicilerin elektronik posta adreslerine gönderilen kampanya duyurusu içeriğinde; “Mayıs ayında tüm Türkiye’yi 2 kat Mil kazanarak keşfedin! Yurt içinde gitmek istediğiniz noktayı seçin, yolculuğunuzu 2 kat Mil avantajıyla ayrıcalıklı bir deneyime çevirin. Biletleme Tarihi: 30 Nisan 2019 – 12 Mayıs 2019, Seyahat Tarihi: 6 Mayıs 2019 – 26 Mayıs 2019. \*Bu kampanya SAW (Sabiha Gökçen Uluslararası Havalimanı) çıkışlı-varışlı uçuşlar harici tüm yurt içi uçuşlarda geçerlidir.” şeklinde ifade ve tanıtımlara yer verildiği, diğer taraftan, söz konusu e-postalar içeriğinde kampanya katılım koşullarına ilişkin olarak herhangi bir bilgilendirmenin yer almadığı, bu hususlara ek olarak, duyuru sayfasının orta bölümüne konumlandırılmış şekilde “Hemen Al” ibaresine yer verildiği, “Hemen Al” ibaresine tıklayan tüketicilerin THY web sayfasına yönlendirildiği,

Tüketicinin kampanyadan faydalanmak amacı ile 8 Mayıs 2019 tarihinde gerçekleştirdiği “RPQFTC” rezervasyon kodlu işleminde, 25.05.2019 Ankara (ESB) – İzmir (ADB) TK7004 08:00, 28.05.2019 İzmir (ADB) – Ankara (ESB) TK7017 19:25 Anadolujet uçuşlarına bilet satın aldığı, uçuşlarını gerçekleştiren tüketicinin kampanyadan faydalandırılmadığı ve kazanmış olduğu millerin Miles&Smiles hesabına tek kat olarak tanımlandığı, bunun üzerine şikayet kaydı oluşturan tüketiciye gönderilen e-postada, “Geri bildiriminizde yer alan talebiniz doğrultusunda, TK44\*\*\*\*\*3 numaralı üyelik hesabınız incelenmiş ve 2 kat mil kampanyası ile ilgili koşulların sağlanamadığı tespit edilmiştir. Bu duruma istinaden kampanya koşullarında Anadolujet uçuşlarında geçerli olmadığı bilgisi bulunduğunu iletmek isteriz.” şeklinde bir bilgilendirmede bulunulduğu hususları tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Türk Hava Yolları A.O. tarafından tüketicilere gönderilen e-posta ile duyurulan kampanyaya ilişkin olarak, kampanya duyurusu içeriğinde; “Mayıs ayında tüm Türkiye’yi 2 kat Mil kazanarak keşfedin! Yurt içinde gitmek istediğiniz noktayı seçin, yolculuğunuzu 2 kat Mil avantajıyla ayrıcalıklı bir deneyime çevirin. Biletleme Tarihi: 30 Nisan 2019 – 12 Mayıs 2019, Seyahat Tarihi: 6 Mayıs 2019 – 26 Mayıs 2019. \*Bu kampanya SAW (Sabiha Gökçen Uluslararası Havalimanı) çıkışlı-varışlı uçuşlar harici tüm yurt içi uçuşlarda geçerlidir.” şeklinde ifade ve tanıtımlara yer verildiği, diğer taraftan, söz konusu e-posta içeriğinde kampanya katılım koşullarına ilişkin olarak herhangi bir bilgilendirmenin yer almadığı,

İnceleme konusu kampanya hakkında Bakanlığımıza ulaşan tüketici şikayetinin incelenmesinden; tüketicinin kampanyadan faydalanmak amacı ile 8 Mayıs 2019 tarihinde gerçekleştirdiği “RPQFTC” rezervasyon kodlu işleminde, 25.05.2019 Ankara (ESB) – İzmir (ADB) TK7004 08:00, 28.05.2019 İzmir (ADB) – Ankara (ESB) TK7017 19:25 Anadolujet uçuşlarına bilet satın aldığı, uçuşlarını gerçekleştiren tüketicinin kampanyadan faydalandırılmadığı ve kazanmış olduğu millerin Miles&Smiles hesabına tek kat olarak tanımlandığı, bunun üzerine şikayet kaydı oluşturan tüketiciye gönderilen e-postada, “Geri bildiriminizde yer alan talebiniz doğrultusunda, TK44\*\*\*\*\*\*3 numaralı üyelik hesabınız incelenmiş ve 2 kat mil kampanyası ile ilgili koşulların sağlanamadığı tespit edilmiştir. Bu duruma istinaden kampanya koşullarında Anadolujet uçuşlarında geçerli olmadığı bilgisi bulunduğunu iletmek isteriz.” şeklinde bir bilgilendirmede bulunulduğu,

Türk Hava Yolları A.O. tarafından konuya ilişkin olarak Bakanlığımıza yapılan açıklamada ise, “Kampanya doğrultusunda THY yolcularına sadece mail ile bildirim yapıldığı, gönderilen mail içeriğinde “Hemen Al” butonu tıklandığında bir yönlendirme sayfasına gidildiği ve bu sayfada Kurallar-Koşullar’ın yer aldığı, Kurallar-Koşullar’ın 9. Maddesinde, “İlgili promosyon sadece Türk Hava Yolları tarafından gerçekleştirilen tarifeli seferde geçerlidir. Türk Hava Yolları codeshare seferlerde, Star Alliance partner hava yolları ve Anadolujet uçuşlarında geçerli değildir.” ifadesinin bulunduğu, yolculara gönderilen mail içeriğine ait ekran görüntülerinin yazı ekinde yer aldığı” şeklinde ifadelere yer verildiği,

Bu doğrultuda, tüketicilerin satın alma kararını etkileyecek nitelikteki, “Kampanya Anadolujet uçuşlarında geçerli değildir” şeklindeki kampanya katılım koşulu ile diğer kampanya kurallarının tüketicilerin e-posta adreslerine gönderilen kampanya duyurusu içeriğinde yer almamasının tüketicilerin eksik bilgilendirilmesine yol açtığı; diğer yandan, “Hemen Al” butonunun duyurunun geneline kıyasla daha küçük puntolarla konumlandırılması ve “Hemen Al” butonuna tıklandığında Kurallar-Koşullar’ın yer aldığı kampanya sayfasına yönlendirme yapılacağı hususunda herhangi bir bilgilendirici ifadeye yer verilmemesi göz önünde bulundurulduğunda, bazı tüketicilerin kampanyadan faydalanmak için kampanya duyurusu içeriğinde yer alan “Hemen Al” butonuna tıklamadan https://www.turkishairlines.com/tr-int/ adresli internet sitesine yönelebileceği, bu durumun da, tüketicilerin kampanya katılım koşulları hakkında bilgi sahibi olmadan işlem yapmalarına yol açtığı,

Bu hususlara ek olarak, “Mayıs ayında tüm Türkiye’yi 2 kat Mil kazanarak keşfedin! Yurt içinde gitmek istediğiniz noktayı seçin, yolculuğunuzu 2 kat Mil avantajıyla ayrıcalıklı bir deneyime çevirin.” şeklindeki kampanya vaadi doğrultusunda, Türk Hava Yolları tarafından ülkemizde faal olan havalimanlarının tümüne ve bu havalimanları arasında tarifeli sefer gerçekleştirildiği hususunun ispatlanamadığı, bu itibarla, Anadolujet uçuşlarının kampanya kapsamının dışında bırakıldığı da dikkate alındığında, “Tüm Türkiye’yi 2 kat Mil kazanarak keşfedin” şeklindeki kampanya vaadinin tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı olduğu,

Tüm bu hususların 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.

