**T.C.**

**TİCARET BAKANLIĞI**

**Reklam Kurulu Başkanlığı**

**BASIN BÜLTENİ**

**Toplantı Tarihi :** 11 Şubat 2020

**Toplantı Sayısı :** 293

**İLETİŞİM HİZMETLERİ**

**1)**

**Dosya No: 2019/9819**

**Şikayet Edilen:** **Ttnet A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Rakip firma abonelerine yönelik firma yetkilileri tarafından yapılan tanıtımlar

|  |
| --- |
| **Reklam Yayın Tarihi:**  2019  **Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Diğer-muhtelif  **Tespitler:** \*\*\*\*\* isimli tüketicinin \*\*\*\*\* hizmet numaralı aboneliğinin 15.04.2019 tarihinde iptal edildiği ve şu an abone olmadığı, tüketicinin Millenicom abonesi olduğu ve \*\*\*\*\* numaralı hat için Millenicom tarafından şirket ile ilgili portal üzerinden arıza bildiriminde bulunulduğu; arıza görselleri incelendiğinde Türk Telekom tarafından zamanında müdahale edildiği, hem uzaktan müdahale edildiği hem de 3 defa ekiplerin olay yerine gönderildiği ve Ttnet tarafından Millenicom’a teknik destek sağlandığı,  \*\*\*\*\* adlı tüketicinin Türk Telekom markasını ve logosunu kullanmış bir bayiyi “Türk Telekom” zannederek internet hizmeti aldığı; bağlantı için tüketicinin evine gelen ve şebeke ekibinde bulunan \*\*\*\*\* isimli personele, sehven Millenicom aboneliğine başvurduğunu ve esasen Türk Telekom internet başvurusunda bulunduğunu söylediği, nitekim tüketicinin 27.04.2019 tarihinden itibaren 24 ay taahhütlü Lider Kampanya kapsamında Ttnet abonesi olduğu ve halen aboneliğin devam ettiği,  \*\*\*\*\* ile ilgili olarak, mevcutta Millenicom abonesi olduğu, adı geçen tüketicinin 13.06.2019 tarihinde PSTN hizmetini iptal ettirmesinden sonra, 17.06.2019 tarihinde 8806161386 hizmet numaralı internet aboneliği açısından köprü sürecine girdiği ve yukarıda açıklanan sözleşmeler kapsamında 20.06.2019 tarihinde arandığı ve bu aramada şirketin yalın DFSL hizmetine geçişi için teklifte bulunulduğu; görüşmede sadece internet hattının yalın hale çevrilmesine ilişkin konuşma yapıldığı, sunulan teklife tüketicinin “ben millenicom’a geçtim” söylemi karşısında “sözleşmenizden dolayı cayma bedeli yansıtılacaktır” şeklinde bilgilendirme yapıldığı abonenin “bu bedeli Millenicom karşılayacak” ifadesi karşısında görüşmenin sonlandırıldığı,  Muhammet Fatih Sakal ile ilgili olarak; aboneliğin abone isteği ile 25.03.2019 tarihinde iptal edildiği; Ttnet tarafından bir daha arandığına ilişkin arama kaydının bulunmadığı,  \*\*\*\*\*’ın herhangi bir zamanda ve mevcut durumda hiç Ttnet abonesi olmadığı,  Sivas ilinde 2019 yılının ilk 10 ayı için ortalama bağlantı süresi Millenicom için 1,72 iken; TTNET için VAE yönteminde 1,96; alt-sat yönteminde 2,09 olduğu, firmanın yalın ADSL bağlantılarında 7 (yedi); ADSL bağlantılarında en geç 3 (üç) iş günü içerisinde bağlantıyı gerçekleştirmekle yükümlü olduğu \*\*\*\*\*, \*\*\*\*\*, \*\*\*\*\*, \*\*\*\*\*, \*\*\*\*\*, \*\*\*\*\*, \*\*\*\*\*, \*\*\*\*\* ve \*\*\*\*\* isimli tüketicilerin internet bağlantı sürelerinin firma tarafından gönderilen raporda bu sürenin çok çok altında bir sürede gerçekleştirildiği, diğer taraftan \*\*\*\*\* ve \*\*\*\*\*’nın TTNET abonesi olduğu ve herhangi bir şikayet başvurusunda bulunulmadığı,  tespit edilmiştir.  **Değerlendirme/Karar:** Başvuru içeriğinde yer alan iddialar hakkında yapılan incelemeler sonucunda, söz konusu dosya içeriğinde yer alan uygulamalarda Reklam mevzuatı kapsamında herhangi bir aykırılık tespit edilmemiş olup, dolayısıyla anılan tanıtımların 6502 sayılı Kanun’un 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.  **2)**  **Dosya No: 2019/10318**  **Şikayet Edilen:** **Cesur Dijital Reklam Bilg. San. Ve Tic. Ltd. Şti.**  **Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait olduğu tespit edilen numaralar aracılığıyla yapılan call center türü aramalar.  **Reklam Yayın Tarihi:** 2019  **Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Diğer **(**Telefon)  **Tespitler**: 0212 907 0088, 0212 907 0171, 0216 237 0793, 0212 907 0353, 0216 237 0947, 0212 907 0354, 0850 484 1147, 0212 907 0357,0850 484 1148, 0212 907 0357, 0850 484 1149, 0212 907 0358, 0850 484 1150, 0212 907 0359, 0850 484 1151, 0212 907 0360, 0850 484 1152, 0212 907 0361, 0850 484 1153, 0212 907 0362, 0850 484 1154, 0212 907 0523, 0850 484 1155, 0212 907 0524, 0850 484 1269, 0212 907 0525, 0850 484 1270, 0212 907 0528, 0850 484 1271, 0212 907 0579, 0850 484 1559, 0212 907 0861, 0850 484 1715, 0212 907 1167, 0850 484 1726, 0212 907 1594, 0850 484 2221, 0216 237 0131, 0850 484 2223, 0216 237 0187, 0850 484 2224, 0216 237 0353, 0850 484 2438, 0216 237 0354, 0850 484 2583, 0216 237 0355, 0216 237 0356, 0216 237 0357, 0216 237 0358, 0216 237 0359, 0216 237 0360, 0216 237 0361, 0216 237 0362, 0216 237 0372, 0216 237 0391, 0216 237 0649 numaralı telefon hatlarının firmaya ait olduğu tespit edilmiştir.  **Değerlendirme/Karar**: Firma tarafından başka firmalardan hizmet alan tüketicilerin *"Türk Telekom'dan-Ttnet'ten arıyoruz- Telekom internet altyapı kontrol merkezinden arıyoruz*" şeklinde arandığı, ardından tüketicilerin internet taahhütlerinin bittiği/bitmek üzere olduğu şeklinde yanlış/yanıltıcı bilgi verildiği, yeni tarifeye geçmedikleri takdirde daha yüksek fatura ödeneceği söylenerek tüketicilerin aboneliklerini yenilemeye zorlandığı, Türk Telekom altyapısıyla internet hizmeti sunulduğu bilgisi verilerek başka firma kampanya tanıtımlarının yapıldığı, ancak Ttnet abonelik işlemlerinin yalnızca bayilerden yapılabildiği, bayilerin telefonla abonelik işlemi yapma yetkilerinin bulunmadığı, böylece Türk Telekom adına abonelik işlemi yapılıyor algısı yaratılarak tüketicilerin yanıltıldığı, tüketicilerin bilgilerinin toplandığı ve başka firmalar adına abonelik taleplerinin alındığı,  Ttnet firmasının itibarından haksız biçimde yararlanıldığı, Ttnet'in ismiyle şahıs/firma lehine haksız kazanç elde edildiği, bu durumun haksız rekabete neden olduğu, ayrıca Ttnet abonelere yönelik yapılan bu aramaların haksız ticari uygulama niteliğinde olduğu,  Dolayısıyla telefon aracılığıyla yapılan tanıtımların tüketicileri yanıltıcı ve yanlış yönlendirici nitelikte olduğu ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği, ayrıca tüketicilerin normal şartlar altında taraf olmayacağı bir işleme taraf olmasına yol açtığı gerekçesiyle bu durumda aldatıcı ihmal neticesinde bir haksız ticari uygulama olduğu,  Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;  - Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin, 7/1,7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/5c, 9, 11, 13, 28, 29, 30, 31 ve 32 nci maddeleri,  -6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 ve 62 nci maddeleri,  hükümlerine aykırı olduğuna ,  Buna göre, reklam veren **Cesur Dijital Reklam Bilg. San. Ve Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **8.546 TL (Sekizbinbeşyüzkırkaltı Türk Lirası)** **idari para ve** **anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.  **3)**  **Dosya No: 2019/10553**  **Şikayet Edilen:** **Ttnet A.Ş.**  **Şikayet Edilen Reklam:**  [www.bireysel.turktelekom.com](http://www.bireysel.turktelekom.com) adresli internet sitesinde yayınlanan "Engelli, gazi ve şehit yakınlarına özel tüm bireysel evde internet kampanyalarında %25 indirim" başlıklı tanıtımlar  **Reklam Yayın Tarihi:** 2019  **Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet    **Tespitler:** [www.bireysel.turktelekom.com](http://www.bireysel.turktelekom.com) adresli internet sitesinde “Erişilebilir Yaşam Evde İnternet Kampanyalarında %25 indirim!” başlıklı reklamlarda “*Engelli, gazi ve şehit yakınlarına özel tüm bireysel evde internet kampanyalarında %25 indirim”* ifadelerine ve “Talep edilen evraklar nedir?” başlığı altında “*Mevcut abonelik evraklarına ek olarak engelli ve gaziler için gerekli belgeler: engelli/gazi kimlik kartı, engelli seyahat kartı veya sağlık kurulu raporu, talep ve açık rıza belgesi. Engellilerin 1. Derece yakınları için gerekli belgeler: engelli kimlik kartı/ engelli seyahat belgesi veya sağlık kurulu raporu, engelli nüfus cüzdanı veya T.C. kimlik kartı, yakınlığını belgeleyen vukuatlı nüfus kayıt örneği, talep ve açık rıza belgesi. Gazi ve Şehitlerin 1. Derece yakınları için gerekli belgeler: Gazi ve şehit yakını müşteriye ait emekli sandığı serbest kartı veya SGK ücretsiz seyahat kartı, gazi nüfus cüzdanı veya T.C. kimlik kartı, yakınlığını belgeleyen vukuatlı nüfus kayıt örneği, talep ve açık rıza belgesi ”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.  **Değerlendirme/Karar:** Yapılan inceleme sonucunda, başvuru sahibi tüketiciye eksik evrak nedeniyle indirimin tanımlanamadığı tespit edilmiş olup münferit bir olay olduğunun anlaşıldığı, ayrıca tüketiciye geriye dönük indirimin tanımlanarak iade işleminin de yapıldığı, dolayısıyla söz konusu tanıtımlarda Reklam mevzuatı kapsamında herhangi bir aykırılık tespit edilmediği, dolayısıyla anılan tanıtımların 6502 sayılı Kanun’un 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.  **4)**  **Dosya No: 2019/12344**  **Şikayet Edilen:** **Turkcell İletişim Hizmetleri A.Ş.**  **Şikayet Edilen Reklam:**  [www.turkcell.com.tr/cihazlar/akilli-telefonlar](http://www.turkcell.com.tr/cihazlar/akilli-telefonlar) adresli internet sitesinde yapılan "LG Q60" marka cep telefonuna ilişkin tanıtımlar  **Reklam Yayın Tarihi:** 2019  **Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet  **Tespitler:** www.turkcell.com.tr/cihazlar/akilli-telefonlar adresli internet sitesinde yapılan "LG Q60" marka cep telefonuna ilişkin tanıtımlarda; "*Powerbank ve SD Kart gönderimleri LGE Türkiye tarafından yapılmaktadır. Promosyon ürünleri ile ilgili sorularınız için 444 6 543 numaralı hattan destek alabilirsiniz. Hediye ürünler stoklarla sınırlıdır"* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.  **Değerlendirme/Karar:** Yapılan inceleme sonucunda, tüketiciye hediye ürün gönderiminin 19.09.2019 tarihinde yapıldığı ve tanıtımlarda Reklam mevzuatı kapsamında herhangi bir aykırılık tespit edilmediği gerekçesiyle anılan tanıtımların 6502 sayılı Kanun’un 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.  **5)**  **Dosya No: 2019/12347**  **Şikayet Edilen:** **Demirören TV Digital Platform İşletmeciliği A.Ş.**  **Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından telefon aracılığıyla yapılan tanıtımlar  **Reklam Yayın Tarihi:** Kasım 2019  **Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Diğer **(**Telefon)  **Tespitler:** Firma tarafından tüketicinin tv+internet aboneliğinin 27.11.2019 tarihinde başlatıldığı, tüketiciyle yapılan ilk telefon görüşmesinin gönderilmediği, ancak tüketicinin onay görüşmesi ve ardından şikayet- abonelik iptal talepli görüşmelerine ilişkin 30 adet ses kaydı gönderilmiş olup ses kayıtları dinlendiğinde “Üyeliğim bitti diye arandım, internetiniz bitiyor bugün internet almazsanız evinizde internet olmayacak dendi. Daha sonradan öğrendim ki aboneliğim devam etmekte. Ekstra D-Smart üyeliğine ihtiyacım yok, şubeleri arayıp anlattım defalarca ama ikna olamadılar bana yapılan bir yanlış bilgilendirme üzerine sözleşme imzaladım benim evimde kullandığım bir internet zaten var.” Şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.  **Değerlendirme/Karar:** Superonline abonesi \*\*\*\*\* isimli tüketicinin 23.11.2019 tarihinde firma tarafından aranarak ev internet paketinin taahhüt süresinin bittiği, yeni paket almadığı takdirde internetin bugün kapanacağı şeklinde yanlış bilgi verilmek suretiyle tüketiciye daha avantajlı bir paket teklif sunulacağı söylenerek D-Smart kampanya tanıtımının yapıldığı, tüketicinin kullanmış olduğu internet paketinden daha uygun fiyata, fiber hızında ve daha fazla kanal içerikli bir TV-internet ortak paket tanıtımı yapıldığı, "internetinizin yanında TV'yi ücretsiz izleyebilirsiniz" şeklinde D-Smart TV üyeliğinin ücretsiz sunulacağının vaat edildiği, tüketicinin onay vermesi üzerine tv+internet aboneliğinin 27.11.2019 tarihinde başlatıldığı, ancak daha sonra tüketicinin halihazırda taahhütlü Superonline internet aboneliğinin devam ettiğini, taahhüdünün bitmesine daha 5 ay olduğunu öğrenmesi üzerine ekstra D-Smart üyeliğini istemediğini belirterek abonelik işleminin iptalini talep ettiği fakat müşteri temsilcileriniz tarafından "dilerseniz interneti tamamen kapatalım TV üyeliği ile devam edelim”, dilerseniz aboneliğinizi 3 ay donduralım" şeklinde yeni teklifler sunulmak suretiyle aboneliğinin devam ettirilmeye çalışıldığı, tüketicinin hiçbir şekilde istemediğini belirtmesi üzerine ise 588TL cayma bedeli yansıtılacağının söylendiği, böylece firma lehine haksız kazanç elde etme amacıyla taahhütleri devam eden rakip firma abonesi tüketicileri firmaya abone yapmak için bayileriniz tarafından kasten yanlış bilgi verildiği, bu durumun haksız rekabete neden olduğu, ayrıca başka abonelere yönelik yapılan bu aramaların haksız ticari uygulama niteliğinde olduğu,  Dolayısıyla telefon aracılığıyla yapılan tanıtımların tüketicileri yanıltıcı ve yanlış yönlendirici nitelikte olduğu ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği, ayrıca tüketicilerin normal şartlar altında taraf olmayacağı bir işleme taraf olmasına yol açtığı gerekçesiyle bu durumda aldatıcı ihmal neticesinde bir haksız ticari uygulama olduğu,  Diğer taraftan, konuya ilişkin açıklamalarınız ile birlikte tüketiciye kampanya teklifinin sunulduğu ilk telefon görüşmesi olmak üzere müşteri temsilcileri ile yapılan görüşmelerin ses kayıtları firmadan talep edildiği halde ilk görüşmeye ilişkin ses kaydının gönderilmediği fakat tüketicinin şikayet talebi üzerine arandığı ses kayıtları incelendiğinde tüketicinin başından geçen durumu özet geçerek mağduriyetini açıkça dile getirdiği, böylece firma tarafından telefon aracılığıyla yapılan tanıtımların haksız ticari uygulama olmadığının ispatlanamadığı,  Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;  - Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin, 7/1,7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/5c, 9, 11,13, 28, 29, 30 ve 32 nci maddeleri,  -6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 ve 62 nci maddeleri  hükümlerine aykırı olduğuna ,  Buna göre, reklam veren **Demirören TV Digital Platform İşletmeciliği A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **8.546 TL TL (Sekizbinbeşyüzkırkaltı Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.  **6)**  **Dosya No: 2019/12359**  **Şikayet Edilen:** **Millenicom Telekomünikasyon Hizmetleri A.Ş.**  **Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından telefon aracılığıyla yapılan tanıtımlar  **Reklam Yayın Tarihi:** Ekim 2019  **Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Diğer **(**Telefon)  **Tespitler:** Tüketicinin 28.10.2019 tarihinde bayi aracılığıyla internet abonelik başvurusunda bulunduğu, 31.10.2019 tarihinde henüz aboneliği aktif edilmeden iptal başvurusunda bulunulduğu tespit edilmiştir. Ayrıca firma tarafından gönderilen ses kaydında “xxx internet başvuru merkezi” şeklinde bir ifadeye verildiği tespit edilmiştir.  **Değerlendirme/Karar**: Ttnet abonesi \*\*\*\*\* isimli tüketicinin "Türk Telekom internet yeni kampanyaları hakkında bilgi almak için" firma bayisi ile 28.10.2019 tarihinde yapmış olduğu telefon görüşmesinde tüketiciye sözde "Türk Telekom ev interneti"ne ilişkin firma kampanya tanıtımı yapıldığı, gönderilen ses kaydında da "xxx internet başvuru merkezi" şeklinde bir ifadeye yer verildiğinin tespit edildiği, böylece yapılan yanlış yönlendirme neticesinde tüketici Ttnet abonesi olacağı düşüncesiyle yapılan yeni kampanya teklifini kabul ettiği, ayrıca tüketiciye 16 Mbps hızında internet paketi satabilmek için "fiber internette 8 Mbps hız veremiyorum, desteklemez, minimum 16 alırsınız" şeklinde tüketicinin yanlış bilgilendirildiği, 8 mbps hızında da limitsiz fiber internet hizmeti sunulabildiği, ardından Türk Telekom kurulum ekiplerinin eve gelmesiyle aboneliğin Ttnet tarafından yapılmadığını öğrenmesi üzerine firmaya onay verdiği abonelik işleminin iptali için derhal 31.10.2019 tarihinde başvuruda bulunduğu,  Böylece tüketicileri firmaya abone yapmak için bayileriniz tarafından yanlış bilgi verildiği, Türk Telekom'un adını kullanarak firmanın itibarından haksız biçimde yararlanıldığı, böylece firma lehine haksız kazanç elde edildiği, bu durumun haksız rekabete neden olduğu, ayrıca yapılan bu aramaların haksız ticari uygulama niteliğinde olduğu,  Dolayısıyla telefon aracılığıyla yapılan tanıtımların tüketicileri yanıltıcı ve yanlış yönlendirici nitelikte olduğu ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği, ayrıca tüketicilerin normal şartlar altında taraf olmayacağı bir işleme taraf olmasına yol açtığı gerekçesiyle bu durumda aldatıcı ihmal neticesinde bir haksız ticari uygulama olduğu,  Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;  - Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin, 7/1,7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/5c, 9, 11,13, 28, 29, 30 ve 32 nci maddeleri,  -6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 ve 62 nci maddeleri  hükümlerine aykırı olduğuna,  Buna göre, reklam veren **Millenicom Telekomünikasyon Hizmetleri A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.  **7)**  **Dosya No: 2019/12360**  **Şikayet Edilen:** **Millenicom Telekomünikasyon Hizmetleri A.Ş.**  **Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından telefon aracılığıyla yapılan tanıtımlar  **Reklam Yayın Tarihi:** Kasım 2019  **Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Diğer **(**Telefon)  **Tespitler:** Tüketicinin 29.11.2019 tarihinde bayi aracılığıyla internet abonelik başvurusunda bulunduğu, 10.12.2019 tarihinde tüketicinin talebine istinaden başvurunun iptal edildiği, firma tarafından tüketiciyle yapılan ilk görüşmeye ilişkin ses kaydının gönderilmediği tespit edilmiştir.  **Değerlendirme/Karar**: \*\*\*\*\* isimli tüketicinin firma bayisi tarafından gönderilen mesaj neticesinde 29.11.2019 tarihinde bayi ile yapılan görüşme sonucu *"Türk Telekom'dan internet almak ister misiniz?*" şeklinde teklif sunulduğu, tüketicinin yapılan teklife onay vermesi neticesinde *"0216 709 0770 numaralı telefondan birazdan sizi arayacaklar, aradıklarında onay vermeniz gerekiyor"* şeklinde bilgi verildiği, tüketicinin onay vermesinin ardından gün içinde Türk Telekom personelinin eve gelerek internet bağlantısını yaptığı, tüketicinin internetin ne zaman açılacağını personele sorması neticesinde "*siz başvuruyu Türk Telekom'a değil, Millenicom'a yapmışsınız, onları arayıp öğrenmeniz gerekiyor*" şeklinde cevap verildiği, böylece tüketicinin Türk Telekom interneti olduğunu düşünerek yaptığı abonelik başvurusunun firmaya ait olduğunu öğrenmesi üzerine derhal 10.12.2019 tarihinde aboneliğin iptali için talepte bulunduğu,  Dolayısıyla tüketicileri firmaya abone yapmak için bayiler tarafından yanlış bilgi verildiği, Türk Telekom'un adını kullanarak firma lehine haksız kazanç elde edildiği, bu durumun haksız rekabete neden olduğu, ayrıca haksız ticari uygulama olmadığını ispat için gerekli tüketiciye teklifin sunulduğu ilk telefon görüşmesinin firma tarafından gönderilmediği,  Dolayısıyla telefon aracılığıyla yapılan tanıtımların tüketicileri yanıltıcı ve yanlış yönlendirici nitelikte olduğu ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği, ayrıca tüketicilerin normal şartlar altında taraf olmayacağı bir işleme taraf olmasına yol açtığı gerekçesiyle bu durumda aldatıcı ihmal neticesinde bir haksız ticari uygulama olduğu,  Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;  - Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin, 7/1,7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/5c, 9, 11,13, 28, 29, 30 ve 32 nci maddeleri,  -6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 ve 62 nci maddeleri  hükümlerine aykırı olduğuna ,  Buna göre, reklam veren **Millenicom Telekomünikasyon Hizmetleri A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **8.546 TL TL (Sekizbinbeşyüzkırkaltı Türk Lirası)** **idari para ve** **anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.  **8)**  **Dosya No: 2019/12362**  **Şikayet Edilen:** **Krea İçerik Hizmetleri ve Prodüksiyon A.Ş.**  **Şikayet Edilen Reklam:** Digitürk Play uygulamasında Spor+ Ekstra üyelik paketine ilişkin tanıtımlar  **Reklam Yayın Tarihi:** Ağustos 2019  **Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet  **Tespitler:** Digitürk Play uygulamasına ilişkin tanıtımlarda Spor+ Ekstra üyelik paketinde İspanya La Liga liginin de izlenebileceği yönünde "La Liga" görseline yer verildiği,  *"Messi, Ronaldo, Griezmann, Neymar ve çok daha fazlası ile dünyadan canlı futbol heyecanı" ile "Dünyanın sporu seninle! Spor Extra+ Paketi ile Uefa Şampiyonlar Ligi, UEFA Avrupa Ligi, THY Euroleague, La Liga, Premier Lig ve çok daha fazlası seninle! Ayrıntılı fiyatları kaçırma 12 taksit ayda 24 TL Hemen Satın Al*" şeklinde tanıtımlara yer verildiği tespit edilmiştir.  **Değerlendirme/Karar**: Digitürk Play uygulamasına ilişkin tanıtımlarda Spor+ Ekstra üyelik paketinde İspanya La Liga liginin de izlenebileceği yönünde tanıtımlara yer verildiği ancak la Liga maçlarının söz konusu paket dahilinde yayınlanmadığı, böylece tanıtımı yapılan paket dahilinde eksik hizmet verilerek tüketicilerin yanıltıldığı, “La Liga” görselini kullanmak suretiyle haksız kazanç elde edildiği, firma tarafından bu ligin yayın hakları yeni sezon için alınmadığı halde tüketicilerin söz konusu paketi satın alması yönünde cezbetmesi için görsellerinin kullanılmasının dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği,  Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;  - Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin, 7/1,7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/5c, 11 ve 32 nci maddeleri,  -6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 nci maddesi  hükümlerine aykırı olduğuna ,  Buna göre, reklam veren **Krea İçerik Hizmetleri ve Prodüksiyon A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **85.480 TL (Seksenbeşbindörtyüzseksen Türk Lirası)** **idari para ve** **anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir. |

