**T.C.**

**TİCARET BAKANLIĞI**

**Reklam Kurulu Başkanlığı**

**BASIN BÜLTENİ**

**Toplantı Tarihi :** 14 Ocak 2020

**Toplantı Sayısı :** 292

**KOZMETİK VE TEMİZLİK ÜRÜNLERİ**

**1)**

**Dosya No: 2018/1369**

**Şikayet Edilen: Çevre Reklam ve Pazarlama Hizmetleri Ticaret Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** <https://www.recete.com/> adresli internet sitesinin 23.08.2019 tarihli görünümünde yer alan muhtelif kozmetik ürünlere yönelik tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 23.08.2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <https://www.recete.com/> adresli internet sitesinin 23.08.2019 tarihli görünümündeyer alan, “Ducray Squanorm Oily Dandruff Shampoo 200ml” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Saç derisine yapışık büyük yağlı yağlı ve yaygın olarak kaşıntılı kepek durumlarında kullanılır. Bu oluşuma sebep olan etkenleri etkili bir şekilde gidermeye yardımcı olur. Fazla sebum salgısını dengelemeye, rahatsızlık hissinin rahatlamasına yardımcıdır. (…) Saç hacimini ve parlaklığını geri kazandırmaya çalışır. Güzel kokusu sayesinde kullanım memnuniyeti sağlar”*, “Dermoskin Celeritt SPF25 30ml” başlığı altında; “*Cilt Lekelerine Karşı Yoğun Bakım Kremi. Dermoskin Celeritt SPF25 30ml. Cilt Lekelerine Karşı Yoğun Bakım Kremi. lekelerin açılmasına ve yeni lekelerin oluşumunun önlenmesine yardımcı olur. (…)* “*İçeriğinde bulunan güçlü antioksidanlar güçlü UVA ve UVB filtreleri yardımıyla oluşmuş (…) Yaz ayları dahil her mevsim kullanılabilir. Boyar madde, Paraben, Parafin, SLES, Parfüm içermemektedir”*, “Bioderma Sensibio Foaming Gel 200ml” başlığı altında; *“Ciltteki hassasiyetin ve rahatsızlık hissinin yatıştırılmasına destek olur. (…) Hassas ve Nem Kaybı Yaşayan Ciltler İçin Temizleme Jeli Cildi nazikçe temizlemeye, makyajdan arındırmaya ve nemlendirmeye yardımcıdır. Sabun ve parfüm içermez”*, “Mustela Stretch Marks Prevention 150ml Çatlak Öncesi Bakım Kremi” başlığı altında; *“Mustela Stretch Marks Prevention Cream 150ml Çatlak Öncesi Bakım Kremi. Doğal aktif içeriklerin yenilikçi bileşimi sayesinde Patentli aktif içerik Avokado Peptidleri sayesinde ciltteki gerginlik hissini rahatlatır (…) (…) cilt elastikiyetinin güçlenmesini destekler ve cildin yumuşamasını ve rahatlamasını sağlar. Karaçam ağacının özlerinden elde edilen çatlak önlemeye yardımcı patentli aktif içerik Galactoarabinactan ile esnekliği destekler, cildi yumuşak tutar. Balmumu ve Shea Yağı cildi besler ve nemlendirir. Cilde yumuşaklık verir. Zengin yapısı kolayca ve hızlı bir şekilde ciltte emilir.*”ifadeleri ile hamile görsellerine, diğer taraftan “Bio-Oil Cilt Bakım Yağı 2x60ml”, “Okey Masaj Jeli ve Kayganlaştırıcı Ginseng 200ml”gibi daha birçok kozmetik ürüne ilişkin olarak yukarıda belirtilen ifadelere benzer şekilde *kozmetik tanımını aşan* ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** <https://www.recete.com/> adresli internet sitesinin 23.08.2019 tarihli görünümündeyer alan, “Ducray Squanorm Oily Dandruff Shampoo 200ml” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Saç derisine yapışık büyük yağlı yağlı ve yaygın olarak kaşıntılı kepek durumlarında kullanılır. Bu oluşuma sebep olan etkenleri etkili bir şekilde gidermeye yardımcı olur. Fazla sebum salgısını dengelemeye, rahatsızlık hissinin rahatlamasına yardımcıdır.”*, “Dermoskin Celeritt SPF25 30ml” başlığı altında; “*Cilt Lekelerine Karşı Yoğun Bakım Kremi. Dermoskin Celeritt SPF25 30ml. Cilt Lekelerine Karşı Yoğun Bakım Kremi. lekelerin açılmasına ve yeni lekelerin oluşumunun önlenmesine yardımcı olur.”*, “Bioderma Sensibio Foaming Gel 200ml” başlığı altında; *“Ciltteki hassasiyetin ve rahatsızlık hissinin yatıştırılmasına destek olur.”*, “Mustela Stretch Marks Prevention 150ml Çatlak Öncesi Bakım Kremi” başlığı altında; *“Mustela Stretch Marks Prevention Cream 150ml Çatlak Öncesi Bakım Kremi. Doğal aktif içeriklerin yenilikçi bileşimi sayesinde Patentli aktif içerik Avokado Peptidleri sayesinde ciltteki gerginlik hissini rahatlatır*”ifadeleri ile hamile görsellerine 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 internet sitenizde yer alan “Bio-Oil Cilt Bakım Yağı 2x60ml”, “Okey Masaj Jeli ve Kayganlaştırıcı Ginseng 200ml” gibi daha birçok kozmetik ürüne ilişkin olarak yukarıda belirtilen ifadelere benzer şekilde *kozmetik tanımını aşan* ifadelere yer verildiği,

Ayrıca, “Ducray Squanorm Oily Dandruff Shampoo 200ml” isimli ürüne ilişkin olarak kullanılan *“Saç hacimini ve parlaklığını geri kazandırmaya çalışır. Güzel kokusu sayesinde kullanım memnuniyeti sağlar”,* “Dermoskin Celeritt SPF25 30ml” isimli ürüne ilişkin olarak kullanılan “*İçeriğinde bulunan güçlü antioksidanlar güçlü UVA ve UVB filtreleri yardımıyla oluşmuş (…) Yaz ayları dahil her mevsim kullanılabilir. Boyar madde, Paraben, Parafin, SLES, Parfüm içermemektedir.”* “Bioderma Sensibio Foaming Gel 200ml” isimli ürüne ilişkin olarak kullanılan “*Hassas ve Nem Kaybı Yaşayan Ciltler İçin Temizleme Jeli Cildi nazikçe temizlemeye, makyajdan arındırmaya ve nemlendirmeye yardımcıdır. Sabun ve parfüm içermez”,* “Mustela Stretch Marks Prevention 150ml Çatlak Öncesi Bakım Kremi” isimli ürüne ilişkin olarak kullanılan “*. (…) cilt elastikiyetinin güçlenmesini destekler ve cildin yumuşamasını ve rahatlamasını sağlar. Karaçam ağacının özlerinden elde edilen çatlak önlemeye yardımcı patentli aktif içerik Galactoarabinactan ile esnekliği destekler, cildi yumuşak tutar. Balmumu ve Shea Yağı cildi besler ve nemlendirir. Cilde yumuşaklık verir. Zengin yapısı kolayca ve hızlı bir şekilde ciltte emilir..”* 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, 7/6, 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 **Çevre Reklam Ve Pazarlama Hizmetleri Ticaret Anonim Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**2)**

**Dosya No: 2018/2549**

**Şikayet Edilen: Sinan KARACA**

**Şikayet Edilen Reklam:** <http://46.20.14.52/> adresli internet sitesinin 25.08.2019 tarihli görünümünde yer alan muhtelif kozmetik ürünlereyönelik tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 25.08.2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <http://46.20.14.52/> adresli internet sitesinin 25.08.2019 tarihli görünümünde; *“En Yeni Afrodizyaklar”, “En Yeni Afrodizyaklar”, “Erkek Afrodizyaklar”, “Bayan Afrodizyaklar”, “Bitkisel Afrodizyaklar”, Erken Boşalma”, “Sertleşme Sorunları”, “Geciktirici Kremler”, “Geciktirici Spreyler”, “Sperm Arttırıcı”, “Penis Büyütücüler”, “Kayganlaştırıcı Jeller”, “72 saat etkili Performans Arttırıcı”, “%100 Doğal Afrodizyak”* ve benzer isimli daha birçok kozmetik ürüne yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** <http://46.20.14.52/> adresli internet sitesinin 25.08.2019 tarihli görünümünde; *“En Yeni Afrodizyaklar”, “En Yeni Afrodizyaklar”, “Erkek Afrodizyaklar”, “Bayan Afrodizyaklar”, “Bitkisel Afrodizyaklar”, Erken Boşalma”, “Sertleşme Sorunları”, “Geciktirici Kremler”, “Geciktirici Spreyler”, “Sperm Arttırıcı”, “Penis Büyütücüler”, “Kayganlaştırıcı Jeller”, “72 saat etkili Performans Arttırıcı”, “%100 Doğal Afrodizyak”* ve benzer isimli daha birçok kozmetik ürüne 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 ürün isimlerinde yer alan *“geciktirici krem/sprey/serum/jel”* ve *“penis büyütücü” “erken boşalma önleyici” “sperm arttırıcı” “afrodizyak”* şeklinde yukarıda altı çizili olarak belirtilen ifadelerin tedaviye yönelik ve endikasyon belirten ifadeler olması nedeniyle ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği;

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, 26 ncı ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Sinan KARACA** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **85.480-TL (Seksenbeşbindörtyüzyetmiş Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesinekarar verilmiştir.

**3)**

**Dosya No: 2018/2550**

**Şikayet Edilen: BK Bilgi Teknolojileri Ve Ticaret Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** <https://www.icgiyimozel.com/> adresli internet sitesinin 25.08.2019 tarihli görünümünde yer alan muhtelif kozmetik ürünlere yönelik tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 25.08.2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <https://www.icgiyimozel.com/> adresli internet sitesinin 25.08.2019 tarihli görünümünde, *“Geciktirici Spreyler”, “Geciktirici Kremler”* ve benzer isimli daha birçok kozmetik ürüne yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** <https://www.icgiyimozel.com/> adresli internet sitesinin 25.08.2019 tarihli görünümünde, *“Geciktirici Spreyler”, “Geciktirici Kremler”* ve benzer isimli daha birçok kozmetik ürüne 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;

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, 26 ncı ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **BK Bilgi Teknolojileri Ve Ticaret Anonim Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**4)**

**Dosya No: 2019/8793**

**Şikayet Edilen: Etimaden Asia Pacific Limited Merkezi Hongkong İstanbul Merkez Şubesi**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Boron” markalı deterjan ürününe ilişkin olarak muhtelif televizyon kanallarında yayınlanan reklamlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** “Boron” markalı deterjan ürününe ilişkin olarak muhtelif televizyon kanallarında yayınlanan “Çamaşır yıkarken doğru bilinen yanlışlar” temalı reklam filmlerinde;*“Çamaşır yıkarken doğru bilinen yanlışlar. Buyrun koklayın. Mis gibi kokuyor. Bahar esintisi mi desem okyanus ferahlığı mı? Gördüğünüz gibi çamaşırlarınızın buram buram parfüm kokması ile tertemiz olması aynı şey değil. İşte bu yüzden Boron çamaşırlarınızı tertemiz yapar ama buram buram parfüm kokutmaz, çünkü Boron parfüm içermez, doğal bor madeninden üretilir. Türkiye’nin bor madeninden Türkiye’nin temizlik ürünü Boron. On numara temizlik.”* ifadelerine ve *“Çamaşır yıkarken doğru bilinen yanlışlar. İlk aldığım halinden bile daha beyaz. Gözlerime inanamıyorum. İnanmayın zaten, çünkü çamaşırlarınızın olması gerektiğinden bile daha beyaz gözükmesinin tek sebebi göz yanılmasına sebep olan kimyasallar. İşte bu yüzden Boron çamaşırlarınızı tertemiz yapar ama olduğundan daha beyaz göstermez. Çünkü Boron petrol türevi maddeler ve zararlı kimyasallar içermez, doğal bor madeninden üretilir. Türkiye’nin bor madeninden Türkiye’nin temizlik ürünü Boron.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** *“Boron”* markalı deterjan ürününe ilişkin olarak muhtelif televizyon kanallarında yayınlanan “Çamaşır yıkarken doğru bilinen yanlışlar” başlıklı reklamlarda yer alan ifade ve görüntülerde reklam mevzuatına aykırı bir hususa rastlanmadığından, inceleme konusu reklamların 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**5)**

**Dosya No: 2019/10941**

**Şikayet Edilen:** **Niyora Nakliyat İnşaat Elektrik Metal ve Bilişim Teknolojileri Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.facebook.com/Mavi-Su-104248094328403/adresli internet sayfasında yer alan "Biohira Mavi Su" isimli ürün tanıtımları

**Reklam Yayın Tarihi:** 07.11.2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.facebook.com/Mavi-Su-104248094328403 adresli internet sayfasının 07.11.2019 tarihli görünümünde yer alan videolarda; *"Saç çıkarmaya yardımcı mavi su. Saça hızlıca etki eder! Birçok ünlü kişi saçlarına Biohira ile geri kavuştu. İster fön çektir istersen boyat, saç dökülmesi gözlemlemeyeceksin. (...)Saç kökünü besler. 2 aydan itibaren farkı görün! (...)Saç dökülmelerini durdurmak için ne yapmalı? Her dökülme hastalık belirtisi midir? İşte uzmanlarından doğal saç tarifi ve önemli açıklamalar. Bu mavi su saç çıkarıcı özelliğe sahip.(...)saçların yerine yenileri çıkmaya başladı. Saç çıkarıcı ve mevcutu koruyucu özelliklere sahip olan Biohira'yı saçlarıyla sorun yaşayan herkesin kullanması için öneriyorum. (...)Dermotolog bir arkadaşımın tavsiyesiyle Biohira Mavi Suyu kullandım. 3 aydır kullanyorum .Bu 3, 4 üncü şişe falan. Gayet iyi, dökülmeler de bitti. (...)Uygulamayı haftada bir defa yapalım ve inanın ki saçlarınız öyle bir fışkırıyor öyle bir canlanıyor ki yeni saçlarınızı göznüzle görebilirsiniz. (...)Bugün kelliğe çareye bakacağız."*şeklinde ifadelere yer verildiği,

İnceleme konusu reklamlarda, Cerrahpaşa Tıp Fakültesi Hastanesi Başhekimi Doç. Dr. Zekayi KUTLUBAY tarafından ATV Ana Haber röportajında yapılan açıklamalar ile anılan şahsa ait görüntülere yer vermek suretiyle tanıtımı yapılan ürünün Prof. Doç. Dr. Zekayi KUTLUBAY tarafından tavsiye edildiği gibi yanıltıcı bir izlenim oluşturulduğu, bununla birlikte, söz konusu görüntülerin montajlama yöntemiyle firma reklamına uyarlandığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; https://www.facebook.com/Mavi-Su-104248094328403 adresli internet sayfasının 07.11.2019 tarihli görünümünde yer alan videolarda; *"Saç çıkarmaya yardımcı mavi su. Saça hızlıca etki eder! Bir çok ünlü kişi saçlarına Biohira ile geri kavuştu. İster fön çektir istersen boyat, saç dökülmesi gözlemlemeyeceksin. (...)Saç kökünü besler. 2 aydan itibaren farkı görün! (...)Saç dökülmelerini durdurmak için ne yapmalı? Her dökülme hastalık belirtisi midir? İşte uzmanlarından doğal saç tarifi ve önemli açıklamalar. Bu mavi su saç çıkarıcı özelliğe sahip.(...)saçların yerine yenileri çıkmaya başladı. Saç çıkarıcı ve mevcutu koruyucu özelliklere sahip olan Biohira'yı saçlarıyla sorun yaşayan herkesin kullanması için öneriyorum. (...)Dermotolog bir arkadaşımın tavsiyesiyle Biohira Mavi Suyu kullandım. 3 aydır kullanyorum .Bu 3, 4 üncü şişe falan. Gayet iyi, dökülmeler de bitti. (...)Uygulamayı haftada bir defa yapalım ve inanın ki saçlarınız öyle bir fışkırıyor öyle bir canlanıyor ki yeni saçlarınızı göznüzle görebilirsiniz. (...)Bugün kelliğe çareye bakacağız."*şeklinde ifadelere 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;

Diğer taraftan, Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin “Tanıklı reklamlar” başlıklı 16 ncı maddesinde, *“(1) Reklamlarda, tanıklığına başvurulan kişi, kurum veya kuruluşun tecrübesine, bilgisine veya araştırma sonuçlarına dayanmayan ve gerçek olmayan hiçbir tanıklık ya da onay ifadesine yer verilemez veya atıfta bulunulamaz.”* hükmünün yer aldığı, buna göre, inceleme konusu reklamlarda, Cerrahpaşa Tıp Fakültesi Hastanesi Başhekimi Doç. Dr. Zekayi KUTLUBAY tarafından ATV Ana Haber röportajında yapılan açıklamalar ile anılan şahsa ait görüntülere yer vermek suretiyle tanıtımı yapılan ürünün Prof. Doç. Dr. Zekayi KUTLUBAY tarafından tavsiye edildiği gibi yanıltıcı bir izlenim oluşturulduğu, bununla birlikte, söz konusu görüntülerin montajlama yöntemiyle firma reklamına uyarlandığı, dolayısıyla söz konusu reklamda Doç. Dr. Zekayi KUTLUBAY’a ait olmayan ve gerçekleri yansıtmayan tanıklık ve tavsiye niteliğinde ifadelere yer verilmesinin tüketicileri aldatıcı, tüketici güveni ile tüketicilerin tecrübe ve bilgi noksanlıklarını istismar edici nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 ve 10 uncu maddeleri,

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 4, 5/a, 5/b, 5/c, 5/ç, 5/d, 5/e 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, 8, 11/1-a-b, 16, 26 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

Buna göre, reklam veren **Niyora Nakliyat İnşaat Elektrik Metal ve Bilişim Teknolojileri Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti.** 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.

**SAĞLIK**

**6)**

**Dosya No: 2019/235**

**Şikayet Edilen: Dr. Tamer KÜÇÜK**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şahsa ait https://www.instagram.com/dr.tamerkucuk/?hl=tr ile https://www.facebook.com/Dr-Tamer-K%C3%BC%C3%A7%C3%BCk-1937682426296970 adresli sosyal paylaşım siteleri adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 29.05.2019 ve 27.11.2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet.

**Tespitler:** https://www.instagram.com/dr.tamerkucuk/?hl=tr adresli internet sitesinin 29.5.2019 tarihli görünümlerindeörnek olarak;

*" Gözaltı dolaşım sistemi en hassas noktalardan bir tanesi,bu yüzden kullandığımız ürünleri özenle seçmek gerekir... Alt ve üst göz kapaklarında elastikiyet kaybı zamanla düşme ve sarkmaya neden olur. Plazma enerjisi ile ameliyatsız tedavi her zaman iyi bir alternatif. Yaz aylarına daha vakit varken plexr soft surgery ile tanışalım...Hya-tox içeriğindeki hyaluronik asit ve amino asitlerle cilde nem ve canlılık kazandırıyorken cilt kalitesini yeniden kazandırır. Gerdan bölgesine gelince, yaşlılığın en net yansıdığı alanlardan birisi de gerdan bölgesidir. Buraya uygulanan Hya-tox tekniği ile buradaki yıpranmayı minimize ediyoruz, cilde kaybettiği canlılığı kazandırıyoruz... Hava soğuk olsa da ter bezleri gereğinden fazla çalışıyorsa, temmuzun ortasındaymış gibi terlemek mümkün. Özellikle stresli ve hızlı bir yaşamınız varsa, sıradaki uygulama sizin için geliyor... Kemerler bağlandıysa zamanda yolculuk başlasın! Gülşen’in yüzüne uyguladığımız tam 9 aşamalı Hyaluronik Asit dolgusu işlemiyle kendisini 10 yıl gençleştirdik. Halihazırda var olan güzelliğini ön plana çıkardık... Süper bir yöntem, çok mutluyum tanıştırdığınız için."*

https://www.facebook.com/Dr-Tamer-K%C3%BC%C3%A7%C3%BCk1937682426296970 adresli internet sitesinin 27.11.2019 tarihli görünümlerindeörnek olarak;

*"Dudak dokusu İçin özel hazırlanmış Hyaluronik Asit Dolguları ile çok daha dolgun ve doğal dudaklara sahip olabilirsiniz...Hastamıza yapılan işlem Gülüş estetiği :Gummy Smile toxin uygulamasi ve Hyaluronik Asit dolgu 1.Seans gummy Smile toxin uygulaması gülme esnasında dişetlerinin görünür hale gelmesi engellenir 2.seans toxin kontrol ile üst dudağı dışa döndürüp daha dolgun bir görünüm kazandırmak İçin Hyalüronik asit dolgu uygulaması...Dolgu uygulamalarinda klinigimizde hyaluronic asit kullanilmaktadir. Hyaluronik asit, cilt cilt alti destek dokularinin islerligini saglayan önemli bir maddedir. Yaş alma beslenme aliskanliklar gibi nedenlerle eksilir. Artik teknolojisi ve doku uyumu yüksek hayaluronik asit içeren dolgu enjeksiyonu sayesinde eksilen volumu yerine koyarken cilt cilt alti dokulardaki kollagen ve elastin yapılanması sağlanır. Doğala en yakın yüz şekillendirme sağlıklı görünüm için çok doğru bir uygulama tercihidir."* 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. Tamer KÜÇÜK** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**7)**

**Dosya No: 2019/238**

**Şikayet Edilen: Dr. Nihat DİK**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şahsa ait https://www.instagram.com/dr.tamerkucuk/?hl=tr ile https://www.facebook.com/Dr-Tamer-K%C3%BC%C3%A7%C3%BCk-1937682426296970 adresli sosyal paylaşım sitesinde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 29.05.2019 ve 28.11.2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet.

**Tespitler:** https://www.facebook.com/drnihatdik/ adresli internet sitesinin 29.5.2019 tarihli görünümlerindeörnek olarak;

*" Fazla kilolarınızın çözümü mide botoksu... Sihri keşfet saten dolgu... Botoksu şimdi yaptırın yazı terlemeden atlatın... Fransız askı ile zamanı askıya almayın... Gıdı estetiği... Akıllı lazer ile boyun germe... Uykuda saç ekimi... Harika olmuş... Süper... Hepsi de güzel abartılı şişkinlik değil"*

https://www.instagram.com/dr.nihatdik/?hl=tr adresli internet sitesinin 29.05.2019 tarihli görünümlerindeörnek olarak;

*"Bacak inceltme estetiği. Bacak bölgesine Liposuction yapılarak daha düzgün bacaklara sahip olunabilir... Badem göz estetiği... Lip lift dudak kaldırma estetiği ile, artık istenilen dudaklara sahip olmak cok kolay. Dolgun dudaklara sahip olmak, hemem hemen her kadının istediğidir. Burun ile üst dudak arasındaki oranın olması gerektiği ölçüye getirilmesi, lip lift dudak kaldırma estetiği ile artık çok kolay bir sekilde yapılabilmektedir. Bölgesel yağlardan kurtulmak için en faydalı yöntemlerin başında Soğuk Lipoliz geliyor... Ameliyatsız yüz ve boyun germe, gençleştirme amacıyla kullanılmakta olan Fokuslu Ultrason sistemi son derece gelişmiş ve güvenli bir teknolojiye sahiptir... Lekelerden korkmayın. Güneş, yaşlılık, doğumsal ve çil lekelerine kesin çözüm... Akıllı lazer leke tedavisi."*

https://twitter.com/drnihatdik adresli internet sitesinin 28.11.2019 tarihli görünümlerindeörnek olarak;

*"Fransız Askı’ işleminden sonra aynalara yansıyan mutluluk... Lekelerden kurtulmak için en doğru mevsim sonbahar-kış, en güncel tedavi ise Thulium Lazer! Eğer morluk, torbalanma ya da kırışıklık gibi gözaltı problemleri yaşıyorsanız göz altı ışık dolgusu ile tanışmanız tam zamanı! Sadece güzel anılarınız iz bıraksın... Lekeleri nedeniyle aynaya bakmak istemeyen ve dişlerinde yaşadığı sorunlardan soğuk su içmeye hasret kalan Yeliz Hanım artık çok mutlu!"*

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. Nihat DİK** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**8)**

**Dosya No: 2019/11472**

**Şikayet Edilen: Dilan Polat Güzellik Kozmetik San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Kuruluşa ait https://dilanpolatestetik.business.site/ adresli internet sitesi ile https://www.instagram.com/explore/tags/dilanpolatestetik/?hl=tr adresli sosyal paylaşım sitesinde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 22.10.2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet.

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

https://dilanpolatestetik.business.site/ adresli internet sitesinin 15.01.2019 tarihli görünümünde örnek olarak;

*“Rasping zayıflama tedavileri...Lazer epilasyon...Ameliyatsız popo kaldırma...Meslek ahlakını benimseyen, güler yüzlü, tecrübeli ve alanında uzman deneyimli kadromuz ile, hijyenik ortamda, yüksek kalite ve standartta sağlıktan asla ödün vermeden güzelleştirmek esas hedefimiz. Gelişmiş cihaz teknolojisi ve uzman kadromuz ile güzelliğinizi ve sağlığınızı sürekli kılmak için buradayız."*

https://www.instagram.com/explore/tags/dilanpolatestetik/?hl=tr adresli internet sitesinin15.01.2019 ve 31.10.2019 tarihli görünümünde örnek olarak;

*"Lazer epilasyon... Yüz şekillendirme... Mükemmel bir incelme... Tek seans rasping mucize değil de ne? Fazlalıklarınızdan kurtulmanın tam zamanı şimdi... Selülitlerinizden kurtulmak artık hiç zor değil.️ Hem selülit görünümünden kurtarıyoruz hem işlem yapılan bölgeyi sıkılaştırıyoruz. Gelmeyenleri bekliyoruuuz... Valla harikasınız."*  gibi ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

-1219 sayılı Tababet ve Şuabatı San'atlarının Tarzı İcrasına Dair Kanunun 1 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 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 **Dilan Polat Güzellik Kozmetik San. ve Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**9)**

**Dosya No: 2019/4798**

**Şikayet Edilen: Kadri Nurettin ÖZDEMİR (Fizyospine Klinik Pilates)**

**Şikayet Edilen Reklam:** Kuruluşun vitrininde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 08.01.2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Vitrin.

**Tespitler:** Kuruluş vitrininin 01.02.2019 tarihli görünümünde *"Kifoz, Skolyoz,"* şeklinde hastalık isimlerine ve "Klinik" ibaresine yer verildiği, bunun yanında kuruluşun bir sağlık kuruluşu olmadığıtespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** *"Kifoz, Skolyoz,"* şeklinde hastalık isimlerine yer verildiği, söz konusu hastalıkların tanı, tedavi ve bilgilendirmesinin ilgili alanda uzman tabiplerce ve yetkili sağlık kuruluşlarınca yapılması gerektiği, kuruluşun bir sağlık kuruluşu olmamasına karşın bu tür ifadelere yer verilmesinin ilgili mevzuata aykırı nitelikte olduğu,

Diğer taraftan, tanıtımlarda yer alan *"Klinik"* ibaresiyle bir sağlık kuruluşu izlenimi yaratılarak tüketicilerin yanıltıldığı, bilgi eksikliklerinin istismar edildiği,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

-1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanunun 1 ve 8 inci maddeleri,

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Kadri Nurettin ÖZDEMİR (Fizyospine Klinik Pilates)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**10)**

**Dosya No: 2019/4830**

**Şikayet Edilen: Loa Sağlık Güzellik Hizmetleri Anonim Şirketi (Land Of Angels Güzellik Salonu)**

**Şikayet Edilen Reklam:** http://loalazerestetik.com adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 03.12.2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** http://loalazerestetik.com adresli internet sitesinin 03.12.2019 tarihli görünümünde örnek olarak: *"Hizmetlerimiz: Lazer Epilasyon, Lazer Epilasyonda Etki Mekanizması Nedir? Lazer ve ışık sistemleri kıl kökünü tahrip etmektedirler... Leke Tedavisi... Akne Tedavisi..."*

- https://www.instagram.com/loaestetiklazer adresli internet sitesinin 03.12.2019 tarihli görünümünde örnek olarak: *"Hibrit lazer, Alman Lazer teknolojisi tarafından geliştirilen ve aynı atışta FDA onaylı, epilasyonda patentli iki lazer ışınını tek seferde hem kıla hem de kılı besleyen kılcal damara ulaştırarak en yüksek sonucu alabilen en yeni teknoloji ürünüdür. Alexandrite Hibrit Lazer Epilasyon Uygulaması... Kasım Ayında Pürüzsüzlüğü Yaşayın! Bu aya özel kadın&erkek tüm vücut kalıcı epilasyon sadece 1990 TL. Alexandrite Hibrit Lazer... Lazer Epilasyon..."*

Kuruluşa ait broşürlerde; "*Doktor kontrollü lazer epilasyon... PRP, Mezoterapi... Dermapen... Lazer Epilasyon..."*

şeklinde doktorlar tarafından uygulanması gereken çeşitli tıbbi işlemlere ilişkin talep yaratıcı ifadelere, tıbbi işlem uygulama görüntülerine yer verildiği ve kuruluşun isminin “Land of Angels Estetik Lazer” şeklinde belirtildiği 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 şe*kilde olursa olsun, tabip tarafındanyapılması gereken tıbbi işlemlerin güzellik salonlarında gerçekleştirilmesi yasaklanmıştır.

Bununla birlikte; İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmelik Ek-1’in “J-Güzellik Salonları” başlıklı bölümünde, "*16.1-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 kuruluşlarının isimlerini açıkça "salon" olarak belirtmesi gerektiği hükme bağlanmıştır.

Ayrıca;İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğin güzellik salonlarınailişkin (J)-Güzellik Salonları bölümünün (13.2) alt başlığının (a) alt bendi gereğince, güzellik salonlarında, epilasyon/depilasyon birimlerinde, lazer epilasyon yöntemleri hariç tıbbi cihaz kapsamına girmeyen cihazları kullanarak tıbbi amaçlı olmayan epilasyon ve depilasyon işlemlerinin yapılabileceği açıkça belirtilmektedir.

Bu bağlamda; sağlık alanında faaliyeti olmayan kuruluşun inceleme konusu internet sitesinde yapılan tanıtımlar aracılığıyla sağlık alanında faaliyet gösterdiği ve tabip tarafından yapılması gereken ve güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen tıbbi işlemleri uyguladığı yönünde bir algı oluşturduğu; anılan tıbbi işlemlerin doktor kontrolünde ve sağlık kuruluşları bünyesinde uygulanması gerektiği, ilgili mevzuatta “güzellik merkezi” şekilde bir sağlık kuruluşu türünün tanımlı olmadığı, güzellik salonlarının isminin “güzellik salonu” şekilde açıkça yazılması gerektiği,

Kuruluşun bir sağlık kuruluşu olmaması dolayısıyla bu şekilde isimlendirilmesinin ve yetkisiz tıbbi işlemler uygulamasının ilgili mevzuata aykırılık teşkil ettiği, söz konusu tanıtımların ilgili mevzuata aykırı, tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı ve bilgi eksikliklerini istismar edici nitelikte olduğu,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

-1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanunun 1 ve 8 inci maddeleri,

- Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin geçici 5 inci maddesinin 2 inci fıkrası,

- İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğin J-(Ek: 29/6/2010 – 2010/671 K.) Güzellik Salonları" başlıklı 16 ncı 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 **Loa Sağlık Güzellik Hizmetleri Anonim Şirketi (Land Of Angels Güzellik Salonu)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**11)**

**Dosya No: 2019/8373**

**Şikayet Edilen: Clinmedica Saç Ekimi Aracılık Hizmetleri İnşaat Tur. San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.clinmedica.com.tr adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 10.07.2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.clinmedica.com.tr adresli internet sitesinin 10.07.2019 tarihli görünümünde örnek olarak:

*"ClinMedica tercih neden? JCI, USA ve TC Sağlık Bakanlığı tarafından onaylanan ClinMedica, en son teknolojileri uygulayarak güzellik ve zarafeti korumaya çalışıyor. İstanbul'un kalbinde, İstanbul Atatürk havaalanına 10 ila 15 dakika uzaklıkta, tarihi ve turistik mekanlara sahip olan ClinMedica, her zaman istedikleri güzelliğielde etmek için yurtdışından gelenler için kolayca ulaşılabilir. Daima lider olmak ve hastalarımızın standartlarına ulaşmak için çabalıyoruz, İstanbul'daki en prestijli saç ekimi ve estetik ameliyat merkezleri arasında varlığımızı genişletmeyi başardık...*

*Kliniğimiz JCI-USA tarafından onaylıdır ve TC Sağlık Bakanlığı'na kayıtlıdır. Profesyonel ve deneyimli doktor ve asistanlardan en yüksek kalitede tıbbi bakım sunuyoruz...*

*Saç Ekimi, Kadınlar İçin Saç Ekimi, Sakal Nakli, Kaş Ekimi, Afro-Amerikan Saç Ekimi... Meme Ameliyatı, Vücut Şekillendirici, Yüz Plastik Cerrahisi, Genital Plastik Cerrahi...”* gibi ifadelere, hastalara ait tedavi öncesi ve sonrası görüntülere ve tıbbi işlem uygulama görüntülerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu tanıtımlarda adı geçen çok sayıda hastalık ve rahatsızlıkların tanı, tedavi ve bilgilendirmesinin ilgili alanda uzman tabiplerce ve yetkili sağlık kuruluşlarınca yapılması gerektiği, kuruluşun bir sağlık kuruluşu olmamasına karşın bu tür ifadelere yer verilmesinin ilgili mevzuata aykırı nitelikte olduğu,

Bununla birlikte, söz konusu tanıtımların 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,

Diğer taraftan, kuruluşun anlaşmalı hekimler ve sağlık kuruluşları lehine aracılık faaliyetinde bulunduğu, bu durumun mevzuata aykırı, tüketicileri yanıltıcı, bilgi eksikliklerini istismar edici nitelikte olduğu,

Dolayısıyla söz konusu tanıtımların;

-6023 sayılı Türk Tabipleri Birliği Kanununun 64 üncü maddesi,

-1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanunun 1, 8 ve 24 üncü maddeleri,

- Tıbbi Deontoloji Tüzüğünün 8, 9 ve 39 uncu maddeleri

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

- 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 **Clinmedica Saç Ekimi Aracılık Hizmetleri İnşaat Tur. San. ve Tic. Ltd. Şti.** 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 cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**12)**

**Dosya No: 2019/8592**

**Şikayet Edilen: Dünya Göz Hastanesi San. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** "Bu İlana Gözünüz Gibi Bakın"ibaresiyle Hürriyet gazetesinde yayınlanan reklamlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 10.06.2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Gazete

**Tespitler:** Hürriyet Gazetesi'nin 10 Haziran 2019 tarihli nüshasında yer alan tanıtımlarda;

*“Dünya Göz Bilgilendiriyor! Bu İlana Gözünüz Gibi Bakın. 50 yaşını doldurduysanız, Katarakt probleminiz veya yakın-uzak görme sorununuz var ise bu yazıyı dikkatlice okuyunuz! Katarakt ve prespiyopi(yakın görme problemi), ilerleyen yaşlarda gelişen ve gözün içindeki merceğin değiştirilmesi ile tedavi edilen hastalıklardır. Bu tedavi tek bir ameliyatla her iki rahatsızlığı da çözüme kavuşturur. Bu ameliyat çoğu hasta için tıbbi gerekçelerle sadece bir kez yapılabildiğinden göz içine yerleştirilecek merceğin seçimi önemlidir. Günümüzde dünya devi firmaların ürettiği Tri-fokal göz içi akıllı merceklerin kullanımı sayesinde yakın-uzak görme problemleri ve katarakt, ömür boyu çözüme kavuşturulabilmektedir. Sosyal Güvenlik Kurumu (SGK) bir kişinin katarakt ameliyatı için ameliyatın gerçekleştiği kuruma 495 TL ödemektedir. Katarakt ameliyatı olmak isterseniz sizden 200,300,500 TL ekstra mercek farkı isteyen kurumlara gözlerinizi teslim etmeyin, kullanılacak mercekten ve teknolojiden şüphe edin. Çünkü ileri teknoloji Femtosaniye lazer cihazı ve kişiye özel tek seferlik sarf malzemelerin (ameliyat kaseti, kişiye özel mercekler, göz içi merceği takılırken gözü koruyan tek kullnaımlık viskoelastikler ve solüsyonlar) kullanıldığı, standart bir katarakt ameliyatının maliyetleri dahi 4.000 TL'yi aşmaktadır. Kataraktın yanı sıra yakın ve uzak görme sorunlarınızıömür boyu çözebilecek bir operasyon için "Size ücretsiz ameliyat yapalım" diyen kurumlardan uzak durun. Sadece bir kez olabileceğiniz bu ameliyatı ucuza yapmak isterken ömür boyu yaşayacağınız görme konforunu elinizden almalarına izin vermeyin.”* ifadelerine yer verildiği;

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu ifadelere yer verilerek, sağlık kuruluşlarının mevzuatta izin verilen bilgilendirme ve tanıtım faaliyetleri kapsamının aşıldığı, kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm verilerek reklam yapıldığı,

Diğer taraftan, söz konusu tanıtımlar ile diğer sağlık kuruluşlarının uyguladığı tedavi yöntemlerinin kötülendiği, kuruluşun tedavi yöntemlerinin ve "Tri-fokal" isimli mercek kullanımının övülerek diğer tedavi yöntemlerinin güvensiz olduğu izlenimi yaratıldığı, bu durumun tüketicileri yanıltıcı, bilgi eksikliklerini istismar edici ve diğer 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,

- Özel Hastaneler Yönetmeliğinin 60 ıncı 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 olduğuna

Buna göre, reklam veren **Dünya Göz Hastanesi San. ve Tic. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **170.960-TL (Yüzyetmişbindokuzyüzaltmış Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**13)**

**Dosya No: 2019/8630**

**Şikayet Edilen: Murat GÜNGÖR (GNR Estetik)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 20.06.2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com/gnrestetik adresli internet sitesinin 20.06.2019 tarihli görünümünde örnek olarak:

*"Tummy tuck karın germe ameliyatımız güzel bir vücut elde ettik... Hafta sonu guzel ve kisi bir vaka ile bişektomi (hollywood yanak) yapmış bulunmaktayız... "* gibi ifadelerle birlikte hastalara ait tedavi öncesi ve sonrası görüntülere, toplumu endişeye sevk edici biçimde tıbbi işlem uygulama görüntülerine yer verildiğitespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu tanıtımlarda yer alan çok sayıda tıbbi işlemin uygulama ve bilgilendirmesinin ilgili alanda uzman tabiplerce ve yetkili sağlık kuruluşlarınca yapılması gerektiği, şahsın sağlık alanında herhangi bir yetkinliği bulunmamasına karşın bu tür tanıtımlara yer verilmesinin ilgili mevzuata aykırı nitelikte olduğu,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

-6023 sayılı Türk Tabipleri Birliği Kanununun 64 üncü maddesi,

-1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanunun 1, 8 ve 24 üncü maddeleri,

- 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 **Murat GÜNGÖR (GNR Estetik)** 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.