**79)**

**Dosya No: 2019/12066**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından düzenlenen “Kıbrıs Uçuşları 1 TL + Vergilerle” başlıklı kampanyaya ilişkin reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan incelemede, https://www.flypgs.com/kampanyali-ucak-biletleri/kibris-ucuslari-bir-tl-kampanyasi URL adresinde yer alan kampanya tanıtım sayfasında, “ŞAKAM YOK! KIBRIS UÇUŞLARI 1TL+VERGİLERLE SATIŞTA! Yine şakam yok, 15 Eylül’e kadar Kıbrıs’a tam 30.000 koltuk 1 TL + vergilerle satışta! #hadiozaman bu fırsatı kaçırmak istemiyorsan biletini hemen al, 1 Kasım - 26 Aralık tarihleri arasında sadece 1 TL + vergilerle uç!” şeklinde ifade ve tanıtımlara yer verildiği, kampanya satış tarihlerinin 12 Eylül 2019 - 15 Eylül 2019, uçuş tarihlerinin ise 1 Kasım - 26 Aralık 2019 olarak belirlendiği, 15-17 Kasım 2019 tarihleri ile 22-24 Kasım 2019 tarihlerinin kampanya dışında bırakıldığı, ücret duyurusunun geçerli olduğu hatlara ilişkin olarak, “Kampanya Kıbrıs kalkış ve varışlı Adana, Antalya, Ankara, Gaziantep, Hatay, İstanbul Sabiha Gökçen ve İzmir direkt uçuşlarında toplam 30.000 koltuk için geçerlidir.” şeklinde, bilet ücretlendirme politikasına ilişkin olarak ise, “Ücret: 1 TL + Vergiler. Vergiler ilgili tarifeli uçuşlar ile ilgili olarak seyahat gerçekleştirilen havalimanı/terminal işletmecisine geçerli tarifeler uyarınca ödenen yolcu servis ücreti veya benzer içerikli maliyet/vergi kalemlerini kapsar.” şeklinde kampanya kurallarına yer verildiği,

Başvuru ekinde yer alan ekran görüntülerinden ise, İstanbul Sabiha Gökçen (SAW) – Lefkoşa (ECN) hattında yapılan sorgulamada, 117 TL tutarındaki bilet fiyatının satın alma ekranında “1TL Ücret + 116 TL Vergiler” olarak, sorgulama anında 225 TL olduğu görülen İzmir (ADB) – Lefkoşa (ECN) gidiş-dönüş uçak biletinin, bilet sorgu ekranında “2 TL Ücret + 223 TL Vergiler” olarak, sorgulama anında 705 TL olduğu görülen İstanbul Sabiha Gökçen (SAW) – Lefkoşa (ECN) gidiş-dönüş 3 kişilik uçak biletinin, bilet dökümünde “6 TL Ücret + 699 TL Vergiler” olarak fiyatlandırıldığı hususları tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Pegasus Hava Taşımacılığı A.Ş. tarafından düzenlenen “Kıbrıs Uçuşları 1 TL + Vergilerle” başlıklı kampanyaya ilişkin olarak, https://www.flypgs.com/kampanyali-ucak-biletleri/kibris-ucuslari-bir-tl-kampanyasi URL adresinde yer alan tanıtımlarda, “ŞAKAM YOK! KIBRIS UÇUŞLARI 1TL+VERGİLERLE SATIŞTA! Yine şakam yok, 15 Eylül’e kadar Kıbrıs’a tam 30.000 koltuk 1 TL + vergilerle satışta! #hadiozaman bu fırsatı kaçırmak istemiyorsan biletini hemen al, 1 Kasım - 26 Aralık tarihleri arasında sadece 1 TL + vergilerle uç!” ifadelerine, bilet ücretlendirme politikasına ilişkin olarak ise, “Ücret: 1 TL + Vergiler. Vergiler ilgili tarifeli uçuşlar ile ilgili olarak seyahat gerçekleştirilen havalimanı/terminal işletmecisine geçerli tarifeler uyarınca ödenen yolcu servis ücreti veya benzer içerikli maliyet/vergi kalemlerini kapsar.” şeklinde ifadelere yer verildiği, bu doğrultuda, inceleme konusu reklam ve tanıtımlarda, kampanya kapsamında tüketicilerden tahsil edilecek vergilere ilişkin bilgilendirme ile kampanya katılım koşullarına ilişkin olarak yer alan açıklamaların tüketicileri makul düzeyde bilgilendirici olduğu, “Kıbrıs Uçuşları 1 TL + Vergilerle” şeklindeki kampanya vaadi doğrultusunda kampanya kapsamındaki yükümlülüklerin yerine getirildiği, 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.

**80)**

**Dosya No: 2018/3172**

**Şikayet Edilen: Obilet Bilişim Sistemleri A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.obilet.com adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar ile söz konusu internet sitesi üzerinden gerçekleştirilen ticari uygulamalar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2018

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Bakanlığımıza yapılan bir başvuruya ilişkin olarak; başvuru sahibi tüketici tarafından Obilet Bilişim Sistemleri A.Ş.’ye ait www.obilet.com adresli internet sitesi üzerinden Star Diyarbakır isimli otobüs firması için bilet satın alma işlemi yapıldığı, ancak sistemde bir güncelleme olduğu için gerçekte dolu olan bir seferin boş olarak görünmesi sebebiyle biletin oluşturulamadığı, bu nedenle tüketici adına başka bir otobüs firmasından daha geç bir saate bilet düzenlendiği hususları tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Bakanlığımıza yapılan bir başvuruya ilişkin olarak; başvuru sahibi tüketici tarafından Obilet Bilişim Sistemleri A.Ş.’ye ait www.obilet.com adresli internet sitesi üzerinden Star Diyarbakır isimli otobüs firması için bilet satın alma işlemi yapıldığı, ancak sistemde bir güncelleme olduğu için gerçekte dolu olan bir seferin boş olarak görünmesi sebebiyle biletin oluşturulamadığı, bu nedenle tüketici adına başka bir otobüs firmasından daha geç bir saate bilet düzenlendiği ve bu durumun tüketici mağduriyetine sebebiyet verdiği, dolayısıyla www.obilet.com adresli internet sitesinde güncel olmayan bilgilere yer verilmek suretiyle tüketicinin yanıltıldığı ve firma tarafından tüketiciye yönelik haksız ticari uygulamalarda bulunulduğu, 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, 28, 29, 30, 31 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre, ticari uygulamada bulunan **Obilet Bilişim Sistemleri A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12-13 üncü maddeleri uyarınca **anılan reklam ve ticari uygulamaları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**81)**

**Dosya No: 2018/6327**

**Şikayet Edilen: Lussoro Bodrum Hotel**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Lussoro Bodrum Hotel”*isimli tesise ilişkin olarak www.lussorobodrum.com adresli internet sitesinde yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 31.12.2018