**9)**

**Dosya No: 2019/12365**

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

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

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

**Tespitler:** Firma tarafından gönderilen satış görüşmesinde; *“Millenicom yetkili çözüm ortağından arıyorum*.” denilerek Millenicom yeni abonelik tanıtımının yapıldığı, “*Şu an bu adreste internet kullanıyor musunuz? -Evet –Bunu sizin kapatmanız gerekiyor. Biz yeni abonelik veriyoruz. Kapattığınız takdirde yapılan anlaşma gereği çıkacak cayma bedelinizi 200tlye kadar Millenicom firmamız indirim olarak karşılamaktadır. Millenicom’dan ararlar müsait olduğunuzda sözleşmenizi getirip modem kurulumunuzu da yaparlar.”* şeklinde abonelik geçişi hakkında bilgi verildiği,

Onay görüşmesinde de; müşteri temsilcisi tarafından sorulan “*Bu adreste herhangi bir operatörden internet hizmeti alıyor musunuz*?” sorusuna “–*yani alıyordum. –peki şu an almıyorsunuz. – yani sanırım bugün iptal edildi çünkü. –anladım iptalini sağladınız yani doğru mu? –doğru*.” şeklinde cevap vererek tüketicinin aboneliğinin iptal edildiğini söylediği, *“– Kapattığınız operatörden herhangi bir cayma bedeli çıkarsa biz 200TL’ye kadar olan kısmı karşılıyoruz. Bunun için yapmanız gereken çıkan faturayı 90 gün içerisinde bize gönderdiğinizde adres ve kimlik bilgileri birebir uyuşuyorsa gelecek aylardan faturanızdan düşüyoruz.”* şeklinde bilgi verildiği,

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan inceleme sonucunda, tüketiciye eski operatörü nezdindeki aboneliğinin iptalinin kendisi tarafından yapılması gerektiği ve yapılan anlaşma gereği abonelik iptali neticesinde çıkacak cayma bedelinin 200TL’ye kadar olan kısmının firma tarafından indirim olarak karşılandığı, bunun için yansıtılacak son faturanın firmaya iletilmesi gerektiği hususunda tüketicinin bilgilendirildiği, dolayısıyla söz konusu telefon görüşmeleri ve abonelik teklifine ilişkin tanıtımlarda Reklam mevzuatı kapsamında herhangi bir aykırılık tespit edilmediği, dolayısıyla anılan tanıtımların 6502 sayılı Kanun’un 61 ve 62 inci maddelerine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**10)**

**Dosya No: 2019/12367**

**Şikayet Edilen:** **Krea İçerik Hizmetleri ve Prodüksiyon A.Ş.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** Ekim 2019

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

**Tespitler:** Tüketiciye ilk abonelik teklifinin sunulduğu ses kaydının gönderilmediği, gönderilen ses kayıtların onay ve hoş geldin görüşmeleri olduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar**: \*\*\*\*\* isimli tüketicinin Nisan 2019 tarihinde aranarak 12 ay taahhütlü Avrupa’nın Yıldızı paketinin 39TL'den kampanyalı paket satışının yapıldığı ve satış sonunda yeni sezonda da tüketiciye özel fiyat verileceği, bu fiyatında da 50TL seviyelerinde olduğu şeklinde bilgi verildiği, Ağustos ayında satışı gerçekleştiren Babaoğul iletişim isimli firma bayisini yeni sezon için tekrar aradığında, bayi tarafından yeni sezon fiyatları konusunda Digitürk genel merkezinin aranması gerektiğinin söylendiği, genel merkezi aradığında ise yeni sezon için 129TL olarak güncel fiyat bilgisinin verildiği, bunun üzerine tüketici itiraz ederek yapılan görüşmelere ilişkin ses kayıtlarının dinlenmesini talep ettiği fakat bayinin elinde ilk ses kaydı bulunmadığı gerekçesiyle tüketicinin mağdur edildiği, böylece tüketiciye yapılan ilk teklifin sunulduğu telefon görüşmesindeki kampanya tanıtımlarının yanıltıcı nitelikte olduğu, firma tarafından gönderilen ses kayıtlarında da tüketiciyle yapılan ilk görüşmeye ilişkin ses kaydının gönderilmediği, kurulum onay ve hoşgeldin görüşmelerinin gönderildiği ancak bayi tarafından tüketiciye sunulan teklifin haksız ticari uygulama olmadığının ispatlanamadığı,