**14)**

**Dosya No: 2017/3767**

**Şikayet Edilen: Homeopati Eczanesi (Petek Eczanesi)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 02.05.2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu internet sitesinin 02.05.2018 tarihli görünümünde;

- "Celloxy Dna-Rna" başlıklı ürün içeriğinde; *" Celloxy DNA - RNA erişkinlerde dengeli beslenmek üzere, hücre yenilenmesi için, yardımcı gıda takviyesi olarak kullanılır.",*

- "Celfood W" başlıklı ürün içeriğinde; *" Celloxy W erişkinlerde dengeli beslenmek üzere, formunuzu korumaya yardımcı gıda takviyesi olarak kullanılır.",*

- "Celfood Silica" başlıklı ürün içeriğinde; *" Cellfood Silica dengeli beslenmek üzere, vücudun esnekliğini desteklemek için yardımcı gıda takviyesi olarak kullanılır.",* ifadelerine yer verilerek, Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği Ek’inde kullanımına izin verilen sağlık beyanlarının dışına çıkıldığı,

Bununla beraber; ilgili 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 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 ve 43 üncü maddesi,

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

- 5996 sayılı Veteriner Hizmetleri, Bitki Sağlığı, Gıda ve Yem Kanununun 24. Maddesi,

- Türk Gıda Kodeksi Gıda Etiketleme ve Tüketicileri Bilgilendirme Yönetmeliğinin 7/1, 7/2, 7/3 ve 7/4 üncü maddeleri,

- 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 ve 13/3 maddeleri,

- 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 **Homeopati Eczanesi (Petek Eczanesi)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**15)**

**Dosya No: 2018/3108**

**Şikayet Edilen: Doremed Medikal ve Güzellik Salonu Cihazları Paz. İth. İhr. San. ve Tic. Ltd. Şti. (Dore Medikal)**

**Şikayet Edilen Reklam:** Kuruluşa ait www.doremed.com adresli internet sitesinde yapılan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 30.05.2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Kuruluşa ait www.doremed.com adresli internet sitesinin 30.05.2019 tarihli görünümünde*; "Diodex Yeni, Icelipo"* gibi tıbbi cihazlara ilişkin satış yapıldığı tespit edilmiş; ancak söz konusu satışların tüketicilere doğrudan satışı yapılan bir ürün olup olmadığı hususunda bilgiye ihtiyaç duyulmuştur.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu internet sitesinde yapılan tanıtımların güzellik salonlarına yönelik olduğu ve tüketicilere yönelik herhangi bir reklam ve satış yapılmadığı anlaşılmış olup söz konusu tanıtımlarda, Reklam Mevzuatı hükümlerine aykırı bir unsura rastlanmadığından, anılan reklamların 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 inci maddesine **aykırı olmadığına** karar verilmiştir.

**16)**

**Dosya No: 2018/6127**

**Şikayet Edilen: Artemis Güzellik Salonu**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 04.10.2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Kuruluşa ait www.artemisguzellikmerkezi.com adresli internet adresinin 04.10.2019 tarihli görünümünde örnek olarak;

- "Kimyasal Peeling" başlığı altında; *"...Bu şekilde daha parlak, genç, temiz bir cilt görünümü*

*kazanılır. Bu şekilde cilt adeta yeniden hayat kazanır...Kimyasal peeling ile daha bol ve daha iyi organize olmuş yeni dokuların oluşması sağlanır. Cildin üzerindeki hasarlı kısım ayrılması ile daha ile daha bol ve daha iyi organize olmuş yeni dokuların oluşması sağlanır. Cildin üzerindeki hasarlı kısım ayrılması ile daha sağlıklı rengi ve dokusu güzel bir cilt oluşur..."*,

- "Lazer Epilasyon" başlığı altında; *"...İstenmeyen tüylerden kurtulmanın en hızlı ve en sağlıklı yolu Kalıcı epilasyon’dur...Soğutma sistemli lazer tekniği ile yapılan Buz Lazer Epilasyon İzmir ile lazer ısısı cilde zarar vermeden doğrudan kıl kökünü yok eden ısıya dönüşür...Hava soğutma sistemi sayesinde ısısı düşen cilde hiç zarar verilmeden doğrudan kıl kökü oluşan ısı ile yok edilir...Erkek Epilasyon İzmir yaygın olarak ve başarıyla uygulanmaktadır. Uygulama yaptıranların yaklaşık %35-40 kadarı erkektir..Epilasyon ile kökleri tahrip olan kıllar tekrar çıkmamaktadır. Amerikan FDA nın da onayladığı bu durum uzun süreli klinik Lazer Epilasyon Karşıyaka çalışmaları sonucunda bilimsel olarak kanıtlanmıştır...Laser epilasyonda uygulanan ışınlar sadece orta deriye kadar ulaşır. Deri altında ve iç organlara yayılması söz konusu değildir. Laser ışını yayılan bir ışın değildir. Sadece atış bölgesinde sadece belli bir derinliğe kadar etki eder..."* gibi tıbbi işlem kapsamına giren lazer epilasyon, kimyasal peeling gibi tıbbi uygulamalar konusunda bilgilendirme sınırını aşan ifadelere yer verildiği;

Ayrıca*, " Huzurlu , temiz bir ortam çalışanlar çok samimi. Herşeyden önce dürüstler fiyatları makul."* gibi hasta yorum, teşekkür ve övgü ifadelerine yer verildiği;

www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinin 04.10.2019 tarihli görünümünde kuruluşa ait “artemisguzellik” kullanıcı isimli sayfada yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *"...Dökülen güçsüz saclarınızı mezoterapi ile canlandırıyoruz...Lazer epilasyon, kıl köklerinin kalıcı bir şekilde lazer ışınları ile yok edilmesidir. Epilasyon cihazlarında başlık buz başlık olarak geçen soğutma sayesinde daha az acı verir...Yüzümüz de bulunan 3 tabakanın orta tabakası olan dermise, mikro iğneler sayesinde kanallar açarak ulaşılır. Cildin ihtiyacına yönelik vitamin ve serumlar vasıtasıyla cilde uygulanır ve güvenli bir şekilde yenilenmesi sağlanır..Lazer epilasyon, kıl köklerinin kalıcı bir şekilde lazer ışınları ile yok edilmesidir. Epilasyon cihazlarında başlık buz başlık olarak geçen soğutma sayesinde daha az acı verir. Uygulanan bölge uyuşturucu etkisi olan kremlerle yada spreylerle uyuşturulabilir...İstemediğiniz tüylerinizden Lazer Epilasyon izmirile en hızlı ve sağlıklı olarak kurtulabilirsiniz.Lazer ışınının dalga boyu kıldaki rengi veren melanin adlı pigment tarafından emilim özelliğine sahiptir..."* gibi ifadeler üzerinden saç mezoterapisi, lazer epilasyon, dermapen gibi tıbbi uygulamalar konusunda bilgilendirme sınırını aşan ifadeler ile kampanya ve fiyat bilgilerine yer verildiği;

www.facebook.com adresli sosyal paylaşım sitesinin 04.10.2019 ve 14.10.2019 tarihli görünümlerinde kuruluşa ait “artemisguzellikmerkezi” kullanıcı isimli sayfada yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak*; "...Güzellik salonumuzda Epilasyon, Cilt Bakımı, Lifting, Zayıflama Paketi ve Ölçülü Kaş Alımı hizmetlerini vermekteyiz. Artemis Güzellik Salonu'nun Temel aldığı ilke"mükemmelliğe ulaşma çabası"dır. Salonumuz kendi dalında en iyisini sunmak için yola çıkmış ve kısa süre içerisinde bunları gerçekleştirmiştir. İçerisinde bütün üniteleri bir arada bulunduran kuruluşumuz ,uzman kadrosuyla hizmetlerini başarı ile sürdürmektedir...Lazer epilasyon, kıl köklerinin kalıcı bir şekilde lazer ışınları ile yok edilmesidir. Epilasyon cihazlarında başlık buz başlık olarak geçen soğutma sayesinde daha az acı verir. Uygulanan bölge uyuşturucu etkisi olan kremlerle yada spreylerle uyuşturulabilir. İzmir’ de epilasyon konusunda tecrübe ve bilgi birikimimizle, temiz ve hijyenik hizmet veren bir Güzellik Merkezi yiz. Artemis İzmir Güzellik Merkezi olarak Karşıyaka civarında en ucuz Lazer Epilasyon hizmeti veren kurumlardan biriyiz. Epilasyon birden fazla seanstan oluşur. Kişiden kişiye ve kıl köküne bağlı olarak süre değişiklik gösterir...İstemediğiniz tüylerinizden Lazer Epilasyon izmirile en hızlı ve sağlıklı olarak kurtulabilirsiniz.Lazer ışınının dalga boyu kıldaki rengi veren melanin adlı pigment tarafından emilim özelliğine sahiptir.. Hava soğutma sistemi sayesinde ısısı düşen cilde hiç zarar verilmeden doğrudan kıl kökü oluşan ısı ile yok edilir..."* gibi ifadeler üzerinden lazer epilasyon gibi tıbbi uygulamalar konusunda bilgilendirme sınırını aşan ifadeler ile kampanya ve fiyat bilgilerine yer verildiği;

Diğer taraftan, *"...Hijyenik , güvenilir aile gibi"* şeklinde hasta yorum, teşekkür ve övgü ifadelerine yer verildiği;

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

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 **Artemis Güzellik Salonu** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**17)**

**Dosya No: 2018/6577**

**Şikayet Edilen: Dr. Emine Ebru Zülfikaroğlu (Eva Kadın Sağlığı)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 07.03.2019, 07.11.2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Kuruluşa ait https://www.drebruzulfikaroglu.com/ adresli internet adresinin 07.03.2019 tarihli görünümünde örnek olarak;

- Ana sayfada*; "....Günümüzde vajinismusun %100 tedavisi mümkün...Vajinismus bizim gibi*

*muhafazakar toplumlarda maalesef hala en büyük cinsel problemlerden birisidir...Cinselliğin ayıp, günah, yasak gibi kelimelerle anılması ve çocuk ve genç nesle çok detaylı cinsel bilgilendirilme yapılmaması vajinismusun en önemli temel nedenlerini oluşturmaktadır...Doğum sonrası vajinal deformasyonunuz mu var? Bu durum ruhsal durumunuzu bozup cinsel hayatınızı mı etkiliyor? O zaman vajinal estetiğinizi daha fazla ertelemeyin!...Labioplasti görsel ve estetik kaygılarla hastaların en sık başvurduğu genital estetik operasyonu...Kanal Türk - Derya nın Dünyası Programı 1Vajinismus..."* ,

- "Ağrısız Doğum" başlığı altında; *"...Artık bebek bekleyen anne adayları için korkmak, çekinmek ve 'Ben nasıl doğum yapacağım diye!' kara kara düşünmek sona erdi. Günümüzde bel bölgesine yapılan ince bir iğneyle, anne adayı doğuma aktif olarak katılabilir. Böylece doğum daha rahat ve kolayca gerçekleşir. Anne sancı çekmediği, bitkinliği, yorgunluğu olmadığı için doğumdan hemen sonra bebeğini kucağına alabilir, sevebilir ve besleyebilir. Bu yöntemle doğum sonrası ağrılar da tamamen ortadan kalkar..."* ,

- "Kızlık Zarı Dikimi ve Muayenesi" başlığı altında; *"...Ankara'da sağlık merkezimizde yapılan kızlık zarı muayenesi ile kızlık zarı ile kaygılarından kurtulabiliyor veya kızlık zarı dikimi yapılabiliniyor ve sonraki ilk ilişkisinde kanama olup olmayacağından tam emin olabiliyor...Bu aşamada Ankara’daki kliniğimizde uyguladığımız kalıcı kızlık zarı dikimi kızlık zarı onarımı kızlık zarı tamiri kızlık zarı yenilenmesi kızlık diktirme kızlık zarı diktirme şeklinde toplum içinde adlandırılan ameliyatlarla pek çok hastamız için hayata tutunmak için önemli bir zemin oluşturmaktadır. Çoğu zaman tam bir cinsel birleşmeye hazır olmadan sevgilisi veya nişanlısı ile olan bir yakınlaşma veya sürtünme sonrası oluşan bu tip kızlık zarı yırtılması kızlık zarı zedelenmesi kızlık zarı patlaması kızlık zarı delinmesi kızlık zarı parçalanması kızlık zarı kanaması gibi durumlarda başarılı kızlık zarı dikimi kızlık zarı onarımı kızlık zarı tamiri kızlık zarı yenilenmesi kızlık diktirme kızlık zarı diktirme şeklinde toplum içinde adlandırılan ameliyatlarla uygulanmaktadır...Ankarada kızlık zarı dikimi fiyatları 1500-3000 TL arasında değişkenlik gösterir. Ankarada garantisi vermesi ile de ilgilidir. Bu konuda mağdur genç bayanlara kızlık zarı dikimi yapan doktorlar kızlık zarının yırtık şekli ve vajinanın genişliğine göre de kızlık zarı dikimi ankara fiyatını belirler. Aynı zamanda kızlık zarı dikiminin anlaşılması mümkün olmadığı garantisi de verilir ve bunun üzerinden Ankarada kızlık zarı tamiri ücreti ifade edilir..."* ,

- "Kürtaj" başlığı altında; *"...Kürtaj işlemi ortalama 5-15 dakika sürer. Lokal anestezi ile 15 dakika sonra, genel anestezi uygulanmışsa 30-40 dakika sonra hasta eve gönderilir...Şikayetler genellikle birkaç saatten sonra azalacaktır. Genel anestezi ile yapılmışsa işlemden yaklaşık bir saat sonra yemek yenilebilir..."* ,

- "Vajina Daraltma" başlığı altında; *"... Eğer doğum sonrası sizin de benzer sıkıntılarınız geliştiyse, vajinal deformasyonunuz var ve bu durum ruhsal durumunuzu bozup cinsel hayatınızı etkiliyorsa, o zaman vajina estetiğinizi, labioplatinizi yada vajina daraltmanızı daha fazla ertelemeyin ! Son yıllarda cinsel hayatla vajina estetiği arasındaki bu ilişki, kadınların Ankara'da vajina daraltma, genital estetik operasyonlarına daha sık başvurmasına neden olmaktadır...asimetrinin oluşması da, hem görsel olarak kötü bir görüntü oluşmasına hem de cinsel ilişkide penisin vajinal bölgeye temasına engel oluşturabilir. Yine bu durum da benzer şekilde ciddi özgüven eksikliklerine neden olabilir ve çiftlerin cinsel hayatına olumsuz etkiler yansıtabilir...Genital estetik ameliyatlarının yaygınlaşması ile pek çoğu kadının gizli sorunlarına estetik çözümler sağlanarak özgüvenleri kazandırılmaktadır. Bu tip ameliyatlarla yalnızca görsel bozukluklar değil aynı zamanda işlevsel eksiklikler de düzeltilmekte ve hastaların hayat kaliteleri artırılırken, psikolojik bozuklukları ortadan kalkmaktadır...Lazerle Vajina daraltma. Ortalama 30-40 dakika sürer...Vücudun tamamen emdiği dikişler uygulandığı için dikiş almaya gerek yoktur. Hastalarımız şehir dışından gelip rahatlıkla aynı gün geri dönüş yapabilirler...Genital estetik ameliyatları size neler kazandıracak?Cinsel organınızdan utanmayacak, ayna karşısında kendinizi beğenecek ve rahatlıkla aynaya bakabileceksiniz...Daha mutlu bir cinsel hayatınız olacak..."* gibi bilgilendirme sınırını aşan ifadelere ve;

- "Sizden Gelenler" başlığı altında; *"...Op. Doktor Ebru Zülfikaroğlu hocamın sekreterinin telefonda bilgi almak için aradığımda bu rahatsızlığı maksimum 3 günde çözebildiklerini söylemesiydi çok ilgimi çekmişti hemen bir görüşme randevusu aldık ve eşimle birlikte Ankara'ya vajinismus tedavisi için gittik...kendimizi evimizde gibi hissettirdiler, aynı gün görüşme sonrası muayne mi oldum ve yine aynı gün terapim başladı dedikleri gibi 3 gün sonunda tedavim bitmişti ve yüzümüz gülerek çıktık muaynehaneden, Ebru hanıma ve çalışanlarına burdan sonsuz teşekkürler...Doktor olduğum için öncelikle daha fazla çekiniyordum kendime uygun bir doktor bulamayacağımı düşünürken, Dr Ebru hanımın sitesini ve eğitimi ile ilgili bilgileri alınca hiç düşünmeden onununla iletişim kurdum...Eşimin de benimde cinsellikden aldığımız haz daha da arttı. Böyle güzel ve başarılı bir meslektaşıma bu ameliyatı olmaktan mutluluk duyuyorum..."* kuruluşa yönelik teşekkür, onay ve tavsiye ifadelerine yer verildiği;

www.facebook.com adresli sosyal paylaşım sitesinin 07.03.2019 tarihli görünümlerinde kuruluşa ait *“Eva Kadın Sağlığı”* kullanıcı isimli sayfada yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda ve videolarda örnek olarak*; "....Ağrısız Doğum. Artık bebek bekleyen anne adayları için korkmak, çekinmek ve "Ben nasıl doğum yapacağım?" diye kara kara düşünmek sona erdi...Doğum sonrası vajinal deformasyonunuz mu var? Bu durum ruhsal durumunuzu bozup cinsel hayatınızı mı etkiliyor? O zaman vajinal estetiğinizi daha fazla ertelemeyin!... Ebru hanımla görüşme yaptım. Bana çok güven verdi zaten hem jinekolog hem de cerrah olması beni daha da rahatlattı. Düğünden üç ay önce İç dudakların görünümü tam istediğim gibi oldu. Artık çok rahatım ve evlenebilirim...Vajinismus ile ilgili sorularınız için Çekinmeden bize ulaşabilirsiniz...Merhaba, burada sizinle paylaşmak istediklerim labioplasti ameliyatıma çok zor karar verip sonra da çok memnun kalmamdan dolayı benim için çok önemli. Erkek arkadaşım da çok mutlu oldu. Artık her konuda kendimi yenilemiştim. Bana yeni hayatımda destek olan Dr Ebru hanıma teşekkürü borç bilirim. Yıllar sonra benden yeni bir ben yarattı..."* gibi bilgilendirme sınırını aşan ifadeler ile kuruluşa yönelik teşekkür, onay ve tavsiye ifadelerine yer verildiği;

www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinin 07.11.2019 tarihli görünümünde kuruluşa ait *“ebruzulfikaroglu”* kullanıcı isimli sayfada yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *"....Hastaların sonraki doğumlarına veya orgazm olamalarına KESİNLİKLE engel OLMAZ! Ameliyattan sonra 2 saat dinlenip, aynı gün şehir dışından ve yurtdışından gelen hastalarım evlerine döneler.Genelde hastane ortamında anestezi eşilğinde ortalama 45 dakikada yaptığım bir ameliyattır. Bu ameliyat bakirelere kolayca uygulanır, kızlık zarına KESİNLİKLE ZARAR VERMEZ! Genital estetik ve labioplasti ile ilgili tüm merak ettikleriniz için profilimdeki linke www.drebruzulfikaroglu.com tıklayabilirsiniz!...Bu sabah muayanehanenin merdivenlerinden çıkarken dahi eşime geri dönelim dedim ama inanın bana asla yapamadigim ve asla ama asla yapamam yapamam dediğim şeyleri yaptım Allah’a bin şükür Ebru hanıma çok teşekkür ederim...Yine burada sizlerle paylaştığım mektupları okuyup gelen hastamın tecrübesi..Ebru hanım muhteşem bir insan en zor anlarımin kurtarıcısı diyebilirim beni öyle bir şeyin içinden tutup çekti çıkardı ki anlatamam artık ağlamayacağım artık kaçmayacağım bahaneler bulmayacağım bu hastalığınız dan kurtulmak için doğru adres Ebru Zülfikaroğlu ... sizlere tek birşey söyleyebilirim ertelemeyin ... teşekkürler Ebru hanim!.."* gibi bilgilendirme sınırını aşan ifadeler ile kuruluşa yönelik teşekkür, onay ve tavsiye ifadelerine yer verildiği;

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu ifadelerin sağlık alanında çalışan şahsın faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı, talep yaratıcı nitelikte olduğu ve kuruluşa yönlendirme yaparak, benzer alanda faaliyet gösteren hekimler 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. Ebru Zülfikaroğlu** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**18)**

**Dosya No: 2018/6729**

**Şikayet Edilen: Mizmer Eğitim Danş. ve Sağ. Hiz. San. Tic. Ltd. Şti. (Mizmer Danışmanlık Merkezi)**

**Şikâyet Edilen Reklam:** Kuruluşa ait www.mizmer.com.tr adresli internet sitesi ile www.facebook.com, www.instagram.com ve www.twitter.com adresli sosyal paylaşım sitelerinde kuruluşa ait sayfalarda yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 23.10.2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.mizmer.com.tr adresli internet sitesinin 23.10.2019 tarihli görünümünde örnek olarak;

-Ana sayfada; "...Dünyanın İlk Mizaç Merkezine Hoş Geldiniz..Türkiye' de yeni bir vizyonu ortaya koyan Mizmer; Dokuz Tip Mizaç Modeli çerçevesinde geliştirdiği MİZAÇ TEMELLİ LİYAKAT MODELİ (MİTELİK) ile kurumlara insan kaynakları alanında özgün ve bilimsel çözümler sunar. Alanında uzman ekibiyle Mizmer; hesap verebilirlik, girişimcilik, sürdürülebilirlik, nitelikli olma, sektör için örnek teşkil etme ölçütlerine bağlı kalarak, verim sağlayıcı, gerçek mutluluk üretmeye odaklanan, çalışma yaşamı kadar bireylerin aile ve çocuk eko sistemini destekleyen, psikolojik-sosyal gelişimi ilkesel olarak bütüncül anlayışla ele alan iş modeliyle kurumlara özel çözümler sunar...MİZMER çalışma modeli multidisipliner bilimsel birikim ve Dokuz Tip Mizaç Modeli’nin uzmanlara sağladığı uygulama becerilerini birleştirmede Türkiye’de ve dünyada ilk örnektir..." ,

- "Hakkımızda" başlığı altında; "...Biz, kendini ve başkasını daha fazla tanımak ve anlamak isteyen her bireye sunulabilecek desteği Dünya Medeniyet birikiminin ürettiği köklerden ve gelecek yöneliminden alan, normallikten psikopatalojiye kadar bireylerin eğitsel, psikolojik ve sosyal gelişim çabalarına bütüncül bir bakış açısıyla profesyonel destek sağlayan, yeni bir model ve anlayışa sahip bir ekibiz...MİZMER, çalışma modelini kurgularken gelişime multidisipliner bilimsel birikimle ve Dokuz Tip Mizaç Modeli’nin uzmanlara sağladığı uygulama becerilerini yapay zekâ desteği ile birleştiren Türkiye’de ve Dünya’daki ilk örnek’tir...“İnsana Değer” sloganıyla yola çıkan MİZMER bireye özgü eğitim ve danışmanlık hizmetleriyle “mutlu birey, mutlu aile, mutlu toplum” oluşumuna katkıda bulunmayı amaçlar. MİZMER insanların; “uyumlu, dengeli, farkındalığı yüksek ve kaliteli” bir hayat sürmesine destek olmayı temel amaç edinmiştir...Dokuz Tip Mizaç Modeli üzerinden anne karnından itibaren bireylerin gelişimlerini ve sorunlarını belirlemek, sorun yaşadıklarında destek olmak, psikolojik-bilişsel-gelişimsel-sosyal sağlığının korunması adına çalışmalar yapmak, eğitim yaşamı boyunca karşılaşılan güçlüklerde rehberlik etmek, bireylerin, çiftlerin ve ailelerin daha mutlu yaşam için hedeflerini gerçekleştirmelerine yardımcı olmak, iş dünyasında yönetici ve çalışanların bireysel farklılıklarını temel alarak etkin çözümler sunmak ve tüm bu destek çalışmalarını bilimsel şekilde gerçekleştirmektir..." ,

- "MİTELİK İşe Alım Uygulamaları" başlığı altında; "...MİTELİK, söz konusu bütünleşmeci anlayış, verimliliğin artması, çok sayıda işe alımın hızlıca yapılabilmesi, iş başvurusu yapanların hızlı geri bildirimler alabilmesi açısından önem taşımaktadır. MİTELİK'de geleneksel İK (İnsan Kaynakları) yaklaşımlarından farklı olarak yalnızca CV’de ve mülakatta dikkate alınan teknik beceriler incelenmemektedir. Adayın tutkusu, dayanıklılığı, uygulamacılığı, girişimciliği, yenilikçiliği ve akıl yürütme becerileri de istihdamın ana etkenleri arasında yer almaktadır...Bu amaçla pozisyonlar yetkinlik temelli (competencybased) beceri setleriyle mizaç tiplerini içeren bir matris üzerinde kavramsal olarak biricikleştirilmektedir...",

- "Biorezonans Terapileri" başlığı altında; "...Avrupa tıbbi cihaz onayı ile birlikte FDA tarafından da onaylanmış olan tıbbi bir tedavi cihazıdır. ONDAMED ile birkaç dakika içinde vücudun zayıf ve güçlü bölgeleri hakkında ve hangi frekans guruplarının değişimi başlatacağı hakkında başka bir yöntemle edinemeyeceğiniz derinlikte bilgiler edinilmektedir. Günümüzde, artık pek çok uzman, kimyasal çözümlerden önce doğal alternatiflerin denenmesinden yanadır. Bu bağlamda ONDAMED, vücudun kendi doğal rezonansını yakalamakla ilgili çok önemli avantajlar sunmasıyla pek çok uzman tarafından tercih edilmektedir...Bizler Biorezonans terapileriyle bireylerin birçok problemini ilaçsız, yan etkisiz ve zahmetsiz şekilde çözüme ulaştırıyoruz. Bu sayede probleminizin kısa sürede en sağlıklı şekilde ortadan kalkmasını sağlıyor, bununla birlikte tekrarlamaması için tedavi yapılandırmamızda tüm önlemlerimizi alıyoruz...Biorezonans Terapilerinde Sıklıkla Kullandığımız Tedaviler. Migren Ağrıları. Bel ve Boyun Tedavisi. Sigara Bırakma..." gibi tıbbi işlemler hakkında bilgilendirme sınırını aşan ifadelere yer verildiği;

www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinin 23.10.2019 tarihli görünümünde kuruluşa ait “mizmertr” kullanıcı isimli sayfada yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; "...'Mizmer Ondamed terapisi ile kalıcı ve sağlıklı olarak kilo vermek mümkün. Ondamed cihazı, kişiye verilen frekansın hücresel düzeyde rezonansa girip girmediğini ya da hangi frekans gurubunun daha çok etkili olduğunu test edebilmektedir. Böylece kişiselleştirilmiş terapiler sunmaktadır. Ondamed, Avrupa tıbbi cihaz onayı ile birlikte FDA tarafından da onaylanmış olan tıbbi bir cihazdır. Ondamed ile birkaç dakika içinde vücudun zayıf ve güçlü bölgeleri hakkında veya hangi frekans guruplarının değişimi başlatacağı hakkında başka bir yöntemle edinemeyeceğiniz derinlikte bilgiler edinilmektedir...Tek seansta, uzman doktorlar eşliğinde, stres yaşamadan sigarayı bırakabileceğinizi biliyor muydunuz? Zararlı ve bağımlılık yapan sigara bırakma yöntemleri yerine, ilaçsız sigara bırakma yöntemi olan ve bilimsel verilerle kanıtlanmış, en etkili sigara bırakma yöntemi olan rezonans terapisi, tek seansta sigara içme isteğinizi ortadan kaldırmaktadır...Merkezlerimizde uygulanan rezonans terapisi sonucunda sigara bağımlılarında %80 başarı sağlanmaktadır...Son birkaç yılda Mizmer ile birlikte binlerce kişi, stressiz ve zorlanmadan sigarayı bıraktı; hem de yalnızca iki saatte. Şimdi sıra sende!...Fibromiyalji tedavisinde; yetkinliğini kanıtlamış, Nöroloji, Psikiyatri Tıbbi ve Psikolojik danışmanlarımızdan oluşan ekibimizle bütüncül bir bakış açısı geliştirerek çözümler üretiyoruz. Bu çözümlerimizi uluslararası geçerliliği kanıtlanmış ilaçsız yöntemlerle sergiliyoruz...Mizacını bilen bireyler hayattan beklentilerini de bilir. Ani ve düşünmeden atılan evlilik imzaları, evlilik sürecindeki sorunlar ve tüm bu sorunların bir de çocuklara yansıması… Mizacınızı bilmediğinizde her sorun yeni bir soruna kapı açar. Bir karar almadan önce hem kendinizin hem de partnerinizin mizacını öğrenmek sağlıklı bir ilişkinin ilk adımıdır..." gibi tıbbi işlemler hakkında bilgilendirme sınırını aşan ifadelere yer verildiği;

www.facebook.com adresli sosyal paylaşım sitesinin 23.10.2019 tarihli görünümünde kuruluşa ait “Mizmer” kullanıcı isimli sayfada yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda ve videolarda örnek olarak; "...“İnsana Değer, Eğitime Değer” sloganıyla yola çıkan MizMer; bireye özgü eğitim ve danışmanlık hizmetleriyle “mutlu birey, mutlu aile, mutlu toplum” oluşumuna katkıda bulunmayı amaçlar...MizMer, çalışma modelini kurgularken gelişime multi disipliner bilimsel birikimle ve Dokuz Tip Mizaç Modeli’nin uzmanlara sağladığı uygulama becerilerini yapay zeka desteği ile birleştiren Türkiye’de ve Dünya’daki ilk örnek’tir...Son birkaç yılda Mizmer ile birlikte binlerce kişi, stressiz ve zorlanmadan sigarayı bıraktı; hem de yalnızca iki saatte. Şimdi sıra sende!..Mizmer Danışmanlık olarak sizleri mizaç konusunda bilgilendiriyor, çocukların gelişiminde daha bilinçli aileler olabilmeniz için destek oluyoruz. Mizaç tipine uygun gelişim modelleri ile ebeveynler çocuklarına daha doğru yaklaşıyor, çocuklar karakter gelişimlerini daha sağlıklı tamamlıyor...Fibromiyalji tedavisinde; yetkinliğini kanıtlamış, Nöroloji, Psikiyatri, Tıbbi ve Psikolojik danışmanlarımızdan oluşan ekibimizle bütüncül bir bakış açısı geliştirerek çözümler üretiyoruz. Bu çözümlerimizi uluslararası geçerliliği kanıtlanmış ilaçsız yöntemlerle sergiliyoruz...Migren tek başına ağrı kesiciler ile iyileşme sağlanacak bir rahatsızlık değil, onu ortaya çıkaran sebepler ortadan kaldırıldığında iyileşmenin hiç de sürpriz olmayacağı bir hastalıktır. MİZMER ONDAMED teknolojisi ile migrene elveda diyin!...MİZMER bünyesinde yer alan Psk. Özge Ünal, İzmir Özel Çakabey Okulları öğretmenleri ile buluştu. 2 gün süren eğitimde ‘’Dokuz Tip Mizaç Modeli’’ ile tanışan öğretmenler, eğitimde bireysel farklılıkları bilmenin büyük avantaj sağladığına tanık oldular. MİZMER ekibinin de katıldığı eğitimde; öğretmenler, kendi mizaçlarını da öğrenecek olmanın heyecanını ve mutluluğunu yaşadılar. Eğitim için ev sahipliği yapan Özel Çakabey Okulları’na; enerjisi, farkındalığı ve verimliliği için çok teşekkür ediyoruz..." gibi tıbbi işlemler hakkında bilgilendirme sınırını aşan ve talep yaratan ifadelere yer verildiği;

www.twitter.com adresli sosyal paylaşım sitesinin 23.10.2019 tarihli görünümünde kuruluşa ait “Mizmer” kullanıcı isimli sayfada yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; "Mizmer Danışmanlık olarak sizleri mizaç konusunda bilgilendiriyor, çocukların gelişiminde daha bilinçli aileler olabilmeniz için destek oluyoruz. Mizaç tipine uygun gelişim modelleri ile ebeveynler çocuklarına daha doğru yaklaşıyor, çocuklar karakter gelişimlerini daha sağlıklı tamamlıyor...Fibromiyalji tedavisinde; yetkinliğini kanıtlamış, Nöroloji, Psikiyatri, Tıbbi ve Psikolojik danışmanlarımızdan oluşan ekibimizle bütüncül bir bakış açısı geliştirerek çözümler üretiyoruz. Bu çözümlerimizi uluslararası geçerliliği kanıtlanmış ilaçsız yöntemlerle sergiliyoruz...Migren tek başına ağrı kesiciler ile iyileşme sağlanacak bir rahatsızlık değil, onu ortaya çıkaran sebepler ortadan kaldırıldığında iyileşmenin hiç de sürpriz olmayacağı bir hastalıktır. MİZMER ONDAMED teknolojisi ile migrene elveda diyin!...MİZMER bünyesinde yer alan Psk. Özge Ünal, İzmir Özel Çakabey Okulları öğretmenleri ile buluştu. 2 gün süren eğitimde ‘’Dokuz Tip Mizaç Modeli’’ ile tanışan öğretmenler, eğitimde bireysel farklılıkları bilmenin büyük avantaj sağladığına tanık oldular. MİZMER ekibinin de katıldığı eğitimde; öğretmenler, kendi mizaçlarını da öğrenecek olmanın heyecanını ve mutluluğunu yaşadılar. Eğitim için ev sahipliği yapan Özel Çakabey Okulları’na; enerjisi, farkındalığı ve verimliliği için çok teşekkür ediyoruz...Depresyonun Anadolu’daki ismi “Gönül Yorgunluğu” Gönlünüzün de dinlenmeye ihtiyacı var. Bireysel danışmanlık hizmetlerimizle size mizacınıza göre yaklaşıyoruz...Çift ve aile terapileri hizmetlerimizle çiftler arasında ve aile içinde yaşanan sorunlara hiç bilmediğiniz yeni bir bakış açısı sunuyoruz. Bu bakış açısı ile çatışmalarınızın çözüm noktası ile ilgili en temel kaynağa ulaşmanızı amaçlıyoruz..." gibi tıbbi işlemler hakkında bilgilendirme sınırını aşan ve talep yaratan 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 8, 10 ve 24 ile Ek 13 üncü maddeleri,

- Tıbbi Deontoloji Tüzüğünün 8, 9 ve 39 uncu maddeleri

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

- 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 “**Mizmer Eğitim Danş. ve Sağ. Hiz. San. Tic. Ltd. Şti. (Mizmer Danışmanlık Merkezi)**” 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.