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Kültür ve Turizm Bakanlığından Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi bulunmayan *“Lussoro Bodrum Hotel”* isimli tesise ilişkin olarak www.lussorobodrum.com adresli internet sitesinin 31.12.2018 tarihli görünümünde yayınlanan reklamlarda *“Muhafazakar İslami Tatil’in Modern, Lüks ve En Yeni Adresi Lussoro Bodrum Hotel (…) Özel butik bir hizmet anlayışı ile hizmet veren otelimiz (…) Lussoro Bodrum’da lüks ve konfor içinde alternatif – islami otel anlayışına modern bir yaklaşım getirdiğimiz butik hizmetimiz sayesinde huzur içinde unutulmaz anılar ile dolu muhafazakar bir tatil yaşayacaksınız.”* şeklinde ifadelere yer verildiği; ayrıca anılan tesise ilişkin olarak www.lussorobodrum.com adresli internet sitesinde yayınlanan tanıtımlarda yer verilen ifade ve görsellerin gerçeği yansıtmadığı, tüketicilerin kullanımına sunulan odaların, restoran ve sosyal alanların söz konusu internet sitesinde tanıtımı yapılandan farklı olduğu, anılan tesisin hijyen, dekorasyon, bakım ve tüketiciye sunduğu hizmet kalitesi açısından yetersiz olduğu ve tanıtımlarında beyan edilen konsepti karşılamadığı hususları tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Kültür ve Turizm Bakanlığından Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi bulunmayan *“Lussoro Bodrum Hotel”* isimli tesise ilişkin olarak www.lussorobodrum.com adresli internet sitesinin 31.12.2018 tarihli görünümünde yayınlanan reklamlarda *“Muhafazakar İslami Tatil’in Modern, Lüks ve En Yeni Adresi Lussoro Bodrum Hotel (…) Özel butik bir hizmet anlayışı ile hizmet veren otelimiz (…) Lussoro Bodrum’da lüks ve konfor içinde alternatif – islami otel anlayışına modern bir yaklaşım getirdiğimiz butik hizmetimiz sayesinde huzur içinde unutulmaz anılar ile dolu muhafazakar bir tatil yaşayacaksınız.”* şeklinde ifadelere yer verilmek suretiyle ortalama tüketiciler nezdinde söz konusu otelin *“Butik Otel”* olduğu algısı oluşturularak tüketicilerin yanıltıldığı;

Diğer taraftan, anılan tesise ilişkin olarak www.lussorobodrum.com adresli internet sitesinde yayınlanan tanıtımlarda yer verilen ifade ve görsellerin gerçeği yansıtmadığı, tüketicilerin kullanımına sunulan odaların, restoran ve sosyal alanların söz konusu internet sitesinde tanıtımı yapılandan farklı olduğu, anılan tesisin hijyen, dekorasyon, bakım ve tüketiciye sunduğu hizmet kalitesi açısından yetersiz olduğu ve tanıtımlarında beyan edilen konsepti karşılamadığı, dolayısıyla inceleme konusu reklam ve tanıtımların tüketicileri aldatıcı, yanıltıcı ve tüketici mağduriyetine yol açıcı nitelikte olduğu, tüm bu durumların 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 **Lussoro Bodrum Hotel** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**82)**

**Dosya No: 2018/7485**

**Şikayet Edilen: Güzelyalı Otel**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Güzelyalı Otel”*isimli tesise ilişkin olarak http://guzelyalibutikotel.com, www.etstur.com, www.tatilsepeti.com, www.tatil.com, www.neredekal.com, www.tripadvisor.com.tr, www.otelz.com, www.tatilbudur.com, https://tr.hotels.com ve www.trivago.com.tr adresli internet sitelerinde yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 30.12.2018

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Kültür ve Turizm Bakanlığından Butik Otel Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi bulunmayan *“Güzelyalı Otel”* isimli tesise ilişkin olarak http://guzelyalibutikotel.com, www.etstur.com, www.tatilsepeti.com, www.tatil.com, www.neredekal.com, www.tripadvisor.com.tr, www.otelz.com, www.tatilbudur.com, https://tr.hotels.com ve www.trivago.com.tr adresli internet sitelerinin 30.12.2018 tarihli görünümlerinde yayınlanan reklamlarda *“Güzelyalı Butik Otel”* ibaresine yer verilmek suretiyle *“Butik Otel”* şeklinde tanıtım yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Kültür ve Turizm Bakanlığından Butik Otel Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi bulunmayan *“Güzelyalı Otel”* isimli tesise ilişkin olarak http://guzelyalibutikotel.com, www.etstur.com, www.tatilsepeti.com, www.tatil.com, www.neredekal.com, www.tripadvisor.com.tr, www.otelz.com, www.tatilbudur.com, https://tr.hotels.com ve www.trivago.com.tr adresli internet sitelerinin 30.12.2018 tarihli görünümlerinde yayınlanan reklamlarda *“Güzelyalı 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 **Güzelyalı Otel** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**83)**

**Dosya No: 2018/7491**

**Şikayet Edilen: Cunda Harakop Otel**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Cunda Harakop Otel”*isimli tesise ilişkin olarak www.cundaharakopotel.com, www.odamax.com, www.tripadvisor.com.tr, www.trivago.com.tr, https://tr.hotels.com, www.neredekal.com, www.etstur.com, www.otelz.com ve www.tatilbudur.com adresli internet sitelerinde yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 30.12.2018

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Kültür ve Turizm Bakanlığından Butik Otel Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi bulunmayan *“Cunda Harakop Otel”* isimli tesise ilişkin olarak www.cundaharakopotel.com, www.odamax.com, www.tripadvisor.com.tr, www.trivago.com.tr, https://tr.hotels.com, www.neredekal.com, www.etstur.com, www.otelz.com ve www.tatilbudur.com adresli internet sitelerinin 30.12.2018 tarihli görünümlerinde yayınlanan reklamlarda *“Harakop Butik Otel”* ibaresine yer verilmek suretiyle *“Butik Otel”* şeklinde tanıtım yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Kültür ve Turizm Bakanlığından Butik Otel Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi bulunmayan *“Cunda Harakop Otel”*isimli tesise ilişkin olarak www.cundaharakopotel.com, www.odamax.com, www.tripadvisor.com.tr, www.trivago.com.tr, https://tr.hotels.com, www.neredekal.com, www.etstur.com, www.otelz.com ve www.tatilbudur.com adresli internet sitelerinin 30.12.2018 tarihli görünümlerinde yayınlanan reklamlarda *“Harakop 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 **Cunda Harakop Otel** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**84)**

**Dosya No: 2018/7495**

**Şikayet Edilen: Setenay Otel**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Setenay Otel”*isimli tesise ilişkin olarak www.setenaybutikotel.com, www.tatil.com, www.neredekal.com, www.tripadvisor.com.tr, www.otelz.com, https://tr.hotels.com, www.trivago.com.tr ve www.tatilsepeti.com adresli internet sitelerinde yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 30.12.2018

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Kültür ve Turizm Bakanlığından Butik Otel Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi bulunmayan *“Setenay Otel”* isimli tesise ilişkin olarak www.setenaybutikotel.com, www.tatil.com, www.neredekal.com, www.tripadvisor.com.tr, www.otelz.com, https://tr.hotels.com, www.trivago.com.tr ve www.tatilsepeti.com adresli internet sitelerinin 30.12.2018 tarihli görünümlerinde yayınlanan reklamlarda *“Setenay Butik Otel”* ibaresine yer verilmek suretiyle *“Butik Otel”* şeklinde tanıtım yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Kültür ve Turizm Bakanlığından Butik Otel Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi bulunmayan *“Setenay Otel”* isimli tesise ilişkin olarak www.setenaybutikotel.com, www.tatil.com, www.neredekal.com, www.tripadvisor.com.tr, www.otelz.com, https://tr.hotels.com, www.trivago.com.tr ve www.tatilsepeti.com adresli internet sitelerinin 30.12.2018 tarihli görünümlerinde yayınlanan reklamlarda *“Setenay 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 **Setenay Otel** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**85)**