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

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

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

**11)**

**Dosya No: 2019/12370**

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

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

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

|  |
| --- |
| **Tespitler:** Firma tarafından gönderilen satış görüşmesinde; *“Millenicom yetkili çözüm ortağından arıyorum*.” denilerek Millenicom yeni abonelik tanıtımının yapıldığı, “*Şu an bu adreste internet kullanıyor musunuz? -Evet –Adınıza bir internet varsa bunu sizin kapatmanız gerekmekte. Biz yeni abonelik veriyoruz. Kapattığınızda yapmış olduğumuz anlaşma gereği bir önceki internet sağlayıcınızdan çıkacak olan son faturadaki cayma bedelinin 200tlye kadar Millenicom firmamız indirim olarak karşılamaktadır. Ben işlemlerinizi başlatıyorum, onaylıyor musunuz?”* şeklinde abonelik geçişi hakkında bilgi verildiği,  Onay görüşmesinde de; “-*Millenicom Genel Müdürlüğünden arıyorum. Türkiye’nin en geniş fiber altyapısına sahip tek alternatif operatörü Millenicom ailesine hoşgeldiniz. Şu anda internet kullanıyor musunuz? –Evet –İptal mi ettireceksiniz yoksa ikinci bir abonelik mi düşünüyorsunuz?- Ttnet’i iptal ettirip Millenicom’a geçeceğiz. –İptal durumunda kapattığınız operatörden herhangi bir cayma bedeli çıkarsa biz 200TL’ye kadar olan kısmı karşılıyoruz. Bunun için yapmanız gereken çıkan faturayı 90 gün içerisinde bize gönderdiğinizde adres ve kimlik bilgileri birebir uyuşuyorsa gelecek aylardan faturanızdan düşüyoruz.”* şeklinde bilgi verilerek tüketicinin onayının alındığı,  tespit edilmiştir.  **Değerlendirme/Karar:** Yapılan inceleme sonucunda, tüketiciye eski operatörü nezdindeki aboneliğinin iptalinin kendisi tarafından yapılması gerektiği ve yapılan anlaşma gereği abonelik iptali neticesinde çıkacak cayma bedelinin 200TL’ye kadar olan kısmının firma tarafından indirim olarak karşılandığı, bunun için yansıtılacak son faturanın firmaya iletilmesi gerektiği hususunda tüketicinin bilgilendirildiği, dolayısıyla söz konusu telefon görüşmeleri ve abonelik teklifine ilişkin tanıtımlarda Reklam mevzuatı kapsamında herhangi bir aykırılık tespit edilmediği, dolayısıyla anılan tanıtımların 6502 sayılı Kanun’un 61 ve 62 inci maddelerine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.  **12)** |

**Dosya No: 2019/12382**

**Şikayet Edilen:** **Krea İçerik Hizmetleri ve Prodüksiyon A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.digiturkplay.com](http://www.digiturkplay.com) adresli internet sitesinde yapılan “Günde 1TL’ye Süper Lig” başlıklı tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** Ağustos 2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.digiturkplay.com.tr](http://www.digiturkplay.com.tr) adresli internet sitesinde “Günde 1TL’ye Süper Lig” başlıklı tanıtımlarda; *“Galatasaray- Fenerbahçe derbisini kaçırma! Seçtiğin takımın Süper Lig maçlarını kurulum olmadan istediğin yerde izle!- İstediğin yerde izle! –Kurulum yok, anında üye ol!- İstediği an iptal et! 11 taksit ayda 30TL Hemen Satın al*” ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar**: [www.digiturkplay.com](http://www.digiturkplay.com) adresli internet sitesinde yapılan "*Günde 1TL'ye Süper Lig*" başlıklı tanıtımlarda, 11 taksit ayda 30 TL şeklinde hemen satın al butonun yer aldığı, ancak satın almak istendiğinde "Sezonluk Taraftar Paketi Genel Toplam 330TL" şeklinde ödeme bilgilerinin yer aldığı, böylece tek seferde 330TLnin tüketicinin kredi kartından tahsil edilmek istendiği, tanıtımlarda vaat edildiği gibi taksit işleminin ödeme sayfasında yer almadığı, 11 taksitin anlaşmalı bankalara ait kredi kartlarından yapılan alışverişlerde mümkün olduğu bilgisine tanıtımlarda yer verilmediği, böylece kredi kartı limitinin tek seferde tüm ücreti kapsayacak şekilde bloke olduğu, dolayısıyla söz konusu kampanya tanıtımının gerçeği yansıtmadığı ve tüketicileri eksik bilgilendirdiği,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

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

**13)**

**Dosya No: 2019/12384**

**Şikayet Edilen:** **Krea İçerik Hizmetleri ve Prodüksiyon A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.digiturkplay.com](http://www.digiturkplay.com) adresli internet sitesinde yapılan “Akıllı TV modelleri ”ne ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** Ağustos 2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.digiturkplay.com.tr](http://www.digiturkplay.com.tr) adresli internet sitesinde *“Uyumlu Smart TV listesini görmek için tıkla! LG 2012 ve sonrası tüm LG Smart TV’ler. Samsung 2012 ve sonrası tüm Samsung Smart TV’ler. Arçelik 2012 ve sonrası tüm Arçelik Smart TV’ler. Beko 2012 ve sonrası tüm Beko Smart TV’ler. Grundig 2012 ve sonrası tüm Grundig Smart TV’ler.”* ifadelerine yer verildiğitespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar**: [www.digiturkplay.com.tr](http://www.digiturkplay.com.tr) adresli internet sitesinde Samsung marka 2012 ve sonrası tüm Smart TV’lerin “Uyumlu Smart TV” listesinde yer aldığı ancak tüketicinin yeni aldığı Samsung marka UE-40N5300 model akıllı televizyonda söz konusu uygulamanın bulunmadığı, Digitürk Play uygulamasından beinconnect uygulamasına geçiş esnasında söz konusu tanıtımların tüketicileri eksik bilgilendirdiği ve yanıltıcı nitelikte olduğu,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

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

**ÖRTÜLÜ REKLAM**

**14)**

**Dosya No: 2019/9934**

**Şikayet Edilen: Anadolu Ajansı Türk A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.aa.com.tr adresli internet sitesinde yayınlanan *"Aksuvital'den Propolis Kampanyası"* başlıklı yazı.

**Reklam Yayın Tarihi:** 24.09.2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.aa.com.tr adresli internet sitesinin 24.09.2019 tarihli görünümünde yayınlanan *"Aksuvital'den Propolis Kampanyası"* başlıklı yazı içerisinde*, "Aksuvital, propolis kampanyasında propolis ve zencefilli keçiboynuzu özü, procba şurup ve sıvı propolis damladan oluşan paket sunuyor. AksuVital, propolis ve zencefilli keçiboynuzu özü, procba şurup ve sıvı propolis damladan oluşan 3'lü kampanya paketi hazırladı. Aksuvital'den yapılan açıklamada, zararlı mikro organizmaları öldüren ve bağışıklık sistemini güçlendiren en güçlü ürün propolisin arılardan insanlara bir armağan olduğu belirtildi. Propolisi, işçi arıların bitkilerin filiz ve tomurcuklarını çiğneyerek oluşturdukları aktarılan açıklamada, propolisin soğuk kış günlerinde insanları mikroplardan koruyan doğal antibakteriyel ve antibiyotik bir ürün olduğu kaydedildi. Aksuvital, sektördeki 30 yıllık tecrübesini tüketici ile buluşturmak için propolis kampanyasına başladı. Şirket, herkes faydalansın diye Shiffa Home markalı ürünleri propolisli ve zencefilli keçi boynuzu özü, procba şurup ve sıvı propolis damladan oluşan 3'lü kampanya paketi hazırladı."* şeklinde ifadelerinin kullanıldığı; bununla birlikte, inceleme konusu yazı ile aynı sayfa içerisinde, *"Bu Kış Ailenizi Teğet Geçsin. Aile Paketi 75 TL"* başlıklı kampanya reklamlarına yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** *"Aksuvital'den Propolis Kampanyası"* başlıklı yazı içerisinde, propolis ürünlerinin faydalarının yanı sıra "Aksu Vital Shiffa Home" markalı propolis ürünlerine ilişkin düzenlenen indirim kampanyasından bahsedildiği; ayrıca, bu kampanya çerçevesinde yayınlanan reklamların anılan yazı ile birlikte kullanılması nedeniyle, yapılan indirimin vurgulandığı; dolayısıyla,, tüketicilerin aydınlatılma, bilgilendirilme ihtiyacını karşılama ve haber verme amacının dışına çıkılarak "Aksu Vital Shiffa Home" adlı propolis ürünlerinin örtülü reklamının yapıldığı;

Bu nedenle anılan reklamların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 6; 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5; 22 ve 23 üncü maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre,mecra kuruluşu **Anadolu Ajansı Türk A.Ş.** isimli kuruluş hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**15)**

**Dosya No: 2019/9954**

**Şikayet Edilen: Star Medya Yayıncılık A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.star.com.tr adresli internet sitesinin 11.09.2019 tarihli görünümünde yayınlanan *"Aksuvital'den Propolis Kampanyası"* başlıklı yazı.

**Reklam Yayın Tarihi:**11.09.2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.star.com.tr adresli internet sitesinin 11.09.2019 tarihli görünümünde yayınlanan *"Aksuvital'den Propolis Kampanyası"* başlıklı yazı içerisinde, *"Aksuvital, propolis kampanyasında propolis ve zencefilli keçi boynuzu özü, procba şurup ve sıvı propolis damladan oluşan paket sunuyor. AksuVital, propolis ve zencefilli keçiboynuzu özü, procba şurup ve sıvı propolis damladan oluşan 3'lü kampanya paketi hazırladı. Aksuvital'den yapılan açıklamada, zararlı mikro organizmaları öldüren ve bağışıklık sistemini güçlendiren en güçlü ürün propolisin arılardan insanlara bir armağan olduğu belirtildi. Propolisi, işçi arıların bitkilerin filiz ve tomurcuklarını çiğneyerek oluşturdukları aktarılan açıklamada, propolisin soğuk kış günlerinde insanları mikroplardan koruyan doğal antibakteriyel ve antibiyotik bir ürün olduğu kaydedildi. Aksuvital, sektördeki 30 yıllık tecrübesini tüketici ile buluşturmak için propolis kampanyasına başladı. Şirket, herkes faydalansın diye Shiffa Home markalı ürünleri propolisli ve zencefilli keçiboynuzu özü, procba şurup ve sıvı propolis damladan oluşan 3'lü kampanya paketi hazırladı."* şeklinde ifadelerinin kullanıldığıtespit edilmiştir.

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

Bu nedenle anılan reklamların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 6; 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5; 22 ve 23 üncü maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

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

**FİNANSAL HİZMETLER**

**16)**

**Dosya No: 2019/8678**

**Şikâyet Edilen: ING Bank A.Ş.**

**Şikâyet Edilen Reklâm:** *"Vadesiz hesabınızdan bir yeni otomatik ödeme talimatı vererek 50 TL nakit hediye kazanın. Faturalarınız otomatik ödenirken, nakit hediyenizle ihtiyaçlarınızı karşılayabilirsiniz. Hemen otomatik fatura talimatınızı verin, 50 TL hediyenizi kazanın! (dipnot: nakit hediye yüklemesi vadesiz hesabından bir yeni otomatik fatura talimatı veren müşterilere Kasım ayının ilk haftası gerçekleştirilecektir.)"* başlıklı kampanya.