**19)**

**Dosya No: 2018/6858**

**Şikayet Edilen: Bioretina Biyoteknoloji ve Biyomedikal Sağlık Yatırımları A.Ş. (Dr. Umut Arslan)**

**Şikâyet Edilen Reklam:** Kuruluşa ait www.bioretina.net adresli internet sitesinde ve www.instagram.com ve www.facebook.com adresli sosyal paylaşım sitelerinde kuruluşa ait sayfalarda yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 03.10.2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.bioretina.net adresli internet sitesinin 03.10.2019 tarihli görünümünde örnek

olarak;

-"Katarakt" başlığı altında*; "...Katarakt ameliyatı, çoğunlukla lokal anestezi altında yapılan , ağrısız ve hasta konforunun yüksek olduğu bir ameliyattır. Hasta ameliyattan sonraki birkaç gün içinde, bazı önlemleri ve verilen ilaçları almak kaydıyla, normal yaşantısına dönebilir. Nadir de olsa, katarakt ameliyatının bazı komplikasyonları da vardır..."* gibi bilgilendirme sınırını aşan ifadelere yer verildiği;

www.facebook.com adresli sosyal paylaşım sitesinin 03.10.2019 tarihli görünümünde kuruluşa ait “Drumutarslan Bioretina” kullanıcı isimli sayfada yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak*; "... ÇOK DEĞERLİ HOCALARIMIZIN TECRÜBELERİ İLE, EN GÜNCEL VE TEKNOLOJİK GELİŞMELERLE, BU YILKİ EĞİTİMİMİZİ YENİLEDİK. DEĞERLİ HOCALARIMIZA VE TEKNİK EKİBE ŞÜKRANLARIMIZI ARZ EDERİZ...ULUSLARARASI SAĞLIK YATIRIMI ALANINDA ÜLKEMİZİ BAŞARIYLA TEMSİL ETTİK. DESTEKLERİNDEN DOLAYI SAYIN BAKANIMIZA TEŞEKKÜRLERİMİZİ ARZ EDERİZ..."* gibi bilgilendirme sınırını aşan ifadelere yer verildiği;

www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinin 03.10.2019 tarihli görünümünde kuruluşa ait “drumutarslan.bioretina” kullanıcı isimli sayfada yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak*; "... Fransa, Suudi Arabistan ve İran’dan ilk yurdışı hastalarımızın tedavi süreci başarı ile tamamlandı...SARI NOKTA HASTALIĞI VE RETİNİTİS PİGMENTOSAYA BAĞLI RETİNAL KÖRLÜKLER İÇİN BİONİK RETİNA (RETİNAL ÇİPLER) KLİNİĞİMİZDE EN YENİ ÇİPLERLE YAKINDA UYGULANMAYA BAŞLAYACAK...BİONİK RETİNA (RETİNAL ÇİPLER) 210 LEKTROT, RENKLİ GÖRME VE YÜZ TANIMA ÖZELLİKLERİ İLE ÇOK YAKINDA SARI NOKTA HASTALIĞI VE RETİNİTİS PİGMENTOSADA UYGULANMAYA BAŞLANACAK..."* gibi bilgilendirme sınırını aşan 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 “**Bioretina Biyoteknoloji ve Biyomedikal Sağlık Yatırımları A.Ş. (Dr. Umut Arslan)**” hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**20)**

**Dosya No: 2019/10156**

**Şikayet Edilen:** **Şahin Şimşek Anatolia Diamond**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şahsa ait https://www.instagram.com/sahinsimsek1453/, https://twitter.com/sahinsimsek1453 ve https://twitter.com/ahmelk1 adresli internet sayfalarında yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 09.10.2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.instagram.com/sahinsimsek1453/ adresli internet sayfasının 09.10.2019 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *"Şahmelik Altenatif Tıp. Bel ve boyun fıtığı tedavisi. Topuk dikeni ayak kısalığı tedavisi. Damar sertliği ve tıkanıklığı. Kuyruk sokumu (poçik) tedavisi. Hacamat ve sülük tedavisi. (...)Bel ve boyun fıtığına 10 dakikada inanılmaz çözüm."* şeklinde,

https://twitter.com/sahinsimsek1453 adresli internet sayfasının 09.10.2019 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *“Bel ve boyun fıtığına 10 dakikada inanılmaz çözüm. 0505 422 28 43. (...)Adana'da yüze yakın hastaya bel ve boyun tedavisi yaptık. Rabbim herkese şifalar versin. (...) Ayak kısalığına ameliyatsız çare? Bazı insanların doğuştan kalça kemiği çıkığından kaynaklanan ayak kısalığı ciddi sıkıntı oluşturmaktadır. Şah melik hocayla Ayak kısalığına ameliyatsız çare... (...) Bir sabah dayanılmaz ağrılar içerisinde ve ağlayarak uyandım. Kelimelerle tarifi yoktu bu ağrılarım. Sanki boynum kopacaktı, kıpırdayamıyordum, sağıma ya da soluma çok az çevirebiliyordum. Resmen kitlenmiştim. Tam üç tane fıtık vardı boynumda ve doktorlar ameliyat dediler, tek çözümün ameliyat. Göz yaşları içerisinde Şah Melik hocama ulaştım. Ağlayarak gitim ve gülerek ayrıldım yanından. Rabbim Şah Melik hocamdan razı olsun inşallah. Şu an gayet mutluyum ve kıpırdatmadığım boynumu çok rahat hareket ettierebiliyorum. ağrım sızım kalmadı Allah'ın izniyle ve Şah Melik Hocamın sayesinde. (...)Dün çok ama çok ilginç bir olaya şahit oldum. 70 yaşında nur yüzlü bir teyzemiz üniversitede öğretim görevlisi olan kızı BEL FITIKLARINA AMELİYATSIZ ÇÖZÜM yazımı okuduktan sonra ŞAH MELİK hocayla irtibata geçiyor. (...)"* şeklinde,

https://twitter.com/ahmelk1 adresli internet sayfasının 09.10.2019 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *“Şah Melik hocamız şifalı elleriyle bel ve boyun fıtığını 10 dakikada yok ediyor. (...)Ülke Postası Gazetesindeki Köşe Yazımda Şah Melik Hocamızın Bel ve Boyun Fıtığı Tedavisi İle Şahmelik Hocamızın Şifalı Elinin Sırrını Muhakkak Okuyun. (...) Ordu Mesudiye’den gelen bu amcamız bel fıtığı ameliyatına gün almıştı. Şah Melik Hocamız tedavisini yaptı. Bastonla zor yürürken bu kez omuzuna takarak dimdik yürüyerek mutlu bir şekilde gitti. (…)Bu kardeşimizin ayağı 5 cm fazla kısalmıştı. Şah Melik Hocamız tek seansta ayaklarını eşitledi. Kardeşimiz rahat bir şekilde yürümeye başladı.(…)Bel ve boyun fıtığına 10 dakikada inanılmaz çözüm. (…)Bu kadar fıtık biraz fazla ama neyse ki Şah Melik Hocamız var bir çaresine bakar inşallah.”*gibi ifadeler ile hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ilişkin görüntülerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; söz konusu tanıtımlarda adı geçen çok sayıda hastalık ve rahatsızlıkların tanı, tedavi ve bilgilendirmesinin ilgili alanda uzman tabiplerce yapılması gerektiği, anılan şahsın hekim olmamasına karşın, bu tür ifade ve görüntülere yer verilmesinin ilgili mevzuata aykırı nitelikte olduğu,

Bununla birlikte, bahsi geçen hastalıkların modern tıp haricindeki, "Şah Melik Hoca" olarak tabir edilen şahıs tarafından uygulanan yöntemlerle çözüldüğü izleniminin yaratıldığı ve bu suretle tüketicilerin yanıltıldığı, toplumun pozitif bilime olan güveninin sarsılarak halk sağlığının tehlikeye atıldığı,

Diğer taraftan, 27/10/2014 tarih ve 29158 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren Geleneksel ve Tamamlayıcı Tıp Uygulamaları Yönetmeliği’nin;

Tanımlar başlıklı 4 üncü maddesinde; *“ğ) Uygulama merkezi”, “İlgili alanda sertifikası bulunan tabip ve/veya diş tabibi sorumluluğunda ve bu Yönetmelikte belirlenen uygulamaları yapmak üzere eğitim ve araştırma hastanesi ve tıp fakültesi veya diş hekimliği fakültesi sağlık uygulama ve araştırma merkezi bünyesinde kurulan ve* *Bakanlıkça yetkilendirilmesi halinde eğitim verilebilecek merkez*” olarak tanımlandığı,

“Uygulamaların yapılabileceği yerler ve yetkili kişiler” başlıklı 9 uncu maddesinde; *“(1) Uygulamalar, Bakanlıkça yetkilendirilmiş ünite ile uygulama merkezlerinde ve ilgili alanda ‘uygulama sertifikası’ bulunan tabip ve sadece diş hekimliği alanında olmak üzere diş tabibi tarafından yapılabilir. Uygulama alanında temel eğitimi bulunan sağlık meslek mensupları merkez ve ünitelerde sertifikalı tabiplere uygulamada yardımcı olabilirler…”* hükmü ile geleneksel ve tamamlayıcı tıp uygulamalarının kimler tarafından ve nerelerde yapılabileceği belirlendiği,

Bununla birlikte, 04.02.2014 tarihli ve 28903 sayılı Resmi Gazetede yayımlanan Sağlık Bakanlığı Sertifikalı Eğitim Yönetmeliğinin; “Sertifikalı eğitim programı başvuru, yetkilendirme ve açılış işlemleri” başlıklı 6 ncı maddesinde yer alan; *“(1) Sertifikalı eğitim programları, kamu ve özel hukuk tüzel kişileri ile gerçek kişiler tarafından, Bakanlıkça belirlenmiş standartlara uygun olarak yürütülür. (2) Bakanlıkça standardı belirlenmiş alanlarda eğitim programlarının açılma izni ilgili birim tarafından verilir. (3) Bakanlık merkez teşkilatı ve bağlı kuruluşları, diğer kamu tüzel kişiliğini haiz kurum ve kuruluşlar ile il müdürlüğü sertifikalı eğitim programı açmak için başvuruyu ilgili birime, özel hukuk tüzel kişileri ve gerçek kişiler ise ilgili birime bildirilmek üzere il müdürlüğüne yaparlar.”* hükümleri ile sağlık alanında yapılacak olan sertifikalı eğitim programlarının anılan yönetmelik hükümlerine göre yürütülmekte olduğu ifade edildiği,

Bu bağlamda kuruluşta, geleneksel ve tamamlayıcı tıp uygulamaları ile ilgili Bakanlıkça tescil edilmiş sertifikaya sahip olmayan yetkisiz kişilerce ve yetkilendirilmemiş mekanda Geleneksel ve Tamamlayıcı Tıp Uygulamaları Yönetmeliği kapsamında bulunan hacamat ve sülük uygulamalarının yapıldığı, dolayısıyla, söz konusu tanıtımların ilgili mevzuata aykırı, tüketici yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu,

Ayrıca, bahsi geçen tıbbi işlemleri uygulama yetkisine sahip olunsa bile anılan tıbbi işlemleri övücü ve talep yaratıcı nitelikteki reklamının yapılması husususun ilgili mevzuat gereği yasak olması sebebiyle söz konusu tanıtımların her halükarda mevzuata aykırı olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanunun 1, 8, 24 ve 25 inci maddeleri,

- Geleneksel ve Tamamlayıcı Tıp Uygulamaları Yönetmeliğinin 91/1, 12/1, 12/2 ve 13/1 maddeleri,

- Sağlık Bakanlığı Sertifikalı Eğitimler Yönetmeliğinin 6/1, 6/2, 6/3 maddeleri,

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

Buna göre, reklam veren **Şahin Şimşek Anatolia Diamond** 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 cezalar**ı verilmesine karar verilmiştir.

**21)**

**Dosya No: 2019/12192**

**Şikayet Edilen: Gökay GÖĞEN (Esteanka Güzellik Salonu)**

**Şikayet Edilen Reklam:** Kuruluşa ait www.esteanka.com/tr/, www.ankarasacekimi.net, ve www.facebook.com/anksacsorun/ adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 07.11.2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Kuruluşua ait https://www.facebook.com/anksacsorun/ adresli internet sayfasının 07.11.2019 tarihli görünümünde; *"Esteanka Saç Sorunları Merkezi. (...)Ömür boyu dökülmeyen sağlıklı saçlara kavuşun. (...)İğnesiz anestezi, DHI, FUE Saç Ekimi, Sakal Ekimi, Kaş Ekimi (...) Esteanka Saç Ekim Merkezi (...) "* şeklinde,

www.facebook.com adresli sosyal paylaşım sitesi üzerinden “Esteanka” ibaresi ile yapılan 07.11.2019 tarihli arama sonuçlarında “Esteanka Saç Ekim Merkezi” ibaresiyle yer alan https://www.facebook.com/anksacsorun/ adresli internet sayfasına ait muhtelif tarihli paylaşımlarda; *"ESTEANKA Saç Ekim Merkezimizde, FUE Yöntemi ile Saç Ekimi yapılmaktadır. FUE Saç Ekimi yöntemi, Kafanın, arka kısmındaki saçlar ile kulak üzeri kısmında bulunan saçlı verici / donör bölgesi dediğimiz ve ömür boyu dökülmeme özelliğine sahip saçların, saç derisini kesmeden, sadece lokal anestezi altında, saç köklerinin, 0.7 mm ve daha düşük çaplı, çok ince, özel yapım fue saç ekim iğne uçları kullanılarak, mikromotor yada özel punch yöntemi ile, saçların tek tek alınarak, mikroskopik gözlüklerle, tamamen saçsız yada sıklaştırma yapılacak alana nakil işlemidir. (...)SIKÇA SORULAN SORULAR1) SAÇ EKİMİNDEN SONRA İYİLEŞME SÜRESİ NE KADAR? Saç ekimi yaptıran kişilerin saç ekildikten sonra iyileşme süresi ortalama 8-10 arasındadır. 2) SAÇ EKİMİNDEN SONRA KAÇ GÜN DİKKAT ETMELİYİM? Saç ekimi yapıldıktan sonra ekilen saçlara 15 gün dikkat edilmelidir. Çünkü ekilen saçlar yatarken özellikle bir yere değdirmemesi gerekir. 3) SAÇLARIMI MUTLAKA KISALTMAM GEREKİR Mİ? Saç ekimi yaptıracak kişilerin Fue tekniğiyle yaptırması için mutlaka saçlar kısaltılması gerekir. Ancak açıklığı az ise bunun için bir kısım yer traşlanması gerekebilir. 4) SAÇ EKİMDEN SONRA İLK YIKAMAYI NEZAMAN YAPABİLİRİM? Saç Ekiminden yapıldığında 2-3 Gün sonra ilk yıkama yapılabilir. 5) SAÇ EKİMİ YAPILIRKEN AĞRI HİSSEDERMİYİM? Saç Ekimi Yapılırken ağrı hissetmezsiniz sadece lokal anestezi esnasında küçük acılar hissedilebilir."* şeklinde,

Google arama motoru üzerinden “Esteanka” ibaresi ile yapılan 07.11.2019 tarihli arama sonuçlarında yer alan www.esteanka.com adresli internet sitesine ait başlıkta; *"Saç Ekimi| Ankara Saç Ekimi|Esteanka Saç Ekim Merkezi. Ankara saç ekimi uzman kadromuz ile son sistem saç ekim yöntemleri ile en uygun fiyata saç ekimi Ankara ilinde hizmet vermekteyiz."* şeklinde ifadelere yer verildiği,

Diğer taraftan, inceleme konusu tanıtımlarda; kuruluşun isminin “*Esteanka Saç Ekim Merkezi/Esteanka Saç Sorunları Merkezi***”** olarak nitelendirildiği,

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; inceleme konusu tanıtımlarda kuruluşta sunulan hizmetlere ilişkin açıklayıcı bilgilere yer verildiği; ancak, ilgili mevzuatta tıbbi bir işlem olarak değerlendirilen bu hizmetlere yönelik açıklayıcı bilgilerin yalnızca sağlık kuruluşları tarafından ve konusunda yetkili sağlık meslek mensuplarınca verilmesi gerektiği; dolayısıyla, sağlık alanında faaliyeti bulunmayan kuruluşun belirtilen hizmetleri uygulamasının ve bu hizmetlere ilişkin açıklayıcı bilgilere yer vermesinin ilgili mevzuata aykırı olarak değerlendirildiği ve tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu,

Diğer taraftan, inceleme konusu tanıtımlarda; kuruluşun isminin “*Esteanka Saç Ekim Merkezi/Esteanka Saç Sorunları Merkezi*” olarak nitelendirildiği, ilgili mevzuatta bu şekilde tanımlanan bir sağlık kuruluşu türünün bulunmadığı, kuruluş şayet bir “sağlık kuruluşu” olarak faaliyet göstermekte ise, bu isimle tanıtım yapmasının ilgili mevzuata aykırı olduğu; diğer taraftan, şayet kuruluş bir “güzellik salonu” olarak faaliyet göstermekte ise bu durumda da, söz konusu tanıtımlarda kuruluşun türünün açıkça belirtilmemesi sebebiyle tüketicilerin yanıltıldığı,

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 çıkarıldığı, 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 tarafındanyapılması gereken tıbbi işlemlerin güzellik salonlarında gerçekleştirilmesi yasaklandığı,

Diğer taraftan; İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmelik Ek-1’in “J-Güzellik Salonları” başlıklı bölümünde, "16.1-*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 bağlandığı,

Bu bağlamda; sağlık alanında faaliyeti olmayan kuruluşun inceleme konusu tanıtımlar aracılığıyla 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 değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanunun 1, 24 ve 25 inci maddeleri,

- Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin Geçici 5 inci maddesinin 2 inci fıkrası,

- İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğin 6/1, 6/2, 6/3, 6/4 maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

Buna göre, reklam veren **Gökay GÖĞEN (Esteanka Güzellik Salonu)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**22)**

**Dosya No: 2018/8227**

**Şikayet Edilen:** **Fulya Ayak Cerrahisi Sağlık Hizm. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.fulyaayakcerrahisi.com adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 24.10.2019

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.fulyaayakcerrahisi.com/ adresli internet sitesinin 24.10.2019 tarihli görünümünde örnek olarak; *“Neden Fulya Ayak Cerrahisi Merkezi… Profesyonel ekip, Yüksek teknoloji, Hasta memnuniyeti…”* gibi talep yaratıcı ifadelere yer verildiği, *“Ayağımda kist çıkmıştı ilk teşhisi koyan hekimin “Sakat kalabilirsiniz, garanti veremem “ demesi üzerine farklı bir doktor arayışına geçtim. Birkaç referans ile görüştükten sonra Selim Bey’e muayene olmaya karar verdim. Daha önce muayene olduğum doktor birkaç ameliyat gerekebilir demişti. Selim Bey “Tek ameliyatla halledebiliriz kist küçükse 3 ayda kist büyükse dizden kıkırdak alırsam 6 ayda normale dönersiniz “ dedi. Hem kendisi hem de ekibi mükemmel en ufak bir detayı bile atlamıyorlar. Hepsine çok teşekkür ederim.”* gibi yorumlar ile ilgili doktorlara yönelik teşekkür, övgü, tavsiye ve onay ifadeleri ile 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 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 **Fulya Ayak Cerrahisi Sağlık Hizm. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**23)**

**Dosya No: 2018/8228**

**Şikayet Edilen:** **Dr. Deniz Adnan ÇOBAN**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 25.10.2019

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.adnancoban.com.tr adresli internet sitesinin 25.10.2019 tarihli görünümündeörnek olarak; *“Tedavi için başvurduğumda izlendiğimi düşünüyordum. Televizyonda benim hakkımda konuşulduğu, bana bir şeyler söylendiği tarzında düşüncelerim vardı. İnsanların benim hakkımda kötü düşündüğüne veya bana kötülük yapacaklarına inanıyordum. Tabi bu düşünce tarzı içinde mutsuzluk, hayattan tat alamama, hatta ölsem de kurtulsam dediğim oluyordu. Aslında benim hikâyem çocukken yaşadığımız travmatik bir olayla başlamıştı. Çevremdeki birçok insanı kaybettiğim bir olaydı bu. Okul hayatım alt üst olmuştu. Ailemde birtakım sorunlar yaşanmıştı. O süreçte kendimi güvende hissedememe, emniyette hissedememe duygularım gelişti. Bu güvende hissedememe duygusu zaman içesinde ilişkilerde de sorun yaşamama sebep oldu. Hatta çok kötü bir arkadaşlık deneyimi yaşadım. Ondan sonra ikili ilişkilerde de çok büyük güvensizlik yaşamaya hatta aşırı kıskanç ve şüpheci olmaya başladım. Zamanla bu düşüncelerimin şiddeti arttı ve artık her şeyden şüphelenmeye, çevredeki insanlardan şüphelenmeye başladım. Televizyondan bana mesaj geldiği şeklinde düşüncelere kadar şiddetli bir tablo yaşamaya başladım. Bunun üzerine psikiyatriste başvurdum. Psikiyatristim bir psikotik süreçte olduğumu ve hastaneye yatıp orada tedavi edilmem gerektiğini söyledi. Bir kliniğe yattım. İlaç tedavisi başlandı. Bir yandan travmalarım ve bu düşüncelerimle baş etme becerisi kazanabilmem için psikoterapi başlandı. EMDR terapisi ile geçmişteki bütün travmatik anılarımı çalıştık. Beni rahatsız eden olaylar, ilişkiler, kişiler ve senaryolar üzerine duyarsızlaştırma yapıldı. İlaç tedavisi ve psikoterapi desteği bu olumsuz düşüncelerin farkına varmamı sağladı. Düşüncelerim geriledi. Bunların yaşadığım hastalığın etkisiyle olduğunu anladım. İnsanlardan şüphelenmem ve alınmam geçti. Eskiden çok taktığım insanlar vardı yakın çevremde, onları artık kafama takmamaya başladım. Televizyondan mesaj gelme düşüncelerim tamamen kayboldu. Çok daha iyi olan tarafıysa, kendime güvenim arttı. Artık mutlu olmayı başarmaya başladım. İstemediğim şeyleri söylemeye başladım. Hayır diyebilmeyi başardım. Eşimle olan ilişkim çok daha kaliteli bir noktaya geldi. Şu an ilaç tedavisine devam ediyorum ve herhangi bir sıkıntım yok. Eskiden yıllarca ilaç tedavisi almış ancak bu düşüncelerden kurtulamamıştım. İlaç tedavisine ilaveten psikoterapi uygulaması benim son derece rahatlamamı sağladı ve bazı becerileri yeniden kazanmamı sağladı.”, “Kedilerden korkuyordum EMDR ile onlara dost oldum… Çok yoğun bir kedi korkusuyla tedaviye başvurdum. O kadar şiddetli bir kedi korkusu vardı ki kedinin bulunabileceğini düşündüğüm hiçbir yerde duramıyordum. Kedinin bulunma ihtimali olan herhangi bir yer benim oradan hemen kaçarak uzaklaşmama sebep oluyordu. Sokaklarda, araba altlarında, meydanlarda kedi var mı diye kontrol ediyordum. Kedi gördüğüm zaman yolumu değiştiriyordum. Kedinin en çok bacaklarımın arasında dolanması beni tiksindiriyor ve huylandırıyordu. Bundan dolayı kedinin olduğu yerlere girmek istemiyordum. Kediyi çok uzaktan görsem bile bana aşırı bir korku veriyordu. Hatta uzaktan görmeyi bırakın aklıma geldiği zaman bile o korkuyu yaşıyordum. Yaşadığım duygu korkuyla beraber bir iğrenme duygusuydu aynı zamanda. Sonra fobilerde EMDR terapisinin etkili olduğunu öğrendim. İnternetten Adnan Beye ulaştım. Adnan Beyle önce kedi fobisinin boyutunu konuştuk. Hangi durumlardan, hangi yerlerde olmaktan rahatsız olduğumu sordu. Genelde restoranda, yeşillik alanlarda, sokaklarda, kedinin olabileceği herhangi bir yerde aşırı bir korku yaşıyordum. O yüzden buralara gitme konusunda tedirgin oluyordum. Mesela ailemizle birlikte restorana gidiyoruz. Çok güzel bir gün. Çok hoş bir sohbet var. Ama bir kedi peydahlanırsa ben artık orada oturamaz hale geliyordum. Hatta sandalyenin üstüne çıkıyordum. Bütün aile oradan kalkıp gitmek zorunda kalıyorduk. Bütün günümüz mahvoluyordu. Adnan Beyle öncelikle hangi ortamlarda rahatsız olduğumu tespit ettik. Tetikleyici ortamları keşfettik. Sonra bu ortamlara yönelik EMDR terapisi, duyarsızlaştırma çalışmasına başladık. Çok değil, 7-8 seans sonrasında artık restoranda çok rahat oturmaya başladım. Artık yeşillik alanlarda, açık alanlarda çok daha rahattım. Eskiden buralarda kesinlikle rahat oturamıyordum. Sürekli etrafı bir kedi gelir mi diye gözetliyordum. Sokaklarda giderken sürekli arabaların altlarına veya çevresine bakıyordum ama artık oralara bakmayı da bıraktım. Sadece hafif düzeyde kedinin bacaklarıma dokunması noktasında iğrenme duyarlılığım kalmıştı ancak o da benim kaçınmam için bir sebep değil artık. Onun haricinde bütün alanlarda rahat bir şekilde oturabiliyor, kediyi görsem bile oradan kalkmamayı başarabiliyorum.”, “Başvurma sebebim internet vasıtasıyla aşırı kumar oynama, oyunlara dalmaydı. Nişanlılık döneminde şirketimizin işleri kötü gitmeye başlayınca yakın bir zamanda evleneceğimden dolayı “Nasıl para bulabiliriz, borçlarımızı nasıl öderiz?” kaygısı içine girip bir anda bu borçları telafi etmek amacıyla kendimi internette oyun oynar buldum. Zaman içerisinde o telafi etme çabası, oyundan kaynaklanan kayıpları da telafi etme çabasına dönüştü. Bir dipsiz kuyu oluştu ve ben çok yoğun bir şekilde oynamaya başladım. O dönemde kumar oynadığımın anlaşılmaması için birçok insandan borç almaya başladım. Bir taraftan aşırı kumar oynuyor bir taraftan da gitgide borçlanıyordum. Çok büyük bir miktar kaybedince ailem tarafından bu durum anlaşıldı. Bu anlaşılınca bütün hayatım alt üst oldu. Çevremdeki insanlara olan kredim sıfırlandı. Bütün itibarımı kaybettim. Tabi ki bu kaybın verdiği etkiyle büyük bir borç yükünün altına girmiş oldum. Adnan Beye geldiğimde, kumar oynamamın arka planında beynimde çözemediğim birtakım bilinçaltı ve bilinç düzeyinde çatışmaların olduğunu, birtakım duygusal ihtiyaçlarımı karşılamak için kumar oynamaya başladığımı keşfettim. Şöyle ki işler iyi gitmediği zaman veya birtakım borçlar olduğunda para yetmediği zamanlarda aşırı yetersiz, değersiz ve güçsüz hissetmeye başlamış, bu yetersizlik ve güçsüzlük halimi telafi etmek için de kumar oynamaya başlamıştım. Yani sonuçta çok para kazanacak, bütün borçlarımı ödeyecek ve kendimi bu şekilde güçlü ve değerli hissetmiş olacaktım. Ancak oynadıkça dipsiz kuyu oluştu ve bu tabi bende çok daha derin güçsüzlük ve değersizlik duygusuna dönüştü. Daha sonra terapiler ilerledikçe aslında bu değersizlik algısının çocukluk çağından geldiğini, aile ortamında yaşamış olduğum birtakım çatışmaların, okulda yaşamış olduğum birtakım travmatik olayların kendimi değersiz gibi hissetmeme yol açtığını fark ettim. Bunun da ilerleyen süreçte hep bir şeyler kazanma, bir şeylere sahip olma, başarılı olma noktasında sürekli çaba sarf etmek durumunda kalmama neden olduğunu keşfettim. Çocukken yaşamış olduğum bu travmatik zemin üzerine evliliğim gündeme geldiğinde bu yetersizlik ve değersizlik duygusunun depreştiğini ve bu panikle telafi etme çabasına giriştiğimi ve kumar oynamaya başladığımı anlamış oldum. EMDR terapisiyle önce geçmişteki travmalarımı çalıştık. Daha sonra kumar oynayıp parayı kaybettikten sonra yaşamış olduğum travmatik deneyimler üzerine çalıştık. Çünkü mesela bir defasında çok fazla para kaybetmiştim. O kayıplarım beni için bir travmaya dönüşmüştü. Borcumu ödemek için birilerinden borç almıştım. Borç aldığım kişilerle yaşadığım sorunlar benim için travmaya dönüşmüştü. Kumar öncesi travmalarımla kumarın oluşturmuş olduğu travmalara odaklanarak bir EMDR terapi sürecinden geçtim. Bu travmalarımı çalıştıkça, travmalarımdan kurtuldukça o oynama duygusunun yavaş yavaş gerilediğini, kendime olan güvenimin arttığını hissettim. Çok uzun bir zaman olmasına rağmen artık kumar oynama istediği içimden hiç gelmiyor. Kumar oynamamayı veya para kazanmamayı bir güçsüzlük ve değersizlik olarak okumamam gerektiğini öğrendim. Sonuçta şu anda bir iş üzerine çalışıyorum, ailemle ilişkimi düzeltmeye çalışıyorum, sorumluluk almaya çalışıyorum. Sorumluluktan kaçmak yerine sorumlulukların üzerine gitmenin, yüzleşmenin insanı çok daha güçlü kılacağını öğrendim. Bu benim için belki çok büyük bir kriz dönemi oldu ama EMDR terapisi sayesinde bu kriz benim için bir fırsata dönüştü.”, “Travmalar ilişkimizi sabote ediyordu İmdadımıza EMDR yetişti… Adnan Beye eşimle başvurduk. Eşimle sürekli tartışıyor, aşırı öfkeli ve yıkıcı süreçler yaşıyorduk. Bu, ilişkimizi çok zedeler hale gelmişti. Birbirimize kavgalar esnasında ağza alınmayacak laflar ediyor, çok aşağılayıcı, küçümseyici davranışlarda bulunuyorduk. İlişkimiz iyice bu kavga sarmalı içerisine girmişti. Konuşamaz hale gelmiştik. Konuştuğumuz zaman da hemen parlıyorduk. İlk seanslarda çatışma etkenlerini belirledik. Çatışmanın en temel etkenleri farklılıklarımızdı. Terapistimiz bizim şunu fark etmemizi sağladı ki bu bence en önemli unsurdu: “Hepimiz doğal olarak farklıyız. Bizi kavgaya sürükleyen farklılıklarımız değil bu farklılıklarımızı yönetememekti.” Farklılıklarımızı kendimiz için birer külfet olarak görüyorduk. Onları okumamızda yanlışlıklar vardı. Bu durum bizim birbirimizi anlamamızı, dinlememizi, konuşmamızı ve sağlıklı bir iletişim kurmamızı engelliyordu. Farklılıklar sebebiyle ortaya çıkan tartışmalarda ben kendimi güçsüz ve yetersiz eşim ise değersiz hissediyordu. Hal böyle olunca duygusal ihtiyaçlarımızı karşılayamıyor, birbirimizi besleyemiyorduk. Sonunda duygusal banka hesabımız boşalmış ve ilişkimiz iflasa sürüklenmişti. İlk seanslar bunların farkına varmamızla geçti. Geçmişte yaşadığımız travmalar duygusal ihtiyaçlarımızın temel etkeniydi. Farklılıklarımızı yanlış yorumlamamız geçmişten gelen duyarlılıklarımıza dokunuyor, bizi hayal kırıklığına sevk ediyor, inancımızı zedeliyor ve günden güne ilişkimizi sabote ediyordu. İçimizde birikmiş olan öfke beden dilimizi ve söylemlerimizi sertleştirmişti. Her söylediğimiz söz adeta bir taş gibi birbirimizin yüzüne vuruyor ve ruhumuzu kanatıyordu. İlişki terapisine başlanması gerektiğini ancak bu sabotajın ortadan kaldırılmaması halinde ilişki terapisinin kavgayı, tartışmayı daha çok körükleyebileceği endişesinden dolayı hem bireysel travmalarımız hem de ilişkimiz için bir planlama yapıldı. Eşim ve ben bir taraftan geçmiş travmatik deneyimlerimiz için bir terapi sürecine girdik. Bu süreçte EMDR terapisi ile geçmişi temizlemeye çalıştık. Her çalıştığımız travma ilişkimizi geçmişin gölgesinden kurtarıyordu. Travmalarımız işlemlendikçe ilişkimizde bir rahatlama hissediyorduk. Tetiklenmelerimiz, çatışmalarımızın sayısı ve şiddeti azaldı. Bizi sabote eden o yoğun duygu yavaş yavaş yok olmaya başladı. Öte yandan ilişki terapilerinde belirlediğimiz stratejileri uygulamaya başladık. Farklılıklar ve sorumluluklar noktasında uzlaşmayı başardık. Güzel konuşmayı ve birbirimize güzel bakmayı öğrendik. Aramızdaki güven yeniden tesis edildi. Birbirimize çok daha sıkı bir şekilde bağlandık. Ortak hedefler ve hayaller belirledik.”, “İşlerin yoğun olduğu bir şirkette üst düzey yönetici olarak çalışıyordum. Aşırı yorgunluk, dikkatimde dağınıklık, konsantre olamama durumum vardı. İş motivasyonum ileri derecede düşmüştü. Herşeyi erteliyordum. Sorumluluk istemiyordum. Mutsuz, isteksiz, ilgisizdim. Bu şikayetlerle başvurdum. Yapılan görüşmeler ve terapi seanslarında işteki aksaklıklara karşı aşırı duyarlı olduğumu ve bu aksaklıklar, yanlışlar, hatalar karşısında “Yapamama”, “Üstesinden gelememe”, “Başaramama” hatta bazen de “Yetersiz olma” düşünceleri içerisinde olduğumu öğrendim. Yoğun stres altında olduğum için yan etkisi olmayan bir anti-stres ilaç tedavisinin yanı sıra EMDR terapisine başladım. EMDR terapisinde çok kısa süre içerisinde büyük değişimler ve farkındalıklar yaşadım. Özellikle işteki aksaklıklar, sorunlar karşısında çok rahatladım. Önceden işe giderken ayaklarım geri geri gidiyordu. Bir türlü işe gitmek istemiyordum. Oradaki sorunları düşündüğüm zaman kendimi altından kalkamayacakmış gibi hissediyordum. Ancak EMDR uygulamasından sonra bunları okuyuşum değişti. Artık kendime güvenebiliyorum. Hata konusundaki duyarlılığım normalleşti. Bu benim kendime olan güvenimin artmasına ve aksaklık da olsa onun üstesinden gelebileceğime inancımı geliştirdi. O yüzden iş performansında artık bir sorun yaşamıyorum. Yorgunluğum azaldı. Çok daha isteyerek ve mutlu bir şekilde çalışmaya başladım.”* gibi yorumlar ile ilgili sağlık alanında çalışan şahsa yönelik teşekkür, övgü, tavsiye ve onay ifadelerine 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 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. Deniz Adnan ÇOBAN** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**24)**

**Dosya No: 2018/8230**

**Şikayet Edilen:** Dr. Sadettin KARACAGİL

**Şikayet Edilen Reklam:** https://skaracagil.com/ ve https://www.instagram.com/drkaracagiladresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 25.10.2019

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://skaracagil.com/ adresli internet sitesinin 25.10.2019 tarihli görünümündeörnek olarak; Tıbbi bir işlem olan *varis tedavisine* yönelik hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği, https://www.instagram.com/drkaracagil adresli internet sitesinin 25.10.2019 tarihli görünümündeörnek olarak; Tıbbi bir işlem olan *varis tedavisine* yönelik hastaların tıbbi işlemlerin uygulama görüntülerine, hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği, *“Radyofrekans tedavisi, modern varis tedavi yöntemlerinden biridir. Sadece lokal anestezi ile kısa sürede tamamlanır. Hasta açısından konforludur. Sonuçları çok iyidir. Radyofrekans tedavisine dair daha ayrıntılı bilgi ve ameliyat videolarını Youtube kanalımda bulabilirsiniz… Venaseal (Tıbbi Yapıştırıcı) en modern varis tedavi yöntemlerinden biridir. Sadece lokal anestezi ile kısa sürede tamamlanır. Kısa süre varis çorabı kullanılır ve sonuçları iyidir…”* gibi 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, 5/h, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5, 26 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

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

**25)**

**Dosya No: 2019/1473**

**Şikayet Edilen:** **Azaderm Sağlık Hizm. Ltd. Şti.** **(Dr. Akif Mammadov)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 09.07.2019

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.instagram.com/dr.akiff/?hl=tr adresli internet sitesinin 09.07.2019 tarihli görünümündeörnek olarak; *“Uygulama: Burun dolgusu Amaç: Ameliyatsız burun şeklini değiştirmek Sonuç : Hemen… Uygulama: Dudak dolgusu, Sonuç: Hemen, Nasıl Uygulanır: Enjeksiyon, Anestezi: Uyuşturucu krem, Uygulama Süresi: 5-10 Dakika, Kalıcılık: Ortalama 8-12 Ay, Telefon / Whatsapp: +90 532 051 46 64 Website:www.akifmehmetoglu.com…”* gibi ifadelere yer verildiği, *“Dudak Dolgusu, Burun Dolgusu, Yüz Germe, Göz Kapağı Estetiği”* gibi tıbbi işlemlere ilişkin uygulama görüntülerine ve hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği tespit edilmiştir.