**Dosya No: 2019/1653**

**Şikayet Edilen: Metro Turizm Seyahat Organizasyon ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Enflasyonla Topyekûn Mücadele Kampanyası kapsamında yayınlanan *“3 Ay Boyunca En Az %10 İndirim”* başlıklı reklamlar ile kampanya kapsamında tüketicilere yönelik olarak gerçekleştirilen ticari uygulamalar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2018

**Yayınlandığı Mecra:** Muhtelif mecralar

**Tespitler:** Metro Turizm Seyahat Organizasyon ve Tic. A.Ş. tarafından Enflasyonla Topyekûn Mücadele Kampanyası kapsamında yayınlanan reklamlarda, *“3 Ay Boyunca En Az %10 İndirim” , “Enflasyonla Topyekün Mücadele”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** MetroTurizm Seyahat Organizasyon ve Tic. A.Ş. tarafından Enflasyonla Topyekûn Mücadele Kampanyası kapsamında yayınlanan reklamlarda, *“3 Ay Boyunca En Az %10 İndirim”*şeklinde ifadelere yer verilmesine karşınfirma tarafından bilet fiyatlarının önce yükseltilip daha sonra düşürülerek Enflasyonla Topyekûn Mücadele Kampanyası kapsamında indirim yapılmış gibi gösterildiği, ancak gerçekte söz konusu bilet fiyatlarında reklamda vaat edildiği şekilde bir indirim yapılmadığı, dolayısıyla söz konusu reklamlarda yer alan ifadelerin gerçeği yansıtmadığı ve anılan reklam kampanyası kapsamında tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte haksız ticari uygulamalarda bulunulduğu iddiasına ilişkin olarak firmadan 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 kampanyadan faydalanan yolculara ve satılan biletlere ilişkin bilgiler içeren eklerin incelenmesi sonucunda, 09.10.2018 ve 09.01.2019 tarihleri arasında kampanyadan yaklaşık 229.000 yolcunun vaat edildiği şekilde indirimli olarak yararlandığı 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 reklam ve ticari uygulamaların 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 inci ve 62 nci maddelerine **aykırı olmadığına** karar verilmiştir.

**DİĞER**

**86)**

**Dosya No: 2019/9085**

**Şikayet Edilen: Yeni Fatih Gıda Maddeleri San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Efa Supermarket isimli mağaza için hazırlanan 13-24 Şubat 2019 tarihleri için geçerli olan, indirim fırsatlarını içeren broşürlerde yer alan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 13-24.02.2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Broşürlerde firmaya ait şubeler sıralanırken Genelkurmay Başkanlığı Kışla Kantininin de firmanın bir firmasıymış gibi gösterildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Market için hazırlanan broşürlerde firma şubeleri sıralanırken Genelkurmay Başkanlığı Kışla Kantininin üçüncü şube olarak gösterildiği böylece Türk Silahlı Kuvvetlerine ait bir kuruluşun haksız bir biçimde şube olarak gösterilmesiyle Türk Silahlı Kuvvetlerinin itibarından haksız şekilde yararlanılarak tüketicilerin yanıltıldığı,

Dolayısıyla, mevzuata aykırılık teşkil eden söz konusu tanıtımların,

-Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 9/1, 11/1 maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

Buna göre, reklamveren **Yeni Fatih Gıda Maddeleri San. ve Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesinekarar verilmiştir.

**87)**

**Dosya No: 2018/5697**

**Şikayet Edilen: Sutesman Sıhhi Tesisat- Yusuf KAZAK**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.sutesman.com adresli internet sitesinde yer alan ifadeler.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2018

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.sutesman.com adresli internet sitesinde *“Kırmadan dökmeden kameralı su kaçak tespiti. Sutesman Su Tesisat teknolojik cihazlar ile su kaçak tespitlerini kırmadan dökmeden yerinde yapar. Kullanmış olduğumuz kameralı su kaçak tespit cihazları ve doğrulamasını sağlayan akustik dinleme cihazları sayesinde sizlerin göremediği duvar arasında oluşan su kaçaklarını nokta atışı buluyoruz.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** www.sutesman.com adresli internet sitesinde *“Kırmadan dökmeden kameralı su kaçak tespiti. Sutesman Su Tesisat teknolojik cihazlar ile su kaçak tespitlerini kırmadan dökmeden yerinde yapar. Kullanmış olduğumuz kameralı su kaçak tespit cihazları ve doğrulamasını sağlayan akustik dinleme cihazları sayesinde sizlerin göremediği duvar arasında oluşan su kaçaklarını nokta atışı buluyoruz.”* ifadelerine yer verilmesine rağmen tüketicinin evine gidildiğinde kaçak tespit aletlerinin götürülmediği, söz konusu aletlerin arabada olduğu söylenerek aletleri kullanmak için 250 TL ek ücret istendiği, ancak bu hususun internet sitesinde ve yapılan telefon görüşmesinde belirtilmediği, internet sitesinde yer alan görüntünün tam aksine plastik kovanın içerisine konulan birkaç aletle gelindiği,

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7, 28, 29, 30 ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 62 nci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Sutesman Sıhhi Tesisat- Yusuf KAZAK** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/13 üncü maddeleri uyarınca **haksız ticari uygulamayı durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**88)**

**Dosya No: 2018/6698**

**Şikayet Edilen: Mars Sinema Trz. ve Sp. Tes. İşl. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Cinemaximum Park Afyon isimli firmadan sinema bileti alındığında yanında mısır ve içecek alınmasının zorunlu tutulması

**Reklam Yayın Tarihi:** 2018

**Yayınlandığı Mecra:** Diğer

**Tespitler:** AfyonTicaretİl Müdürlüğü denetim ekipleri tarafından inceleme konusu firmaya yapılan denetim sonucunda sinema bileti alındığında yanında mısır ve içecek alınmasının zorunlu tutulmasına ilişkin bir uygulama tespit edilmemiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; inceleme konusu hususta Reklam Mevzuatı hükümlerine aykırı bir unsura rastlanmadığından, anılan hususun 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**89)**

**Dosya No: 2019/1902**

**Şikayet Edilen: Mt Ulusal Grup Gıda Market İşletme Turz. Tar. Hayv. Loj. Hiz. San. Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** İnceleme konusu firmanın girişinde bulunan afişte yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Yayınlandığı Mecra:** Afiş

**Tespitler:** Firmanın girişinde bulunan afişte *“Demko Salça 5 Kg 38,90 TL”* ifadesine yer verilmesine rağmen ürünün etiketinde ve reyonda bulunan afişte *“Demko Domates Salçası 4400 Gr 38,90 TL”* ifadesine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firmanın girişinde bulunan afişte *“Demko Salça 5 Kg 38,90 TL”* ifadesine yer verilmesine rağmen ürünün etiketinde ve reyonda bulunan afişte *“Demko Domates Salçası 4400 Gr 38,90 TL”* ifadesine yer 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, 13 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Mt Ulusal Grup Gıda Market İşletme Turz. Tar. Hayv. Loj. Hiz. San. Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**90)**