**Reklam Yayın Tarihi:** Ağustos 2018

**Yayınlandığı Mecra:** Mobil Aplikasyon

**Tespitler:** Tüketici tarafından Bakanlığımıza sunulan mobil aplikasyon ve sms görsellerinde; *"Vadesiz hesabınızdan bir yeni otomatik ödeme talimatı vererek 50 TL nakit hediye kazanın. Faturalarınız otomatik ödenirken, nakit hediyenizle ihtiyaçlarınızı karşılayabilirsiniz. Hemen otomatik fatura talimatınızı verin, 50 TL hediyenizi kazanın! (dipnot: nakit hediye yüklemesi vadesiz hesabından bir yeni otomatik fatura talimatı veren müşterilere Kasım ayının ilk haftası gerçekleştirilecektir.)"* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, anılan hususlara ilişkin olarak banka tarafından yapılan *"kampanyanın ana vaadinde yer alan -faturalarınızı otomatik öderken- ibaresinin 50 TL hediyenin fatura ödemesine karşılık olacağı, nakit olarak hesaba yatırılmayacağı”* açıklamasının tüketiciler tarafından algılanması ve bu şekilde yorumlanmasının mümkün olmadığı,

Konuyla ilgili olarak Tüketici Hakem Heyeti ve yapılan itiraz sonucunda Tüketici Mahkemesi nezdinde yapılan incelemeler de mahkemenin gerekçeli kararında; *"Yapılan yargılama ve tüm dosya kapsamı birlikte değerlendirildiğinde; davacı bankanın kampanya kosullarına uymadığı, dosya kapsamı ve alınan bilirkişi rapor içeriğine göre hakem heyeti kararının yerinde olduğu anlaşılmakla davanın reddi ile ilgili hakem heyeti kararının onanmasına karar vermek gerektiği..."* şeklinde hüküm kurulduğu;

Bu sebeple anılan kampanyada yer alan ifadelerin tüketicileri yanıltıcı ve eksik bilgilendirici olduğu;

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7, 9, 13, 15, 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 **ING Bank A.Ş.** unvanlı banka hakkında, söz konusu tanıtımlar ve ticari uygulamalar ile ilgili olarak, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **34.542 TL (Otuzdörtbinbeşyüzkırkiki Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**17)**

**Dosya No: 2019/11653**

**Şikâyet Edilen: Türkiye Vakıflar Bankası T.A.O.**

**Şikâyet Edilen Reklâm:** *“5 adet 125 TL ve üzeri akaryakıt alışverişine 60 TL Worldpuan”* başlıklı kampanya

**Reklam Yayın Tarihi:** Temmuz 2019

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet/Mobil Aplikasyon

**Tespitler:** Tüketici tarafından gönderilmediği ve fakat firma tarafından gönderildiği tespit edilen 15.07.2019 tarihli internet görüntüsünde;*“5 adet 125 TL ve üzeri akaryakıt alışverişinize 60 TL Worldpuan!...VakıfBank Worldcard ile 15 Temmuz-18 Ağustos 2019 tarihleri arasında World Üye İşyerlerinde akaryakıt sektörlerinde yapacağınız alışverişler için geçerlidir…”* şeklinde ifadelerin yer aldığı tespit edilmiştir.

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

**KOZMETİK VE TEMİZLİK ÜRÜNLERİ**

**18)**

**Dosya No: 2018/957**

**Şikayet Edilen: Ozonlabs Kozmetik ve Teknoloji Geliştirme A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://ozonlabs.com/ adresli internet sitesi ile “ozonlabsturkiye” isimli Instagram ve Facebook hesaplarının 19.08.2019 tarihli görünümünde yer alantanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 19.08.2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://ozonlabs.com/ adresli internet sitesi ile “ozonlabsturkiye” isimli Instagram ve Facebook hesaplarının 19.08.2019 tarihli görünümlerinde yayınlanan “Muhteşem Paket” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“MUHTEŞEM PAKET CİLT LEKELERİNDE KULLANIMI. Muhteşem Paket içindeki ürünlerin cilt lekelerinde kullanımı hakkında bilgiler (…) OZONLABS GÖZ ALTI MORLUKLARINDA* KULLANIMI*. Muhteşem Paket içindeki ürünlerin göz altı morluklarında kullanımları hakkında bilgiler. Muhteşem Paket ürünleri gözaltında kullanıma uygundur (…).”,* “Süper Paket” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“SÜPER PAKET ACNE ROSACEA / GÜL HASTALIĞINDA KULLANIMI. Süper Paket içindeki ürünlerin Akne Rosacea, kızarıklık, hassas cilt, gül ve madalyon hastalığında kullanımı: Özellikle hassas ve çabuk kızaran ciltlerde gündüz kullanımı güneşe ve ısıya karşı toleransı arttırmaya yardımcı olur ve hücreleri sakinleştirir “Özellikle hassas (…) ciltlerde gündüz kullanımı güneşe ve ısıya karşı toleransı arttırmaya yardımcı olur (..)..”* , “Ozonlabs O3RSS Serum” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“(…). Ozonlabs O3RSS Serum Cilt Lekelerinde Kullanımı: Hamilelik. Güneşten gelen zararlı ışınlar (UV). Sıcaklık artışı. Yaşlanma gibi nedenlerle ortaya çıkan cilt lekelerinde, (…) Ozonlabs O3RSS Serum Güneş Lekelerinde Kullanımı. Güneşten gelen zararlı ışınlar (UV) Araç camı arkasından zararlı ışınlar (Sera Etkisi). (…) pompa uygulanır. Ozonlabs O3RSS Serum Kırışıklıklarda Kullanımı. Ciltteki su ve nem kaybı Güneşlenme ve solaryum. Havuz kimyasallarına teması gibi nedenlerle oluşan çizgilerde ve kırışıklıklarda, Ozonlabs O3RSS Serum her akşam temiz cilde uygulanır. Ozonlabs O3RSS Serum Kaz Ayaklarında Kullanımı Mimik kullanımı Bilgisayar karşısında uzun süre odaklı çalışma. Makyaj ürünlerindeki kimyasallar. Yaşlanma etkisi gibi nedenlerle göz altında su ve nem kaybı kaz ayaklarına sebep olabilir. (…) Ozonlabs O3RSS Serum Göz Altı Morluklarında Kullanımı. Water proof – suya dayanıklı göz makyajı ürünleri Makyajla uyuma. Genetik faktörler nedeniyle göz altı morlukları oluşabilir. Ozonlabs O3RSS Serum, göz altı morluklarında (…) Ozonlabs O3RSS Serum Kaşıntıda Kullanımı. Hormonal faktörler Alerjik faktörler Ozonlabs O3RSS Serum Kolajen Kaybında Kullanımı Hormonal faktörler Yaş Yetersiz beslenme Ciltte nem kaybı Kimyasal içerikli ürün kullanımı Cilde yanlış müdahaleler gibi nedenlerle oluşan kolajen kaybında. Ciltte nem kaybı gibi nedenlerle oluşan ciltteki kaşıntılarda ve kontak egzamalarda Ozonlabs O3RSS Serum, temiz cilde birkaç pompa uygulanır. (…) Ozonlabs O3RSS Serum Roza’da Kullanımı Genetik Faktörler Cilde yapılan yanlış müdahaleler gibi nedenlerle oluşan Roza’da Ozonlabs O3RSS Serum kullanımı için, (…) Ozonlabs O3RSS Serum Selülitte Kullanımı Hareketsizlik Yanlış beslenme Genetik faktörler gibi nedenlerle oluşan selülitlerde, Ozonlabs O3RSS Serum Çatlakta Kullanımı Ani kilo alıp verme Doğumlar Ergenlik Genetik faktörler gibi nedenlerle oluşan çatlaklarda, (…) uygulanabilir. OZONLABS O3RSS SERUM (OZON YAĞI) KULLANIM ALANLARI Ozonlabs O3RSS Serum (ozon yağı), cilt lekeleri ve gece kremi gibi kullanımlarının haricinde; literatür araştırmalarına göre kronik yaradan, egzama gibi alerjik cilt hastalıklarına kadar birçok lezyonda iyileşmeyi destekleyici yapıdadır. Global Healing Center’da bulunan makaleye göre ozon yağı; cilt yaraları, ülser, hemoroid, böcek ısırıkları gibi problemler için iyileşme sürecini hızlandırmaya yardımcıdır. (..) Ozon yağı, vücuttaki serbest radikallere karşı antioksidan görevi görür. Selülit, kırışıklıklar, kazayağı gibi birçok alanda, zeytinyağı (oleik asit) içerisinde tutundurulmuş ozon yağı kullanılmıştır. [Referans](…) Ozonlabs O3RSS Serum (Ozon Yağı) Nedir? Ozonlabs O3RSS Serum (ozon yağı), şişe formunda piyasaya sürülmüş olup %3.2 ozon gazı içeren ozon yağı formülüdür. Ozonlandırılmış zeytinyağı (ozonated olive oil), “ozon yağı” olarak bilinen yağ içinde ozon gazı formu; açık sarı renkte derişimi yüksek, bulanık görüntüdedir. Ozonlabs O3RSS Serum, A kalite taze soğuk sıkım zeytinyağının birkaç gün içinde yüksek saf ozon gazına tabi tutularak konsantre edilmiş ozon yağı şeklidir. Aktif ozon gazı, 4 redoks tepkimesini tamamlamış ve Lipex® Shea ile Rosa Demascena (Isparta Gülü) adındaki doğal esans ilave edilerek piyasaya sürülmüştür. Ozonlabs O3RSS Serum, 50 ml ticari airless cam teflon şişe formunda, açık seri bulanık ve heterojen partikülarize görünümde, düşük akışkanlıkta bir cilt serumudur. (…) Havuz kimyasallarına temas gibi nedenlerle ortaya çıkan ve yüzünüzde, omuzlarınızda, kollarınızda çillenme ya da yaygın leke olarak beliren cilt tonu eşitsizliklerinde*. *OZONLABS O3RSS SERUM (OZON YAĞI) KULLANIM ALANLARI Ozonlabs O3RSS Serum (ozon yağı), (…) gece kremi gibi kullanımlarının haricinde; (…) Makyaj kalıntılarını temizlemek amaçlı ozon yağı kullanılabilir. Ozon yağı, (…) antioksidan görevi görür. TEMİZ KOZMETİK OZONLABS O3RSS SERUM. Ozonlabs O3RSS Serum temiz kozmetik esasına dayanarak, Paraben içermez Alkol içermez Silikon içermez. Sülfat içermez Parfüm içermez”*, “Ozonlabs Aloe Vera Şampuan 250ml” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Ozonlabs Aloe Vera Şampuan 250ml. (…) üretilmiş saçların uzaması ve güçlenmesine yardımcı bir içeriktir. (…) özellikle saç derisinin, saçların ve cildin sakinleştirilmesi ve yağ salgılarının düzenlenmesine yardımcı olabilir. Ozonlabs Aloe Vera Şampuan hassas ciltler için geliştirilmiş jelimsi yapıdaki form korunarak üretilmiş saçların (…) güçlenmesine yardımcı bir içeriktir. Sentetik silikon, paraben ve koruyucu içermeyen özel formülü (…) Ozonlabs Aloe Vera Şampuan saç derisini kurutmayan, hassas ve sentetik silikon içermeyen formülü ile saç köprülerinin nefes almasını, yenilenmesini ve doğal hacmine kavuşmasına yardımcı olabilir***”** ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** https://ozonlabs.com/ adresli internet sitesi ile “ozonlabsturkiye” isimli Instagram ve Facebook hesaplarının 19.08.2019 tarihli görünümlerinde yayınlanan “Muhteşem Paket” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“MUHTEŞEM PAKET CİLT LEKELERİNDE KULLANIMI. Muhteşem Paket içindeki ürünlerin cilt lekelerinde kullanımı hakkında bilgiler (…) OZONLABS GÖZ ALTI MORLUKLARINDA* KULLANIMI*. Muhteşem Paket içindeki ürünlerin göz altı morluklarında kullanımları hakkında bilgiler. Muhteşem Paket ürünleri gözaltında kullanıma uygundur (…).”,* “Süper Paket” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“SÜPER PAKET ACNE ROSACEA / GÜL HASTALIĞINDA KULLANIMI. Süper Paket içindeki ürünlerin Akne Rosacea, kızarıklık, hassas cilt, gül ve madalyon hastalığında kullanımı: Özellikle hassas ve çabuk kızaran ciltlerde gündüz kullanımı güneşe ve ısıya karşı toleransı arttırmaya yardımcı olur ve hücreleri sakinleştirir.”*, “Ozonlabs O3RSS Serum” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“(…). Ozonlabs O3RSS Serum Cilt Lekelerinde Kullanımı: Hamilelik. Güneşten gelen zararlı ışınlar (UV). Sıcaklık artışı. Yaşlanma gibi nedenlerle ortaya çıkan cilt lekelerinde, (…) Ozonlabs O3RSS Serum Güneş Lekelerinde Kullanımı. Güneşten gelen zararlı ışınlar (UV) Araç camı arkasından zararlı ışınlar (Sera Etkisi). (…) pompa uygulanır. Ozonlabs O3RSS Serum Kırışıklıklarda Kullanımı. Ciltteki su ve nem kaybı Güneşlenme ve solaryum. Havuz kimyasallarına teması gibi nedenlerle oluşan çizgilerde ve kırışıklıklarda, Ozonlabs O3RSS Serum her akşam temiz cilde uygulanır. Ozonlabs O3RSS Serum Kaz Ayaklarında Kullanımı Mimik kullanımı Bilgisayar karşısında uzun süre odaklı çalışma. Makyaj ürünlerindeki kimyasallar. Yaşlanma etkisi gibi nedenlerle göz altında su ve nem kaybı kaz ayaklarına sebep olabilir. (…) Ozonlabs O3RSS Serum Göz Altı Morluklarında Kullanımı. Water proof – suya dayanıklı göz makyajı ürünleri Makyajla uyuma. Genetik faktörler nedeniyle göz altı morlukları oluşabilir. Ozonlabs O3RSS Serum, göz altı morluklarında (…) Ozonlabs O3RSS Serum Kaşıntıda Kullanımı. Hormonal faktörler Alerjik faktörler Ozonlabs O3RSS Serum Kolajen Kaybında Kullanımı Hormonal faktörler Yaş Yetersiz beslenme Ciltte nem kaybı Kimyasal içerikli ürün kullanımı Cilde yanlış müdahaleler gibi nedenlerle oluşan kolajen kaybında. Ciltte nem kaybı gibi nedenlerle oluşan ciltteki kaşıntılarda ve kontak egzamalarda Ozonlabs O3RSS Serum, temiz cilde birkaç pompa uygulanır. (…) Ozonlabs O3RSS Serum Roza’da Kullanımı Genetik Faktörler Cilde yapılan yanlış müdahaleler gibi nedenlerle oluşan Roza’da Ozonlabs O3RSS Serum kullanımı için, (…) Ozonlabs O3RSS Serum Selülitte Kullanımı Hareketsizlik Yanlış beslenme Genetik faktörler gibi nedenlerle oluşan selülitlerde, Ozonlabs O3RSS Serum Çatlakta Kullanımı Ani kilo alıp verme Doğumlar Ergenlik Genetik faktörler gibi nedenlerle oluşan çatlaklarda, (…) uygulanabilir. OZONLABS O3RSS SERUM (OZON YAĞI) KULLANIM ALANLARI Ozonlabs O3RSS Serum (ozon yağı), cilt lekeleri ve gece kremi gibi kullanımlarının haricinde; literatür araştırmalarına göre kronik yaradan, egzama gibi alerjik cilt hastalıklarına kadar birçok lezyonda iyileşmeyi destekleyici yapıdadır. Global Healing Center’da bulunan makaleye göre ozon yağı; cilt yaraları, ülser, hemoroid, böcek ısırıkları gibi problemler için iyileşme sürecini hızlandırmaya yardımcıdır. (..) Ozon yağı, vücuttaki serbest radikallere karşı antioksidan görevi görür. Selülit, kırışıklıklar, kazayağı gibi birçok alanda, zeytinyağı (oleik asit) içerisinde tutundurulmuş ozon yağı kullanılmıştır. [Referans](…)”*, “Ozonlabs Aloe Vera Şampuan 250ml” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Ozonlabs Aloe Vera Şampuan 250ml. (…) üretilmiş saçların uzaması ve güçlenmesine yardımcı bir içeriktir. (…) özellikle saç derisinin, saçların ve cildin sakinleştirilmesi ve yağ salgılarının düzenlenmesine yardımcı olabilir.*” ifadelerine yer verildiği, ancak Kozmetik Mevzuatına tabi bulunan tüm kozmetik ürünlerin, insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve etkileri geçici olan ürünler olması gerektiği; bu bağlamda inceleme konusu tanıtımlarda yer alan tedaviye yönelik ve endikasyon belirten altı çizili ifadelerin ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği;