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

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

- TıbbiDeontoloji Tüzüğünün 8, 9 ve 39 uncu maddeleri,

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre, reklam veren **Azaderm Sağlık Hizm. Ltd. Şti. (Dr. Akif Mammadov)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma ve 85.480 TL. (Seksenbeşbindörtyüzseksen Türk Lirası) idari para cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**26)**

**Dosya No: 2019/1498**

**Şikayet Edilen:** **Dr. Fatma Yelda BİCE**

**Şikayet Edilen Reklam:** http://www.dryeldabice.com/ adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 11.07.2019

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** http://www.dryeldabice.com/ adresli internet sitesinin 11.07.2019 tarihli görünümündeörnek olarak; “*Altın iğne uygulaması*” başlığı altında tıbbi işlemlere ilişkin tedavi öncesi ve sonrası görüntülere yer verildiği, “*Dolgu uygulamaları*” gibi tıbbi işlemlerin uygulama görüntülerine yer verildiği, “*Altın iğne uygulaması… Nasıl Uygulanır? Yeni teknolojik cihazlarda uygulama artık daha konforlu olmaktadır. Ancak yine de uygulama öncesi anestezik kremler ile oluşabilecek ağrı hissi minimale indirilmektedir. Radyofrekans uygulamasının her mevsimde yapılabilmesi, lazer uygulamalarına göre bir avantaj göstermektedir. Uygulama yüz bölgesi için 30 dakika civarında sürmektedir. Genellikle kırışıklık ve cilt kalitesinin artması için 4 hafta ara ile 2 seans yapılmaktadır. Ancak yara ve akne izleri için daha fazla uygulama gerekebilir. Uygulama sonrası 1-2 gün bir miktar kızarıklık olabilmektedir, bazen hafif bir kabuklanma gözlenmektedir. Uygulama sonrası, ertesi gün uygun kapatıcılar ile sosyal yaşama rahatlıkla devam edilebilmektedir. Etkinin görünmesi birkaç hafta almaktadır. Maksimum etki ise son seanstan 3-4 hafta sonra izlenmektedir. Uygulama sonrası düzenli olarak nemlendirici krem kullanılmalı ve güneşten koruyucu krem de mutlaka ihmal edilememelidir.”* gibi tıbbi işlemlerle ilgili 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. Fatma Yelda BİCE** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma ve 85.480 TL. (Seksenbeşbindörtyüzseksen Türk Lirası) idari para cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**GIDA**

**27)**

**Dosya No: 2019/10577**

**Şikayet Edilen: Hürü KARACA**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.n11.comadresli internet sitesinin 21.10.2019 tarihli görünümünde, Sipariş\_Expressisimli mağazada satılmakta olan, Herbalife Hızlı Başlangıç Paketi Herbalife Zayıflama Diyet Setiisimli 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, Sipariş\_Expressisimli mağazada satılmakta olan, Herbalife Hızlı Başlangıç Paketi Herbalife Zayıflama Diyet Setiisimli ürünün “zayıflama” şeklinde mevzuata aykırı biçimde isimlendirilidği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** *www.n11.com*adresli internet sitesinin 21.10.2019 tarihli görünümünde, Sipariş\_Expressisimli mağazada satılmakta olan, Herbalife Hızlı Başlangıç Paketi Herbalife Zayıflama Diyet Seti 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 **Hürü KARACA** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**28)**

**Dosya No: 2019/10578**

**Şikayet Edilen: Tuğba SUNGUR**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.n11.comadresli internet sitesinin 21.10.2019 tarihli görünümünde, stok\_centerisimli mağazada satılmakta olan,Yulaf Kepeği Doğal Sağlıklı Beslenme Dukan Diyeti Zayıflama isimli ürüne ilişkin reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 21.10.2019

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** *www.n11.com*adresli internet sitesinin 21.10.2019 tarihli görünümünde, stok\_centerisimli mağazada satılmakta olan, Yulaf Kepeği Doğal Sağlıklı Beslenme Dukan Diyeti Zayıflamaisimli ürünün “zayıflama” şeklinde mevzuata aykırı biçimde isimlendirildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** www.n11.comadresli internet sitesinin 21.10.2019 tarihli görünümünde, stok\_centerisimli mağazada satılmakta olan, Yulaf Kepeği Doğal Sağlıklı Beslenme Dukan Diyeti Zayıflama 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 **Tuğba SUNGUR** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**29)**

**Dosya No: 2019/10583**

**Şikayet Edilen: Dilan BOSTAN**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.n11.comadresli internet sitesinin 21.10.2019 tarihli görünümünde, NRCSHOPisimli mağazada satılan,muhtelif ürünlere ilişkin reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 21.10.2019

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.n11.comadresli internet sitesinin 21.10.2019 tarihli görünümünde, NRCSHOP isimli mağazada satılan, FOREVER LİVİNG GARCİNİA PLUS -YAĞ YAKICI 70 TABLET FAYDALARI, HERBALİFE ZAYIFLAMA SETİ SHAKE SHAKER BİTKİSEL konsantre çay ÇAYI isimli ürünlerin “yağ yakıcı” “zayıflama seti” şeklinde mevzuata aykırı sağlık beyanı içeren ifadelerle isimlendirildikleri, ayrıca Gano Cafe 3 in 1 GANO CAFE 3 İN 1 GANO EXCEL KAHVE 4 KUTU isimli ürüne yönelik olarak; “*Genellikle gastrit gibi mide rahatsızlığı bulunanlar, sindirim problemi çekenler için faydalı bir içecektir.Yemeklerden önce içilirse iştahı azaltır, bununla birlikte kilo kontrolüne yardımcı olur.*” Gano excel Cafe Classic Reishi Mantarlı kahve 2 KUTU isimli ürüne yönelik olarak; “*Diyabet (Kandaki şeker seviyesini dengeler). Bağırsak ve karaciğer hastalıklarını önler. Depresyona iyi gelir.*” JEUNESSE RESERVE ANTİOKSİDAN MEYVE KONSANTRESİ 1 KUTU ageless hed isimli ürüne yönelik olarak; “*Diyabet ve kanserle bağlantılı hastalıkların önlemesinde etkilidir. Alzheimer hastalığı, bunama, inme gibi hastalıkların gelişimin önlenmesinde… . Unutkanlik ,hafıza gelişimi, Alzheimer hastalığına olumlu etkileri. Çocuk tedavisinde Sperm sayısı ve kalitesinde artış kötü yaşam ve olumsuz çevre koşullarının neden olduğu etkileri yok ederek hücre yenilenmesi sağlar. Kanser tedavisinde normal hücreleri, kanserli hücrelerden ayırarak kanser hücrelerinin çoğalmasını engeller, öldürür. Lösemi De çok etkilidir, kroner kalp ve damar tıkanıklığını azaltır, kolesterolü düşürür, prostat kanserini %80 engeller, bağırsak kanserinde etkilidir, iltihaplı eklem romatizmasını en aza indirir, glikoz ve kalori yakımını hızlandırır kilo kontrolü sağlar…* ”OGANSİA REISHI MANTARI TAKVİYE EDİCİ GIDA 90 TABLET Ganoderma isimli ürüne yönek olarak; “*Kırmızı Reishi Mantarı, insülin duyarlılığını ayarlar. Kandaki şeker seviyesini ve diyabet hastaları için gerekli olan insülin miktarını azaltmada etkilidir. Diyabet Hastalığında Reishi Mantarının Faydaları kanıtlanmıştır.*” şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu reklamlarda bilimsel olarak ispat edilemeyen, 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 **Dilan BOSTAN** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**30)**

**Dosya No: 2019/11714**

**Şikayet Edilen: Hacı AKBEN**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.instagram.com/teffturkiye1 url adresli sosyal paylaşım sitesinin 04.11.2019 tarihli görünümünde yer alan Teff Tohumlu Çay isimli ürüne yönelik tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 04.11.2019

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** ww.instagram.com/teffturkiye1 url adresli sosyal paylaşım sitesinin 04.11.2019 tarihli görünümünde yer alan, Teff Tohumlu Çay isimli ürüne yönelik olarak; “*Metabolizmanızı Hızlandırır. Yağ Yakımı ve Ödem Atımı Sağlar. Güçlü bir antioksidan deposudur. Sindirim Sisteminizin Düzene Girmesini Sağlar. Metabolizmanızı Hızlandırır. Enerji verir. Mide rahatsızlıklarınızı azaltır. Tok durarak maksimum zayıflama artık mümkün...”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu reklamlarda bilimsel olarak ispat edilemeyen, 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 **Hacı AKBEN** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**31)**

**Dosya No: 2017/4827**

**Şikayet Edilen:** **Bayram Radyo Ve Televizyon Yayıncılık Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** Yasin TV logolu televizyon kanalında muhtelif tarihlerde yayınlanan “5 Şişe Çörek Otu Yağı 59.90 TL. Bugün Çörek Otu Yağı alan herkese Esma-i Erbain-i İdrisiyye kolye hediye” başlıklı reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 4, 5, 6 ve 7 Ekim 2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** Yasin TV logolu televizyon kanalında 4, 5, 6 ve 7 Ekim 2017 tarihlerinde yayınlanan “5 Şişe Çörek Otu Yağı 59.90 TL. Bugün Çörek Otu Yağı alan herkese Esma-i Erbain-i İdrisiyye kolye hediye” başlıklı reklamlarda *"Sevgili kardeşlerimiz, değerli gönül dostlarımız. Bismillahirahmanirahim... Bugün kısa süreliğine bir hizmeti başlatıyoruz. Az bir adette az bir sayıda olan bugün sizlere Erbain-i İdrisiyye'nin kolyesini kardeşler bugün, Allah nasip ederse, Akik taşlı 925 ayar gümüş çerçeveli Erbain-i İdrisiyye'nin üçüncü ve on beşinci Esması'nın yazılı olduğu, piyasa değeri 89 Lira olan Erbain-i İdrisiyye kolyesi hediyemiz olacak. Ama az kişiye olacak çünkü az sayıda var… O yüzden kardeşler bugünkü bu hizmeti kaçırmayın sizlerde dahil olun. Bugün Allah nasip kısmet ederse sizlere yine Peygamber Efendimiz Aleyhissalatu vesselemin, Hadis-i şeriflerinde methettiği, Ümmet-i Muhammed'e kullanın dediği, tavsiye ettiği, 'Ya Ali yemeklerinde bulundur' dediği Çörek Otundan bahsediyoruz... O yüzden sevgili kardeşler benim peygamberim eğer bir şeyi tavsiye ediyorsa kardeşler ne yapacağız biz? Yarışacağız. Çünkü sahabe efendilerimiz peygamber efendimizin abdest suyundan dahi faydalanmak için birbirleriyle yarış edermiş. Ve sevgili kardeşlerim bugün benim peygamberim çörek otuna kıymet verin dediyse, hele bir de bu müjdeyi ben bir Cuma gününde duyduysam Allah’ın izniyle kıymet verenlerden oluruz inşallah… Bu bir Peygamber mucizesi aynı zamanda. Çünkü Allahü teala ona bunun içerisinde gizli saklı olanları bildirmiş. Allahü teala Çörek Otunun içerisinde olanları. O da haliyle ümmetine, Ümmet-i Muhammed'de ashabına, Çörek Otunu tavsiye etmiş kullanın demiş. Kendisi kullanmış mı? Benim Peygamberim de çörek otunu kullanmış. 5 adedi şu an kargosu, KDV'si, her şeyi dahil içerisinde 59 Lira 90 Kuruş. Bu kalitede bu güzellikte 5 şişe çörek otu yağı 59 Lira 90 Kuruş. Başkalarının 3 tane gönderdiği fiyata ben bugün 5 tane gönderiyorum ve az bir sayıda var, sevgili kardeşler. Şu an arayıp hattı düşürdüğünüzde, çekilişsiz kurasız herkese az bir sayıda var. Fırsat kampanyası, fırsat köşesi. İmkanı olanlar almak isteyenler Esma-i Erbain-i İdrisiyye'i böyle kardeşler boynumuza takacağız… . Bugün Çörek Otu yağı hizmetinden faydalanan bütün kardeşlerimize az sayıda var, kısıtlı bir sayıda var… Esma-i Erbain-i İdrisiyye'nin kolyesi bedava… Numarayı son 2 kere ben tekrar edeyim sonunda bitirelim. 0212 936 02 32 Allahım hayırlı ve mübarek eylesin inşallah.." ifadeleri ile ekranda "ERBAİN-İDRİSİYEYE KOLYE BEDAVA 5 Çörek Otu Yağı 50 ml. 0212 936 02 32 Kargo ve KDV dahil başka hiçbir ücret ödemeden www.bayramdan.com 59.90 TL." ”* gibi ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemelerdereklamlarda kullanılan “*Peygamber Efendimiz Aleyhissalatu vesselemin, Hadis-i şeriflerinde methettiği, Ümmet-i Muhammed'e kullanın dediği, tavsiye ettiği, 'Ya Ali yemeklerinde bulundur' dediği Çörek Otundan bahsediyoruz. benim peygamberim eğer bir şeyi tavsiye ediyorsa kardeşler ne yapacağız biz? Yarışacağız. Çünkü sahabe efendilerimiz peygamber efendimizin abdest suyundan dahi faydalanmak için birbirleriyle yarış edermiş. Ve sevgili kardeşlerim bugün benim peygamberim çörek otuna kıymet verin dediyse, hele bir de bu müjdeyi ben bir Cuma gününde duyduysam Allah’ın izniyle kıymet verenlerden oluruz inşallah… Bu bir Peygamber mucizesi aynı zamanda...”* gibi ifadeler ile toplumun dini duygularının istismar edildiği,

Bununla birlikte “*Bugün kısa süreliğine bir hizmeti başlatıyoruz. Az bir adette az bir sayıda olan…  Ama az kişiye olacak çünkü az sayıda var”*gibi ifadeler ile söz konusu ürünlerin sadece çok kısıtlı bir süre içerisinde belirli şartlar altında sunulacağı belirtilerek tüketicinin ani karar vermeye yönlendirildiği, bilinçli bir tercih yapması için gerekli fırsat veya zamandan mahrum bırakıldığı dolayısıyla söz konusu tanıtımların,

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

Buna göre, mecra kuruluşu **Bayram Radyo Ve Televizyon Yayıncılık Anonim Şirketi** isimli firma hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri **dâhilinde** **12.070-TL (Onikibinyetmiş Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**32)**

**Dosya No: 2018/289**

**Şikayet Edilen:** **Elir Gıda Tur. San. İç Ve Dış Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** http://tartmutfak.com adresli internet sitesinde ve firmanın sosyal medya hesaplarında yer alan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 13.09.2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Aşağıda yer alan internet sitesinin ve sosyal medya adreslerinin 13.09.2018 tarihli görünümlerinde;

http://tartmutfak.com adresli internet sitesi Sağlıklı Paketler başlığı altında yer alan tanıtımlarda; *“Tart Detox Paketi: Tart Detox: 3 günde kilo kaybettirmek amaçlı tasarlanmış hem sıvı hem sıcak yemeklerden oluşan bol antioksidanlı, vücudu temizlemek ve toksinlerden arındırmak amaçlı yaratılmış günlük pakettir. Kısa zamanda alınan kilolardan hızlıca kurtulmak için, haftada bir diğer günler yediklerinizi dengelemek için, Önemli özel bir gününüzden önce(nişan,düğün,doğumgünü) hızlıca kilo kaybetmek için, Tatilde çok yediyseniz dönüşte hızlıca tatil kilolarından kurtulmak için, Önerilen paketimizdir. Tart Mutfak Ekonomi Paketi: üstüne bir de kilo alan ve sağlıklı beslenmek isteyen beyaz yakalıları bu kısır döngüden kurtararak ayda kolayca 4-5 kg verdirebilecek… Tart Protein Detoks: 3 günde kilo kaybettirmek amaçlı sadece protein… Tart Çorba Detoks: Kalorisi hesaplanmış, yağsız ve süt ürünsüz çorbalarımız sağlıklı bir şekilde 3 günde kilo kaybetmenizi sağlayacak şekilde tasarlanmıştır. Önemli özel bir gününüzden önce hızlıca 3-4 kilodan kurtulmak için”* şeklinde,

www.facebook.com/tartmutfak adresli internet sitesinde yer alan gönderilerde; *“Folik asit ne işe yarar? Folik asit vücutta kan yapımı, yeni hücre oluşumu, DNA sentezi gibi önemli biyolojik süreçlerde rol oynar. Folik asitin damar sertliğini azaltarak kalp krizi, bunama ve felç gibi birçok kötü hastalığın oluşmasını da engellediği bilinmektedir. Hamilelikte, hatta hamilelik öncesinde önerilen folik asit takviyesinin ise anne adayının sağlıklı bir gebelik geçirebilmesi ve bebeğin gelişiminde oluşabilecek sorunların önlenmesi için önemli olduğu düşünülüyor. Tart Detox Opsyonları: 1 günde 1 kilo, 3 günde 3 kilo kaybettirmek amaçlı tasarlanmış hem sıvı hem sıcak yemeklerden oluşan bol antioksidanlı, vücudu temizlemek ve toksinlerden arındırmak amaçlı yaratılmış paketlerdir. Önemli özel bir gününüzden önce(nişan,düğün,doğumgünü) hızlıca 2-3 kilodan kurtulmak için, Tatilde çok yediyseniz dönüşte hızlıca tatil kilolarından kurtulmak için.. Aralık ayı sebzeleri: Pek yakında tezgahları terk edecek olan, balığın vazgeçilmez dostu roka da yeşil salata gibi yendiğinde karaciğer rahatsızlıklarına iyi gelir ve böbrekleri de çalıştırarak idrar söktürür. Kalorisi hesaplanmış, yağsız ve süt ürünsüz çorbalarımız sağlıklı bir şekilde 3 günde 3 kilo kaybetmenizi sağlayacak şekilde tasarlanmıştır…”* şeklinde,

www.instagram.com/tartmutfak adresli internet sitesinde yer alan gönderilerde; *“Diyetisyenimiz tarafından size özel hazırlanan ayda 8-9 kg kaybetmenizi sağlayacak düzeyde kalorisi hesaplanmış paketiniz ile ne yiyeceğim diye düşünmeyin. Kabaklı Mantarlı kiş: 30 günde 10 kg kaybetmek için bizi arayın ne yiyeceğim diye düşünmeden hızlıc kilo kaybedin. Tart Mutfak kilo kaybetme paketlerinde bugün Karnabahar ortalama 25 kaloridir: İdrar söktürücüdür. …Özellikle karaciğeri toksinlerden temizler, karaciğer için çok faydalıdır. Badem Kalp İçin Mükemmel Bir Besindir: Bademde bol miktarda bulunan magnezyum kalp krizi önlemeye yardımcı olurken, aynı zamanda kalp hastalıkları riskini azaltır.”* Şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

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

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

- Türk Gıda Kodeksi Gıda Etiketleme ve Tüketicileri Bilgilendirme Yönetmeliği’nin 7 nci maddesi,

- Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği’nin 5, 8, 9, 13 ve 15 inci maddeleri

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 9/1, 9/2, 9/4, 9/5, 26/1 inci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

Buna göre, reklam veren **Elir Gıda Tur. San. İç Ve Dış Tic. Ltd. Şti.** isimli firma hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**33)**

**Dosya No: 2018/4282**

**Şikayet Edilen:** **Emin CULAZ**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://deskgram.net/culazemin adresli internet sitesinde yer alan muhtelif ürünlere yönelik yönelik tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 17.01.2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://deskgram.net/culazemin adresli internet sitesinin 17.01.2018 tarihli görünümünde, veteriner ilaçlarının mevzuata aykırı ticari reklam ve ilan yoluyla satışının gerçekleştirildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler neticesinde söz konusu internet sitesinde *“Kediler ve köpekler için. İştahsızlık. Yemek seçme. Kilo almama. Gelişememe. Aşırı tüy dökme. Cansız ve zayıf tüyler. Hamilelik ve emzirme döneminde ek vitamin ve gıda takviyesi. Beslenemeyen yavrular. Yavrulara ek takviye. Tüm bu sorunlar ve başkaca çeşitli problemler için doğru adrestesiniz. Kediniz ve köpeğinizle alakalı, tüm vitamin ve gıda takviyelerinin temini için bana ulaşabilirsiniz. Her türlü kaliteli gıda ve vitamin takviyeleri, yurt dışındaki en birincil ve en üst sekmen Rusya menşei 1. kalite en iyi markalar ve ürünler, çok uygun koşullarda temin edilir. Ayrıntılar için bana özelden yazabilirsiniz. Bravecto: 12 hafta boyunca yeni gelen pireleri 24 saat içerisinde öldürür. 12 hafta boyunca tüm keneleri öldürür. 2 saat içerisinde pireleri öldürmeye başlar. Pirelerin %100 ü 12 saat içerisinde yok olur. 1 tablet köpeğinizi 3 ay boyunca pire ve kenelere karşı korur…”* şeklinde ifadelere yer verilerek yapılan tanıtımların,

- 5996 sayılı Veteriner Hizmetleri, Bitki Sağlığı, Gıda ve Yem Kanununun 13 üncü maddesi,

- 28152 sayılı Veteriner Tıbbi Ürünler Hakkında Yönetmeliğin 34 ve 50 nci maddesi,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

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

**34)**

**Dosya No: 2018/7375**

**Şikayet Edilen:** **Gültekin TECİMEN**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.bursahatirasi.com adresli internet sitesinde yer alan muhtelif ürünlere yönelik reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 25.12.2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.bursahatirasi.com adresli internet sitesinin 25.12.2018 tarihli görünümünde; *“Karabaşlı Bitkisel Karışımlı Macun: Kalp damar hastalıklarına iyi gelir, vücudun direncini arttırır, üzerinizdeki yorgunluğu alır. Kudret Narlı Bitkisel Macun: Gastrit ülser ve kolit rahatsızlıklarında, mide yanması ve ekşimelerinde, safrandan kaynaklanan acı su gelmesinde, kronik kabızlıkta, mide şişkinliklerinde, kalın bağırsak iltihaplarında, hazmı kolaylaştırır. Zencefilli bitkisel Macun: Astım, bronşit, kalp çarpıntısı, nefes darlığı ve baş dönmesi, sinirleri yatıştırma, yorgunluk gerginlik, el ve ayak titremeleri.. bel gevşekliği önleme, idrar yolları rahatsızlıklarını gidermede bitkisel gıda takviyesi olarak kullanılabilir. Hel-Dem Bebe Bitkisel Karışım Çayı: Mide ve bağırsak problemlerinde, gaza bağlı oluşan mide kramplerında, solunum rahatsızlıklarında, bebeklerin susuzluğunu, sancı ve gazlarını giderir, bebeklere ve annelere uyku verir sakinleştirir. Zeytinyağlı Osmanlı Sabunu: Sivilce, tahriş, egzama, mantar, sedef, pişik, isilik, cilt rahatsızlıklarında kanıtlanmış faydaları vardır. Zinde Krem: Romatizma, eklem, kas ağrıları, bel fıtığı rahatsızlıklarında ağrı kesici, rahatlatıcı özelliği vardır.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

- Kozmetik Yönetmeliği’nin 4 üncü ve 10 uncu maddeleri,

-  İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanunu’nun 13 üncü maddesi,

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 4/c, 5/a, 5/b, 5/c, 5/ç, 5/d, 7/a, 7/b, 7/c inci maddeleri,

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

- Türk Gıda Kodeksi Gıda Etiketleme ve Tüketicileri Bilgilendirme Yönetmeliği’nin 7 nci maddesi,

- Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği’nin 5, 8, 9, 13 üncü maddeleri

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 9/1, 9/2, 9/4, 9/5, 26/1 inci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

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

**35)**

**Dosya No: 2019/9799**

Ticaret ve Sanayi Kontuvarı T.A.Ş. ‘ye ait “Kristal Anne ve Bebeklere Özel Naturel Sızma Zeytinyağı-250 ml.” isimli ürünlerin muhtelif internet sitelerinde tanıtım ve satışı ile ilgili olarak, Tarım ve Orman Bakanlığınca uygulanan idari işlemlerin mahiyeti, söz konusu ürünler hakkında hangi gerekçeyle toplatılma kararının alındığı, şikâyete konu ürünlerde herhangi bir güvensizlik durumunun olup olmadığı, etiketleme kurallarına aykırılıktan dolayı ürünlerin toplatılmasına karar verilip verilemeyeceği hususlarında, ilgili idare olan Tarım ve Orman Bakanlığından detaylı bilginin alınması amacıyla **dosyanın ertelenmesine** karar verilmiştir.

**36)**

**Dosya No: 2019/10891**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** Sütaş markalı taze kaşar ürünlerinin ambalajı üzerinde yer alan son tüketim tarihlerine ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Yayınlandığı Mecra:** Diğer

**Tespitler:** Şikayetçinin bahsetmiş olduğu sosyal medya hesabında yer alan haber ve ürün görselleri incelenmiştir. Söz konusu ürün görsellerinde, silik ve zor okunabilen bir tarihle, açık, seçik ve belirgin okunabilen başka bir son tüketim tarihine yer verildiği görülmüştür.

**Değerlendirme/Karar:** Konuyla ilgili olarak reklam veren firma tarafından yapılan açıklamada; söz konusu uygulamanın, üretim tesislerinde yer alan ve ürün üzerine tarih basan makinalara yanlış girilen kodlamadan kaynaklandığı, aslında son tüketim tarihi dolmuş bozuk ürünlerin piyasaya sürülmediği, piyasada satışı yapılan ürünlerin sağlam ve asla bozuk olmayan ürünler olduğu, sehven gerçekleşen kodlama hatası fark edilince ürün üzerinde gerekli düzeltmenin yapıldığı belirtilmiş ve Tarım ve Orman Bakanlığı yetkililerince yerinde yapılan denetimlerle reklam veren tarafından yapılan açıklamalar teyit edilmiş olsa da, ürünler üzerine sehven yanlış basılan tarihlerin tam olarak silinmeden yeni tarihlerin basılması suretiyle tüketiciler nezdinde anlam karışıklığına yol açıldığı, sanki son tüketim tarihi dolan ürünlerin yeni bir tarihle piyasaya sürüldüğü şeklinde bir izlenim oluşturulduğu, böylece ürünlerin güvenliği konusunda tüketicilerin endişeye sevk edildiği, dolayısıyla ürün ambalajı üzerinde yer alan son tüketim tarihine ilişkin tanıtımların;

- Türk Gıda Kodeksi Gıda Etiketleme ve Tüketicileri Bilgilendirme Yönetmeliği’nin 7/1 ve 7/2 maddeleri,

- 5996 sayılı Veteriner Hizmetleri, Bitki Sağlığı, Gıda ve Yem Kanununun “Gıda ve yemde izlenebilirlik ve etiketleme, sunum ve reklâm ile tüketici haklarının korunması” başlıklı 24/3 maddesi,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7/1, 7/3, 7/4 ve 29/1 maddeleri

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 inci ve 62/1 inci maddeleri

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Sütaş Süt Ürünleri A. Ş.** isimli firma hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**37)**

**Dosya No: 2019/11447**

**Şikayet Edilen: Carrefoursa Carrefour Sabancı Ticaret Merkezi A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** 07 – 19. 06 2019 tarihleri arasında geçerli olan**,** Gazi Tost Peyniri 2000 Gr. adlı ürüne ilişkin fiyat tanıtımları

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Yayınlandığı Mecra:** Ürün Kataloğu, İnternet.

**Tespitler:** İlgili firmaya ait olan ve firmanın resmi internet sitesinden temin edilen07 – 19. 06 2019 tarihli indirim kataloğunun 26. Sayfasında, “Gazi Tost Peyniri 2000Gr. 36,90TL/ADET” şeklinde fiyat tanıtımının yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** carrefourkatalog.com/2019/haziran/1/02/fl\_p.html url adresinde de yer alan söz konusu ürün kataloğunun 26 ncı sayfasında, "Gazi" markalı 2000 Gramlık tost peynirinin adet fiyatı olarak ,"36,90 TL/Adet" olarak belirtilmiş olmasına rağmen, adı geçen ürünün kilogram fiyatının 36,90 TL den satışının yapıldığı tespit edilmiştir. Konu hakkında reklam veren firma tarafından, ürün kataloğunda yer alan fiyatın sehven yanlış yazıldığı, ürünün gerçek fiyatının 36,90 TL/ADET değil, 36,90TL/Kg. olduğu, bu durumu açıklayan ve yapılan yanlışlıktan dolayı tüketicilerden özür dilenen uyarıcı ilanların mağaza içlerinde asıldığı belirtilmiş ise de, yapılan yanlışlığın basiretli tacir olma yükümlülüğü ile bağdaşmadığı, gerçekleşen fiili durumun tüketiciler açısından aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu, dolayısıyla söz konusu tanıtımların;

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

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/3, 7/4, 7/5-a ve 13/1 maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

Buna göre, reklam veren **Carrefoursa Carrefour Sabancı Ticaret Merkezi A.Ş.** isimli firma hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma ve 85.480,00 -TL (Seksenbeşbindörtyüzseksen Türk Lirası) idari para cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**38)**

**Dosya No: 2018/7052**

**Şikayet Edilen: Salpin Sönmezalp Ticaret**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.facebook.com/PropolisSekeri ve https://helalpropolis.com adlı internet sitelerinde yer alan “Propolis Şekeri” isimli ürüne ilişkin reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 23.10.2018

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.facebook.com/PropolisSekeri ve https://helalpropolis.com adresli internet sitelerinin 23.10.2018 tarihli görünümünde, “Helal Propolis” isimli ürünün hastalıkları önlediği, tedavi ettiği yönünde mevzuata aykırı biçimde tanıtıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** https://helalpropolis.com/ adresli internet sitesinin 23.10.2018 tarihli görünümünde ‘'Salpin Propolis Şekeri Baharatlı" isimli ürünle ilgili, *"Bağışıklık sistemi bozukluklarım düzeltir. Kronik bronşit ve bronşiyal astıma karşı etkin çözümdür. Diş eti iltihabı, ağız içi ve gırtlak enfeksiyonlarını giderir. Soğuk algınlığına iyi gelmektedir. Solunum enfeksiyonlarında; faranjit, kronik bronşit, nezle, burun iltihabı hastalıklarında etkin çözümdür. Sindirim sistemi rahatsızlıklarına iyi gelir. (Bağırsak Paraziti, ülser, mide iltihabı..vs) Kulak enfeksiyonlarına devadır.(İç kulak-dış kulak iltihapları, akut kulak rahatsızlıkları) İltihaplanmaların her türüne faydalarıdır. (Vajinauterus, aseptik necrosis, iltihaplanmış yaralar vs.) Tüberküloza denenmiş devadır. Propolis Granül, Çikolatalı Propolis Şekeri, Ihlamur Balı gibi çeşitli ürünlerin Tüm ürünlerimiz kanın temizlenmesini, damarların açılmasını, hücrelerin yenilenmesini, bağışıklığın güçlenmesini, direncin artmasını sağlayan ürünler olduğu için bir çok rahatsızlığa fayda edebilmektedir."* şeklinde,

https://www.facebook.com/PropolisSekeri/ adresli internet sitesinin 23.10.2018 tarihli görünümünde “Propolis Şekeri" isimli ürünle ilgili, *"Kılcal damarlar dahil tüm damarların açılmasını, katım temizlenmesini, oksijenlenmesini, hücrelerin yenilenmesini, bağışıklık sisteminin güçlenmesini, vücut direncinin artmasını sağlayarak kanın ulaştığı her yerde hızla fayda gösteren bir ürün... 100 kat antibiyotik etkisi vardır. Bağışıklığı yüksek bir etki ile güçlendirir. Kanın temizlenmesini sağlar. Diyabet ve kanserde vücut direncini arttırır. Damar hastalıklarını önlemeye yardımcı olur. Kılcal damarlar dahil tüm damarları açar. Propolis, içerdiği önemli aktif etken maddeleriyle genel vücut direnci ve sağlığının korunmasında, kanın temizlenmesinde, damarların açılmasında, hücrelerin yenilenmesinde, bağışıklığın güçlendirilmesinde, direncin artırılmasında, bakteri, mikrop, virüs, iltihap ve enfeksiyonu yok ederek şifaya vesile olan bir ürün olduğu için her şeye iyi gelebilmektedir."* şeklinde ifadelerin yer aldığı; Bu şekilde bahse konu tanıtımlarda endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç ifadeler kullanılarak mevzuatta izin verilen sağlık beyanlarının dışına çıkan tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği, böylelikle söz konusu ürünün insan fizyolojisine etki ederek insan sağlığına doğrudan veya dolaylı olarak fayda sağlayan yahut hastalıklara veya belirtilerine karşı etkili olan “tıbbi ürün” gibi tanıtıldığı, diğer taraftan şayet anılan ürünler söz konusu tanıtımda belirtilen iddiaları ispatlar nitelikte ise, bu durumda “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, hâl böyle iken “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilen ürünlerin reklam ve tanıtımının yapılmasının ise mevzuat gereği yasak olduğu, bu itibarla her koşulda mevzuata aykırılık teşkil eden bu tanıtımların,

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, 5-e 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, 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 **Salpin Sönmezalp Ticaret** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**39)**

**Dosya No: 2019/655**

**Şikayet Edilen: Özge ULUSOY**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.instagram.com/ozgeulusoy ve https://www.ushot.com.tr/ adresli internet sitelerinin14.01.2019 tarihli görünümünde, “Us Hot” isimli ürüne ilişkin reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 14.01.2019

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com/ozgeulusoy adresli kişisel sosyal medya hesabının 14.01.2019 tarihli görünümünde, “Us Hot” isimli ürünün “Soğuk Algınlığı ve Gribe Karşı” şeklinde mevzuata aykırı biçimde tanıtıldığı ve örtülü reklamının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** https://www.instagram.com/p/Bq13pqLlHxj/ adresli URL uzantısının 07.11.2019 tarihli görünümünde "US-HOT" adlı ürün ile ilgili; "*Soğuk Algınlığı ve Gribe Karşı."* şeklinde, https://www.instagram.com/p/BsKXLLPlROv/ adresli URL uzantısının 07.11.2019 tarihli görünümünde "US-HOT" adlı ürün ile ilgili; *"Sabahları nasıl bu kadar enerjiksiniz diyenlere... @ushot.com.tr soğuk algınlığına karşı savaşta da en etkili..."* şeklinde ifadelerin yer aldığı;Buna göre, *"Sabahları nasıl bu kadar enerjiksiniz diyenlere..."* ve "*Yeni TVC’miz yayında. @ushot.com.tr"* başlıklı paylaşımlar içerisinde, kişisel sosyal medya hesabı olarak kullanılan bir profilde şahsı takip eden tüketicilere "US-HOT" adlı ürün tavsiye edilerek örtülü reklamının yapıldığı;

Bununla beraber, 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, 5-e maddeleri,

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

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

-Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 6, 7/1, 7/4, 7/5-a, 9/2, 9/5, 22, 23, 26/1 maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

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

**40)**

**Dosya No: 2019/2833**

Bayer Türk Kimya San. Ltd. Şti. unvanlı firmaya ait “Supradyn Energy Focus” isimli ürün tanıtımlarına ilişkin dosya hakkında yapılan görüşmeler neticesinde, konu ile ilgili olarak Tarım ve Orman Bakanlığı ile Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Kurumu'nun görüşüne başvurulması istemiyle **dosyanın ertelenmesine** karar verilmiştir.