**Dosya No: 2019/12082**

**Şikayet Edilen: Bernardo Paz. San ve Dış Tic. Ltd. Şti.(Marka Bursa Avm Biev)**

**Şikayet Edilen Reklam:** Marka Bursa Avm’de yer alan mağazada *“56 Kodlu Jewel Tepsi”* isimli ürün ile ilgili olarak yapılan indirim kampanyası

**Reklam Yayın Tarihi:** 2018

**Yayınlandığı Mecra:** Etiket

**Tespitler:** Bursa Ticaret İl Müdürlüğü tarafından Marka Bursa Avm’de yer alan mağazada denetime gidilmiş olup, firmaya 'Enflasyonla Topyekün Mücadele’ kampanyasına katıldığını gösterir tanıtım materyalini, şikayete konu olan ürünlerin indirimli ve indirimsiz dönemlere ait satış faturalarını 15 gün içinde Ticaret İl Müdürlüğüne teslim etmeleri gerektiğinin bildirildiği, süre sonunda firma tarafından 56 kodlu Jewel Tepsi 47x24cm için 24.04.2018 tarihli bir adet fatura sunulduğu, 56 kodlu Jewel Tepsi 47x24 cm için enflasyonla mücadele öncesi satış fiyatı olan 639 TL ve 489 TL’lik satış faturalarını sunamadıklarıtespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Marka Bursa Avm’de yer alan mağazada *"Enflasyonla Topyekün Mücadele Tüm Ürünlerde indirimlere ek kasada ekstra %20 indirim"* şeklinde tanıtım yapıldığı, mağazada bulunan *“56 Kodlu Jewel Tepsi”* isimli ürünün fiyatının 639 TL’den indirim uygulanarak 489 TL’ye düşürüldüğü ve enflasyonla mücadele kapsamında ekstra %20 indirim daha uygulanarak 391,20 TL’den satışa sunulduğu, ancak tüketici tarafından ürünün etiketi kaldırıldığında etiketin altında yazan fiyatın 399 TL olduğunun görüldüğü dolayısıyla tüketicilerin yanıltıldığı bununla birlikte ilgili mevzuatta yer alan *“İndirimli satışa konu edilen mal veya hizmetin indirimden önceki fiyattan daha düşük fiyatla satışa sunulduğunun ispatı satıcı veya sağlayıcıya aittir.”* hükmü gereği anılan ürünün indirimden önceki fiyattan satışa sunulduğunun ispatlanması gerektiği ancak söz konusu hususun ispatlanamadığı,

Dolayısıyla inceleme konusu indirim kampanyasının;

-Fiyat Etiketi Yönetmeliği’nin 11 inci maddesi,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7, 9, 14 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**91)**

**Dosya No: 2019/10550**

**Şikayet Edilen: Eikamet Danışmanlık Ltd.Şti**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait <https://eikamet.org> adresli internet sitesinde yer verilen tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ait https://eikamet.org adresli internet sitesinin, "Randevu Talebi", "Başvuru İşlemi", "Türkiye Göç İdaresi için... Başvuru İmkanı", "İl Göç İdaresi Randevu Formu doldurun kaçak duruma düşmeyin.", "İl Göç İdaresi İçin E-İkamet Başvuru ve Randevu İşlemleri" vb. nitelikte ikamet işlemlerinin yürütülmesine ilişkin çok sayıda ifadeye yer verilmek suretiyle ilgili Genel Müdürlükçe oluşturulan https://e-ikamet.gov.tr adresli internet sitesine benzer bir nitelikte oluşturulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** 6458 sayılı Yabancılar ve Uluslararası Koruma Kanunu'nun 3 üncü maddesinin (y) bendi ile 21 inci maddesi uyarınca ikamet işlemlerinin yetkili aracı kurumlar tarafından yapılabildiği ancak Göç İdaresi Genel Müdürlüğü ile yürütülen yazışmalar sonuca bu konuda herhangi bir yetkilendirmede bulunulmadığı,

Firmaya ait olan https://eikamet.org adresli internet sitesinin, "Randevu Talebi", "Başvuru İşlemi", "Türkiye Göç İdaresi için... Başvuru İmkanı", "İl Göç İdaresi Randevu Formu doldurun kaçak duruma düşmeyin.", "İl Göç İdaresi İçin E-İkamet Başvuru ve Randevu İşlemleri" vb. nitelikte ikamet işlemlerinin yürütülmesine ilişkin çok sayıda ifadeye yer verilmek suretiyle ilgili Genel Müdürlükçe oluşturulan https://e-ikamet.gov.tr adresli internet sitesine benzer bir nitelikte oluşturulduğu,

Diğer taraftan, \*\*\*\* isimli tüketicinin Göç İdaresi Genel Müdürlüğüne ait olduğunu düşündüğü firmaya ait internet sitesine kişisel bilgilerini girmek ve firmaya 520 TL ödeme yapmak suretiyle hizmet satın aldığı, ancak bu hizmete ilişkin herhangi bir işlem gerçekleştirilmediği anlaşılmış olup 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-b, 7/5-c, 7/5-h; 9/1;11/1, 11/2; 28/1, 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/4 maddesi,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,reklam veren **Eikamet Danışmanlık Ltd.Şti.** 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** verilmesinekarar verilmiştir.

**92)**

**Dosya No: 2019/11983**

**Şikayet Edilen: Kılıç Kardeşler Bayram Kılıç**

**Şikayet Edilen Reklam:** İlgili şahsa ait <https://www.kilicbicak.com/> adresli internet sitesi ile ilgili şahıs tarafından üretilen bıçak ambalajlarında yer alan ifadeler

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet, Ambalaj

**Tespitler:** İlgili şahıs tarafından üretilen bıçakların üzerinde “Kılıç Paslanmaz BURSA”, “Bayram BURSA” ifadelerine yer verildiği ve şahsa ait <https://www.kilicbicak.com/> adresli internet sitesinde “Kılıç Bursa Bıçağının Adı”, “Bursa Bıçağının Hikayesi” vb. nitelikte ilgilinin Bursa bıçağı ürettiğine yönelik çok sayıda ifadeye yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Bayram Kılıç tarafından üretilen bıçakların üzerinde “Kılıç Paslanmaz BURSA”, “Bayram BURSA” ifadelerine yer verildiği ve şahsa ait <https://www.kilicbicak.com/> adresli internet sitesinde “Kılıç Bursa Bıçağının Adı”, “Bursa Bıçağının Hikayesi” vb. nitelikte şahsın Bursa bıçağı ürettiğine yönelik çok sayıda ifadeye yer verildiği ancak söz konusu ürünün 15.02.2018 tarihinde 326 sayı ile tescil altına alınan Bursa Bıçağı coğrafi işaret tesciline uygun nitelikte üretilmediği, bu çerçevede marka adında "Bursa" 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 **Bayram KILIÇ** adlı 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.