Diğer taraftan, firmaya ait <https://ozonlabs.com/> adresli internet sitesi ile “ozonlabsturkiye” isimli Instagram ve Facebook hesaplarında “Süper Paket” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer alan; *“Özellikle hassas (…) ciltlerde gündüz kullanımı güneşe ve ısıya karşı toleransı arttırmaya yardımcı olur (..).”*, “Ozonlabs O3RSS Serum” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer alan; *“Ozonlabs O3RSS Serum (Ozon Yağı) Nedir? Ozonlabs O3RSS Serum (ozon yağı), şişe formunda piyasaya sürülmüş olup %3.2 ozon gazı içeren ozon yağı formülüdür. Ozonlandırılmış zeytinyağı (ozonated olive oil), “ozon yağı” olarak bilinen yağ içinde ozon gazı formu; açık sarı renkte derişimi yüksek, bulanık görüntüdedir. Ozonlabs O3RSS Serum, A kalite taze soğuk sıkım zeytinyağının birkaç gün içinde yüksek saf ozon gazına tabi tutularak konsantre edilmiş ozon yağı şeklidir. Aktif ozon gazı, 4 redoks tepkimesini tamamlamış ve Lipex® Shea ile Rosa Demascena (Isparta Gülü) adındaki doğal esans ilave edilerek piyasaya sürülmüştür. Ozonlabs O3RSS Serum, 50 ml ticari airless cam teflon şişe formunda, açık seri bulanık ve heterojen partikülarize görünümde, düşük akışkanlıkta bir cilt serumudur. (…) Havuz kimyasallarına temas gibi nedenlerle ortaya çıkan ve yüzünüzde, omuzlarınızda, kollarınızda çillenme ya da yaygın leke olarak beliren cilt tonu eşitsizliklerinde*. *OZONLABS O3RSS SERUM (OZON YAĞI) KULLANIM ALANLARI Ozonlabs O3RSS Serum (ozon yağı), (…) gece kremi gibi kullanımlarının haricinde; (…) Makyaj kalıntılarını temizlemek amaçlı ozon yağı kullanılabilir. Ozon yağı, (…) antioksidan görevi görür. TEMİZ KOZMETİK OZONLABS O3RSS SERUM. Ozonlabs O3RSS Serum temiz kozmetik esasına dayanarak, Paraben içermez Alkol içermez Silikon içermez. Sülfat içermez Parfüm içermez”* ve “Ozonlabs Aloe Vera Şampuan 250ml” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer alan; *“Ozonlabs Aloe Vera Şampuan hassas ciltler için geliştirilmiş jelimsi yapıdaki form korunarak üretilmiş saçların (…) güçlenmesine yardımcı bir içeriktir. Sentetik silikon, paraben ve koruyucu içermeyen özel formülü (…) Ozonlabs Aloe Vera Şampuan saç derisini kurutmayan, hassas ve sentetik silikon içermeyen formülü ile saç köprülerinin nefes almasını, yenilenmesini ve doğal hacmine kavuşmasına yardımcı olabilir.”* ifadelerinin doğruluğunun bilimsel geçerliliği olan bilgi ve belgelerle 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 **Ozonlabs Kozmetik ve Teknoloji Geliştirme A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**19)**

**Dosya No: 2018/978**

**Şikayet Edilen: Viking Temizlik Ve Kozmetik Ür.Paz.San.Tic.A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** <https://www.vikingtemizlik.com.tr/> adresli internet sitesi, Facebook hesabı ve ürün ambalajları ile firma tarafından muhtelif televizyon kanallarında yayınlanan “Viking Premium Serisi” isimli temizlik ürünlerine yönelik tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2018 ve Nisan-Ağustos 2019