**41)**

**Dosya No: 2018/7747**

**Şikayet Edilen: Curena Bitkisel Gıda Takviyeleri Sanayi ve Dış Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.instagram.com/marnys\_turkiye/ adresli internet sayfasının 19.12.2019 tarihli görünümünde yer alan "Marnys" markalı takviye edici gıda tanıtımları

**Reklam Yayın Tarihi:** 19.12.2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.instagram.com/marnys\_turkiye/ adresli internet sayfasının19.12.2019 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda; *"Junor Arı Sütü ve Vitaminler İçeren Takviye Edici Gıda. İştahsız çocuk kalmasın. (...)Propolsaft Propolis, Kekik, Aserola Takviye Edici Gıda. Mevsim geçişlerinde iyileşmenin kısa yolu. (...)Junomega 3 Omega 3 İçeren Takviye Edici Gıda. Kolay öğren hızlı düşün. (...) Propolmar Propolis, Ekinezya Arı Sütü İçeren Takviye Edici Gıda. Mevsim geçişlerinde hastalıklara geçit yok. (...) Hepalive'in içeriğinde enginar, kolin, metiyonin, inositol gibi bileşenler vardır. Etkili bir antioksidan kaynağı olan enginar, hücreleri deformasyondan korumaya yardımcı olur. Kolin; zarar görmüş karaciğer hücrelerinin yenilenmesi ve çoğalmasında önemli rol oynar. Hücre zarının bütünlüğü ve sağlamlığı karaciğer hücrelerinin çalışmasında önemlidir. Aynı zamanda lipotropik bir madde olan kolin diğer bir lipotropik madde olan inositol ile sinerjik etki göstererek karaciğer yağlanmalarının giderilmesine destek olur. (...)Türkiye’de Arı Sütü, Kolostrum, Reishi Mantarı, Shiitake Mantarı, Propolis ve B6 Vitaminini Bir Arada İçeren Tek Formül. Reishi ve shiitake mantarları, içerisinde yer alan β-glukanlar ile bağışıklık sisteminin aktive olmasını destekler. Yorgun düştüğünüzde, zorlayıcı dönemlerinizde günlük enerji ihtiyacını karşılayarak halsizlik ve yorgunluk gibi şikâyetlerin giderilmesine yardımcı olur. Propolvit Defens içerdiği propolis ve arı sütünün bileşenleri güçlü antioksidan etki gösterir. Propolvit Defens kolostrum içeren tek gıda takviyesidir. Kolostrum doğumdan hemen sonra başlayıp 24-36 saat salgılanır. Diğer sütlerden çok farklı olan bileşimi ile kolostrum vücudumuzun virüslere, bakterilere ve mantarlara karşı immünoglobulinler üretmesini sağlar, lenf sistemini ve bağışıklık faktörlerinin geçişini sağlayan glikoproteinleri harekete geçiren sitokinleri artırır.(...) Yapılan klinik çalışmalar turna yemişinin (cranberry) bakterilerin yapışma yeteneğinin bozulmasına yol açarak mukoza üzerinde bakterinin madde oluşturmasını engellediğini göstermiştir. Bu özelliği ile başta idrar yolu enfeksiyonları olmak üzere, bir çok enfeksiyon ve iltihap sorununda kullanılmaktadır. Yaban mersini idrar yolu enfeksiyonlarının iyileşme sürecini hızlandırır ve tekrarlanmasını önler. (...)Propolsaft; propolis, mentol, kekik özütü, bal ve aserola (barbados kirazı) etken maddelerini içermektedir. Bağışıklık sistemini korumak için formülize edilmiştir. Etken maddelerinde yer alan aserola C vitamini yönünden oldukça zengindir. İçerdiği kekik özütü virüs ve bakterileri ortamdan uzak tutarak hastalıklardan korunmaya yardımcıdır.(...)Propolmar; propolis özütü, arı sütü, ekinezya, çinko ve C vitamini içerir. Propolisin içerdiği bileşenler özellikle herpes simplex, hepatit ve grip virüslerine karşı antiviral etki gösterir. Ekinezyanın içinde bulunan kafeik asit türevlerinden chihoric asitdin bağışıklık sistemi uyarıcı etkisi vardır. Çocukların bağışıklık direncini artırarak hasta olma sıklığını azaltmaya yardımcı olur. (...)"* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; inceleme konusu tanıtımlarda endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç ifadeler kullanılarak mevzuatta izin verilen sağlık beyanlarının dışına çıkan tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği, böylelikle söz konusu ürünlerin insan fizyolojisine ve/veya metabolizmasına etki eden bir “tıbbi ürün” gibi tanıtıldığı, 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 değerlendirilmesi gereken ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuata uygun olmadığı 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 23/2 ve 24/3 maddeleri,

- 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 **Curena Bitkisel Gıda Takviyeleri Sanayi ve Dış Ticaret Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**42)**

**Dosya No: 2019/2470**

**Şikayet Edilen:** **Queenida Gıda Tarım Reklam ve Tanıtım Hizmetleri Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.facebook.com/queenida.honey/ ve https://twitter.com/QueenidaHoney adresli internet sayfalarının 28.11.2019 tarihli görünümlerinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 28.11.2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.facebook.com/queenida.honey/ adresli internet sayfasının 28.11.2019 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda; *"Kakule içinde bol miktarda A vitamini barındırır. A vitamini ise güçlü bir hafıza için en iyi vitaminler arasında yer alır. Kakule oldukça etkili bir anti depresandır. Sakinleştirici özelliği sayesinde depresyon, kaygı, panik atak ve benzeri psikolojik durumlarla savaşır. Kakule astım, bronşit, öksürük ve soğuk algınlığı gibi solunum problemleri semptomlarının hafifletilmesine yardımcı olur. Akciğerlerin içindeki kan dolaşımını artırır. (...)Uzak Doğu’da ginsengin tüm vücudu ve vücut sistemlerini canlandırdığı düşünülürdü. İlaçtan ziyade vücudun doğal savunmasını güçlendirip hastalıkları iyileştiren ve koruma sağlayan bir madde olarak değerlen­dirilirdi. Modern bitkisel tıpta bu tip bitkiler adaptojen olarak adlandırılır.*" şeklinde,

https://twitter.com/QueenidaHoney adresli internet sayfasının 28.11.2019 tarihli görünümünde; *"Bal hayatımızı devam ettirebilmemiz için gereken tüm besin değerlerine sahiptir. (...) Günde 3 kez birer kaşık tüketildiğinde balın gıdasızlık yaşlanma akıl hastalıkları ve mide rahatsızlıklarında tedavi edici olduğu kanıtlanmıştır.*” şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; inceleme konusu tanıtımlarda endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç ifadeler kullanılarak mevzuatta izin verilen sağlık beyanlarının dışına çıkan tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği, böylelikle söz konusu ürünlerin insan fizyolojisine ve/veya metabolizmasına etki eden bir “tıbbi ürün” gibi tanıtıldığı, 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 değerlendirilmesi gereken ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuata uygun olmadığı 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 23/2 ve 24/3 maddeleri,

- 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 **Queenida Gıda Tarım Reklam ve Tanıtım Hizmetleri Ticaret A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**43)**

**Dosya No: 2019/4814**

**Şikayet Edilen:** **İsa AFŞAR**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.facebook.com/ersag37 adresli internet sayfasının 29.11.2019 ve 17.05.2019 tarihli görünümleri ile www.ersagkastamonu.com adresli internet sitesinin 29.11.2019 tarihli görünümünde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 17.05.2019, 29.11.2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.facebook.com/ersag37 adresli internet sayfasının 29.11.2019 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda; *“Ersağ Omega-3 Çilek Aromalı; Bebeklerde beyinsel ve fiziksel fonksiyonların daha hızlı ve sağlıklı gelişmesine katkı sağlar. Dikkat eksikliği, hiperaktivite bozukluğu olan çocuklarda davranış gelişimi için kullanılır.(...)Ersağ Omega3;Yüksek kolesterol, yüksek tansiyon, kalp hastalıkları, eklem iltihabı, osteoporoz, astım, kanserden koruma(...)Bu iki muhtaeşem ürünle salgın hastalıklardan korunun. Ersağ Zeytin Yaprağı ekstratı; Nezle, grip, soğuk algınlığı, uçuk, aft, zona gibi virüslere karşı etkili olduğu bilinmektedir. Anti bakteriyel (mikrop öldürücü), antiviral (virüs öldürücü) bir ajandır. Vücudun bağışıklık sistemini de uyarır. (...)Ersağ Sıvı Propolis; Bademcik iltihabı, farenjit, larenjit için etkilidir. Ağız ve boğaz mukozası sorunları için gargara olarak kullanılabilir. İltihap giderici özelliktedir. Mantarlara karşı etkili.(...)Pro 360; (...)Çünkü üretiminde propolis ve çörek otunun birlikte kullanılmış olması, bazı hastalıkların iyileşmesine büyük fayda sağlayacak özelliktedir. 1) İltihap seviyesi kanda ve organlarda çok yüksek ise her ikisinin de anti- inflamatuar etkisi ile vücutta savaşçı beyaz kan hücrelerimize destek olmaktadir. Bunu yaparken iltihabı kurutmak için verilen ağır antibiyotiklerin özellikle böbrek, mide ve bağırsaklarda ilaç hasarını azaltıyor. (...) 2) Bir diğer önemli durum birçok ilaç kullanarak böbrek hasarı riski ile karşı karşıya olan kişilerde böbrek fonksiyonlarını destekliyor. Üre seviyesini dengede tutarken, böbrekten geri emilen minarel dengesini sağlamaya yardımcı olmaktadır. Yüksek tansiyon, potasyum emilimi ve sodyum emilimini dengelemektedir. 3) İki takviyenin birlikte kullanımı anti-mikrobiyal gücü arttırken; hastalıklardan korunmak için ilk başta tavsiye edilecek ürünler arasındadır. Özellikle mantar enfeksiyonlarına karşı hem cilt üzerinde (en sık görülen cilt mantarı enfeksiyonlarından bazıları; saçkıran, inertrigo, atlet ayağı, tinea capitis, kasık ve tırnak mantarları) hem de bağırsak iltihabının bundan kaynaklı engellenmesine yardımcı olmaktadır. "Mucizevi krem Ersağ ağrı kesici masaj kremi, soğuk algınlığında, kireçlenmelerde, kas ağrılarında, romatizmal ağrılarda, eklem ağrılarında, burkulma ya da incinmelerde, baş ağrılarında, migren nöbetlerinde, kas ezilmelerinde rahatlıkla kullanabilir ve çok kısa sürede etkisini görebillirsiniz. (...)Ersağ propolisli şampuan; saçlarınızdaki dökülmeleri engeller. saç derisinde oluşan kepelenmeyi önler. Saç egzamalarında rahatlatıcı etkisi vardır. (...)Kepek sorunu başta olmak üzere kaşıntı ve alerji sorunlarını ortadan kaldırmaya yardımcı olur. (...)Ersağ Anti Akne Losyonu; Yoğun sivilce ve akne sorunu olan ciltler için özel formüle edilen bir üründür.”* şeklinde,

Anılan internet sayfasının 17.05.2019 tarihli görünümünde ise; *"Ersağ Arı Sütü; Arı sütünde bulunan yoğun anti-oksidan, bağışıklık sistemini güçlendirir, kalp basıncını dengeleyerek, kalp ve damar hastalıkları riskini azaltır. Kandaki zararlı toksinlerin atılmasınına yardımcı olur, hücre yenileyicidir. (...)Ersağ Polen; Polen beyinde bulunan hipofiz bezinin dengeli çalışmasına yardımcı olur(...)hücre yenileyicidir ve yaşlanmayı geciktirir, hormonları güçlendirir, hamile kalma olasılığını artırır.*" şeklinde,

www.ersagkastamonu.com adresli internet sitesinin 29.11.2019 tarihli görünümünde; *"Reishi mantarının günümüzde hangi hastalıkların tedavisinde kullanıldığı izah edelim: \*Kanser tedavisi (Akciğer, Meme, Mide, Bağırsak, Prostat, Mesane, Rahim, Rahim Ağzı kanseri) \*Hepatit A, Hepatit B, Hepatit C tedavisi \*Karaciğer yetmezliği/siroz tedavisi \*Diyabet tedavisi veya kontrolü \*Yüksek tansiyon ve buna bağlı damar hastalıkları \*Hpv, herpes gibi viral genital siğiller/yaralar"* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; inceleme konusu tanıtımlarda endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç ifadeler kullanılarak mevzuatta izin verilen sağlık beyanlarının dışına çıkan tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği, böylelikle söz konusu ürünlerin insan fizyolojisine ve/veya metabolizmasına etki eden bir “tıbbi ürün” gibi tanıtıldığı, tıp literatüründe hastalık olarak tanımlanan ve hekim kontrolünde tedavi edilmesi gereken bazı sağlık sorunlarının anılan ürünle tedavi edildiği veya tedavisine yardımcı olunduğu izlenimi oluşturularak tüketicilerin yanıltıldığı,

Diğer taraftan, inceleme konusu tanıtımlarda; *"Mucizevi krem Ersağ ağrı kesici masaj kremi, soğuk algınlığında, kireçlenmelerde, kas ağrılarında, romatizmal ağrılarda, eklem ağrılarında, burkulma ya da incinmelerde, baş ağrılarında, migren nöbetlerinde, kas ezilmelerinde rahatlıkla kullanabilir ve çok kısa sürede etkisini görebillirsiniz. (...)Ersağ propolisli şampuan; saçlarınızdaki dökülmeleri engeller. saç derisinde oluşan kepelenmeyi önler. Saç egzamalarında rahatlatıcı etkisi vardır. (...)Kepek sorunu başta olmak üzere kaşıntı ve alerji sorunlarını ortadan kaldırmaya yardımcı olur. (...)Ersağ Anti Akne Losyonu; Yoğun sivilce ve akne sorunu olan ciltler için özel formüle edilen bir üründür."* şeklinde ifadelere 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; ayrıca şayet anılan ürünler söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “kozmetik ürün” veya "gıda takviyesi" kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilmesi gereken ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuata uygun olmadığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/c, 5/ç, 5/d ve 7 nci maddeleri,

- 5996 sayılı Veteriner Hizmetleri, Bitki Sağlığı, Gıda ve Yem Kanunu’nun 23/2 ve 24/3 maddeleri,

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

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

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 ve 10 ncu 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 **İsa AFŞAR** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**44)**

**Dosya No: 2019/5654**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** www.sudacollagen.com adresli internet sitesinin 11.07.2019 tarihli görünümü ile www.facebook.com/ sudacollagen/ ve www.instagram.com/sudacollagen/ adresli internet sayfalarının 17.12.2019 tarihli görünümlerinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 11.07.2019, 17.12.2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.sudacollagen.com adresli internet sitesinin 11.07.2019 tarihli görünümünde; *“Cilt ve tırnak büyümesinde fark. Kırışıklıkların azaltılması. Daha fazla esnek bir cilt. Selülit görünümünde azalma. İçerisindeki VERISOL Bioactive Collagen Peptides® (BCP) lerin, 8 hafta ve daha uzun bir süreyle kullanıldığında, göz çevresinde bulunan kırışıklıklarda %20 oranında iyileşmeye, cilt elastikiyetinde % 15 artışa, dudak çevresindeki kırışıklıklarda %32 düzelmeye ve kolajen sentezinde %65 artışa neden olduğu gözlenmiştir.”* şeklinde,

www.facebook.com/sudacollagen/ ve www.instagram.com/sudacollagen/ adresli internet sayfalarının 17.12.2019 tarihli görünümlerinde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda; *"SUDA COLLAGEN®, cilt katmanlarının derinliklerine destek veren günlük kolajen içeceğidir. Cildin alt katmanlarında kolajen üretimini artırır, kırışıkların giderilmesine ve selülit görünümünün azalmasına yardımcı olur. Etkisi bilimsel araştırmalarla kanıtlanmıştır. (...)Eğer siz de soğuyan havalarda kolajen takviyesi kullanmak istiyorsanız, şimdi yepyeni bir alternatifiniz var. (...)Sambucus, yüksek antioksidan değerlerine sahip bir bitkidir. Antioksidanlar bağışıklık sistemin kuvvetlenmesinde önemli rol oynar. Yapılan pek çok araştırma sambucusun halsizlik, boğaz ağrısı ve ateş gibi nezle ve grip semptomlarına iyi geldiğini göstermektedir. Hatta bazı araştırmalar, sambucus ekstresi verilen grip hastalarının iyileşme sürelerinin plasebo verilenlere göre daha kısa olduğu yönünde. Bu yüzden sambucus, kış döneminde tüm dünyada en çok kullanılan bağışıklık desteğidir.(...)Soğuk havalarda hem cildinizi hem de bağışıklık sisteminizi desteklemek istiyorsanız, sambucus ilaveli Suda Collagen’i mutlaka inceleyin"* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; inceleme konusu tanıtımlarda endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç ifadeler kullanılarak mevzuatta izin verilen sağlık beyanlarının dışına çıkan tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği, böylelikle söz konusu ürünlerin insan fizyolojisine ve/veya metabolizmasına etki eden bir “tıbbi ürün” gibi tanıtıldığı, ayrıca şayet anılan ürünler söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “gıda takviyesi” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilen ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuat gereği yasak olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

- 5996 sayılı Veteriner Hizmetleri, Bitki Sağlığı, Gıda ve Yem Kanunu’nun 23/2 ve 24/3 maddeleri,

- 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 **Farmatek İç ve Dış Ticaret A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**45)**

**Dosya No: 2019/9010**

**Şikayet Edilen:** **Yusuf MERAL**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.facebook.com/Ersagsponsorno907370/ adresli internet sayfasının 18.12.2019 tarihli görünümünde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 18.12.2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.facebook.com/Ersagsponsorno907370/ adresli internet sitesinin 18.12.2019 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda; *“Doğal antibiyotik ERSAĞ sıvı probolis. (...)Propolisin Antibakteriyel, Antiviral, Antitümör, Antifungal ve Antioksidan Aktivitesi mevcuttur. Propolisin Faydaları Nelerdir ? • Mikrop kırıcı, iltihap giderici, antioksidan, immün sistemini Uyarıcı ve antikanserojenik etkilere sahiptir. Bioflavonoidler bakımından zengindir. • Bağışıklık sistemini destekler. Propolisin düzenli olarak kullanımının sindirim ve dolaşım sisteminde ve de tüm vücuttaki patojenlere karşı etkin bir koruma sağladığı tespit edilmiştir. • Antioksidatif etki açısından propolis diğer arı ürünleri arasında en yüksek etkiye sahiptir. • Geniş spektrumlu antibiyotik olarak nitelendirilen propolis, zararlı bakterilerde direnç oluşturmamakta, yararlı bakterileri ise olumsuz olarak etkilememektedir. Ayrıca virüslerin enzim salgılamasını ve çoğalmasını önleyici etkiye sahiptir. • Akne ve uçuk için haricen kullanılır. • Bademcik iltihabı, farenjit, larenjit için etkilidir. • Ağız ve boğaz mukozası sorunları için hem oral olarak hem de gargara biçiminde kullanılır. • Dişeti hastalıklarına karşı korucuyucu özelliktedir. • Propolis ile ilgili yapılan araştırmalar bu maddenin ülserler, iltihaplı hastalıklar ve yanıklar için olumlu etkileri olduğu sonucunu ortaya koymuştur. (...) ERSAĞ OMEGA 3 GIDA TAKVİYESİ KULLANMANIZ İÇİN 14 SEBEP ! 1- Genelde kendinizi yorgun ve halsiz hissediyor musunuz? 2- Merdiven çıkarken ya da orta dereceli egzersizler yaparken bile nefes problemi yaşıyor musunuz?(...)4- Alerjiler nedeni ile günlük hayatınızda sıkıntı mı yaşıyorsunuz? (...)8- Ailenizde diabet hastalığı olan var mı? 9- Ailenizde kalp problemi yaşamış olan var mı? 10- Ailenizde kanser olan kimse var mı? Genetik, çalışma ortamı gibi nedenlerle yüksek kanser risk grubunda mısınız? 11-Uzun süreli bir tedavi görüyor musunuz? Ya da ciddi bir rahatsızlığın ardından iyileşme sürecinde misiniz? 12-Yüksek tansiyon ve/ veya yüksek kolesterol probleminiz mi var? (...)Eğer yukarıdaki sorulardan en az 2 tanesine evet yanıtını verdiyseniz, Eğer bir sağlık probleminiz yoksa bile sağlıklı ve genç kalmak, hastalıklara yakalanmamak, daha az bedensel ve ruhsal problem ile sağlıklı bir yaşlılık dönemi için koruyucu olarak ERSAĞ OMEGA 3 GIDA TAKVİYESİ KULLANABİLİR (…)SARI KANTRON YAĞI KREMI. Kantaron yağından yağılan kremler de deri ile ilgili problemler kadar bazı akut ağrılarada iyi gelmekte; aynı zamanda hücre yenilenmesini hızlandırmaktadır. Özellikle vücudun herhangi bir bölgesinde yara olan kişiler ve yanık problemi olanlar da bu yağın etkisinden yararlanabilmektedir. Bu kremin damarları daraltan bir özelliğinin bulunması kanamalı yaralanmalarda”* şeklinde ifadeler ile birlikte hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ilişkin görüntülerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; inceleme konusu tanıtımlarda endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç ifadeler kullanılarak mevzuatta izin verilen sağlık beyanlarının dışına çıkan tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği, böylelikle söz konusu ürünlerin insan fizyolojisine ve/veya metabolizmasına etki eden bir “tıbbi ürün” gibi tanıtıldığı, tıp literatüründe hastalık olarak tanımlanan ve hekim kontrolünde tedavi edilmesi gereken bazı sağlık sorunlarının anılan ürünle tedavi edildiği veya tedavisine yardımcı olunduğu izlenimi oluşturularak tüketicilerin yanıltıldığı,

Diğer taraftan, inceleme konusu tanıtımlarda; *"SARI KANTRON YAĞI KREMI. Kantaron yağından yağılan kremler de deri ile ilgili problemler kadar bazı akut ağrılarada iyi gelmekte; aynı zamanda hücre yenilenmesini hızlandırmaktadır. Özellikle vücudun herhangi bir bölgesinde yara olan kişiler ve yanık problemi olanlar da bu yağın etkisinden yararlanabilmektedir. Bu kremin damarları daraltan bir özelliğinin bulunması kanamalı yaralanmalarda "* şeklinde ifadelere 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; ayrıca şayet anılan ürünler söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “kozmetik ürün” veya "gıda takviyesi" kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilmesi gereken ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuata uygun olmadığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/c, 5/ç, 5/d ve 7 nci maddeleri,

- 5996 sayılı Veteriner Hizmetleri, Bitki Sağlığı, Gıda ve Yem Kanunu’nun 23/2 ve 24/3 maddeleri,

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

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

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 ve 10 ncu maddeleri,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/1-b, 5/1-ğ, 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 **Yusuf MERAL** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**46)**

**Dosya No: 2019/9408**

**Şikayet Edilen:** **D Z Yaşam Ürünleri San. ve Tic. Ltd. Şti. Kahramanmaraş Şubesi**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.instagram.com/profsaracoglukahramanmaras/ adresli internet sayfasının 27.11.2019 tarihli görünümünde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 27.11.2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.instagram.com/profsaracoglukahramanmaras/ adresli internet sayfasının 27.11.2019 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda; *“Çakşırotu kökü'nün, prostat şikayetleri ve diğer kullanım alanları için bilgi alabilirsiniz. (...)Alıç yaprağı ile kalp damar sağlığını koruyabileceğinizi biliyor muydunuz? (...)Alzheimer için ne yapılabilir öğrenmek ve diğer tüm ürünlerimiz hakkında detaylı bilgi için bizi arayabilirsiniz.(...)Ses kısıklığına, ses tellerinde oluşan nodüllere karşı Taş Anasonu Kökü yardımcı ve destekleyicidir. (...)İnsan vücudunda hastalıklara karşı kalkan görevi gören Prof. Saraçoğlu Dut Pekmezi! (...)A ve E vitaminlerinin yansıra çinko ve demir gibi mineralleri ihtiva eden Kabak Çekirdeği Yağını bağırsak, prostat şikayeti olanlar sofralarından eksik etmemelidir."* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; inceleme konusu tanıtımlarda endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç ifadeler kullanılarak mevzuatta izin verilen sağlık beyanlarının dışına çıkan tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği, böylelikle söz konusu ürünlerin insan fizyolojisine ve/veya metabolizmasına etki eden bir “tıbbi ürün” gibi tanıtıldığı, ayrıca şayet anılan ürünler söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “gıda takviyesi” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilen ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuat gereği yasak olduğu

değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

- 5996 sayılı Veteriner Hizmetleri, Bitki Sağlığı, Gıda ve Yem Kanunu’nun 23/2 ve 24/3 maddeleri,

- 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 **D Z Yaşam Ürünleri San. ve Tic. Ltd. Şti. Kahramanmaraş Şubesi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**47)**

**Dosya No: 2019/9410**

**Şikayet Edilen:** **Aksuvital Doğal Ürünler Gıda Sanayi ve Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.facebook.com/aksuvital, https://twitter.com/aksuvital, www.instagram.com/aksuvital/ ve http://blog.aksuvital.com.tr/ adresli internet sayfalarının 27.11.2019 tarihli görünümünde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 27.11.2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.facebook.com/aksuvital adresli internet sayfasının 27.11.2019 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda; *“Dr. Ender Saraç. Kırmızı diğer adlarıyla Kore ginsengi, panaks ginseng ham balla beraber macun olarak tüketildiğinde enflamasyon, bağışıklık sistemi, yorgunluk ve yaşlanma karşıtı olarak yararlıdır. Erkeklerde performans arttırıcı bir destektir aynı zamanda şeker hastasıysanız o zaman kapsül formunu kullanmanızı öneririm @aksuvital @shiffahome (…) Biliyor musunuz? Keçiboynuzu meyvesinden ve tohumlarından elde edilen toz antifungal ve antibakteriyel özelliklere sahiptir. #harnupözü #keçiboynuzuözü #carobmolasses #carob (…) İçinde Antioksidan Saklı. Aksuvital Öğütülmüş Siyah Üzüm Çekirdeği Tozu zengin antioksidan kaynağıdır, dilerseniz gıdalarınıza ekleyerek tüketebilirsiniz. (…) Aksuvital Zerdeçal ve Hindistan Cevizi Krem Macun Zerdeçal ve Hindistan (…)ne için kullanılması gerektiğini bilsek çok iyi olur. AksuVital Doğal Ürünler- yaş alma döneminde sık görülmeye başlayan unutkanlık durumlarında düzenli kullanımda etkindir.(…)Dr. Ender Saraç. Kudret narını zeytinyağında olanını mide rahatsızlıkları için balda olanını genital hastalıklar-yaralar için tüketmek çoğu kişiye zor geliyordu, artık tüketimi kolay kapsülleri var #reflü #kudretnarı #bittermelon #miderahatsızlığı #ülser #aksuvitalkudretnarı @aksuvital”* şeklinde,

https://twitter.com/aksuvital adresli internet sayfasının 27.11.2019 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda; *“Kadim bilgilerin ışığında binlerce yıldır tüketilen çörek otu her derde deva olarak bilinmektedir. Çörek otu usulüne uygun olarak tüketildiğinde şekeri düzenleyici ve bağışıklığı güçlendirici etkisinin yanı sıra antiseptik etkiye de sahiptir.”* şeklinde,

https://www.instagram.com/aksuvital/ adresli internet sayfasının 27.11.2019 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda; *“Ben zeytinyağlı olanını kullandım çok memnun kaldım gastritime ilaç bile çare olamazken kudret narı sayesinde rahat ettim tavsiye ederim (…)#Repost @haydrendersarac with @makeirepost. Propolis arıların yaptığı sağlıklı bir yaşam desteğidir. Sonbahara girerken bağışıklık sistemini desteklemek için en iyi seçeneklerden biridir. (…)Günlük Ekstraklı Macun. Aksuvital-merhabalar çocuklarda alt ıslatma problemleri için kullanılır vücut direncini yükseltir.”* şeklinde,

https://www.aksuvital-pazar.com/ adresli internet sitesinde yer alan *“Blog sayfamızı ziyaret ettiniz mi?*” başlığına tıklandığında yönlendirilen http://blog.aksuvital.com.tr/ adresli internet sitesinin 27.11.2019 tarihli görünümünde; *“Arıların Doğal Antibiyotiği Propolis. AksuVital Kimya Yüksek Mühendisi Fatma Ebru Koç, propolisin eskiden beri yaraların iyileştirilmesinde, dokuların yenilenmesinde faydalı olduğu, yanıkların tedavisinde, kullanıldığı söyledi. (…)Propolisin, bağışıklık sistemi uyararak hastalıklara karşı vücudun doğal direncinin artmasına ve vücudun kuvvetlenmesine destek sağladığını bildiren Fatma Ebru Koç, “Başlıca faydaları arasında antiseptik (mikroptan arındırıcı), antimikotik (mantarlara karşı), bakteriyostatik (bakteri üremesini durdurucu), astringent (lokal olarak damarları daraltan faktör), spazmolitik (kas gevşetici), antienflamatuar (iltihap giderici), anestetik (sinir hassasiyetini azaltıcı) ve antioksidant (oksitlenmeyi veya moleküllerdeki bozulmayı engelleyici) özellikleri sayılabilir. Propolisin eskiden beri yaraların iyileştirilmesinde, dokuların yenilenmesinde faydalı olduğu, yanıkların tedavisinde, kullanıldığı bilinmektedir. Ağız ve diş etlerinin tedavisinde de kullanıldığına dair kayıtlar mevcuttur. (…)Son yıllarda ise özellikle göz hastalıklarının tedavisinde kullanımına yönelik yoğun çalışmalar mevcuttur” ifadelerini kullandı. (…)Bu kadar faydasını sıraladığımız propolis, bir çok hastalığın tedavisi için yeni ufuklar açılabilecek bir potansiyele sahiptir. (…)Biberiye (…)Faydası. Damar tıkanıklığına faydalıdır. Hazmı kolaylaştırır. İdrarı ve bağırsak gazlarını söktürücüdür. Vücuda zindelik verir. Migren türü baş ağrılarını hafifletir, çarpıntıyı giderir. Astım ve bronşite karşı faydalıdır. Kansızlığa ve sarılığa iyi gelir. (…) Faydaları saymakla bitmeyen arı sütü çocuk sahibi olmak isteyenler, iş ve yaşamlarında performans, zindelik ve verimliliği artırmak isteyenler, uzun ve sağlıklı yaşam hedefleyenler için vazgeçilmezdir. Arı sütünün insan sağlığı açısından önemini belirtmek gerekirse yorgunluk, halsizlik, bitkinlik ve çalışma isteksizliklerini gidererek organizmaya aktivite kazandırır. Enerji açığını kapatır. Beyin performansı gerektiren durumlarda özellikle öğrencilerin sınav dönemlerinde daha başarılı olmalarında, yorgunluk ve endişe duymamalarında yardımcı olur. Üstün hücre yenileyici özelliği nedeniyle yaşlanmayı geciktirir ve çocuk sahibi olmak isteyenlere fayda sağlar. (…)Alıç(…)Faydası. Asabi çarpıntıları giderir. Sinir bozukluğunu geçirir. Beyne kan akışını arttırır. Yüksek tansiyonu düşürür. Uykusuzluğu giderir. Kalbi kuvvetlendirir. Damar sertliği ve göğüs nezlesinde faydalıdır. Kalp damarlarını genişletip kanın daha rahat pompalanmasını ve dolaşmasını sağlayarak kalbin yükünü hafifletir. Kalbi kuvvetlendirir ve damar sertliğine karşı koruyucudur. Kalp krizi riskini azaltır. Düzensiz kalp atışına karşı koruyucu ve tedavi edici etki gösterir. Mideyi kuvvetlendirir. Spazm çözücü ve idrar söktürücüdür.”* şeklinde,

Diğer taraftan, inceleme konusu tanıtımlarda *“Aksuvital Türkiye’de ham bal üretimini gerçekleştiren ilk Türk markasıdır.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; inceleme konusu tanıtımlarda endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç ifadeler kullanılarak mevzuatta izin verilen sağlık beyanlarının dışına çıkan tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği, böylelikle söz konusu ürünlerin insan fizyolojisine ve/veya metabolizmasına etki eden bir “tıbbi ürün” gibi tanıtıldığı, 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

Diğer taraftan, inceleme konusu tanıtımlarda yer alan *“Aksuvital Türkiye’de ham bal üretimini gerçekleştiren ilk Türk markasıdır.”* 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, 5/e maddeleri,

- 5996 sayılı Veteriner Hizmetleri, Bitki Sağlığı, Gıda ve Yem Kanunu’nun 23/2 ve 24/3 maddeleri,

- 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 **Aksuvital Doğal Ürünler Gıda 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.

**48)**

**Dosya No: 2019/9411**

**Şikayet Edilen:** **Nutral Terapi Besinsel Tedavi Araştırma Geliştirme Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.nutraltherapy.com/ adresli internet sitesi ile bu internet sitesinin www.facebook.com, www.instagram.com ve www.twitter.com adresli sosyal paylaşım sitelerinde yer alan sayfalarındaki tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 26-27.11.2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.nutraltherapy.com adresli internet sitesinin 26.11.2019 tarihli görünümünde; *“Perga nedir? Faydaları nelerdir? Nasıl kullanılır? (…)Perganın polenden farklı bir kompozisyona sahiptir. Sahip olduğu yüksek biyolojik aktivite küf ve mantar gelişimini inhibe ederek perganın daha iyi korunmasını sağlamaktadır. Polenin pergaya dönüşmesi ve biyokimyasal değişiklikler bakteri ve mayalar tarafından sebep olunan temelde laktik asit fermentasyonu ile mikrobiyel faaliyetin bir sonucudur. Perga, sadece bal arıları için değil insanlar için de protein, vitamin-mineral kaynağı olan zengin içerikli bir üründür. Perga polenden birkaç kata kadar daha güçlü bir besleyicidir. Perga; insan vücudunun biyosentezleyemediği esansiyel aminoasitler, protein, A, B1, B2, B12, C ve E vitaminleri, nikotinik asit, folik asit, pantotenik asit gibi vitaminler, pigmentler, sakkaroz, amilaz, fosfataz gibi enzimler, flavonoidler, karatenoidler içerebilmektedir. ”*şeklinde,

Diğer taraftan, https://twitter.com/nutraltherapy adresli internet sitesinin 26.11.2019 tarihli görünümünde; *“Perga Kapsül A, B1, B2, B12, C ve E vitamini, %10-30 Aminoasit ve Protein, %15-30 Diyet Lif ve mineraller içerir. (...)Türkiye’de ilk kez Nutral Therapy etiketi ile tanıştığınız Perga Kapsül, kimyasal, koruyucu ve katkı maddesi içermez. Perga Kapsül’de helal sertifikalı, jelatin içermeyen bitkisel kapsül kullanılmaktadır.”* şeklinde,

https://www.facebook.com/nutraltherapy/ adresli internet sitesinin 26.11.2019 tarihli görünümünde; *"Propolis Zeytinyağı Özütü ve Perga Kapsül’den sonra sizleri yine Türkiye’de ilk kez Nutral Therapy etiketi ile sunduğumuz Apilarnil Kapsül’le tanıştırıyoruz. Apilarnil Kapsül aynı zamanda Türkiye’nin ilk ve tek erkeklere özel arı ürünü unvanına da sahip."*şeklinde,

https://www.instagram.com/nutraltherapy/ adresli internet sitesinin 27.11.2019 tarihli görünümünde yer alan; *"Perga Kapsül; A, B1, B2, B12, C ve E vitamini içerir. Alkol ve türevleri, kimyasal madde, katkı maddesi içermez. Üründe kullanılan kapsüller bitkiseldir, jelatin içermez."* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

**49)**

**Dosya No: 2019/9575**

**Şikayet Edilen:** **Numil Gıda Ürünleri san. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Aptamil Çocuk Devam Sütü” isimli ürün tanıtımları

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.ilkadimlarim.com](http://www.ilkadimlarim.com) adresli internet sitesinin 06.01.2020 tarihli görünümünde; *"Prebiyotik bileşenler, sindirim sistemini düzenlemeye ve bağışıklık sistemini desteklemeye yardımcı olan probiyotiklerin bağırsakta gelişimini ve yaşamını destekler."* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; 05.12.2018 tarihli ve 30616 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe giren 7151 sayılı Sağlıkla İlgili Bazı Kanun ve Kanun Hükmünde Kararnamelerde Değişiklik Yapılmasına Dair Kanunun 31 inci maddesinde *"Gıda ve takviye edici gıdaların etiketinde tanıtımında veya reklamında sağlık beyanı kullanılabilmesine Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Kurumunca izin verilir."* hükmünün yer aldığı,

Ancak, söz konusu mevzuat düzenlemesi yapılana kadar etiketinde Tarım ve Orman Bakanlığı mevzuatına uygun olarak sağlık beyanı yapılan gıdaların, 05.12.2018 tarihinden önce piyasada bulunması durumunda bu tarihten sonra da piyasaya arz edilebileceği anlaşıldığından, söz konusu reklamlarda Reklam Mevzuatı hükümlerine aykırı bir unsura rastlanmadığı ve dolayısıyla anılan reklamların 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 inci maddesine **aykırı olmadığına**  karar verilmiştir.