**93)**

**Dosya No: 2019/11985**

**Şikayet Edilen: Sezgin CUMHUR**

**Şikayet Edilen Reklam:** İlgili şahsa ait <http://www.cumhurcelik.com/> adresli internet sitesi ile ilgili şahıs tarafından üretilen bıçak ambalajlarında yer alan ifadeler

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet, Ambalaj

**Tespitler:** İlgili şahıs tarafından üretilen bıçakların üzerinde “Sürmene Cumhur Çelik”, ifadesine yer verildiği ve şahsa ait  [http://www.cumhurcelik.com/](file:///Z%3A%5C%2BREKLAM%20KURULLARI%20T%C3%9CM%20BELGELER%2B%5CGEREK%C3%87EL%C4%B0%20KARAR%5C290%5C%20http%3A%5Cwww.cumhurcelik.com%5C) adresli internet sitesinde “Sürmene Cumhur Çelik El Aletleri” ana başlığı altında “%100 El Yapımı Sürmene Yöresel Ürünler” vb. nitelikte ilgilinin Sürmene bıçağı ürettiğine yönelik çok sayıda ifadeye yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Sezgin Cumhur adlı şahsa ait ait <http://www.cumhurcelik.com/> adresli internet sitesinde “Sürmene Cumhur Çelik El Aletleri” ana başlığı altında “%100 El Yapımı Sürmene Yöresel Ürünler”, ifadeleri ile birlikte Sürmene bıçağı satışının yapıldığı ancak söz konusu ürünün 22.02.2018 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 **Sezgin CUMHUR** adlı 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.

**94)**

**Dosya No: 2019/11985**

**Şikayet Edilen: Özgüneş Hırd. Paz. Tic. ve İnş. Taah. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** İlgili firmaya ait <https://www.ozgunesshowroom.com> adresli internet sitesi ile ilgili şahıs tarafından üretilen bıçak ambalajlarında yer alan ifadeler

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet, Ambalaj

**Tespitler:** İlgili şahıs tarafından üretilen bıçakların üzerinde “Sürmene Özgüneş Kırmızı-Siyah Eğri Yüzme Bıçak”, “Özgüneş Sürmene Sebze Bıçak”, ifadesine yer verildiği ve firmaya ait <https://www.ozgunesshowroom.com> adresli internet sitesinde söz konusu ürünlerin satışının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firmaya ait <https://www.ozgunesshowroom.com> adresli internet sitesinde “Sürmene Özgüneş Kırmızı-Siyah Eğri Yüzme Bıçak”, “Özgüneş Sürmene Sebze Bıçak” ifadeleri ile birlikte Sürmene bıçağı satışının yapıldığı ancak söz konusu ürünün 22.02.2018 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 **Özgüneş Hırd. Paz. Tic. ve İnş. Taah. Ltd. Şti.** 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.

**95)**

**Dosya No: 20191850**

**Şikayet Edilen: Flo Mağazacılık ve Pazarlama A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından [www.hepsiburada.com](http://www.hepsiburada.com) adresli internet sitesinde satışa sunulan ürün siparişlerine ilişkin yapılan uygulamalar

**Reklam Yayın Tarihi:** Kasım 2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yer sağlayıcı Hepsiburada tarafından stok bilgilerinde müdahale edilmediği, satıcı firma tarafından sisteme girilerek takip edilip kontrol edilebildiği ifade edilerek esas muhatabın Flo olduğu tespit edilmiştir.

Ürüne ilişkin stok bilgisi firma tarafından gönderilmemiştir.

**Değerlendirme/Karar:**  [www.hepsiburada.com](http://www.hepsiburada.com) adresli internet sitesi üzerinden başvuru sahibi tüketicinin 23.11.2018 tarihinde 31803511 numarasıyla vermiş olduğu firmaya ait ürün siparişinin aradan 5 gün geçmesinin ardından "tedarik edilemediği" gerekçesiyle iptal edildiği, tüketici iptal yerine muadil ürün gönderimi talep etmesine rağmen para iadesi yapıldığı, böylece stokta var görünen ürünün satışının yapıldığı ve stok bilgilerinin yanıltıcı olduğu, ayrıca kampanya bittikten sonra tedarik edilemediği gerekçesiyle iptal edilen sipariş verdiği aynı ürünün yeniden ancak daha yüksek fiyattan/indirimsiz-kampanyasız satışa sunulduğu, stokta var olduğu ve sepete eklenebildiği, dolayısıyla söz konusu ürünlerin kampanya kapsamında indirimli haliyle satıldığının ispatlanamadığı, satıcı firma olarak stok bilgilerinin takip edilerek kontrol edildiği halde yaşanan teknik aksaklıktan ötürü tüketicilerin mağdur edildiği, ayrıca ürünlere ilişkin stok bilgisine ve yapılan indirimin başlangıç-bitiş tarihlerine yer verilmediği, böylece tüketicilerin eksik bilgilendirildiği, dolayısıyla söz konusu tanıtımların tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu,

Ayrıca, firmanın, makul sayılabilecek bir süre ve miktarda söz konusu ürünü belirtilen fiyattan sunamayacağına veya tedarik edilemeyeceğine ilişkin yeterli bilgi sahibi olmasına rağmen, tüketiciyi bu konuda uyarmaksızın ürünleri satışa sunarak ve edinmeye davet ederek haksız ticari uygulamada bulunduğu;

Bu nedenle, inceleme konusu reklamların;

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

- Haksız Ticari Uygulama Olarak Kabul Edilen Örnek Uygulamalar” Ekinde yer alan “A - Aldatıcı Ticari Uygulamalar” maddesinin 5. Fıkrası,

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre,reklam veren **Flo Mağazacılık ve Pazarlama A.Ş.** 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.

**96)**

**Dosya No: 2018/1445**

**Şikayet Edilen: Söğüt İnşaat Taah. Petrol Madencilik Gıda Nakliyat İç ve Dış Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait Metromall AVM isimli alışveriş merkezi tarafından gerçekleştirilen tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2018

**Yayınlandığı Mecra:** Açık Hava İlanı

**Tespitler:** firmaya ait Metromall AVM isimli alışveriş merkezi tarafından gerçekleştirilen tanıtımlarda, “*Cinemaximum Metromall’de Kadınlara Ücretsiz Sinema Keyfi. Metromall Kadınlar Matinesi ile her Salı kadınlara ücretsiz sinema keyfi yaşatıyor*” ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firmanıza ait “Metromall AVM” isimli alışveriş merkezi tarafından verilen açık hava ilanlarında; “*Cinemaximum Metromall’de Kadınlara Ücretsiz Sinema Keyfi. Metromall Kadınlar Matinesi ile her Salı kadınlara ücretsiz sinema keyfi yaşatıyor.”* şeklinde ifadelere yer verildiği, ancak ilgili açık hava ilanlarında herhangi bir dip not ya da alt yazıya yer verilmediği, dolayısıyla mevcut haliyle ilgili tanıtımların Salı günleri gidilecek her seansın kadınlara ücretsiz olduğu yönünde bir algı oluşturduğu; ancak bu algının gerçekleri yansıtmadığı, inceleme konusu açık hava ilanlarında hangi seansın ücretsiz olacağına dair herhangi bir dip not ya da altyazıya yer verilmediği gibi, bu bilginin yer aldığı başka bir internet sitesi veya mecraya yönlendirme de yapılmadığı, bu nedenle ilgili tanıtımların tüketicileri eksik bilgilendirmek suretiyle aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7, 9 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Söğüt İnşaat Taah. Petrol Madencilik Gıda Nakliyat İç ve Dış Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**97)**

**Dosya No: 2019/8499**

**Şikâyet Edilen: Garanti Bankası A.Ş.**

**Şikâyet Edilen Reklâm:** “*Bonus ile 28 Şubat'a kadar vereceğiniz her yeni otomatik fatura ödeme talimatına 10 TL, toplamda 50 TL bonus fırsatı! Talimatınızı vermeden önce FATURA yazıp 3340'a gönderin veya BonusFlas'tan katılın. Detaylar: bonus.com.tr ve 4440333 SMS iptali için IPTAL yazıp 3342ye gönderin.”* başlıklı kısa mesajlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** Mayıs 2019

**Yayınlandığı Mecra:** SMS/İnternet

**Tespitler:** Söz konusu kısa mesajın içeriğinin tamamı Banka tarafından gönderilmiş olup;“*Bonus ile 28 Şubat'a kadar vereceğiniz her yeni otomatik fatura ödeme talimatına 10 TL, toplamda 50 TL bonus fırsatı! Talimatınızı vermeden önce FATURA yazıp 3340'a gönderin veya BonusFlas'tan katılın. Detaylar: bonus.com.tr ve 4440333 SMS iptali için IPTAL yazıp 3342ye gönderin.”* şeklinde ifadelerin yer aldığı tespit edilmiştir.