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

**Tespitler:** Nisan 2019 tarihinde yayınlanan “Viking Premium Serisi” isimli temizlik ürünlerine yönelik tanıtımlarda; *“Viking Premium serisi ile doğadan gelen mucize artık evlerinizde. Güçlendirilmiş bitkisel formüle sahip Viking Premium ürünleri fosfat, klor amonyak, formaldehit ve hiçbir hayvansal kaynaklı hammadde içermez. Bağımsız test laboratuvar raporlarına dayanmaktadır. Vegan. Vegan sertifikalı bu ürünler geliştirilirken hayvanlar üzerinde test edilmemiştir. Viking Premium serisinde kullanılan esanslar doğal özler içerdiği için mükemmel temizliğin yanı sıra eşsiz kokusuyla da sizi büyüler. Viking temizliğin görme engelliler için geliştirdiği mobil uygulaması sayesinde ise ürünlerle ilgili tüm bilgilere görme engelli tüketiciler de erişebilmektedir.”* ifadelerine, <https://www.vikingtemizlik.com.tr/> adresli internet sitesinin 19.08.2019 tarihli görünümünde yer alan tanıtımlarda; *“Viking Premium Toksik kimyasal içermeyen, çevre dostu ürünler...”* ifadelerine, Facebook hesabının aynı tarihli görünümünde *“Doğal ve toksik kimyasallar içermeyen Viking Premium ürünleriyle tanışmak için size en yakın Bim mağazasına uğramayı unutmayın! Toksik Kimyaasal İçermez”(…)…minik eller güvende. Tüm bu bilgiler ışığında ürünlerin eşsiz ve güçlü içeriğini tescilleyen Plant Power Technology. Bitkisel kaynaklı hammaddelerin güçlendirilmesiyle elde edilmiş olup tüketicinin tüm beklentisine de yanıt verilmesini sağlamaktadır. (…) Viking Premium Sıvı Bulaşık Deterjanı bulaşıklarınızda leke bırakmadan mükemmel temizlik sağlar, üstelik size ve sevdiklerinize zarar verecek toksik kimyasallar içermez.(…) Son 10 yılda görülen astım vakalarında erkeklerde %29 kadınlarda ise %82 artış gözlemlenmiştir. Kadınlardaki vakaların daha fazla artmasının sebebi, evde daha fazla kimyasala maruz kalmalarına dayandırılmaktadır. Toksik kimyasal içermeyen Viking Premium serisiyle evleriniz, her anlamda tertemiz.”* İfadeleri ile *“bakteri yok”* işaretine, 2018 ve 2019 tarihli ürün ambalajlarında; *“Toksik kimyasal içermez. Toksik kimyasalları çıkardık, yerine çevreye ve size zarar vermeyen doğal kaynaklı yüksek performanslı bileşenleri koyduk.”* İfadelerine, firmaya ait Youtube kanalında yer alan tanıtımlarda; *“Son 10 yılda görülen astım vakalarında erkeklerde %29, kadınlarda ise %82 artış gözlemlenmiştir. Kadınlardaki vakaların daha fazla artmasının sebebi, evde kimyasal ürünlere daha sık maruz kalmalarına dayandırılmaktadır, Kaynak: ABD Hastalık Kontrol ve Koruma Merkezi. Kimyasal içeren temizlik ürünlerinin kansere sebebiyet verme ihtimali, hava kirliliğinden 3 kat daha fazladır. Kaynak: Çevre Koruma Ajansı. Kimyasal partiküller, kimyasal ürüne maruz kalınmasından sonra 26 saniye içinde tüm organlarınıza yerleşir. Ürünlerin zararlarından en çok çocuklar, yaşlılar ve kronik rahatsızlığı olanlar etkilenir. Kaynak: Uluslararası Doğal Kaynaklar Savunma Konseyi. Bu önermeler verildikten sonra aşağıdaki iddia ile Viking Premium ürünleri tek tek gösterilmektedir. Bu bilgiler ışığında, uzun süren çalışmalar sonucunda geliştirilen taşıdığı üstün özellikleri ve konsepti ile Türkiye'de ilk olan Viking Premium karşınızda.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firma tarafından muhtelif televizyon kanallarında Nisan 2019 tarihinde yayınlanan “Viking Premium Serisi” isimli temizlik ürünlerine yönelik tanıtımlarda; *“Viking Premium serisi ile doğadan gelen mucize artık evlerinizde. Güçlendirilmiş bitkisel formüle sahip Viking Premium ürünleri fosfat, klor amonyak, formaldehit ve hiçbir hayvansal kaynaklı hammadde içermez. Bağımsız test laboratuvar raporlarına dayanmaktadır. Vegan. Vegan sertifikalı bu ürünler geliştirilirken hayvanlar üzerinde test edilmemiştir. Viking Premium serisinde kullanılan esanslar doğal özler içerdiği için mükemmel temizliğin yanı sıra eşsiz kokusuyla da sizi büyüler. Viking temizliğin görme engelliler için geliştirdiği mobil uygulaması sayesinde ise ürünlerle ilgili tüm bilgilere görme engelli tüketiciler de erişebilmektedir.”* ifadelerine,

Firmaya ait https://www.vikingtemizlik.com.tr/ adresli internet sitesinin 19.08.2019 tarihli görünümünde yer alan tanıtımlarda; *“Viking Premium Toksik kimyasal içermeyen, çevre dostu ürünler...”* ifadelerine,

Facebook hesabının aynı tarihli görünümü ile Youtube hesabında; *“Doğal ve toksik kimyasallar içermeyen Viking Premium ürünleriyle tanışmak için size en yakın Bim mağazasına uğramayı unutmayın! Toksik Kimyaasal İçermez”(…) Viking Premium Sıvı Bulaşık Deterjanı bulaşıklarınızda leke bırakmadan mükemmel temizlik sağlar, üstelik size ve sevdiklerinize zarar verecek toksik kimyasallar içermez.(…) Son 10 yılda görülen astım vakalarında erkeklerde %29 kadınlarda ise %82 artış gözlemlenmiştir. Kadınlardaki vakaların daha fazla artmasının sebebi, evde daha fazla kimyasala maruz kalmalarına dayandırılmaktadır. Kaynak: ABD Hastalık Kontrol ve Koruma Merkezi. Kimyasal içeren temizlik ürünlerinin kansere sebebiyet verme ihtimali, hava kirliliğinden 3 kat daha fazladır. Kaynak: Çevre Koruma Ajansı. Kimyasal partiküller, kimyasal ürüne maruz kalınmasından sonra 26 saniye içinde tüm organlarınıza yerleşir. Ürünlerin zararlarından en çok çocuklar, yaşlılar ve kronik rahatsızlığı olanlar etkilenir. Kaynak: Uluslararası Doğal Kaynaklar Savunma Konseyi. Bu önermeler verildikten sonra aşağıdaki iddia ile Viking Premium ürünleri tek tek gösterilmektedir. Bu bilgiler ışığında, uzun süren çalışmalar sonucunda geliştirilen taşıdığı üstün özellikleri ve konsepti ile Türkiye'de ilk olan Viking Premium karşınızda. Toksik kimyasal içermeyen Viking Premium serisiyle evleriniz, her anlamda tertemiz.”* ifadelerine ve

2018 ve 2019 tarihli ürün ambalajlarında; *“Toksik kimyasal içermez. Toksik kimyasalları çıkardık, yerine çevreye ve size zarar vermeyen doğal kaynaklı yüksek performanslı bileşenleri koyduk.”* ifadelerine yer verilmesinin Maddelerin Ve Karışımların Sınıflandırılması, Etiketlenmesi Ve Ambalajlanması Hakkında Yönetmeliğin “Etiket üzerinde ilave bilgiler” başlıklı 27 nci maddesi; *“Toksik değildir”, “Zararsızdır”, “Kirletici değildir”, “Ekolojiktir” gibi maddenin veya karışımın zararlı olmadığını göstermeyi amaçlayan veya ilgili sınıflandırmalarla tutarsızlık gösterebilecek diğer ifadeler, bu Yönetmelik kapsamındaki herhangi bir maddenin veya karışımın etiketi veya ambalajı üzerinde yer alamaz.”* hükmüne aykırılık teşkil ettiği ayrıca tanıtımlarda yer alan söz konusu ifadeler ile tüketiciler nezdinde ürünün kimyasal içermediği algısının yaratılmasının tüketicilerin yanıltıcı olduğu, bununla birlikte diğer ürünlerden üstün olunduğu algısı oluşturularak rakip ürünlerin kötülendiği, dolayısıyla karşılaştırmalı reklam hükümlerine aykırı hareket edildiği,

Ayrıca www.vikingtemizlik.com.tr adresli internet sitesinde yer alan ekran görüntüsünde yer verilen “bakteri yok” işaretinin kullanılabilmesi için gerekli biyosidal ürün ruhsatının bulunmadığı,

Bununla birlikte, firmaya ait Youtube kanalında yer alan videoda yer verilen; “ … *taşıdığı üstün özellikleri ve konsepti ile Türkiye’de ilk olan Viking Premium*” ifadelerinin doğruluğunun ispatlanamadığı,

Bu nedenle, inceleme konusu tanıtımların;

- Biyosidal Ürünler Yönetmeliğinin; 5 inci ve 38 inci maddeleri,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/1-b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/8, 8 inci, 9 uncu, 10 uncu, 26 ncı ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Viking Temizlik ve Kozmetik Ür. Paz. San. Tic. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**20)**