**50)**

**Dosya No: 2019/9578**

**Şikayet Edilen:** **Vitabiotics Sağlık Ürünleri Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Vitabiotics*”*markalı takviye edici gıda tanıtımları

**Reklam Yayın Tarihi:** 21.11.2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.vitabiotics.com.tr adresli internet sitesinin 21.11.2019 tarihli görünümünde; *“PREGNACARE HİM & HER CONCEPTİON; Bebek Sahibi Olmak İsteyen Çiftler İçin Beslenme Desteği. (…)Belki de hayatınızın en güzel kararlarından birini verip dünyaya bir bebek mi getirmek istiyorsunuz? Gebe kalma şansınızı arttırmak ve bedeninizi bu sürece hazırlamak için sağlıklı bir diyet programı ile vitamin mineral deponuzu desteklemeyi unutmayın. Pregnacare® Conception İngiltere’de 10 yılı aşkın süredir bebek sahibi olmak isteyen çiftler tarafından kullanılmaktadır. (…)Pregnacare® Conception’ı tercihen bebek sahibi olmak istediğiniz zamandan 3-6 ay öncesinden kullanmaya başlayabilirsiniz. Detaylı bilgi için doktorunuza veya eczacınıza danışınız. (…)Pregnacare Conception besin takviye tabletleri, gebe kalmaya çalışan kadınların benimsemesi gereken sağlıklı anlayışı desteklemeye yardımcı olmak için özel olarak formüle edilmiştir. Formül, dünya çapında yapılan ve hamilelikte bazı besin maddelerinin besin depolarının oluşturulmasında ve üreme sağlığının desteklenmesinde önemli bir rol oynayabildiğini gösteren çalışmalara dayanarak geliştirilmiştir. (…)WELLMAN ORIGINAL; Üreme Sağlığı. Erkekler menilerinde 5m çinko kaybettiklerinde çinkonun iyi düzeyde alınması gerekmektedir. Folik asit, demir, B12 vitamini, folik asit ve D vitamini hücre bölünmesine etkin bir role sahiptir. (…)29'dan fazla mikronutriyent içeren geniş kapsamlı bir formülasyona sahip olan Wellman, antreman sırasında optimum beslenme seviyelerini korumak, üreme sağlığını desteklemek ve yoğun hayat temposunda genel sağlık ve canlılığın korunmasına yardımcı olmak için Wellman basit bir çözümdür.(…)WELLWOMAN ORİGİNAL; Wellwoman Original formülasyonu, hormonal etkinliğin düzenlenmesine katkı bulunan B6 vitamini sağlamaktadır. Ayrıca çocuk yapmayı düşünüyorsanız veya hamile kalma ihtimaliniz var ise hamilelik boyunca karın dokularının normal büyümesine katkı sağlayan 400 mcg folik asit içermektedir. Formül, sinir sistemi normal çalışması ve sağlıklı bir psikolojiye katkı sağlayan Thiamine (B1) içermektedir. (…)”* şeklinde ifadelere yer verildiği,

Ayrıca anılan tanıtımlarda; *“İngiltere’nin en çok tercih edilen vitamin şirketi”, “İnovasyon alanında Kraliçe Ödülü 2013. Viabiotics inovasyon alanında kraliçe ödülü’nü alan tek İngiliz vitamin şirketi”, “Pregnacare. Annelerin en çok güvendiği marka. UK’s No1 Pregnancy brand”, “Osteocare her yaşta kadın ve erkeğin kemik sağlığını desteklemek için geliştirilmiş İngiltere'nin lider kemik sağlığı markasıdır. UK’s No1 for bones”* ve *“Birleşik Krallık Sağlık Bakanlığı, 5 yaşından büyük olan tüm çocukların günlük D vitamin takviyesini almasını gerektiğini tavsiye etmektedir.”* şeklinde ispata muhtaç ifadelere yer verildiği,

Ayrıca inceleme konusu ürünlerin “Vitabiotics” markası ile tanıtıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; inceleme konusu tanıtımlarda *“PREGNACARE HİM & HER CONCEPTİON; Bebek Sahibi Olmak İsteyen Çiftler İçin Beslenme Desteği. (…)Belki de hayatınızın en güzel kararlarından birini verip dünyaya bir bebek mi getirmek istiyorsunuz? Gebe kalma şansınızı arttırmak ve bedeninizi bu sürece hazırlamak için sağlıklı bir diyet programı ile vitamin mineral deponuzu desteklemeyi unutmayın. Pregnacare® Conception İngiltere’de 10 yılı aşkın süredir bebek sahibi olmak isteyen çiftler tarafından kullanılmaktadır. (…)Pregnacare® Conception’ı tercihen bebek sahibi olmak istediğiniz zamandan 3-6 ay öncesinden kullanmaya başlayabilirsiniz. Detaylı bilgi için doktorunuza veya eczacınıza danışınız. (…)Pregnacare Conception besin takviye tabletleri, gebe kalmaya çalışan kadınların benimsemesi gereken sağlıklı anlayışı desteklemeye yardımcı olmak için özel olarak formüle edilmiştir. Formül, dünya çapında yapılan ve hamilelikte bazı besin maddelerinin besin depolarının oluşturulmasında ve üreme sağlığının desteklenmesinde önemli bir rol oynayabildiğini gösteren çalışmalara dayanarak geliştirilmiştir. (…)WELLMAN ORIGINAL; Üreme Sağlığı. Erkekler menilerinde 5m çinko kaybettiklerinde çinkonun iyi düzeyde alınması gerekmektedir. Folik asit, demir, B12 vitamini, folik asit ve D vitamini hücre bölünmesine etkin bir role sahiptir. (…)29'dan fazla mikronutriyent içeren geniş kapsamlı bir formülasyona sahip olan Wellman, antreman sırasında optimum beslenme seviyelerini korumak, üreme sağlığını desteklemek ve yoğun hayat temposunda genel sağlık ve canlılığın korunmasına yardımcı olmak için Wellman basit bir çözümdür.(…)WELLWOMAN ORİGİNAL; Wellwoman Original formülasyonu, hormonal etkinliğin düzenlenmesine katkı bulunan B6 vitamini sağlamaktadır. Ayrıca çocuk yapmayı düşünüyorsanız veya hamile kalma ihtimaliniz var ise hamilelik boyunca karın dokularının normal büyümesine katkı sağlayan 400 mcg folik asit içermektedir. Formül, sinir sistemi normal çalışması ve sağlıklı bir psikolojiye katkı sağlayan Thiamine (B1) içermektedir. (…)”* şeklinde endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç ifadeler kullanılarak mevzuatta izin verilen sağlık beyanlarının dışına çıkan tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği, böylelikle söz konusu ürünlerin insan fizyolojisine ve/veya metabolizmasına etki eden bir “tıbbi ürün” gibi tanıtıldığı, ayrıca şayet anılan ürünler söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “gıda takviyesi” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilen ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuat gereği yasak olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

- 5996 sayılı Veteriner Hizmetleri, Bitki Sağlığı, Gıda ve Yem Kanunu’nun 23/2 ve 24/3 maddeleri,

- 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 **Vitabiotics Sağlık Ürünleri Ticaret A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**51)**

**Dosya No: 2019/1152**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait "*ye kazan*" başlıklı kampanyada yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan incelemeler sonucunda söz konusu internet reklamlarında; “*Ye-Kazan'a Hoş Geldin!, Adrese teslim online siparişlerinde kazanacağın her 5 Dilim’e 1 orta boy Cazip / Favori Pizza bizden hediye!”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda konusu internet reklamlarında; *“Ye-Kazan'a Hoş Geldin!, Adrese teslim online siparişlerinde kazanacağın her 5 Dilim’e 1 orta boy Cazip / Favori Pizza bizden hediye!*" şeklinde ifadelere yer verildiği fakat söz konusu kampanyada yer alan "5 Dilim" ifadesinin tüketicilerde anlam karışıklığına sebep olarak tüketiciler tarafından "5 adet pizza" şeklinde algılandığı ve bu sebeple 5 adet ve üzeri sipariş verildiği dolayısıyla söz konusu kampanyalara ilişkin reklam ve tanıtımların aldatıcı-yanıltıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7 ve 15 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

Buna göre, reklam veren **Pizza Restaurantları A.Ş.** hakkında,6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **69.086 TL (Altmışdokuzbinseksenaltı** **Türk** Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezalarıverilmesine karar verilmiştir.

**52)**

**Dosya No: 2019/12285**

**Şikayet Edilen:** **Ferrero Türkiye Çikolata Ve Tarım Ürünleri San. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait *"kazandıran kavanozlar"* başlıklı kampanyada yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** Söz konusu televizyon reklamlarında; *“evet çocuklar gösteri zamanı, hokus pokus işte karşınızda nutella lambası, sıra bende, abra kadabra işte karşınızda nutella bluetooth hoparlörü, nutelladan kazandıran kavanozlar, nutella uygulamasını indir, kapağın altındaki kodu uygulamaya gir, puanları topla hediyeni seç, detaylar için nutella.com.tr”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firma tarafından yapılan açıklamalar ve tarafımızca yapılan araştırmalar doğrultusunda bahsi geçen televizyon reklamlarında yer alan tanıtımlarda herhangi bir aykırılık olmadığı anlaşılmış olup; anılan reklamların Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin ilgili hükümleri ile 6502 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 ve 62 nci maddelerine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**53)**

**Dosya No: 2019/12589**

**Şikayet Edilen: Ünsal Plastik Ambalaj San. Ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.mumiyo.com.tr](http://www.mumiyo.com.tr)adresli internet sitesinin 2019 tarihli görünümünde yer alan Mumiyo isimli ürüne ilişkin reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.mumiyo.com.tradresli internet sitesinin 2019 tarihli görünümünde, Mumiyo isimli ürünün *“Kırıkları olan hastalarda vücut direncini, T-hücresi bağışıklığını ve fagosit aktiviteyi artırır. Pıhtılaşmayı iyileştirerek kan akışını düzenler, böylece hasarlı dokularda daha hızlı konjesyon ve hematom çözülmesi görülür."* şeklinde ifadeler kullanıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; inceleme konusu tanıtımlarda endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç ifadeler kullanılarak mevzuatta izin verilen sağlık beyanlarının dışına çıkan tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği, böylelikle söz konusu ürünlerin insan fizyolojisine ve/veya metabolizmasına etki eden bir “tıbbi ürün” gibi tanıtıldığı, ayrıca şayet anılan ürünler söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “gıda takviyesi” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilen ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuat gereği yasak olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, mevzuata aykırılık teşkil eden söz konusu tanıtımların,

- Sağlık Beyanı İle Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 4-c, 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, 8/1, 8/2, 8/3, 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 **Ünsal Plastik Ambalaj San. ve Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**54)**

**Dosya No: 2019/12761**

**Şikayet Edilen: Farmatek İç ve Dış Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.bigjoy.com.tradresli internet sitesinin 2019 tarihli görünümündeyer alanBigjoyL-Carnitine Thermo ve Bigjoy Terminator isimli ürünlere ilişkin reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.bigjoy.com.tr adresli internet sitesinin 2019 tarihli görünümünde, söz konusu ürünlere ilişkin olarak “*yağ yakıcı* ve *kilo kaybettirici”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** www.bigjoy.com.tr adresli internet sitesinin 2019 tarihli görünümünde “yağ yakıcı ve kilo kaybettirici” 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 4-c, 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, 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 **Farmatek İç ve Dış Ticaret A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**55)**

**Dosya No: 2019/12645**

**Şikayet Edilen: Pizza Restaurantları A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** İstanbul Tepenautilus alış veriş merkezinde yer alan görsellere göre, Dominos Pizza restaurantından 31 Temmuz 2019 tarihinde menüden ve restaurantın arkasında yer alan panodan sipariş verildiği ancak gelen siparişin söz konusu görselle arasında çok fark olduğu, iade etmek istediğini alamayacaklarını, bu sebeple tüketicilerin yanıltıldığı ve şikayete konu hususun tüketici mağduriyetine yol açtığı iddia edilmektedir.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Yayınlandığı Mecra:** Menü, Restaurant panosu

**Tespitler:** Bol Malzemos Pizza isimli ürünün şirket tarafından reklamlarda içerisinde bulunduğu belirtilen malzemelerin tamamının tüketiciye teslim edildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar: “**Bol Malzemos Pizza”isimli ürün görsellerini içeren reklamlarda yer alan ifade ve görüntülerde reklam mevzuatına aykırı bir hususa rastlanmadığından, inceleme konusu reklamların 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**56)**

**Dosya No: 2019/12761**

**Şikayet Edilen: Şifalı Bitkisel Ürünler ve Kozmetik San. Ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.facebook.com/cocugumolsunistiyorum1/ ve https://twitter.com/ozguronbasiogli/isimli internet sitelerinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.facebook.com/cocugumolsunistiyorum1/ ve <https://twitter.com/> ozguronbasiogli**/** isimli internet sitelerine yönelik yapılan incelemelerde; “*Çocuk Sahibi Olamayanlara Dr. Özgür Onbaşıoğlu'ndan Bitkisel Kürler. Sorunuzu Gönderin, Cevaplayayım-Whatsapp Hattımız - 0552 344 05 67*. *İstanbul Ünv. Tıp Fak. Mezunu-Genel Cerrahi Uzmanı. Çocuk sahibi olamayanlar ve diğer rahatsızlıklarınız için 05523440567 Whatsapp hattıma yazınız*. *Murat Beyin Kürlerimizle toplam sperm sayısı 75 iken 216 milyon oldu. İleri hareketi 17 iken 32 oldu. Nusret Bey (35) Azosperm hastasıydı. 3 ay kürlerimizi kullandı. Sperm sayısı 0’dan 30 milyona ulaştı. Op. Dr. Özgür Onbaşıoğlu- Whatsapp Hattı- 0552 344 05 67*. *Diyarbakır’lı aile kürlerimizle sevindi. Hacı Bey (30) Eşi (20), 3 yıldır çocukları olmuyordu. Azosperm şikayeti olan Hacı Bey, 3 ay kürlerimizi kullandı. Eşi 7 Haftalık hamile. Kürlerimizle çocuklarına kavuştular. KIRIKAKALELİ ÇİFT SEVİNDİ. Eyüp Bey (35) Eşi Zuhal Hn(35). 12 yıllık evli olan çiftin bebeği olmuyordu. Op. Dr. Ozgür Onbaşıoğlu’nun kürleri ile Zuhal Hn 1 aylık gebe*” şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu reklamlarda endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç ifadeler kullanılarak mevzuatta izin verilen sağlık beyanlarının dışına çıkan tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği, böylelikle söz konusu kürlerin insan fizyolojisine ve/veya metabolizmasına etki eden bir “tıbbi ürün” gibi tanıtıldığı, ayrıca şayet anılan kürlerin 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, belirtilen tüm bu hususların;

Dolayısıyla, mevzuata aykırılık teşkil eden söz konusu tanıtımların,

- Sağlık Beyanı İle Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 4-c, 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, 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 **Şifalı Bitkisel Ürünler ve Kozmetik San. Ve Tic. Ltd. Şti.** 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.

**TURİZM**

**57)**

**Dosya No: 2019/64**

**Şikayet Edilen: Bahira Turizm İnşaat Dış Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından “Bahira Suite Hotel” adlı tesise yönelik olarak tanıtım broşürleri ile otel rezervasyon hizmeti sağlayan muhtelif internet sitelerinde yer verilen reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Yayınlandığı Mecra:** Broşür, İnternet

**Tespitler:** Yapılan incelemede, Akkaya Prodüksiyon Film Müzik Yap. Rek. Yay. Tan. ve Org. Hizm. Ltd. Şti. unvanlı firmanın belge sahibi olduğu “Bey Marmara Suite Apartments Hotel” isimli tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığından 30/11/2010 tarih ve 12693 sayılı “Müstakil Apart Otel Turizm İşletmesi Belgesi” bulunmakla birlikte halihazırda Bahira Turizm İnşaat Dış Ticaret Ltd. Şti. tarafından “Bahira Suite Hotel” adı altında işletilmekte olduğu, bu kapsamda, “Müstakil Apart Otel Turizm İşletmesi Belgesi” bulunan tesisin, anılan firma tarafından, tanıtım broşürlerinde ve www.tatilbudur.com, www.otelz.com, www.tripadvisor.com.tr, www.odamax.com, www.trivago.com.tr, www.tatilsepeti.com, www.etstur.com adresli internet sitelerinin 31.07.2019 tarihli görünümlerinde yer alan reklam ve tanıtımlarda “Suite Hotel” olarak tanıtımının yapıldığı, ayrıca tesis bünyesinde yer alan bir hizmet biriminin tanıtım broşürlerinde “Rellaks SPA” adıyla tanıtıldığı hususları tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Akkaya Prodüksiyon Film Müzik Yap. Rek. Yay. Tan.ve Org. Hizm. Ltd. Şti. unvanlı firmanın belge sahibi olduğu “Bey Marmara Suite Apartments Hotel” isimli tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığından 30/11/2010 tarih ve 12693 sayılı “Müstakil Apart Otel Turizm İşletmesi Belgesi” bulunmakla birlikte halihazırda Bahira Tur. İnş. Dış Tic. Ltd. Şti. tarafından “Bahira Suite Hotel” adı altında işletilmekte olduğu,

Bu kapsamda, “Müstakil Apart Otel Turizm İşletmesi Belgesi” bulunan tesisin, firma tarafından, tanıtım broşürlerinde ve www.tatilbudur.com, www.otelz.com, www.tripadvisor.com.tr, www.odamax.com, www.trivago.com.tr, www.tatilsepeti.com, www.etstur.com adresli internet sitelerinin 31.07.2019 tarihli görünümlerinde yer alan reklam ve tanıtımlarda “Suite Hotel” olarak tanıtılmasının mevzuata aykırı, tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı olduğu,

Öte yandan, tesis bünyesinde yer alan ve tanıtıcı dokümanlarda "Rellaks Spa" olarak adlandırılan bölümün tanıtımında, Mülga Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine ilişkin Yönetmeliğin 14 üncü maddesi uyarınca "SPA" ibaresinin bulunmasının Kültür ve Turizm Bakanlığınca mevzuata aykırı olarak değerlendirildiği, bu durumun da;

- Turizmi Teşvik Kanunu’nun 5/a maddesi,

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

- Mülga Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmeliğin 14 ve 16 ncı maddeleri,

- 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 **Bahira Turizm İnşaat Dış Ticaret Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**58)**

**Dosya No: 2019/1604**

**Şikayet Edilen: Ekşioğlu Turizm Yat. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından “Karasu Otel” adlı tesise yönelik olarak tesis logosunda, tesis tanıtımına ilişkin basılı materyaller üzerinde ve www.otelkarasu.com.tr ve www.otelz.com adresli internet sitelerinde yer verilen reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, Broşür

**Tespitler:** Yapılan incelemede, “Karasu Otel” adlı tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan alınmış “2 Yıldızlı Otel Turizm İşletmesi Belgesi” nin 04.03.2019 tarihinde iptal edildiği, bu itibarla, anılan tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan alınmış “Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi” bulunmamasına karşın tesis logosunda, tesis tanıtımına ilişkin basılı materyaller üzerinde ve www.otelkarasu.com.tr ve www.otelz.com adresli internet sitelerinin 29.05.2019 tarihli görünümlerinde yer alan reklam ve tanıtımlarda “3 Yıldızlı Otel” olarak tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** “Karasu Otel” adlı tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan alınmış “2 Yıldızlı Otel Turizm İşletmesi Belgesi” nin 04.03.2019 tarihinde iptal edildiği, bu itibarla, anılan tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan alınmış “Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi” bulunmamasına karşın tesis logosunda, tesis tanıtımına ilişkin basılı materyaller üzerinde ve www.otelkarasu.com.tr ve www.otelz.com adresli internet sitelerinin 29.05.2019 tarihli görünümlerinde yer alan reklam ve tanıtımlarda “3 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,

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

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna ,

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

**59)**

**Dosya No: 2019/9491**

**Şikayet Edilen: Hotel Barlas Turizm İnş. Emlak Taş. Otom. İth. İhr. Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından “Edasu Hotels Ölüdeniz” adlı tesise yönelik olarak muhtelif internet sitelerinde yer verilen reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan incelemede, “Edasu Hotels Ölüdeniz” adlı tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan “Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi” bulunmamasına karşın www.tripadvisor.com.tr ve www.google.com.tr adresli internet sitelerinin 23.10.2019 tarihli görünümlerinde yer alan reklam ve tanıtımlarda “3 Yıldızlı Otel” olarak tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** “Edasu Hotels Ölüdeniz” adlı tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan “Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi” bulunmamasına karşın www.tripadvisor.com.tr ve www.google.com.tr adresli internet sitelerinin 23.10.2019 tarihli görünümlerinde yer alan reklam ve tanıtımlarda “3 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 **Hotel Barlas Turizm İnş. Emlak Taş. Otom. İth. İhr. 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.

**60)**

**Dosya No: 2019/9544**

**Şikayet Edilen: Bay Arma Turizm İnşaat Gıda Sanayi Ve Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından “Otel Palmariva Club Kaplan ex Kaplan Paradise” adlı tesise yönelik olarak otel rezervasyon hizmeti sağlayan muhtelif internet sitelerinde yer verilen reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan incelemede, Otek İnşaat Yatırımları Turizm Tic. ve San. A.Ş. unvanlı firma sahipliğindeki “Armas Kaplan Paradise” adlı tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan “4 Yıldızlı Otel Turizm İşletmesi Belgesi” bulunmakla birlikte hali hazırda bir kiralama sözleşmesi kapsamında Bay Arma Turizm İnşaat Gıda Sanayi Ve Ticaret Ltd. Şti. tarafından “Otel Palmariva Club Kaplan ex Kaplan Paradise” adı altında işletilmekte olduğu,

Bu kapsamda, “Otel Palmariva Club Kaplan ex Kaplan Paradise” adı altında işletilen ve “4 Yıldızlı Otel Turizm İşletmesi Belgesi” bulunan tesisin www.zenhotels.com adresli internet sitesinin 24.06.2019 tarihli görünümünde yer alan reklam ve tanıtımlarda “5 Yıldızlı Otel” olarak, www.trivago.com.tr adresli internet sitesinin 18.10.2019 tarihli görünümünde yer alan reklam ve tanıtımlarda yine “5 Yıldızlı Otel” olarak, www.agoda.com adresli internet sitesinin 18.10.2019 tarihli görünümünde yer alan reklam ve tanıtımlarda ise “Armas Kaplan Paradise” adı altında “5 Yıldızlı Otel” olarak tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Otek İnşaat Yatırımları Turizm Tic. ve San. A.Ş. unvanlı firma sahipliğindeki “Armas Kaplan Paradise” adlı tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan “4 Yıldızlı Otel Turizm İşletmesi Belgesi” bulunmakla birlikte hali hazırda bir kiralama sözleşmesi kapsamında Bay Arma Turizm İnşaat Gıda Sanayi Ve Ticaret Ltd. Şti. tarafından “Otel Palmariva Club Kaplan ex Kaplan Paradise” adı altında işletilmekte olduğu,

Bu kapsamda, “Otel Palmariva Club Kaplan ex Kaplan Paradise” adı altında işletilen ve “4 Yıldızlı Otel Turizm İşletmesi Belgesi” bulunan tesisin www.zenhotels.com adresli internet sitesinin 24.06.2019 tarihli görünümünde yer alan reklam ve tanıtımlarda “5 Yıldızlı Otel” olarak, www.trivago.com.tr adresli internet sitesinin 18.10.2019 tarihli görünümünde yer alan reklam ve tanıtımlarda yine “5 Yıldızlı Otel” olarak, www.agoda.com adresli internet sitesinin 18.10.2019 tarihli görünümünde yer alan reklam ve tanıtımlarda ise “Armas Kaplan Paradise” adı altında “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,

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

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre, reklam veren **Bay Arma Turizm İnşaat Gıda 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.

**61)**

**Dosya No: 2019/11196**

**Şikayet Edilen: TT Hotels Turkey Otel Hizmetleri Tur. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından “Hydros Club Hotel” adlı tesise yönelik olarak https://tr.tthotels.com/hotel-hydros-club-in-antalya/ URL adresinde yer verilen reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan incelemede, Yeni Mah. Şehit Polis Cemal Ilgaz Cad. No:1 Kemer/Antalya adresinde yer alan, belge sahibi Nathaş Tur. İnş. San. ve Tic. A.Ş. olan ve Kültür ve Turizm Bakanlığından 7111 belge numaralı “4 Yıldızlı Otel Turizm İşletmesi Belgesi” bulunan “Hydros Club Hotel” adlı tesisin, anılan firma ile TT Hotels Turkey Otel Hizmetleri Tur. ve Tic. A.Ş. arasında akdedilen kiralama sözleşmesi kapsamında halihazırda TT Hotels Turkey Otel Hizmetleri Tur. ve Tic. A.Ş. tarafından işletilmekte olduğu,

Bu kapsamda, “Hydros Club Hotel” adlı tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan “4 Yıldızlı Otel Turizm İşletmesi Belgesi” bulunmakla birlikte, https://tr.tthotels.com/hotel-hydros-club-in-antalya/ URL adresinin 30.10.2019 tarihli görünümünde yer alan reklam ve tanıtımlarda “5 Yıldızlı Otel” olarak tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yeni Mah. Şehit Polis Cemal Ilgaz Cad. No:1 Kemer/Antalya adresinde yer alan, belge sahibi Nathaş Tur. İnş. San. ve Tic. A.Ş. olan ve Kültür ve Turizm Bakanlığından 7111 belge numaralı “4 Yıldızlı Otel Turizm İşletmesi Belgesi” bulunan “Hydros Club Hotel” adlı tesisin, anılan firma ile TT Hotels Turkey Otel Hizmetleri Tur. ve Tic. A.Ş. arasında akdedilen kiralama sözleşmesi kapsamında halihazırda TT Hotels Turkey Otel Hizmetleri Tur. ve Tic. A.Ş. tarafından işletilmekte olduğu,

Bu kapsamda, “Hydros Club Hotel” adlı tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan “4 Yıldızlı Otel Turizm İşletmesi Belgesi” bulunmakla birlikte, https://tr.tthotels.com/hotel-hydros-club-in-antalya/ URL adresinin 30.10.2019 tarihli görünümünde 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 **TT Hotels Turkey Otel Hizmetleri Tur. ve Tic. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **85.480 TL (Seksenbeşbindörtyüzseksen Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**62)**

**Dosya No: 2019/12464**

**Şikayet Edilen: Ali Yavuz Otel Turizm İnş. Paz. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından “D’lux Hotel” adlı tesise yönelik olarak tesis dış cephesinde, tesis tabelasında ve http://www.dluxboutiquehotel.com.tr/ 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, “D’lux Hotel” adlı tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan “Butik Otel Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi” bulunmamasına karşın tesis dış cephesinde, tesis tabelasında ve http://www.dluxboutiquehotel.com.tr/ adresli internet sitesi ile www.odamax.com, www.trivago.com.tr, www.tripadvisor.com.tr, www.etstur.com, www.otelz.com, www.neredekal.com, www.tatilsepeti.com, www.setur.com.tr adresli internet sitelerinin 28.06.2019 tarihli görünümlerinde yer alan reklam ve tanıtımlarda, “D’lux Butik Hotel”, “Butik” ve “D’lux Boutique Hotel” ibareleriyle “Butik Otel” olarak tanıtıldığı;

Benzer şekilde, “D’lux Hotel” adlı tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan “Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi” bulunmamasına karşın www.dluxboutiquehotel.com.tr adresli internet sitesinin 28.06.2019 tarihli görünümünde yer alan reklam ve tanıtımlarda “5 Yıldız kalitesinde Boutique Hotel” ibareleri ile tanıtıldığı; www.setur.com.tr adresli internet sitesinin 28.06.2019 tarihli görünümünde yer alan reklam ve tanıtımlarda ise “3 Yıldızlı Otel” olarak tanıtımının yapıldığı hususları tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** “D’lux Hotel” adlı tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan “Butik Otel Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi” bulunmamasına karşın tesis dış cephesinde, tesis tabelasında ve http://www.dluxboutiquehotel.com.tr/ adresli internet sitesi ile www.odamax.com, www.trivago.com.tr, www.tripadvisor.com.tr, www.etstur.com, www.otelz.com, www.neredekal.com, www.tatilsepeti.com, www.setur.com.tr adresli internet sitelerinin 28.06.2019 tarihli görünümlerinde yer alan reklam ve tanıtımlarda, “D’lux Butik Hotel”, “Butik” ve “D’lux Boutique Hotel” ibareleriyle “Butik Otel” olarak tanıtılmasının tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı olduğu,

Benzer şekilde, “D’lux Hotel” adlı tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan “Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi” bulunmamasına karşın www.dluxboutiquehotel.com.tr adresli internet sitesinin 28.06.2019 tarihli görünümünde yer alan reklam ve tanıtımlarda “5 Yıldız kalitesinde Boutique Hotel” ibareleri ile 5 yıldızlı bir turizm tesisi gibi tanıtımının yapılması ile www.setur.com.tr adresli internet sitesinin 28.06.2019 tarihli görünümünde yer alan reklam ve tanıtımlarda “3 Yıldızlı Otel” olarak tanıtımının yapılmasının 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 **Ali Yavuz Otel Turizm İnş. Paz. ve Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**63)**

**Dosya No: 2019/12465**

**Şikayet Edilen: Emfa Grup Turizm ve Otelcilik Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından “Alonya Beach Hotel” adlı tesise yönelik olarak www.alonyabeachresort.com ve www.otelz.com adresli internet sitelerinde yer verilen reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan incelemede, “Alonya Beach Hotel” adlı tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan “Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi” bulunmamasına karşın firmaya ait www.alonyabeachresort.com adresli internet sitesi ile www.otelz.com adresli internet sitesinin 10.06.2019 tarihli görünümlerinde yer alan reklam ve tanıtımlarda “4 Yıldızlı Otel” olarak tanıtıldığı,

Diğer yandan, Bakanlığımıza ulaşan tüketici şikayetinin incelenmesinden, “Alonya Beach Hotel” adlı tesisin tanıtımına yönelik olarak www.tatil.com adresli internet sitesinde yer verilen tesis fotoğrafları ile tesiste sunulan hizmetler ve tesis niteliklerine ilişkin olarak yayınlanan bilgi ve tanıtımların gerçek durumu yansıtmadığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** “Alonya Beach Hotel” adlı tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan “Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi” bulunmamasına karşın firmaya ait www.alonyabeachresort.com adresli internet sitesi ile www.otelz.com adresli internet sitesinin 10.06.2019 tarihli görünümlerinde yer alan reklam ve tanıtımlarda “4 Yıldızlı Otel” olarak tanıtılmasının tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı olduğu,

Diğer yandan, Bakanlığımıza ulaşan bir tüketici şikayetine ilişkin olarak, “Alonya Beach Hotel” adlı tesisin tanıtımına yönelik olarak www.tatil.com adresli internet sitesinde yer alan tesis fotoğrafları ile incelemeye konu turizm tesisinde sunulan hizmetler ile tesis niteliklerine ilişkin olarak yayınlanan bilgi ve tanıtımların gerçek durumu yansıtmadığı, 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,

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

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre, reklam veren **Emfa Grup Turizm ve Otelcilik 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.

**64)**

**Dosya No: 2019/12486**

**Şikayet Edilen: YKS Dan. İnş. Tur. Oto. Eml. San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından “Zümrüd-ü Anka Konakları” adlı tesise ilişkin olarak devre mülk satış ve pazarlama faaliyetleri kapsamında gerçekleştirilen ticari uygulamalar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Yayınlandığı Mecra:** Haksız Ticari Uygulama

**Tespitler:** Bakanlığımıza yapılan tüketici başvurusuna ilişkin olarak yapılan inceleme sonucunda; başvuru sahibi tüketicinin YKS Dan. İnş. Tur. Oto. Eml. San. ve Tic. Ltd. Şti. unvanlı işletme tarafından “Hediye Tatil Kazandınız” şeklinde bir vaat ile Mersin İli Erdemli İlçesinde bulunan bir tesise davet edildiği ve anılan tesiste düzenlenen tanıtım toplantısında tüketicilere psikolojik baskı ve zorlama yoluyla “Zümrüd-ü Anka Konakları” isimli tesisten devre mülk satışı yapıldığı hususları tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firma tarafından “Zümrüd-ü Anka Konakları” adlı tesise ilişkin olarak devre mülk satış ve pazarlama faaliyetleri kapsamında gerçekleştirilen ticari uygulamalarda, anket çalışmaları, soru-cevap formları ve benzeri yöntemlerle kişisel verileri elde edilen tüketicilere ulaşılarak Mersin İli Erdemli İlçesinde hediye tatil kazandıkları şeklinde vaatlerde bulunulduğu, bununla birlikte, firmanın gerçekte tüketicilere yönelik herhangi bir ücretsiz tatil uygulamasının olmadığı ve firma tarafından düzenlenen tanıtım toplantılarında devre mülk satışı yapabilmek adına tüketicilere bu şekilde yanıltıcı bilgilerin verildiği, bu kapsamda, ücretsiz tatil kazandıkları vaadiyle Erdemli’de bulunan bir tesise götürülen tüketicilerin anılan tesiste düzenlenen devre mülk tanıtım toplantısına katılımlarının zorunlu tutulduğu, söz konusu tanıtım toplantısında tüketicilere psikolojik baskı ve zorlama yoluyla “Zümrüd-ü Anka Konakları” adlı tesisten devre mülk satışı yapılmaya çalışıldığı, devre mülk satın almak istemeyen tüketicilerin yüksek müzik sesinin bulunduğu bir ortamda eşleriyle/yakınlarıyla görüşmelerine izin verilmeyerek, telefon ve internet kullanımları kısıtlanarak ve baskı kullanılarak ikna edilmeye çalışıldığı, bu hususlara ek olarak, tüketicilere, “satın alınan devre mülkün iki yıl sonra üç kat değer kazanmış olacağı, tüketicilerden ek hiçbir ücret talep edilmeyeceği, kira garantisinin bulunduğu, satın alınan devre mülkün kolaylıkla satılabileceği” şeklinde tesis nitelikleri, sözleşme şartları ve tüketicilerin yasal haklarına ilişkin olarak gerçekleri yansıtmayan aldatıcı nitelikte bilgiler verilerek tüketicilerin tecrübe ve bilgi noksanlıklarının istismar edildiği,

Diğer yandan, devre mülk satın aldıktan sonra 14 günlük yasal cayma süresi içinde cayma hakkını kullanmak isteyen tüketicilerin taleplerinin firma tarafından geri çevrildiği, cayma hakkını kullanmak isteyen tüketicilere psikolojik baskı ve hakaret içeren söylemlerde bulunulduğu,

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

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 62 nci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre, ticari uygulamada bulunan **YKS Dan. İnş. Tur. Oto. Eml. San. ve Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/13 üncü maddeleri uyarınca **6.907 TL (Altıbindokuzyüzyedi Türk Lirası) idari para ve anılan ticari uygulamaları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**65)**

**Dosya No: 2019/12542**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından www.obilet.com adresli internet sitesinde şehirlerarası yolcu taşımacılığı otobüs bilet satışı hizmetine ilişkin olarak gerçekleştirilen ticari uygulamalar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan incelemede, \*\*\*\*\*\*\* adlı tüketicinin 28.09.2019 tarihinde www.obilet.com adresli internet sitesinde gerçekleştirdiği 15225218 PNR numaralı işlemde, Yeni Ses Turizm (Yeni Ses Kütahya As Tur Turizm Seyahat Organizasyon Tekstil Petrol Ürünleri San. ve Tic. Ltd. Şti.) seyahat firmasının 28.09.2019 tarihli ve 13:30 kalkışlı Ankara AŞTİ-Sarıkaya otobüs seferinin 4 numaralı koltuğunu satın aldığı,

Tüketicinin satın alma işlemini 28.09.2019 tarihinde saat 10:06’da gerçekleştirdiği, tüketiciye saat 10:08:08’de www.obilet.com tarafından gönderilen ilk SMS iletisinde, *“Ses turizm biletiniz başarıyla oluştu. Birazdan gelecek sms ile kolayca otobüse binebilirsiniz.”* ifadelerine yer verilmekle birlikte, kısa bir süre sonra saat 10:08:33’te gönderilen SMS iletisinde ise, *“Ses Turizm firmasından almış olduğunuz biletinizin koltuk numarası operasyonel sebeplerden dolayı 16 olarak güncellenmiştir. Detaylı bilgi almak istemeniz halinde Canli Destek üzerinden veya 0850 532 6 58 numaralı telefon hattından bize ulaşabilirsiniz. İyi yolculuklar dileriz”* ifadelerine yer verilerek tüketicinin koltuk numarasının değiştirildiği bilgisinin tüketiciye bildirildiği hususları tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Bakanlığımıza yapılan şikayet başvurusunda, \*\*\*\*\*\*\* adlı tüketicinin 28.09.2019 tarihinde www.obilet.com adresli internet sitesinde gerçekleştirdiği 15225218 PNR numaralı işlemde, Yeni Ses Turizm (Yeni Ses Kütahya As Tur Turizm Seyahat Organizasyon Tekstil Petrol Ürünleri San. ve Tic. Ltd. Şti.) seyahat firmasının 28.09.2019 tarihli ve 13:30 kalkışlı Ankara AŞTİ-Sarıkaya otobüs seferinin 4 numaralı koltuğunu satın aldığı, sefer saati geldiğinde firma yetkilileri tarafından 4 numaralı koltuğun bir başkasına satıldığı, 16 numaralı koltuğun boş olduğu, www.obilet.com adresli internet sitesinden yapılan işlemin firmalarını bağlamadığı belirtilerek tüketiciye 16 koltuk numaralı biletin kesildiğinin belirtildiği,

Firma tarafından konuya ilişkin olarak yapılan açıklamadan, tüketicinin satın alma işlemini 28.09.2019 tarihinde saat 10:06’da gerçekleştirdiği, tüketiciye saat 10:08:08’de gönderilen ilk SMS iletisinde, “Ses turizm biletiniz başarıyla oluştu. Birazdan gelecek sms ile kolayca otobüse binebilirsiniz.” ifadelerine yer verilmekle birlikte, kısa bir süre sonra saat 10:08:33’te gönderilen SMS iletisinde ise, “Ses Turizm firmasından almış olduğunuz biletinizin koltuk numarası operasyonel sebeplerden dolayı 16 olarak güncellenmiştir. Detaylı bilgi almak istemeniz halinde Canli Destek üzerinden veya 0850 532 6 58 numaralı telefon hattından bize ulaşabilirsiniz. İyi yolculuklar dileriz” ifadelerine yer verilerek tüketicinin koltuk numarasının değiştirildiğinin firma tarafından da açıkça kabul edildiğinin anlaşıldığı, bu itibarla, tüketicinin firmaya ait www.obilet.com adresli internet sitesinde gerçekleştirdiği işlemde, 28.09.2019 tarihli ve saat 13:30 kalkışlı Ankara AŞTİ-Sarıkaya otobüs seferinin 4 numaralı koltuğunu satın aldığı halde koltuk numarasının bir başka koltuk ile değiştirilmesinin Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin “Haksız ticari uygulama yasağı” başlıklı 28 inci maddesinin, “(1) Tüketiciye yönelik bir ticari uygulamanın; mesleki özenin gereklerine uymaması ve ulaştığı ortalama tüketicinin ya da yöneldiği grubun ortalama üyesinin, bir mal veya hizmete ilişkin ekonomik davranış biçimini önemli ölçüde bozması veya bozma ihtimalinin olması durumunda haksız olduğu kabul edilir. Bir mal veya hizmete ilişkin tüketici işleminden önce, işlem sırasında veya işlem sonrasında haksız ticari uygulama yapılamaz. ” hükmüne aykırı bir haksız ticari uygulama olduğu, bu durumun da,