Finansal Tüketicilerden Alınacak Ücretlere İlişkin Usul ve Esaslar Hakkında Yönetmelik’in 6. maddesi ve Yönetmelik EK – 1 uyarınca, kart çıkaran kuruluşlar tarafından, “Fatura Ödeme Ücreti” alınabileceğinin açıkça hükme bağlandığı, bu kapsamdaki yegâne kısıtlamanın Bankalar tarafından otomatik ödeme talimatı ile yapılan fatura ödemelerinden ücret alınamayacağı yönünde olup, anılan Banka tarafından otomatik fatura ödeme talimatlarından ücret alınmadığı, bununla birlikte, Banka ve Kredi Kartları Hakkında Yönetmeliğin 20’nci maddesi uyarınca, kişi veya kurumlara yapılan tüm ödemelerin nakit kullanım kapsamında değerlendirileceği, anılan yasal düzenlemeler ve söz konusu Banka ile tüketici arasında imzalanan Sözleşmenin ilgili hükmü uyarınca, kredi kartı kullanılmak sureti ile  kurumlara yapılan ödemeler nakit kullanımı niteliğinde olduğundan, ilgili işlem tutarına, işlem tarihi itibariyle akdi faiz yürütüldüğü,

Söz konusu BonusFlas uygulaması üzerinden talimat oluşturulurken, müşterilere*“Kredi kartı ile gerçekleşecek otomatik fatura ödemelerinize, faturanın kredi kartınızdan tahsil edildiği günden başlayarak kredi kartınızın son ödeme tarihine kadar faiz hesaplanır ve tahsilat gününde kartınıza yansıtılır. Otomatik fatura tahsilatı ekstrelendikten sonra erken kapama yapılamamaktadır.”* şeklinde bilgilendirme yapıldığı ve devamında faiz oranlarına ilişkin de bilgi verildiği, şikayet sahibi müşteri Hüseyin Eroğlu’nun da aynı ekran üzerinden bilgilendirmeyi okuduktan sonra talimat verdiği,

ifade edilmiş olup, Bonusflaş uygulaması üzerinden otomatik fatura ödeme talimatı verilmesi halinde, izlenen adımları gösterir örnek ekran görüntüleri ve Hüseyin Eroğlu ile yapılan müşteri hizmetleri görüşme dökümleri cevabi yazı ekinde Bakanlığımıza sunulmuştur.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan açıklamalar sonucunda söz konusu ifadelerin ve uygulamaların 6502 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanuna ve ilgili Yönetmeliğe ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**98)**

**Dosya No: 2019/8531**

**Şikâyet Edilen: L.C. Waikiki Mağazacılık Hizmetleri Ticaret Anonim Şirketi**

**Şikâyet Edilen Reklâm:** Kayseri İldem Park şubesinde satışı yapılan muhtelif ürünlerin etiketlerinde yer alan farklı fiyat uygulamaları.

**Reklam Yayın Tarihi:** Mayıs 2019

**Yayınlandığı Mecra:** Etiket

**Tespitler:** "189,95 TL'lik bir ürünün "İlk peşin fiyatı" adı altında kırmızı bir etiketle 249,99 TL'ye çıkarıldıktan sonra yüksek fiyat üzerinden indirim yapılarak 199,99 TL'ye satıldığı bu sebeple yüksek fiyat üzerinden indirim yapıldığı tüketici tarafından yapılan etiket kontrolüyle tespit edilmiş ve fotoğraf çekilerek belgelenmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, LC Waikiki firmasının Kayseri İldem Park şubesinde satışı yapılan muhtelif ürünlere ilişkin olarak, "189,95 TL'lik bir ürünün "İlk peşin fiyatı" adı altında kırmızı bir etiketle 249,99 TL'ye çıkarıldıktan sonra yüksek fiyat üzerinden indirim yapılarak 199,99 TL'ye satıldığını gösteren etiket görselleri" doğrultusunda anılan firma tarafından indirim yapılmadan önce fiyatların artırıldığı, artırılan fiyat üzerinden indirim yapılarak indirim oran/miktarları konusunda tüketicilerin yanıltıldığı,

Anılan indirimlere ilişkin etiket görsellerinde dönem, barkod numarası gibi tüm etiket bilgilerinin Bakanlığımızca firmaya sunulmasına rağmen firma tarafından etiket özelinde değil genel değerlendirmeler yapıldığı, "189,95 TL'lik bir ürünün "İlk peşin fiyatı" adı altında kırmızı bir etiketle 249,99 TL'ye çıkarıldıktan sonra yüksek fiyat üzerinden indirim yapılarak 199,99 TL'ye satıldığını gösteren etiket görselleri"nin her ikisinin de birebir aynı sayı ve harfleri içerdiği, buna rağmen söz konusu şirket tarafından bu konuya ilişkin olarak da herhangi ispatlayıcı bir belgenin Bakanlığımıza sunulmadığı, dolayısıyla *"Yapılan indirimin miktarı veya oranı hesaplanırken, indirimli fiyattan bir önceki fiyat esas alınır."* şeklindeki amir hüküm gereğince anılan durumun tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu ve tüketiciler nezdinde "gerçekte olduğundan daha fazla indirim uygulanıyormuş" izlenimi yaratıldığı,

Yine *"İndirimli satışa konu edilen mal veya hizmetlerin indirimden önceki fiyattan daha düşük fiyatla satışa sunulduğunun ispatı reklam verene aittir."* hükmüne rağmen anılan şirket tarafından bahsi geçen ürünün satışa sunulduğu/satıldığını gösterir önceki ve sonraki fiyatlı ispatlayıcı nitelikte herhangi bir fatura örneğinin Bakanlığımıza sunulmadığı,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7, 9, 13, 14, 28, 29, 30 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

Buna göre, reklâm veren **L.C. Waikiki Mağazacılık Hizmetleri Ticaret Anonim Şirketi** unvanlı firmahakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **8.546 TL (sekizbinbeşyüzkırkaltı Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**4) Diğer Konuların Görüşülmesi**

**4.1)**

**Dosya No: 2019/10161**

**Tergan Deri Ürünleri San. ve Tic. A.Ş.** isimli firmaya ait [www.tergan.com.tr](http://www.tergan.com.tr) adresli internet sitesinde yer alan ürün satış ve uygulamalarına ilişkin olarak, Reklam Kurulu’nun 08.10.2019 tarih ve 289 sayılı toplantısında alınan **85.480 TL (Seksenbeşbindörtyüzseksen Türk Lirası) idari para ve durdurma cezaları** kararına karşı yapılan ***itirazın reddedilmesine*** karar verilmiştir.