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 62 nci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna ,

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

**66)**

**Dosya No: 2019/12543**

**Şikayet Edilen: Mer Tur Mersin Turizm İnşaat Tarım San. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından “Hayıtlı Merada Termal Tatil Köyü & Sağlık Merkezi” adlı tesise ilişkin olarak devre tatil satış ve pazarlama faaliyetleri kapsamında gerçekleştirilen ticari uygulamalar ile anılan tesise yönelik olarak otel rezervasyon hizmeti veren muhtelif internet sitelerinde yer verilen reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Yayınlandığı Mecra:** Haksız Ticari Uygulama, İnternet

**Tespitler:** Bakanlığımıza yapılan tüketici başvurusuna ilişkin olarak yapılan inceleme sonucunda; başvuru sahibi tüketicinin Mer Tur Mersin Turizm İnşaat Tarım San. ve Tic. A.Ş. unvanlı işletme tarafından “Hediye Tatil Kazandınız” şeklinde bir vaat ile İzmir İli Dikili İlçesinde bulunan “Hayıtlı Merada Termal Tatil Köyü & Sağlık Merkezi” adlı tesise davet edildiği ve anılan tesiste düzenlenen tanıtım toplantısında tüketicilere psikolojik baskı ve zorlama yoluyla söz konusu tesisten devre tatil satışı yapıldığı

Öte yandan, “Hayıtlı Merada Termal Tatil Köyü & Sağlık Merkezi” adlı tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan “Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi” bulunmamasına karşın www.tripadvisor.com.tr, www.otelreferans.com ve www.google.com adresli internet sitelerinin 11.11.2019 tarihli görünümlerinde “5 Yıldızlı Otel” olarak tanıtımının yapıldığı hususları tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firma tarafından devre tatil satış ve pazarlama faaliyetleri kapsamında gerçekleştirilen ticari uygulamalarda, anket çalışmaları ve soru-cevap formları ile kişisel verileri toplanan tüketicilere ulaşılarak “Hayıtlı Merada Termal Tatil Köyü & Sağlık Merkezi” adlı tesisten hediye tatil kazandıkları şeklinde vaatlerde bulunulduğu, ücretsiz konaklama hizmetinden yararlanılacağı düşüncesiyle firmanın davetine icabet eden ve toplu olarak söz konusu tesise ulaşımları sağlanan tüketicilerin anılan tesiste gerçekleştirilen tanıtım toplantısına katılımlarının zorunlu tutulduğu, bu kapsamda, firma tarafından düzenlenen toplu tanıtım organizasyonunda tüketicilere psikolojik baskı ve zorlama yoluyla söz konusu tesisten devre tatil satışı yapılmaya çalışıldığı, devre tatil satın almak istemeyen tüketicilerin yüksek müzik sesinin bulunduğu bir ortamda eşleriyle/yakınlarıyla görüşmelerine izin verilmeyerek, telefon ve internet kullanımları kısıtlanarak ve baskı kullanılarak ikna edilmeye çalışıldığı, bu hususlara ek olarak, söz konusu tanıtım toplantılarında tüketicilere, “tesisin devlet destekli olduğu, tesis müşterileri arasında hakim, savcı, emniyet müdürü, baro başkanı gibi kişilerin bulunduğu, toplantı günü teklif edilen fiyatın cazip olduğu” şeklinde tesis nitelikleri, sözleşme şartları ve tüketicilerin yasal haklarına ilişkin olarak gerçekleri yansıtmayan aldatıcı nitelikte bilgiler verilerek tüketicilerin tecrübe ve bilgi noksanlıklarının istismar edildiği, diğer taraftan, bir devre tatil satın aldıktan sonra 14 günlük yasal cayma süresi içinde cayma hakkını kullanmak isteyen tüketicilerin taleplerinin firma tarafından geri çevrildiği, cayma hakkını kullanmak isteyen tüketicilere tehdit ve hakaret içeren söylemlerde bulunulduğu,

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

Öte yandan, firmanın tüketicilere yönelik herhangi bir ücretsiz tatil uygulamasının olmadığı ve ücretsiz tatil hizmetinin gerçekte firmadan devre tatil satın alan tüketicilere sunulduğu, firma tarafından düzenlenen tanıtım toplantılarında devre mülk satışı yapabilmek adına tüketicilere “ücretsiz tatil kazandınız, hediye tatil” şeklinde aldatıcı vaatlerde bulunulduğu,

Bu hususlara ek olarak, “Hayıtlı Merada Termal Tatil Köyü & Sağlık Merkezi” adlı tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan “Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi” bulunmamasına karşın www.tripadvisor.com.tr, www.otelreferans.com ve www.google.com adresli internet sitelerinin 11.11.2019 tarihli görünümlerinde “5 Yıldızlı Otel” olarak tanıtımının yapılmasının tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı olduğu, tüm bu hususların da;

- Turizmi Teşvik Kanunu’nun 5/a maddesi,

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 7/5-g, 9/1, 9/2, 9/3, 9/4, 9/5, 28, 29, 30, 31 ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 ve 62 nci maddeleri,

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre, ticari uygulamada bulunan ve reklam veren **Mer Tur Mersin Turizm İnşaat Tarım San. ve Tic. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/13 üncü maddeleri uyarınca **85.480 TL (Seksenbeşbindörtyüzseksen Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları ve haksız ticari uygulamaları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**67)**

**Dosya No: 2020/43**

**Şikayet Edilen: Yeni Ses Kütahya As Tur Tur. Sey. Org. Teks. Pet. Ürn. San. ve Tic. Ltd. Şti .**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından www.obilet.com adresli internet sitesinde şehirlerarası yolcu taşımacılığı otobüs bilet satışı hizmetine ilişkin olarak gerçekleştirilen ticari uygulamalar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan incelemede, \*\*\*\*\*\*\*adlı tüketicinin 28.09.2019 tarihinde www.obilet.com adresli internet sitesinde gerçekleştirdiği 15225218 PNR numaralı işlemde, Yeni Ses Turizm (Yeni Ses Kütahya As Tur Turizm Seyahat Organizasyon Tekstil Petrol Ürünleri San. ve Tic. Ltd. Şti.) seyahat firmasının 28.09.2019 tarihli ve 13:30 kalkışlı Ankara AŞTİ-Sarıkaya otobüs seferinin 4 numaralı koltuğunu satın aldığı,

Tüketicinin satın alma işlemini 28.09.2019 tarihinde saat 10:06’da gerçekleştirdiği, tüketiciye saat 10:08:08’de www.obilet.com tarafından gönderilen ilk SMS iletisinde, *“Ses turizm biletiniz başarıyla oluştu. Birazdan gelecek sms ile kolayca otobüse binebilirsiniz.”* ifadelerine yer verilmekle birlikte, kısa bir süre sonra saat 10:08:33’te gönderilen SMS iletisinde ise, *“Ses Turizm firmasından almış olduğunuz biletinizin koltuk numarası operasyonel sebeplerden dolayı 16 olarak güncellenmiştir. Detaylı bilgi almak istemeniz halinde Canli Destek üzerinden veya 0850 532 6 58 numaralı telefon hattından bize ulaşabilirsiniz. İyi yolculuklar dileriz”* ifadelerine yer verilerek tüketicinin koltuk numarasının değiştirildiği bilgisinin tüketiciye bildirildiği hususları tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Bakanlığımıza yapılan şikayet başvurusunda, \*\*\*\*\*\*\* adlı tüketicinin 28.09.2019 tarihinde www.obilet.com adresli internet sitesinde gerçekleştirdiği 15225218 PNR numaralı işlemde, firmaya ait Yeni Ses Turizm Seyahat’in 28.09.2019 tarihli ve 13:30 kalkışlı Ankara AŞTİ-Sarıkaya otobüs seferinin 4 numaralı koltuğunu satın aldığı, sefer saati geldiğinde firma yetkilileri tarafından 4 numaralı koltuğun bir başkasına satıldığı, 16 numaralı koltuğun boş olduğu, www.obilet.com adresli internet sitesinden yapılan işlemin firmayı bağlamadığı belirtilerek tüketiciye 16 koltuk numaralı biletin kesildiğinin belirtildiği,

Konuya ilişkin olarak www.obilet.com sahibi Obilet Bilişim Sistemleri A.Ş. tarafından yapılan açıklamada, www.obilet.com ile Yeni Ses Kütahya As Tur Tur. Sey. Org. Teks. Pet. Ürn. San. ve Tic. Ltd. Şti. arasında Yeni Ses Turizm tarafından sağlanan şehirlerarası yolcu taşımacılığı hizmetine ilişkin biletlerin www.obilet.com adresli internet sitesinden satışına ilişkin olarak 01.07.2017 tarihinde Hizmet ve Komisyon Sözleşmesi akdedildiği ve söz konusu Hizmet Sözleşmesi’nin 2.1.3. maddesinde, “Satış Kanalları üzerinden gerçekleştirilen satışlara ilişkin biletin oluşturulması ve ödemenin alınması sorumluluğu Obilet'e aittir. Bununla birlikte, sefer saatleri ve sürelerini, saat ve/veya sefer değişikliklerini, sefer iptallerini ve satın alınan biletin kullanımına ilişkin her türlü güncellemeyi, bileti satın alan kişi ve Obilet ile derhal paylaşma Taşıyıcı Firma’nın yükümlülüğü olup söz konusu değişiklik, iptal ve güncellemelerin Obilet ve/veya Müşteri ile paylaşılmaması sebebiyle oluşacak zararlardan Obilet sorumlu değildir. ” hükmünün yer aldığının belirtildiği,

Bu kapsamda, tüketicinin www.obilet.com adresli internet sitesinde gerçekleştirdiği işlemde 28.09.2019 tarihli ve saat 13:30 kalkışlı Ankara AŞTİ-Sarıkaya otobüs seferinin 4 numaralı koltuğunu satın aldığı halde tüketicinin koltuk numarasının firma tarafından bir başka koltuk ile değiştirilmesinin ve firma ile Obilet Bilişim Sistemleri A.Ş. arasında bir hizmet sözleşmesinin varlığına rağmen tüketiciye “Obilet’ten yapılan işlemlerin firmayı bağlamadığı” şeklinde beyanlarda bulunulmasının, Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin “Haksız ticari uygulama yasağı” başlıklı 28 inci maddesinin, “(1) Tüketiciye yönelik bir ticari uygulamanın; mesleki özenin gereklerine uymaması ve ulaştığı ortalama tüketicinin ya da yöneldiği grubun ortalama üyesinin, bir mal veya hizmete ilişkin ekonomik davranış biçimini önemli ölçüde bozması veya bozma ihtimalinin olması durumunda haksız olduğu kabul edilir. Bir mal veya hizmete ilişkin tüketici işleminden önce, işlem sırasında veya işlem sonrasında haksız ticari uygulama yapılamaz.” hükmüne aykırı bir haksız ticari uygulama olduğu, bu durumun da,

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 62 nci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre, ticari uygulamada bulunan **Yeni Ses Kütahya As Tur Tur. Sey. Org. Teks. Pet. Ürn. San. ve Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan haksız ticari uygulamaları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**68)**

**Dosya No: 2018/3423**

**Şikayet Edilen: Tripenia Bilişim Turizm Seyahat Acentası ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.turna.com adresli internet sitesinde yayınlanan *“Koşulsuz Uçak Bileti İptal Hizmeti ile %90 Para İadesi Al”*başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2018-2019

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Tripenia Bilişim Turizm Seyahat Acentası ve Tic. A.Ş.’yeait www.turna.com adresli internet sitesinde yayınlanan *“Koşulsuz Uçak Bileti İptal Hizmeti ile %90 Para İadesi Al”* başlıklı reklamlarda, *“Promosyon Biletleri de Koşulsuz İptal Et Uçak biletini "Koşulsuz Bilet İptal Hizmeti" ile satın al, uçuşa 2 saat kalana kadar keyfine göre iptal et. Turna.com’da "Koşulsuz Bilet İptal Hizmeti" ile bilet ücretinin %90'ı iade!” , “Bu Bilet İptal Edilebilir mi Diye Düşünme Turna'dan koşulsuz bilet iptal hizmeti ile promosyonlu veya promosyonsuz, yurtiçi veya yurtdışı uçak biletini, planların değişirse diye endişelenmeden, rahatça alırsın.”, “Seyahatten Vazgeçtiysen Biletini Hemen İptal Et Koşulsuz bilet iptal hizmetiyle satın aldığın biletine, uçuşa 2 saat kalana kadar, sebebi ne olursa olsun, ister web sitesi üzerinden ister çağrı merkezimizi arayarak iptal talebini kolayca iletirsin.” , “Her Havayolu İçin Geçerli Bilet İptal Hakkın Var Koşulsuz iptal hizmeti ile iptal ettiğin biletin ücretinin %90’ını iade alırsın. Üstelik Anadolu Jet, Pegasus, Sunexpress veya hangi hava yolunun bileti olduğuna bakmadan, hepsini iptal edebilirsin. Biletini satın alırken koşulsuz bilet iptali güvencesini tercih etmeyi unutma.” , “Koşulsuz Bilet İptali, Uçuşa 2 saat kalana kadar bilet ücretinin %90'ı iade”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Tripenia Bilişim Turizm Seyahat Acentası ve Tic. A.Ş.’ye ait www.turna.com adresli internet sitesinde yayınlanan ***“Koşulsuz Uçak Bileti İptal Hizmeti ile*** *%90 Para İadesi Al”* başlıklı reklamlarda, *“Promosyon Biletleri de Koşulsuz İptal Et Uçak biletini "Koşulsuz Bilet İptal Hizmeti" ile satın al, uçuşa 2 saat kalana kadar keyfine göre iptal et. Turna.com’da "Koşulsuz Bilet İptal Hizmeti" ile bilet ücretinin %90'ı iade!” , “Seyahatten Vazgeçtiysen Biletini Hemen İptal Et Koşulsuz bilet iptal hizmetiyle satın aldığın biletine, uçuşa 2 saat kalana kadar, sebebi ne olursa olsun, ister web sitesi üzerinden ister çağrı merkezimizi arayarak iptal talebini kolayca iletirsin.” , “Biletini satın alırken koşulsuz bilet iptali güvencesini tercih etmeyi unutma.”* ifadelerine yer verilmek suretiyle söz konusu hizmetten yararlanabilmek için satın alma işlemi esnasında koşulsuz bilet iptal hizmetinin seçilmesi ve hizmet bedelinin ödenmesi gerektiği hususuna ilişkin tüketicilerin eksiksiz ve doğru bir şekilde bilgilendirildiği, bilet alım işleminden önce de bu hizmetin ekstra ücret karşılığı ve yolcunun tercihine bağlı olduğunun belirgin şekilde gösterildiği tespit edildiğinden, söz konusu reklamların tüketicileri aldatıcı nitelikte olduğu yönündeki iddianın gerçeği yansıtmadığı anlaşılmış, dolayısıyla anılan reklamların 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 inci maddesine **aykırı olmadığına** karar verilmiştir.

**69)**

**Dosya No: 2018/4894**

**Şikayet Edilen: Necib Turizm İnşaat Taahhüt San. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Akropol Hotel”*isimli turizm işletmesine ilişkin olarak www.otelz.com, www.tripadvisor.com.tr, www.halalbeds.com ve http://akropol.hotelsofalanya.com/tr adresli internet sitelerinde yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 26.12.2018

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Necib Turizm İnşaat Taahhüt San. ve Tic. A.Ş.’ye ait olup, 08.02.2019 tarihinde Erne Turizm Ticaret Ltd. Şti. unvanlı firma ile, otelde mevcut odaların satışını yapma, bu odalardan elde edilecek geliri tahsil etme, oteli bütünüyle işletme ve idare yetkisinin verilmesine ilişkin Otel İşletme Sözleşmesi imzalanan *“Akropol Hotel”* isimli tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığından Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi bulunmamasına karşın, www.otelz.com, www.tripadvisor.com.tr, www.halalbeds.com ve http://akropol.hotelsofalanya.com/tr adresli internet sitelerinin 26.12.2018 tarihli görünümlerinde yayınlanan reklamlarda *“4 Yıldızlı Otel”*şeklinde tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Necib Turizm İnşaat Taahhüt San. ve Tic. A.Ş.’ye ait olup, 08.02.2019 tarihinde Erne Turizm Ticaret Ltd. Şti. unvanlı firma ile, otelde mevcut odaların satışını yapma, bu odalardan elde edilecek geliri tahsil etme, oteli bütünüyle işletme ve idare yetkisinin verilmesine ilişkin Otel İşletme Sözleşmesi imzalanan *“Akropol Hotel”* isimli tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığından Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi bulunmamasına karşın, www.otelz.com, www.tripadvisor.com.tr, www.halalbeds.com ve http://akropol.hotelsofalanya.com/tr adresli internet sitelerinin 26.12.2018 tarihli görünümlerinde yayınlanan reklamlarda *“4 Yıldızlı Otel”* olarak tanıtımının yapılmasının tüketiciyi aldatıcı, yanıltıcı ve tüketici mağduriyetine yol açıcı 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 **Necib Turizm İnşaat Taahhüt San. ve Tic. A.Ş.** 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.

**70)**

**Dosya No: 2018/5714**

**Şikayet Edilen: Akbulut Kardeşler Tarım Ürünleri Unlu Mamulleri ve Özel Yurt İşletmeciliği Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Ecrin Apart Otel”* isimli tesise ait araç giydirme reklamları

**Reklam Yayın Tarihi:** 2018

**Yayınlandığı Mecra:** Araç giydirme reklamı

**Tespitler:** Akbulut Kardeşler Tarım Ürünleri Unlu Mamulleri ve Özel Yurt İşletmeciliği Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti.’ye ait olup, Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından 28.04.2016 tarih ve 16883 sayılı *“Müstakil Apart Otel Turizm İşletmesi Belgesi”* düzenlenmiş *“Ecrin Apart Otel”* isimli tesise ait araç giydirme reklamlarında *“Ecrin Deluxe Otel”* ibarelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Akbulut Kardeşler Tarım Ürünleri Unlu Mamulleri ve Özel Yurt İşletmeciliği Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti.’ye ait olup, Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından 28.04.2016 tarih ve 16883 sayılı *“Müstakil Apart Otel Turizm İşletmesi Belgesi”* düzenlenmiş *“Ecrin Apart Otel”* isimli tesise ait araç giydirme reklamlarında *“Ecrin Deluxe Otel”* ibarelerine yer verilmek suretiyle 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 **Akbulut Kardeşler Tarım Ürünleri Unlu Mamulleri ve Özel Yurt İşletmeciliği Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**71)**

**Dosya No: 2018/6552**

**Şikayet Edilen: Çınar Termal Turistik İşl. İnş. Taş. San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Grand Çınar Termal”* isimli tesisin tanıtımına yönelik olarak www.grandcinartermalotel.com ve www.cinartermal.com adresli internet sitelerinde yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 31.12.2018

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Çınar Termal Turistik İşl. İnş. Taş. San. ve Tic. Ltd. Şti.’ye ait *“Grand Çınar Termal”* isimlitesisin tanıtımına yönelik olarak www.grandcinartermalotel.com adresli internet sitesinin 31.12.2018 tarihli görünümünde yayınlanan reklamlarda, *“Grand Çınar Termal Afyonkarahisar Gazlıgöl'de unutulmaz bir termal tatil deneyimi”, “Suyun Şifasını Keşfedin”, “Termal Havuzlar; Tıpta ‘termomineral sular’ olarak adlandırılan termal suyun kaplıcada kullanılabilmesi için o suyun yeraltından çıkan doğal termal su olması, sıcaklığının 20 derece üzerinde bulunması, litresinde ise en az 1 gram mineral bulunması gerekmektedir. (…) Suyun rahatlatıcı ve dinlendirici etkisi, rehabilitasyonun kritik öneme sahip olduğu beyin felci celebral palsy (spastik) çocuk felci (polio) gibi nörolojik rahatsızlıkların rehabilitasyonunda olumlu sonuçlar elde edilmesini sağlamaktadır. (…) Termal suyun ayrıca ruhi yorgunluklar ve zihin yorgunluğu gibi şikayetlerin giderilmesinde faydaları bulunmaktadır. Ortopedik rahatsızlıkların tedavisinde, termal su sayesinde etkili sonuçlar elde edilmektedir. Ortopedik veya iskelet sistemine yönelik ameliyatlar sonrasında oluşan eklem tutuklukları, kazalardan veya ameliyatlardan kalan sekeller, eklem donmaları ve adale sertliklerinin rehabilitasyonunda termal su tedavisinin öenmli yeri bulunmaktadır.”, “Sağlık Bakanlığı Temel Sağ. Hiz. Gen. Müd. Tıbbi Değerlendirme Kurulu Raporu 1.Analiz Raporuna Göre Doğal Tedavi Unsurunun Tıbbi Niteliğinin Tanımlanması: (suyun/peloidin tanımı) TC Sağlık Bakanlığı Refik Saydam Hıfzıssıhha Merkezi Başkanlığının 06.10.2011 gün ve 33386 protokol nolu analiz raporu ile TAEK Sarayköy Nükleer Araştırma ve Eğitim Merkezinin 10.08.2011 gün ve SD11002585 sayılı raporuna göre toplam mineralizasyonu 4255 mg/Lt, kaynak çıkış sıcaklığı 60°C olan mineralli su 2-Niteliğine Göre Doğal Tedavi Unsurunun Tibbi Balneolojik Tanımlanması: Anılan örnek 4255 mg/Lt toplam mineralizasyona sahip, florürlu (3,28 mg/Lt), sodyumlu (802mg/Lt), bikarbonati (2905 mg/Lt) karışık nitelikli mineralli sudur. Tamamlayıcı tedavi unsuru olarak hekim kontrolünde uygun sıcaklığa getirilerek banyo uygulamaları şeklinde inflamatuvar romatizmal hastalıklarının (romatiod artrit, ankilozan spondilit başta olmak üzere) kronik dönemlerinde. kronik bel ağrısı, osteoartit gibi noninflamatuvar eklem hastalıklarının: mivozit, tendinit, travma, fibromiyalji sendromu yumuşak doku hastalıklarının tedavisinde, ortopedik operasyonlar, beyin ve sinir cerrahisi sonrası gibi uzun süreli hareketsiz kalma durumlarında mobilizasyon çalışmalarında, kronik dönemdeki seçilmiş nörolojik rahatsızlıklarda cerebral palsy gibi hastalıkların tedavisinde rehabilitasyon amacıyla, stres bozukluğu, nörovejetatif distoniler örneklerindeki gibi genel stres bozukluklarında ve spor yaralanmalarında kullanılabilir niteliktedir. Seçilmiş olgularda mide bağırsak sisteminin fonksiyonel rahatsızlıklarında, hekim kontrolünde ve tanımlanmış kür süresi boyunca olmak şartıyla içme kürlerinde kullanılabilir.”* ifadelerine;www.cinartermal.com.tr adresli internet sitesinin 31.12.2018 tarihli görünümünde yayınlanan reklamlarda ise *“Termal suyun tedavisinde yardımcı olduğu hastalıklar; Romatizmal hastalıklar, Romotaid Artrit (İltihaplı eklem romatizmaları), Ankilozan Spondilit (Omurganın zamanla hareketsiz hale geldiği hastalık türü), Osteortrozlar (Kireçlenmeler), Sedef benzeri deri hastalıkları, Yumuşak doku romatizması (Fibromiyalji, mafsal ağrıları), Bel ve boyun fıtıkları, siyafalji gibi disk hastalıkları, Fasia – Tendon hastalıkları, Safra kesesi, böbrek ve idrar yolu hastalıkları, Mekanik bel ve boyun ağrıları, Çeşitli ortopedik ameliyatlardan sonra eklemlerde oluşan tutukluk ve sertlikler, Mide ve bağırsak hastalıkları (Sindirim sistemi rahatsızları), Nörolojik hastalıklar (Nevraljiler, paraliziler gibi sinir ağrıları ve felçler), Kas hastalıkları, Demir oranını düzenleyerek organizmanın güçlenmesi, bünyesel zayıflıkların giderilmesi, Uzun süre devam eden bazı iltihaplı hastalıklar, Erkeklerde cinsel işlev bozuklukları (Empontants) ve kısırlık sorunları, Stres ve strese bağlı tüm sorunlar, Uykusuzluk, asabiyet, fiziksel ve ruhsal yorgunluk, unutkanlık, Saç dökülmesi ve kırılması tırnak ve deri hastalıkları, Cilt güzelliği ve hastalıkları, Kronik ağrılar, Kadın hastalıklarının tedavisinde, İçme uygulamaları şeklinde osteoporozda, Üst gastrointestinal sistemin fonksiyonel rahatsızlıklarında”* şeklinde ifadelere yer verildiği; ancak Sağlık Bakanlığı Halk Sağlığı Genel Müdürlüğünce yapılan incelemeler sonucunda, *“Çınar Termal”* isimli tesisin Sağlık Bakanlığınca düzenlenmiş “Endikasyon Raporu” ve Afyonkarahisar İl Sağlık Müdürlüğü tarafından verilmiş “Kaplıca İşletme İzni” bulunmadığı hususlarının tespit edildiği, dolayısıyla anılan tesisin Kaplıcalar Yönetmeliği hükümleri doğrultusunda kaplıca işletme izni bulunmamasına karşın, inceleme konusu reklamlarda *“Termal Tesis”* şeklinde tanıtımının yapıldığı, ayrıca söz konusu tesisin Sağlık Bakanlığınca düzenlenmiş “Endikasyon Raporu” bulunmamasına karşın, anılan internet sitelerinde termal suyun endikasyonuna ilişkin olarak gerçeği yansıtmayan ifadelere yer verildiği; bununla birlikte, söz konusu tesisin tanıtımına yönelik olarak www.cinartermal.com.tr adresli internet sitesinde yayınlanan reklamlarda, *“(…) Avrupa’nın ve Türkiye’nin en büyük, en gözde termal tatil köyü olan Çınar Termal (…)”* şeklinde ispata muhtaç ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Çınar Termal Turistik İşl. İnş. Taş. San. ve Tic. Ltd. Şti.’ye ait *“Grand Çınar Termal”* isimlitesisin tanıtımına yönelik olarak www.grandcinartermalotel.com adresli internet sitesinin 31.12.2018 tarihli görünümünde yayınlanan reklamlarda, *“Grand Çınar Termal Afyonkarahisar Gazlıgöl'de unutulmaz bir termal tatil deneyimi”, “Suyun Şifasını Keşfedin”, “Termal Havuzlar; Tıpta ‘termomineral sular’ olarak adlandırılan termal suyun kaplıcada kullanılabilmesi için o suyun yeraltından çıkan doğal termal su olması, sıcaklığının 20 derece üzerinde bulunması, litresinde ise en az 1 gram mineral bulunması gerekmektedir. (…) Suyun rahatlatıcı ve dinlendirici etkisi, rehabilitasyonun kritik öneme sahip olduğu beyin felci celebral palsy (spastik) çocuk felci (polio) gibi nörolojik rahatsızlıkların rehabilitasyonunda olumlu sonuçlar elde edilmesini sağlamaktadır. (…) Termal suyun ayrıca ruhi yorgunluklar ve zihin yorgunluğu gibi şikayetlerin giderilmesinde faydaları bulunmaktadır. Ortopedik rahatsızlıkların tedavisinde, termal su sayesinde etkili sonuçlar elde edilmektedir. Ortopedik veya iskelet sistemine yönelik ameliyatlar sonrasında oluşan eklem tutuklukları, kazalardan veya ameliyatlardan kalan sekeller, eklem donmaları ve adale sertliklerinin rehabilitasyonunda termal su tedavisinin öenmli yeri bulunmaktadır.”, “Sağlık Bakanlığı Temel Sağ. Hiz. Gen. Müd. Tıbbi Değerlendirme Kurulu Raporu 1.Analiz Raporuna Göre Doğal Tedavi Unsurunun Tıbbi Niteliğinin Tanımlanması: (suyun/peloidin tanımı) TC Sağlık Bakanlığı Refik Saydam Hıfzıssıhha Merkezi Başkanlığının 06.10.2011 gün ve 33386 protokol nolu analiz raporu ile TAEK Sarayköy Nükleer Araştırma ve Eğitim Merkezinin 10.08.2011 gün ve SD11002585 sayılı raporuna göre toplam mineralizasyonu 4255 mg/Lt, kaynak çıkış sıcaklığı 60°C olan mineralli su 2-Niteliğine Göre Doğal Tedavi Unsurunun Tibbi Balneolojik Tanımlanması: Anılan örnek 4255 mg/Lt toplam mineralizasyona sahip, florürlu (3,28 mg/Lt), sodyumlu (802mg/Lt), bikarbonati (2905 mg/Lt) karışık nitelikli mineralli sudur. Tamamlayıcı tedavi unsuru olarak hekim kontrolünde uygun sıcaklığa getirilerek banyo uygulamaları şeklinde inflamatuvar romatizmal hastalıklarının (romatiod artrit, ankilozan spondilit başta olmak üzere) kronik dönemlerinde. kronik bel ağrısı, osteoartit gibi noninflamatuvar eklem hastalıklarının: mivozit, tendinit, travma, fibromiyalji sendromu yumuşak doku hastalıklarının tedavisinde, ortopedik operasyonlar, beyin ve sinir cerrahisi sonrası gibi uzun süreli hareketsiz kalma durumlarında mobilizasyon çalışmalarında, kronik dönemdeki seçilmiş nörolojik rahatsızlıklarda cerebral palsy gibi hastalıkların tedavisinde rehabilitasyon amacıyla, stres bozukluğu, nörovejetatif distoniler örneklerindeki gibi genel stres bozukluklarında ve spor yaralanmalarında kullanılabilir niteliktedir. Seçilmiş olgularda mide bağırsak sisteminin fonksiyonel rahatsızlıklarında, hekim kontrolünde ve tanımlanmış kür süresi boyunca olmak şartıyla içme kürlerinde kullanılabilir.”* ifadelerine;www.cinartermal.com.tr adresli internet sitesinin 31.12.2018 tarihli görünümünde yayınlanan reklamlarda ise *“Termal suyun tedavisinde yardımcı olduğu hastalıklar; Romatizmal hastalıklar, Romotaid Artrit (İltihaplı eklem romatizmaları), Ankilozan Spondilit (Omurganın zamanla hareketsiz hale geldiği hastalık türü), Osteortrozlar (Kireçlenmeler), Sedef benzeri deri hastalıkları, Yumuşak doku romatizması (Fibromiyalji, mafsal ağrıları), Bel ve boyun fıtıkları, siyafalji gibi disk hastalıkları, Fasia – Tendon hastalıkları, Safra kesesi, böbrek ve idrar yolu hastalıkları, Mekanik bel ve boyun ağrıları, Çeşitli ortopedik ameliyatlardan sonra eklemlerde oluşan tutukluk ve sertlikler, Mide ve bağırsak hastalıkları (Sindirim sistemi rahatsızları), Nörolojik hastalıklar (Nevraljiler, paraliziler gibi sinir ağrıları ve felçler), Kas hastalıkları, Demir oranını düzenleyerek organizmanın güçlenmesi, bünyesel zayıflıkların giderilmesi, Uzun süre devam eden bazı iltihaplı hastalıklar, Erkeklerde cinsel işlev bozuklukları (Empontants) ve kısırlık sorunları, Stres ve strese bağlı tüm sorunlar, Uykusuzluk, asabiyet, fiziksel ve ruhsal yorgunluk, unutkanlık, Saç dökülmesi ve kırılması tırnak ve deri hastalıkları, Cilt güzelliği ve hastalıkları, Kronik ağrılar, Kadın hastalıklarının tedavisinde, İçme uygulamaları şeklinde osteoporozda, Üst gastrointestinal sistemin fonksiyonel rahatsızlıklarında”* şeklinde ifadelere yer verildiği;

Ancak Sağlık Bakanlığı Halk Sağlığı Genel Müdürlüğünce yapılan incelemeler sonucunda, *“Çınar Termal”* isimli tesisin Sağlık Bakanlığınca düzenlenmiş “Endikasyon Raporu” ve Afyonkarahisar İl Sağlık Müdürlüğü tarafından verilmiş “Kaplıca İşletme İzni” bulunmadığı hususlarının tespit edildiği, dolayısıyla anılan tesisin Kaplıcalar Yönetmeliği hükümleri doğrultusunda kaplıca işletme izni bulunmamasına karşın, inceleme konusu reklamlarda *“Termal Tesis”* şeklinde tanıtımının yapılmasının tüketiciyi aldatıcı nitelikte olduğu, ayrıca söz konusu tesisin Sağlık Bakanlığınca düzenlenmiş “Endikasyon Raporu” bulunmamasına karşın, anılan internet sitelerinde termal suyun endikasyonuna ilişkin olarak gerçeği yansıtmayan, tüketicilerin bilgi ve tecrübe eksikliklerini istismar edici nitelikte ifadelere yer verildiği;

Bununla birlikte, söz konusu tesisin tanıtımına yönelik olarak www.cinartermal.com.tr adresli internet sitesinde yayınlanan reklamlarda, *“(…) Avrupa’nın ve Türkiye’nin en büyük, en gözde termal tatil köyü olan Çınar Termal (…)”* şeklinde ispata muhtaç ifadelere yer verilmek suretiyle tüketicilerin yanıltıldığı, tüm bu durumlarında;

- İnceleme konusu reklamların yayınlandığı dönemde yürürlükte bulunan mülga Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmeliğin 16 ncı ve 29 uncu maddeleri,

- 01.06.2019 tarih ve 30791 sayılı Resmi Gazete'de yayınlanarak yürürlüğe giren Turizm Tesislerinin Niteliklerine İlişkin Yönetmeliğin 16 ncı ve 27 nci maddeleri,

- Kaplıcalar Yönetmeliğinin 17 nci 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 **Çınar Termal Turistik İşl. İnş. Taş. San. ve 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.

**72)**

**Dosya No: 2018/6579**

**Şikayet Edilen: Dinleyici Turizm Reklam İnş. Taah. Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.onlinebilet.com.tc adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar ile söz konusu internet sitesine ilişkin olarak Google Adwords sistemi vasıtasıyla www.google.com adresli internet sitesinde yayınlanan sonuçlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2018-2019

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Dinleyici Turizm Reklam İnş. Taah. Tic. Ltd. Şti.’ye ait www.onlinebilet.com.tc adresli internet sitesinin, Google Adwords sistemi vasıtasıyla www.google.com adresli internet sitesinde çıkan sonuçlarda “anadolujet.onlinebilet.com.tc/ Anadolu Jet Uçak Bileti Ofisi” şeklinde ilk sırada tanıtımının yapıldığı, ayrıca anılan internet sitesinin ana sayfasında yalnızca AnadoluJet görsellerine ve *“En Ucuz & En Uygun”* şeklinde ispata muhtaç ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Dinleyici Turizm Reklam İnş. Taah. Tic. Ltd. Şti.’ye ait www.onlinebilet.com.tc adresli internet sitesinin, Google Adwords sistemi vasıtasıyla www.google.com adresli internet sitesinde çıkan sonuçlarda “anadolujet.onlinebilet.com.tc/ Anadolu Jet Uçak Bileti Ofisi” şeklinde ilk sırada tanıtımının yapıldığı, ayrıca anılan internet sitesinin ana sayfasında yalnızca AnadoluJet görsellerine yer verilmek suretiyle ortalama tüketiciler nezdinde söz konusu internet sitesinin AnadoluJet resmi internet sitesi olduğu algısı oluşturularak tüketicilerin yanıltıldığı ve söz konusu firmanın ticari itibarından haksız şekilde faydalanıldığı;

Diğer taraftan, inceleme konusu www.onlinebilet.com.tc adresli internet sitesinde yayınlanan reklamlarda, *“En Ucuz & En Uygun”* şeklinde ispata muhtaç ifadelere yer verilmek suretiyle ortalama tüketiciler nezdinde en ucuz uçak biletinin söz konusu internet sitesinden alınabileceği algısı oluşturularak tüketicilerin yanıltıldığı, dolayısıyla inceleme konusu reklamların tüketicileri aldatıcı, dürüst rekabet ilkelerine aykırıve tüketici mağduriyetine yol açıcı nitelikte olduğu, tüm bu durumların 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, 11, 12 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**73)**

**Dosya No: 2018/7234**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** Söz konusu firma tarafından tüketicilere yönelik olarak gerçekleştirilen ticari uygulamalar

**Ticari Uygulama Tarihi:** 2018

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Söz konusu tüketici şikayetine ilişkin olarak yapılan inceleme neticesinde, tüketicinin, kendisi de dahil beş kişi için PC8530 sefer sayılı, 20.12.18 tarihli, saat 12:55 kalkışlı, ES8- ERZ-hattındaki uçuşu ile PC8531 sefer sayılı, 23.12.18 tarihli, saat 14:40 kalkışlı, ERZ-ESB hattındaki uçuşuna, 1.004,90 TL karşılığında bilet satın aldığı, her iki uçuşun da operasyonel sebeplerle iptal edildiği, tüketicinin ilk olarak 19.11.2018 tarihinde, uçuşundan 31 gün önce çağrı merkezi tarafından arandığı ancak tüketiciye ulaşılamadığı, 27.11.2018 tarihinde kayıtlı e-posta adresine uçuş iptaline ilişkin olarak bilgilendirme yazısı gönderildiği, 20.11.2018 tarihinde, tüketici tarafından şirketin arandığı, kendisine uçuş iptali hakkında bilgi verildiği, seçimlik haklarının hatırlatıldığı ve tüketicinin talebi doğrultusunda 20.11.2018 tarihinde bilet ücretinin kendisine kesintisiz iade edildiği, ayrıca Altındağ Kaymakamlığı Tüketici Hakem Heyeti tarafından söz konusu tüketici şikayetine ilişkin olarak verilen 11.03.2019 tarihli kararda, tüketicinin şikayet konusu işlemden uçuşa bir aydan fazla zaman kala bilgi sahibi olduğu görüldüğünden, ilgili Yönetmelik hükmüne istinaden başvurunun reddinin uygun bulunduğunun ifade edildiği hususları tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu tüketici şikâyeti ile Havayolu ile Seyahat Eden Yolcuların Haklarına Dair Yönetmelik'in 6 ncı maddesinde yer alan *“Yolcular, 8 inci madde hükümlerine göre; Planlanan hareket zamanından en az iki hafta öncesinde iptalden haberdar edilmedikleri takdirde, uçuşu icra eden hava taşıma işletmesinden tazminat alma hakkına sahiptir.”* hükmü kapsamında yapılan inceleme neticesinde, tüketici tarafından satın alınan 20.12.2018 ve 23.12.2018 tarihli uçuşların operasyonel sebeplerle iptal edildiği, bununla birlikte tüketicinin, uçuş iptali konusunda bilgi verilmek üzere uçuşundan en az 14 gün önce, ilk uçuş tarihi olan 20.12.2018 tarihine bir ay kala arandığı, 19 gün kala e-mail ile bilgilendirildiği ve 20.11.2018 tarihinde tüketiciye bilet ücretinin kesintisiz iade edildiği tespit edildiğinden, söz konusu firma tarafından tüketiciye yönelik haksız ticari uygulamalarda bulunulduğu ve tüketici mağduriyetine sebebiyet verildiği yönündeki iddianın gerçeği yansıtmadığı anlaşılmış, dolayısıyla söz konusu ticari uygulamanın 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 inci ve 62 nci maddelerine **aykırı olmadığına** karar verilmiştir.

**74)**

**Dosya No: 2018/7498**

**Şikayet Edilen:** Cunda Rooms

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Cunda Rooms”*isimli tesise ilişkin olarak www.cundarooms.com, https://tr-tr.facebook.com, www.neredekal.com, www.odamax.com/tr, www.etstur.com, www.otelz.com, www.agoda.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 *“Cunda Rooms”* isimli tesise ilişkin olarak www.cundarooms.com, https://tr-tr.facebook.com, www.neredekal.com, www.odamax.com/tr, www.etstur.com, www.otelz.com, www.agoda.com, https://tr.hotels.com ve www.trivago.com.tr adresli internet sitelerinin 30.12.2018 tarihli görünümlerinde yayınlanan reklamlarda *“Cunda Rooms 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 Rooms”* isimli tesise ilişkin olarak www.cundarooms.com, https://tr-tr.facebook.com, www.neredekal.com, www.odamax.com/tr, www.etstur.com, www.otelz.com, www.agoda.com, https://tr.hotels.com ve www.trivago.com.tr adresli internet sitelerinin 30.12.2018 tarihli görünümlerinde yayınlanan reklamlarda *“Cunda Rooms 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 Rooms** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**75)**

**Dosya No: 2018/7499**

**Şikayet Edilen:** Cunda Sır Otel

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Cunda Sır Otel”* isimli tesise ilişkin olarak www.neredekal.com ve www.otelz.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 Sır Otel”* isimli tesise ilişkin olarak www.neredekal.com ve www.otelz.com adresli internet sitelerinin 30.12.2018 tarihli görünümlerinde yayınlanan reklamlarda *“Cunda Sır Butik Otel”* ifadesine 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 Sır Otel”* isimli tesise ilişkin olarak www.neredekal.com ve www.otelz.com adresli internet sitelerinin 30.12.2018 tarihli görünümlerinde yayınlanan reklamlarda *“Cunda Sır Butik Otel”* ifadesine 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 Sır Otel** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**76)**

**Dosya No: 2018/7500**

**Şikayet Edilen:** Cunda The Lara Otel

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Cunda The Lara Otel”* isimli tesise ilişkin olarak www.cundathelara.com, www.neredekal.com, www.otelz.com ve https://tr-tr.facebook.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 The Lara Otel”* isimli tesise ilişkin olarak www.cundathelara.com adresli internet sitesinin 30.12.2018 tarihli görünümünde yayınlanan reklamlarda *“Cunda’daki evinize hoşgeldiniz. The Lara Butik Otel”, “1924 Yılında Girit’ten Cunda adasına gelen Yavaş ailesi 3 kuşaktır Cunda adasında yaşamaktadır. 2018 yılında yaşadıkları evin tadilatını yaparak 3 katlı 7 odalı butik bir otel olarak hizmete sokmuşlardır.”* ifadelerine; www.neredekal.com, www.otelz.com ve https://tr-tr.facebook.com adresli internet sitelerinin 30.12.2018 tarihli görünümlerinde yayınlanan reklamlarda ise *“Cunda The Lara Butik Otel”* ifadelerine 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 The Lara Otel”* isimli tesise ilişkin olarak www.cundathelara.com adresli internet sitesinin 30.12.2018 tarihli görünümünde yayınlanan reklamlarda *“Cunda’daki evinize hoşgeldiniz. The Lara Butik Otel”, “1924 Yılında Girit’ten Cunda adasına gelen Yavaş ailesi 3 kuşaktır Cunda adasında yaşamaktadır. 2018 yılında yaşadıkları evin tadilatını yaparak 3 katlı 7 odalı butik bir otel olarak hizmete sokmuşlardır.”* ifadelerine; www.neredekal.com, www.otelz.com ve https://tr-tr.facebook.com adresli internet sitelerinin 30.12.2018 tarihli görünümlerinde yayınlanan reklamlarda ise *“Cunda The Lara Butik Otel”* ifadelerine 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 The Lara Otel** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**77)**

**Dosya No: 2018/7509**

**Şikayet Edilen:** Sema KARAGÜLLE

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Papazın Konağı Pansiyon”*isimli tesise ilişkin olarak https://balnet.net, www.etstur.com, www.neredekal.com, www.otelpuan.com, www.tripadvisor.com.tr ve www.otelz.com adresli internet sitelerinde yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 10.11.2019

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Kültür ve Turizm Bakanlığından Butik Otel Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi bulunmayan *“Papazın Konağı Pansiyon”* isimli tesise ilişkin olarak https://balnet.net, www.etstur.com, www.neredekal.com, www.otelpuan.com, www.tripadvisor.com.tr ve www.otelz.com adresli internet sitelerinin 10.11.2019 tarihli görünümlerinde yayınlanan reklamlarda *“Papazın Konağı Butik Otel”* ibarelerine 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 *“Papazın Konağı Pansiyon”* isimli tesise ilişkin olarak https://balnet.net, www.etstur.com, www.neredekal.com, www.otelpuan.com, www.tripadvisor.com.tr ve www.otelz.com adresli internet sitelerinin 10.11.2019 tarihli görünümlerinde yayınlanan reklamlarda *“Papazın Konağı Butik Otel”* ibarelerine yer verilmek suretiyle *“Butik Otel”* şeklinde tanıtım yapılmasının tüketiciyi aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu, bu durumun da;

- Turizmi Teşvik Kanunu’nun 5/a maddesi,

- 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 **Sema KARAGÜLLE** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**78)**

**Dosya No: 2018/8135**

**Şikayet Edilen:** Before Sunset Turizm İnş. San. ve Tic. A.Ş.

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Before Sunset”*isimli tesise ilişkin olarak www.beforesunsetcesme.com adresli internet sitesinde yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 11.01.2019, 05.02.2019

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Before Sunset Turizm İnş. San. ve Tic. A.Ş.’ye ait olup, Kültür ve Turizm Bakanlığından Butik Otel Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi bulunmayan *“Before Sunset”* isimli tesise ilişkin olarak www.beforesunsetcesme.com adresli internet sitesinin 11.01.2019 ve 05.02.2019 tarihli görünümlerinde yayınlanan reklamlarda, *“(…) boutique bir otel projesi olan Before Sunset Bungalows 8 adet denize sıfır teraslı bungalowdan oluşmaktadır.”* ifadelerine yer verilmek suretiyle *“Butik Otel”* şeklinde tanıtım yapıldığı, ayrıca inceleme konusu internet sitesinde *“500 kişilik şezlong kapasitesi”, “(…) Before Sunset hafta içi sakinlik arayanların haftasonu eğlenceden vazgeçmeyenlerin ağırlandığı Türkiye’nin en popüler ilk 3 plajı arasında yer almaktadır.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Before Sunset Turizm İnş. San. ve Tic. A.Ş.’ye ait olup, Kültür ve Turizm Bakanlığından Butik Otel Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi bulunmayan *“Before Sunset”* isimli tesise ilişkin olarak www.beforesunsetcesme.com adresli internet sitesinin 11.01.2019 ve 05.02.2019 tarihli görünümlerinde yayınlanan reklamlarda, *“(…) boutique bir otel projesi olan Before Sunset Bungalows 8 adet denize sıfır teraslı bungalowdan oluşmaktadır.”* ifadelerine yer verilmek suretiyle *“Butik Otel”* şeklinde tanıtım yapılmasının tüketiciyi aldatıcı nitelikte olduğu;

Diğer taraftan, 3621 sayılı Kıyı Kanunu kapsamında kıyılarımızın Devletin hüküm ve tasarrufu altında, herkesin eşit ve serbest olarak yararlanmasına açık olması nedeniyle, işyeri açma ve çalışma ruhsatı kapsamında işletme iznine tabii olamayacak ***“500 kişilik şezlong kapasitesi”*** vb tanımlamalarla hiçbir fonksiyon veya ünitenin işletmecinin tasarrufundaymış gibi reklamının yapılamayacağı ve pazarlanamayacağı, dolayısıyla bu kapsamda yayınlanan tanıtımların da bu yönüyle tüketiciyi yanıltıcı nitelikte olduğu;

Bununla birlikte, söz konusu tesisin tanıtımına yönelik olarak www.beforesunsetcesme.com adresli internet sitelerinde yayınlanan reklamlarda, *“(…) Before Sunset hafta içi sakinlik arayanların haftasonu eğlenceden vazgeçmeyenlerin ağırlandığı Türkiye’nin en popüler ilk 3 plajı arasında yer almaktadır.”* şeklinde ispata muhtaç ifadelere yer verilmek suretiyle tüketicilerin yanıltıldığı, tüm bu durumlarında;

- 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 **Before Sunset Turizm İnş. San. ve Tic. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**79)**

**Dosya No: 2019/94**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** Söz konusu firma tarafından tüketicilere yönelik olarak gerçekleştirilen ticari uygulamalar ile www.thy.com adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2018

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Söz konusu tüketici şikayetine ilişkin olarak yapılan inceleme neticesinde, tüketici tarafından şikayet konusu satın alma işlemine ilişkin herhangi bir ekran görüntüsü gönderilmediği, diğer taraftan tüketiciye bilet satış işlemi sonrasında gönderilen Online Bilet - Bilgi mesajında değişiklik ve iptal/iade hususunda *“Değişiklik Yapılamaz İptal/İade İzin Verilmez”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu tüketici şikâyetine ilişkin olarak mevcut bilgi ve belgeler kapsamında yapılan inceleme neticesinde, tüketici tarafından şikayet konusu satın alma işlemine ilişkin olarak ispat niteliğinde herhangi bir ekran görüntüsü gönderilmediği, diğer taraftan tüketiciye bilet satış işlemi sonrasında gönderilen Online Bilet - Bilgi mesajında değişiklik ve iptal/iade hususunda *“Değişiklik Yapılamaz İptal/İade İzin Verilmez”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edildiğinden, söz konusu firma tarafından tüketiciye bilgisi dışında promosyonlu bilet satışı yapılmak suretiyle tüketicinin yanıltıldığı ve tüketiciye yönelik haksız ticari uygulamada bulunulduğu yönündeki iddianın gerçeği yansıtmadığı anlaşılmış, dolayısıyla söz konusu tanıtım ve ticari uygulamanın 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 inci ve 62 nci maddelerine **aykırı olmadığına** karar verilmiştir.

**80)**

**Dosya No: 2019/10053**

**Şikayet Edilen:** Anaturka Turizm İnş. ve Tic. Ltd. Şti.

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Yelken Pansiyon”*isimli tesise ilişkin olarak, https://tr.hotels.com, www.tripadvisor.com.tr, www.pansiyonlar.net ve www.facebook.com adresli internet sitelerinde yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 25.11.2019

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Anaturka Turizm İnş. ve Tic. Ltd. Şti.’ye ait olup, Kültür ve Turizm Bakanlığından Butik Otel Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi bulunmayan *“Yelken Pansiyon”* isimli tesise ilişkin olarak https://tr.hotels.com, www.tripadvisor.com.tr, www.pansiyonlar.net ve www.facebook.com adresli internet sitelerinin 25.11.2019 tarihli görünümlerinde yayınlanan reklamlarda *“Yelken Butik Otel”* ibarelerine yer verilmek suretiyle *“Butik Otel”* şeklinde tanıtım yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Anaturka Turizm İnş. ve Tic. Ltd. Şti.’ye ait olup, Kültür ve Turizm Bakanlığından Butik Otel Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi bulunmayan *“Yelken Pansiyon”* isimli tesise ilişkin olarak https://tr.hotels.com, www.tripadvisor.com.tr, www.pansiyonlar.net ve www.facebook.com adresli internet sitelerinin 25.11.2019 tarihli görünümlerinde yayınlanan reklamlarda *“Yelken Butik Otel”* ibarelerine yer verilmek suretiyle *“Butik Otel”* şeklinde tanıtım yapılmasının tüketiciyi aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu, bu durumun da;

- Turizmi Teşvik Kanunu’nun 5/a maddesi,

- 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 **Anaturka Turizm İnş. ve Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**DİĞER**

**81)**

**Dosya No: 2019/2581**

**Şikayet Edilen: Şarmaşık Giyim İnş. Gıda Elekt. San. ve Dış Tic. Paz. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Sivas Primemall AVM’de yer alan mağazada ve www.instagram.com/tugbavenn adresli sosyal medya hesabında yapılan indirim kampanyası

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, afiş, etiket

**Tespitler:** Sivas Primemall AVM’de yer alan mağazada ve www.instagram.com/tugbavenn adresli sosyal medya hesabında yer alan indirim kampanyası kapsamında *"Son İndirim 1. Ürüne %70’e varan, 2. Ürüne Net %70 İndirim"* ifadesine yer verildiği, ancak 2. ürüne sağlanan net %70 indirimin etiketlerde yer alan indirimden önceki fiyata mı yoksa ilk indirimli fiyatına mı uygulanacağı hususunda anlam karışıklığına yol açıldığı ve söz konusu kampanya kapsamında mağazada satışa sunulan *“PN:Z9406 Tugba Tn Ekose Er”* isimli ürüne etiket fiyatı olan 349,99 TL üzerinden indirim uygulanarak 149,90 TL'den ve *“PN:Z7426 Tugba Tn Ekose Km”* isimli ürüne etiket fiyatı olan 339,98 TL üzerinden indirim uygulanarak 149,90 TL'den tüketicilere satıldığı, ancak 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 gereğianılan ürünlerin indirimden önceki fiyattan satışa sunulduğunun ispatlanması gerektiği ancak söz konusu hususun ispatlanamadığı ve mağazada ve www.instagram.com/tugbavenn adresli sosyal medya hesabında indirimli satışın başlangıçtarihine yer verilmediği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Sivas Primemall AVM’de yer alan mağazada ve www.instagram.com/tugbavenn adresli sosyal medya hesabında yer alan indirim kampanyası kapsamında *"Son İndirim 1. Ürüne %70’e varan, 2. Ürüne Net %70 İndirim"* ifadesine yer verildiği, ancak 2. ürüne sağlanan net %70 indirimin etiketlerde yer alan indirimden önceki fiyata mı yoksa ilk indirimli fiyatına mı uygulanacağı hususunda anlam karışıklığına yol açıldığı,

Bununla birlikte söz konusu kampanya kapsamında mağazada satışa sunulan *“PN:Z9406 Tugba Tn Ekose Er”* isimli ürüne etiket fiyatı olan 349,99 TL üzerinden indirim uygulanarak 149,90 TL'den ve *“PN:Z7426 Tugba Tn Ekose Km”* isimli ürüne etiket fiyatı olan 339,98 TL üzerinden indirim uygulanarak 149,90 TL'den tüketicilere satıldığı, ancak 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 gereğianılan ürünlerin indirimden önceki fiyattan satışa sunulduğunun ispatlanması gerektiği ancak söz konusu hususun ispatlanamadığı ve mağazada ve www.instagram.com/tugbavenn adresli sosyal medya hesabında indirimli satışın başlangıçtarihine yer verilmediği,

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

- 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 **Şarmaşık Giyim İnş. Gıda Elekt. San. ve Dış Tic. Paz. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/13 üncü maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**82)**

**Dosya No: 2019/10483**

**Şikayet Edilen: Kitapyurdu Yayıncılık ve İletişim A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait [www.kitapyurdu.com](http://www.kitapyurdu.com) adresli internet sitesinde yer verilen tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ait ilgili internet sitesinde söz konusu ürünün satışa sunulduğu ve ürünün satışının hangi kanaldan yapılacağı ile ilgili herhangi bir bilgilendirme yapılmadığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firmayaait anılan sitede yer verilen "Salondaki En Kötü Koltuk" isimli kitabın imzalı örneğinin satışa sunulduğu ancak tüketicilere gönderilen kitapların imzasız olduğu ve konuya ilişkin olarak ilgili internet sitesinde herhangi bir açıklamaya yer verilmemesine karşın firmaca mobil uygulama üzerinden satışa sunulan ürünlerde söz konusu kitabın bulunmadığı yönünde bir açıklamada bulunulduğu 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-a; 9/1; 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 **Kitapyurdu Yayıncılık ve İletişim A.Ş.** unvanlı firma hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri dahilinde belirtilen hususlara ilişkin olarak, **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**83)**

**Dosya No: 2019/12763**

**Şikayet Edilen: Şevket AKTÜRK**

**Şikayet Edilen Reklam:** İlgili şahıs tarafından üretilen Lazoğlu Sürmene Bıçaklarının ambalajında yer alan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj

**Tespitler:** Reklam Kurulu’nun 09.04.2019 tarih ve 283 sayılı toplantısında, Şevket Aktürk tarafından üretilen bıçakların üzerinde yer verilen “Sürmene Bıçakları” ifadesinin kullanılmasının, söz konusu ürünün 22.02.2018 tarih ve 329 sayı ile tescil altına alınan Sürmene Bıçağı coğrafi işaret tesciline uygun nitelikte üretilmediği gerekçesiyle mevzuata aykırı olması nedeniyle söz konusu reklam ve tanıtımların durdurulmasına karar verilmesine karşın Denizli Ticaret İl Müdürlüğü tarafından 06.11.2019 tarihinde yapılan denetimlerde tarafınızca söz konusu bıçakların satışının devam ettiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Reklam Kurulu’nun 09.04.2019 tarih ve 283 sayılı toplantısında, Şevket Aktürk tarafından üretilen bıçakların üzerinde yer verilen “Sürmene Bıçakları” ifadesinin kullanılmasının, söz konusu ürünün 22.02.2018 tarih ve 329 sayı ile tescil altına alınan Sürmene Bıçağı coğrafi işaret tesciline uygun nitelikte üretilmediği gerekçesiyle mevzuata aykırı olması nedeniyle söz konusu reklam ve tanıtımların durdurulmasına karar verilmesine karşın Denizli Ticaret İl Müdürlüğü tarafından 06.11.2019 tarihinde yapılan denetimlerde tarafınızca söz konusu bıçakların satışının devam ettiği tespit edilmiş olup bu durumun da tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiştir.

- 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 **Şevket AKTÜRK** adlı şahıs 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.

**84)**

**Dosya No: 2019/8680**

**Şikâyet Edilen: İmeks Otomotiv Ürünleri San. Tic. Ltd. Şti (Autowax)**

**Şikâyet Edilen Reklâm:** Yakala.co adresli internet sitesinde satılan kupon kampanyalarına ilişkin ifadeler

**Reklam Yayın Tarihi:** Mart 2019

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Şikayet sahibi tüketicinin "Yakala.co" adlı internet sitesinden araç yıkama için indirim kuponu satın aldığı, bunu takiben anılan sitede; *"Tebrikler \*\*\* \*\*\*! Aşağıdaki fırsat/fırsatlar için kupon kodu/kodların oluşturuldu. Autowaxlarda araç temizlik ve bakım fırsatının –Cilalı Yıkama, Ozonla Dezenfektasyon ve Sterilizasyon Paketi- seçeneği kupon kodları; 6956793033 ve 0322603295...Fırsatını keyifle kullanmanı dileriz."* şeklinde ifadelere yer verildiği yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan değerlendirmeler sonucunda, anılan tüketici tarafından "Yakala.co" adlı internet sitesinden araç yıkama için indirim kuponu satın alındığı*,* bunu takiben anılan sitede kupon kodları olarak “6956793033 ve 0322603295” şeklinde tüketiciye bildirimde bulunulduğu, nitekim anılan firmanın Ankara'daki şubelerinin kuponu kullandırma hususunda yardımcı olmadığı, tüketicinin arayıp mail atmasına rağmen firmanın Genel Müdürlüğünce de herhangi bir işlem yapılmadığı, bu süreçte kuponların süresi geçtiği için tüketicinin kuponları kullanamadığı, dolayısıyla anılan kampanyanın tüketicileri aldatıcı nitelikte olduğu

Diğer taraftan ilgili mevzuatın “İspat külfeti” başlıklı 9 uncu maddesinde yer alan *“(1) Reklam verenler ticari reklamlarında yer alan iddiaların doğruluğunu ispatla yükümlüdür…"* hükmüne rağmen, Bakanlığımızca anılan firmadan sorulan söz konusu kuponların akıbetine ilişkin herhangi bir açıklama yapılmadığı, firma tarafından Bakanlığımıza gönderilen cevabi yazının genel açıklamalardan ibaret olduğu ve herhangi bir hukuki delile yer verilmediği,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7, 9, 13, 14, 18, 28, 29 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

Buna göre, reklâm veren **İmeks Otomotiv Ürünleri San. Tic. Ltd. Şti (Autowax)** unvanlı firmahakkında, söz konusu tanıtımlar ve ticari uygulamalar ile ilgili olarak, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**85)**

**Dosya No: 2020/18**

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

**Şikâyet Edilen Reklâm:** *"Migros'ta müthiş cuma başladı! Apple Iphone 11 64 GB cep telefonu (çeşitli renk seçenekleri) 7.999 TL 5.999 TL, 26-29 Kasım"* başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** Kasım 2019

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, Televizyon, Broşür

**Tespitler:** *"Migros'ta müthiş cuma başladı! Apple Iphone 11 64 GB cep telefonu (çeşitli renk*

*seçenekleri) 7.999 TL 5.999 TL, 26-29 Kasım"* başlıklı broşürlerde yer alan ifadeler ile,

Sosyal medya mecraları üzerinde yayınlanan; *"Migros'ta müthiş cuma başladı! 26-29 Kasım tarihleri arasında TÜM 5M Migroslarda Apple Iphone 11 64 GB cep telefonu 7.999 TL 5.999 TL..."* şeklinde ifadeler ve,

Televizyon kanallarında yayınlanan reklamlardaki seslendirmelerde; *"Migros'ta müthiş cuma salıdan başlar. Salıdan cumaya Migros'a gel Iphone 11 64 GB'a sadece 5.999 TL'ye sahip ol. Yüzlerce üründe müthiş indirimleri kaçırma!"* şeklinde ifadeler ile alt yazıda; *"Bu fiyatlar 26-29 Kasım 2019 tarihlerinde Money kart veya Money bonus ile yapılan alışverişlerde geçerlidir. Kampanya stoklarla sınırlıdır. Stok adedi:90"* şeklindeki ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, söz konusu kampanyanın M ve 5M mağazalarında geçerli olduğu, 200 adet olduğu belirtilen telefon stoğunun Bakanlığımıza sunulan listede tüm Türkiye genelinde 25 İl'e paylaştırıldığı, dolayısıyla anılan reklam kampanyasının televizyon ve sosyal medya gibi tüm Türkiye geneline hitap eden mecralarda duyurulması sebebiyle tüketiciler tarafından bahsi geçen telefonun tüm Türkiye'de yeterli miktarda satışa sunulacağı yönünde algılandığı, buna rağmen sadece 25 ilde satışa sunulmasının tüketicileri aldatıcı olduğu,

Diğer taraftan kampanyanın *26-29 Kasım 2019 tarihlerinde* geçerli olacağı ifade edilmesine rağmen tüketiciler tarafından 26 Kasımda gelmesi beklenen stokların hangi gün hangi mağazaya geleceği hususunun belirsiz olması sebebiyle 81 ilde kampanyadan haberdar olan tüketicilerin kampanya süresince Migros mağazalarına yöneleceği, bu suretle hem müşterilerin eksik bilgilendirildiği hem de haksız rekabete neden olunduğu,

Bir diğer taraftan anılan ürünün mahiyeti gereği verilmesi gereken ancak hangi şehirlerde/hangi mağazalarda kaç adet stoğun satılacağı bilgisinin alt yazıda verilmemesi veya bu stok/mağaza listesini gösterecek bir internet sitesi adresine yönlendirme yapılmaması veyahut Türkiye geneline ilişkin bir açıklamaya yer verilerek tüketicilerin aydınlatılmaması hususları ile çağrı merkezlerinin de mağaza özünde stok bilgisini haiz olmamaları sebebiyle müşteri algısının televizyon reklamlarında yer alan "stok adedi:90" ibaresi açısından M ve 5M bütün bayilerde 90 adet stoğun olduğu şeklinde yanlış yönlendirildiği,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7, 9, 13, 14,18, 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 **Migros Ticaret A.Ş.** unvanlı firmahakkında, söz konusu tanıtımlar ve ticari uygulamalar ile ilgili olarak, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**HAKSIZ TİCARİ UYGULAMALAR**

**86)**

**Dosya No: 2019/12115**

**Şikayet Edilen: Hedef Basın Yayın Hizmetleri (Nazan ALTINÖZ)**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından gerçekleştirilen haksız ticari uygulamalar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Yayınlandığı Mecra:** Diğer

**Tespitler:** Firma tarafından tüketicilere İngilizce online ders verildiği belirtilerek 14 günlük cayma hakkı olduğu ve bu süre zarfında internet sitesinin ücretsiz kullanılacağının söylendiği, memnun kalınmadığı takdirde sözleşme üzerindeki numarayı arayıp iptal etmenin yeterli olduğunun belirtildiği, 14 günlük süre içerisinde firmayı arayarak cayma hakkını kullanmak isteyen tüketicilere iptal işleminin onaylandığı söylenmesine rağmen iptal işleminin gerçekleştirilmediği dolayısıyla cayma hakkını kullanmak isteyen tüketicilere cayma hakkının kullandırılmadığı ve tüketicilerin ödeme yapmaya zorlandırıldığı dolayısıyla tüketicilere yönelik ticari uygulamanın, ortalama tüketicinin bilinçli olarak karar verme yeteneğini azaltarak normal şartlar altında taraf olmayacağı bir tüketici işlemine taraf olmasına yol açtığı ve tüketicilerin ekonomik davranış biçimini önemli ölçüde bozduğu,

Bununla birlikte firma tarafından tüketicilere cayma hakkını sözleşme üzerindeki numarayı arayarak gerçekleştirebileceklerinin belirtildiği, 14 günlük süre içerisinde firmayı arayarak cayma hakkını kullanmak isteyen tüketicilere iptal işleminin onaylandığının söylendiği ancak iptal işleminin gerçekleştirilmediği iddiasının firma tarafından kabul edilmediği belirtilmiş olmasına rağmen bu hususun ispatlanmadığı dolayısıyla tüketicilerin sahip olduğu yasal haklar konusunda tüketicileri aldatan ya da aldatma ihtimali olan aldatıcı eylemlerde bulunduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firma tarafından tüketicilere İngilizce online ders verildiği belirtilerek 14 günlük cayma hakkı olduğu ve bu süre zarfında internet sitesinin ücretsiz kullanılacağının söylendiği, memnun kalınmadığı takdirde sözleşme üzerindeki numarayı arayıp iptal etmenin yeterli olduğunun belirtildiği, 14 günlük süre içerisinde firmayı arayarak cayma hakkını kullanmak isteyen tüketicilere iptal işleminin onaylandığı söylenmesine rağmen iptal işleminin gerçekleştirilmediği dolayısıyla cayma hakkını kullanmak isteyen tüketicilere cayma hakkının kullandırılmadığı ve tüketicilerin ödeme yapmaya zorlandırıldığı dolayısıyla tüketicilere yönelik ticari uygulamanın, ortalama tüketicinin bilinçli olarak karar verme yeteneğini azaltarak normal şartlar altında taraf olmayacağı bir tüketici işlemine taraf olmasına yol açtığı ve tüketicilerin ekonomik davranış biçimini önemli ölçüde bozduğu,

Bununla birlikte firma tarafından tüketicilere cayma hakkını sözleşme üzerindeki numarayı arayarak gerçekleştirebileceklerinin belirtildiği, 14 günlük süre içerisinde firmayı arayarak cayma hakkını kullanmak isteyen tüketicilere iptal işleminin onaylandığının söylendiği ancak iptal işleminin gerçekleştirilmediği iddiasının firma tarafından kabul edilmediği belirtilmiş olmasına rağmen bu hususun ispatlanmadığı dolayısıyla tüketicilerin sahip olduğu yasal haklar konusunda tüketicileri aldatan ya da aldatma ihtimali olan aldatıcı eylemlerde bulunduğu

Dolayısıyla inceleme konusu ticari uygulamanın;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7, 9, 28, 29, 30 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Hedef Basın Yayın Hizmetleri (Nazan ALTINÖZ)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/13 üncü maddeleri uyarınca **haksız ticari uygulamayı durdurma ve 8.546.-TL (Sekizbinbeşyüzkırkaltı Türk Lirası) idari para cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**87)**

**Dosya No: 2019/12762**

**Şikayet Edilen: Atlantis Basım Yayın İnşaat Sanayi ve Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından gerçekleştirilen haksız ticari uygulamalar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2018

**Yayınlandığı Mecra:** Diğer

**Tespitler:** Firma tarafından tüketicilere cayma hakkı olduğu belirtilerek kitap setleri satıldığı ve kitap setlerinin yanında dijital ürünlerin hediye edildiğinin söylendiği, ancak sözleşmeye dijital ürünlerin satılıp kitapların hediye olduğunun yazıldığı, tüketicilerden hediye edilen dijital ürünleri kontrol etmek için açmaları ve uygulamayı indirmelerinin istendiği ve oturum açtırıp firma tarafından kitapların aktive edileceğinin söylendiği, fakat tüketicilere imzalatılan sözleşmede CD kutusu ve dijital içerikten yararlanıldığında iade talebinin olmayacağının belirtildiği, cayma hakkını kullanmak isteyen tüketicilere de cayma hakkının kullandırılmadığı; dolayısıyla tüketicilere yönelik söz konusu ticari uygulamanın, ortalama tüketicinin bilinçli olarak karar verme yeteneğini azaltarak normal şartlar altında taraf olmayacağı bir tüketici işlemine taraf olmasına yol açtığı ve tüketicilerin ekonomik davranış biçimini önemli ölçüde bozduğu,

Bununla birlikte firma tarafından tüketicilere cayma hakkı olduğu belirtilerek kitap setleri satıldığı ve kitap setlerinin yanında dijital ürünlerin hediye edildiğinin söylendiği, ancak sözleşmeye dijital ürünlerin satılıp kitapların hediye olduğunun yazıldığı, dolayısıyla yanlış bilgi içeren veya verilen bilgiler esasen doğru olsa bile sunuluşuna dair bütün koşullar değerlendirildiğinde, ortalama tüketiciyi aldatan ya da aldatmaya elverişli olan ve bu suretle tüketicinin normal şartlar altında taraf olmayacağı bir hukuki işleme taraf olmasına yol açan ya da yol açma olasılığı bulunan ticari uygulamalarda bulunduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firma tarafından tüketicilere cayma hakkı olduğu belirtilerek kitap setleri satıldığı ve kitap setlerinin yanında dijital ürünlerin hediye edildiğinin söylendiği, ancak sözleşmeye dijital ürünlerin satılıp kitapların hediye olduğunun yazıldığı, tüketicilerden hediye edilen dijital ürünleri kontrol etmek için açmaları ve uygulamayı indirmelerinin istendiği ve oturum açtırıp firma tarafından kitapların aktive edileceğinin söylendiği, fakat tüketicilere imzalatılan sözleşmede CD kutusu ve dijital içerikten yararlanıldığında iade talebinin olmayacağının belirtildiği, cayma hakkını kullanmak isteyen tüketicilere de cayma hakkının kullandırılmadığı; dolayısıyla tüketicilere yönelik söz konusu ticari uygulamanın, ortalama tüketicinin bilinçli olarak karar verme yeteneğini azaltarak normal şartlar altında taraf olmayacağı bir tüketici işlemine taraf olmasına yol açtığı ve tüketicilerin ekonomik davranış biçimini önemli ölçüde bozduğu,

Bununla birlikte firma tarafından tüketicilere cayma hakkı olduğu belirtilerek kitap setleri satıldığı ve kitap setlerinin yanında dijital ürünlerin hediye edildiğinin söylendiği, ancak sözleşmeye dijital ürünlerin satılıp kitapların hediye olduğunun yazıldığı, dolayısıyla yanlış bilgi içeren veya verilen bilgiler esasen doğru olsa bile sunuluşuna dair bütün koşullar değerlendirildiğinde, ortalama tüketiciyi aldatan ya da aldatmaya elverişli olan ve bu suretle tüketicinin normal şartlar altında taraf olmayacağı bir hukuki işleme taraf olmasına yol açan ya da yol açma olasılığı bulunan ticari uygulamalarda bulunduğu,

Dolayısıyla inceleme konusu ticari uygulamanın;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7, 9, 28, 29, 30 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Atlantis Basım Yayın İnşaat Sanayi ve Ticaret A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/13 üncü maddeleri uyarınca **haksız ticari uygulamayı durdurma ve 6.907.-TL (Altıbindokuzyüzyedi Türk Lirası) idari para cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**4. Diğer Konuların Görüşülmesi**

**4.1.)**

**Dosya No: 2018/4128**

**Dr. Ufuk ALATEKİN**’isimli şahsa ait https://doctorsclinic.com.tr, [www.facebook.com/](http://www.facebook.com/) drcliniccenter, www.facebook.com/doctors6, www.instagram.com/drcliniccenter ve www.instagram.com/drufukalatekin adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlara yönelik olarak 290. Reklam Kurulu toplantısında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca verilen **anılan reklamları** **durdurma ve 85.480-TL (Seksenbeşbindörtyüzseksen Türk Lirası)** idari para cezalarına ilişkin şahıs tarafından yapılan itiraza istinaden, inceleme konusu reklamlar yeniden görüşülmüş olup, söz konusu ***itirazın reddine***  karar verilmiştir.

**4.2.)**

**Dosya No: 2018/3474**

**Oya Sayın (Elegans Güzellik Salonları)’**na ait www.istanbulelegantguzellikmerkezi.com ile www.facebook.com, www.twitter.com ve www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait sayfalarda yapılan tanıtımlar hakkında Reklam Kurulu’nun 12.11.2019 tarih ve 290 sayılı toplantısında verilen **anılan reklamları durdurma ve 85.480-TL (Seksenbeşbindörtyüzseksen Türk Lirası) idari para cezaları** uygulanması kararına ilişkin, şahıs tarafından yapılan itiraza istinaden, inceleme konusu tanıtımlar yeniden görüşülmüş olup, mezkûr ***itirazın reddine***  karar verilmiştir.

**4.3.)**

**Dosya No: 2019/8576**

**B16 İletişim- Ferhat ÖZKAN**’a ait olduğu tespit edilen www.b16iletisim.com adresli internet sitesinde yayınlanan "Faturalı Hatta Nakit" başlıklı 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** kararına karşı yapılan ***itirazın reddine*** karar verilmiştir.

**4.4.)**

**Dosya No: 2018/2481**

**Eruslu Sağlık Ürünleri San. Ve Tic. A.Ş.** isimli firma tarafından muhtelif televizyon kanallarında yayınlanan ve firmaya ait <https://sleepy.com.tr/kadin-pedi>, <https://market.sleepy.com.tr/> ve <http://www.eruslusaglik.com.tr/kadin-bakim-urunleri> adresli internet siteleri, “Sleepy” isimli Youtube hesabı ile ürün ambalajında yer alan ***“Sleepy Natural Hijyenik Ped”*** isimli ürüne ilişkin tanıtımlara ilişkin görüşme ve değerlendirmesinin ***ertelenmesine***  karar verilmiştir.