**4.2)**

**Dosya No: 2019/706**

**Eruslu Sağlık Ürünleri Sanayi ve Ticaret A.Ş.** isimli firmaya ait **“Sleepy Natural Ultra Hassas”** markalı bebek bezi ürünlerine yönelik olarak www.sleepy.com.tr adresli internet sitesinde ve ürün ambalajı üzerinde 2019 yılı içerisinde yer alan reklamlarda yer verilen; “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 gerekçesi ile söz konusu ifadelere ilişkin olarak **Reklam Kurulunun 10.09.2019 tarih ve 288 sayılı toplantısında verilen anılan reklamları durdurma cezası kararına** karşı reklam veren firma ve şikayet sahibi tarafından yapılan itirazlara istinaden, anılan reklamlar yeniden görüşülmüş olup,*“Dünya’da ilk defa/ilk ve tek 3’ü bir arada!”* ifadesinin ispatına yönelik olarak reklam veren firma tarafından yapılan araştırma raporunun, Gaziantep Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Uluslararası Ticaret ve Lojistik bölümü ile Kimya, Tekstil ve Endüstri alanlarında görev yapan öğretim üyelerinden oluşan Komisyon tarafından *‘söz konusu raporun ortaya konulan iddianın yeterli ve geçerli kanıtı niteliği taşıdığı’* yönündeki görüşünü içeren raporuna istinaden, söz konusu idari cezanın gerekçesi olan *“Dünya’da ilk defa/ilk ve tek 3’ü bir arada!” ifadesinin ispatına ilişkin olarak sunulan belgelerin söz konusu iddiayı desteklemede yetersiz olduğu* hususunun kaldırılmasına,

Bununla beraber, “Sleepy Natural Külot Bez” isimli bebek bezine ilişkin alt bant reklamında yer verilen *“Çok saf, çok doğal.”* ifadesi ve söz konusu ürüne ilişkin ambalaj üzerinde ve www.sleepy.com.tr adresli internet sitesinde yer verilen *“Dünya’da ilk defa/ilk ve tek 3’ü bir arada!. Saf. Doğal. Organik”* ifadesi ile ürünün tamamının saf, doğal ve organik olduğu algısı yaratılmasının tüketicileri aldatıcı olduğuna, bu nedenle firma hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca verilen **anılan reklamları durdurma cezasının yukarıda belirtilen gerekçe ile verilmesine** karar verilmiştir.

**4.3)**

**Dosya No: 2019/683**

**Sbs Bilimsel Bio Çözümler San. ve Tic. A.Ş.** isimli firmaya ait "Beeo" markalı bal ve arı ürünlerine yönelik tanıtımlar hakkında Reklam Kurulu’nun 10.09.2019 tarih ve 288 sayılı toplantısında verilen 85.480-TL (Seksenbeşbindörtyüzseksen Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları uygulanması kararına ilişkin itirazın görüşülmesi neticesinde, **dosyanın ertelenmesine** karar verilmiştir.

**4.4)**

**Dosya No: 2019/8558**

**Dalan Kimya End. A.Ş.’ye ait "Dalan Roxy Granül Sabun" ve "Dalan Zeytinyağlı Granül Sabun" isimli ürün ambalajlarında  yer alan tanıtımlar hakkında 10.09.2019 tarih ve 288 sayılı toplantısında verilen anılan reklamları durdurma cezası uygulanması kararına ilişkin itirazın görüşülmesi neticesinde; “Dalan Zeytinyağlı Doğal Granül Sabun” isimli ürüne ilişkin olarak ürün ambalajlarında yer alan tanıtımlarda yer verilen; *“Zeytinyağlı doğal granül sabun. Saf ve doğaldır*." ifadeleri 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 ispatına** ilişkin sunulan verilerin söz konusu iddiayı desteklemede yetersiz kaldığı,

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 kanaatine varıldığından, ***itirazın reddine*** karar verilmiştir.

**4.5)**

**Dosya No:2019/9524**

**Hayat Kimya Sanayi A.Ş.** isimli firmaya ait ***“***Molfix İzotonik Sulu Mendil***”*** isimli ürüne ilişkin muhtelif mecralarda yer alan tanıtımlar hakkında 08.10.2019 tarih ve 289 sayılı toplantısında verilen anılan reklamları durdurma ve 341.921 -TL (Üçyüzkırkbirbindokuzyüzyirmibir Türk Lirası) idari para cezaları uygulanması kararına ilişkin itirazın görüşülmesi neticesinde; idari yaptırıma esas tanıtımlarda yer alan; *“Bebeğinizin cildi için doğru su hangisi? İzotonik su cilt için en güvenli sudur. Hücre yapısında olumsuz etkilere neden olmaz ve bebeğinizin cildine rahatsızlık vermez. İzotonik su doğru su. Yeditepe Üniversitesi 2019 Analizi saf ve izotonik su uygulanan deri hücrelerinin otuz dakika sonundaki temsili görüntüsü*.” ifadelerinin ispatına ilişkin olarak sunulan bilgi ve belgelerin söz konusu ifadeleri desteklemede yetersiz kaldığı ayrıca söz konusu tanıtımlarda yer alan; “*Kozmeteloji ve Dermatoloji Akademisi Derneği’nin önerisi.* *Ürün içeriğinde bulunan izotonik suyun, Kozmetoloji ve Dermatoloji Akademisi tarafından cilt için en güvenli su olduğu ifade edilmiştir.”* ifadeleriile ortalama tüketici nezdinde, söz konusu ürünün etkinliğinin Kozmetoloji Akademisi Derneği tarafından yapılan klinik testler ile kanıtlandığı izlenimi verilerek tüketicilerin yanıltıldığı,

Bununla birlikte muhtelif televizyon ve Youtube kanallarında Ağustos-Ekim 2019 tarihinde yer alan reklam filmlerinde; *“Saf suyu kim önerir? Yirmi yıllık akücüyüm. Akülerde saf suyu öneriyorum. Saf su, faydalı minerallerden arındırılarak elde edilen bir sudur. Saf su akü suyudur. Bebeğinizin cildine akü suyu mu süreceksiniz? Sürmeyin! Doğru su çok yakında. Yılların ustasıyım. Kaloriferde saf suyu öneriyorum. Saf su kalorifer suyudur. Bebeğinizin cildine kalorifer suyu mu süreceksiniz? Bir kuru temizlemeci olarak ütülerde saf suyu öneriyorum. Saf su ütü suyudur.”* ifadeleri ve reklam filminde yer alan; saf su ve izotonik su içeren ürünlerin karşılaştırıldığı ekran görüntüleri ile diğer mendillerin pişiğe/tahrişe/kızarıklığa yol açtığı algısı yaratılarak saf su içeren diğer markaların kötülendiği kanaatine varıldığından Hayat Kimya Sanayi A.Ş.ye ait "Molfix İzotonik Sulu Mendil" isimli ürüne ilişkin tanıtımlarla ilgili olarak Reklam Kurulu’nun 08.10.2019 tarih ve 289 sayılı toplantısında verilen idari para ve durdurma cezalarına ilişkin ***itirazın*** ***reddedine*** karar verilmiştir.