**Dosya No: 2018/1368**

**Şikayet Edilen: Nusellus İlaç Kozmetik İth. İhr. San. Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** <https://www.turuncukasa.com/> adresli internet sitesinin 23.08.2019 tarihli görünümündeyer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 23.08.2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <https://www.turuncukasa.com/> adresli internet sitesinin 23.08.2019 tarihli görünümündeyer alan, “Ducray Squanorm Oily Dandruff Shampoo 200 ml Yağlı Kepek Şampuanı” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Kaşıntı ve kızarıklığın hafiflemesinde etkili olmayı amaçlar.(…) Sonuç: Kepek probleminin giderilmesine yardımcıdır. (…) Yağlı saçlarda kepek oluşumuna neden olabilecek faktörleri gidermeye yardımcı olur.E tkisini uzun süre korumaya çalışır. Formülünde Salisilik asit ve Sabal Serrulata ekstresi bulunur. Saç ve saç derisinde derinlemesine bir temizlik sağlamaya yardımcı olur. Yağlı kepek sorunu genellikle kızarıklık ve kaşıntı ile birlikte kendisini gösterir. Ducray Squanorm Dandruff Oily Shampoo -Yağlı Kepek Şampuanı, ilk kullanımdan itibaren kepek sorunuyla mücadele etmeye çalışır.* *- Saçın ve saçlı derinin derinlemesine temizliğinde etkilidir. İçeriğinde yağlanmayı geciktirmeye yardımcı etkenler bulunmaktadır.”,* “Ducray Kelual DS Şampuan” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Ducray Kelual DS Şampuan kepek, kaşıntı, yağlanma gibi saç derisi problemlerinin giderilmesi için uygundur.(…)Saçlarınızın kepeklenmesini gidererek sağlıklı saç ve saç derisine sahip olmanıza yardımcı olur”*, “Dermoskin Celeritt SPF 25 Cream 30 ml Leke Karşıtı Bakım Kremi” başlığı altında; “*Leke sorunu olan ciltlerde düzelme ve bakım sağlamak için tasarlanmış Dermoskin Celeritt SPF 25 Cream 30 ml Leke Karşıtı Bakım Kremi;. Dermoskin Celeritt SPF 25 Cream 30 ml Leke Karşıtı Bakım Kremi Lekelerle savaşta etkin destek... Açıklama :Celeritt krem ciltte oluşan yaşlılık lekeleri ve çiller gibi pigment oluşumlarını gidermek için kullanılan tıbbi kozmetik bir üründür (…) renk açıcı özelliğe sahiptir. Su teresi özünün cilt üzerinde çok önemli renk açıcı etkisi vardır. Vitamin B5 ise lekeli görünümün dağılmasında katkıda bulunur ve pigmentasyonu düzenler. (… )Dolayısı ile UV sebebiyle ortaya çıkan pigment lekelerini de azaltmaya yardımcı olur (…) Özellikle yoğun UV ışınlarından dolayı belirgin hale gelmiş çillere karşı kullanılmaya da uygundur. Vitamin E cildin yaşlanmasını gecitkirmede kullanılır, Vitamin C anti oksidandır (…)Dermoskin Celeritt Spf 25 Cilt Lekelerine Karşı Yoğun Bakım Kremi Sadece hiperpigmentasyon fenomenin de yararlar sağlayabilir. Dermoskin Celeritt SPF 25 Cream 30 ml Leke Karşıtı Bakım Kremi Celerrit krem Özellikle yoğun UV ışınlarından dolayı belirgin hale gelmiş çillere karşı kullanılmaya da uygundur. Nevusları ve Berloque dermatitisleri etkilemez. Kloasma Uterinum'da ise Celerrit Krem kullanılması ile bu pigmentasyonlar genellikle azalabilirler. Dermoskin Celeritt SPF 25 Cream 30 ml Leke Karşıtı Bakım Kremi akut ve kronik güneş ışığı zararlarına karşı hem UVB hemde UVA filtreleri içerir. 10 faktörlü yüksek UV koruyucuları güneşe yoğun maruz kalındığında bile uzun süreli güçlü korumayı güvenle sağlar.”,* “Moos Saç Dökülmesi Karşıtı Serum 90 ml” başlığı altında; *“dökülme sorunlarının gidermesini amaçlayan saç serumudur.* *Moos Saç Dökülmesi Karşıtı Serum, saç dökülmesini azaltmaya destek olan ve saçları canlandırmaya yardım eden saç bakım ürünüdür. saç kırılmalarına karşı yardım eder ve saç dökülmelerini azaltmaya katkı sağlar (…)Moos Saç Dökülmesi Karşıtı Serum, doğal saç döngüsünün yeniden sağlanmasına ve saç dökülme sorunlarının azaltılmasına destek olan bir serumdur (…) - saçların beslenmesine ve canlı bir görünüme kavuşmasına destek olur. Saçların güçlenmesine ve direnç kazanmasına yardım eder. Ph'ı saç derisiyle uyumlu olup 5,5 tir.- Boya ve paraben içermeyen özel içeriğiyle cildinizin hassasiyetine önem verilmiştir. - Bu özel formül, etkili bir saç bakımı yapılmasına ve saç köklerinin yenilenip canlanmasına katkıda bulunur.- içeriğinde yeni nesil bitkisel bileşik olarak Panax ginseng, arginine, tyrosin, roat extract, soya, çinko, B3 vitamini, calsium pantothenate, citruline, glucosamine ve biotin bulunur. - Formülünde ayrıca ısırgan otu ile sadece Fas'ta yetişen ve E vitamini, omega 6, omega 9 bakımından zengin argan bitkisi ile B vitaminleri bakımından çok zengin olan buğday özü vardır.”* ifadelerineve “Mustela Maternite Stretch Marks Recovery Serum 75 ml Çatlak Serumu” başlığı altında; *“Bu sayfadan indirimli fiyata satın alabileceğiniz Mustela Maternite Stretch Marks Recovery Serum 75 ml Çatlak Serumu, yumuşama ve sarkmalardan, çatlak oluşumlarından korumaya yardım eder.* *- Zengin içeriklerle formüle edilmiş çatlak bakım serumudur..- Cildin yapısını korumak, oluşan çatlakları en aza indirmek için bakımınızı ihmal etmemelisiniz (…) - Cildin esnekliğini güçlendirerek cildin rahatlamasına yardımcı olur.- Yeni anneler için tasarlanmış serum cilt kalitesinin artmasına destek olur- Avokado Peptidleri ile hazırlanmış içeriğini cildi yumuşatarak, gerginliği kaldırmaya çalışır.- Avokado Peptidleri; cilde koruyucu olmaktadır. Cildin beslenmesine destek olur. Annelerin cildi için fayda sağlamaya çalışan bir maddedir.- Cilt dokusunun yenilenmesine yardımcı olur. - Paraben, phthalate, phenoxyethanol, bisphenol, kafein ve alkol içermez. Hamilelik döneminde oluşan çatlaklar;, derinin gerilmesi ve kilo artışı sonucunda oluşabilir. Bu sebeple düzenli olarak, cildin esnekliğini korumak için Mustela markasının Çatlak Serumun'dan yardım alabilirsiniz.*”ifadeleri ile hamile görsellerine, diğer taraftan “Durex Play Hisset Kayganlaştırıcı Jel 50 ml”, “Ducray Kelual DS Şampuan 100 ml”, “Fiesta All Night Prezervatif”gibi daha birçok kozmetik ürüne ilişkin olarak yukarıda belirtilen ifadelere benzer şekilde *kozmetik tanımını aşan* ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** <https://www.turuncukasa.com/> adresli internet sitesinin 23.08.2019 tarihli görünümündeyer alan, “Ducray Squanorm Oily Dandruff Shampoo 200 ml Yağlı Kepek Şampuanı” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Kaşıntı ve kızarıklığın hafiflemesinde etkili olmayı amaçlar.(…) Sonuç: Kepek probleminin giderilmesine yardımcıdır. ”,* “Ducray Kelual DS Şampuan” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Ducray Kelual DS Şampuan kepek, kaşıntı, yağlanma gibi saç derisi problemlerinin giderilmesi için uygundur.(…)Saçlarınızın kepeklenmesini gidererek sağlıklı saç ve saç derisine sahip olmanıza yardımcı olur”*, “Dermoskin Celeritt SPF 25 Cream 30 ml Leke Karşıtı Bakım Kremi” başlığı altında; “*Leke sorunu olan ciltlerde düzelme ve bakım sağlamak için tasarlanmış Dermoskin Celeritt SPF 25 Cream 30 ml Leke Karşıtı Bakım Kremi;. Dermoskin Celeritt SPF 25 Cream 30 ml Leke Karşıtı Bakım Kremi Lekelerle savaşta etkin destek... Açıklama :Celeritt krem ciltte oluşan yaşlılık lekeleri ve çiller gibi pigment oluşumlarını gidermek için kullanılan tıbbi kozmetik bir üründür (…) renk açıcı özelliğe sahiptir. Su teresi özünün cilt üzerinde çok önemli renk açıcı etkisi vardır. Vitamin B5 ise lekeli görünümün dağılmasında katkıda bulunur ve pigmentasyonu düzenler. (… )Dolayısı ile UV sebebiyle ortaya çıkan pigment lekelerini de azaltmaya yardımcı olur”,* “Moos Saç Dökülmesi Karşıtı Serum 90 ml” başlığı altında; *“dökülme sorunlarının gidermesini amaçlayan saç serumudur.* *Moos Saç Dökülmesi Karşıtı Serum, saç dökülmesini azaltmaya destek olan ve saçları canlandırmaya yardım eden saç bakım ürünüdür. saç kırılmalarına karşı yardım eder ve saç dökülmelerini azaltmaya katkı sağlar (…)Moos Saç Dökülmesi Karşıtı Serum, doğal saç döngüsünün yeniden sağlanmasına ve saç dökülme sorunlarının azaltılmasına destek olan bir serumdur.”* ifadelerineve “Mustela Maternite Stretch Marks Recovery Serum 75 ml Çatlak Serumu” başlığı altında; *“Bu sayfadan indirimli fiyata satın alabileceğiniz Mustela Maternite Stretch Marks Recovery Serum 75 ml Çatlak Serumu, yumuşama ve sarkmalardan, çatlak oluşumlarından korumaya yardım eder.* *- Zengin içeriklerle formüle edilmiş çatlak bakım serumudur..- Cildin yapısını korumak, oluşan çatlakları en aza indirmek için bakımınızı ihmal etmemelisiniz.*”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 sitesinde yer alan “Durex Play Hisset Kayganlaştırıcı Jel 50 ml”, “Ducray Kelual DS Şampuan 100 ml”, “Fiesta All Night Prezervatif” gibi daha birçok kozmetik ürüne ilişkin olarak yukarıda belirtilen ifadelere benzer şekilde *kozmetik tanımını aşan* ifadelere yer verildiği,

Ayrıca, “Ducray Squanorm Oily Dandruff Shampoo 200 ml Yağlı Kepek Şampuanı” isimli ürüne ilişkin olarak kullanılan *“Yağlı saçlarda kepek oluşumuna neden olabilecek faktörleri gidermeye yardımcı olur.E tkisini uzun süre korumaya çalışır. Formülünde Salisilik asit ve Sabal Serrulata ekstresi bulunur. Saç ve saç derisinde derinlemesine bir temizlik sağlamaya yardımcı olur. Yağlı kepek sorunu genellikle kızarıklık ve kaşıntı ile birlikte kendisini gösterir. Ducray Squanorm Dandruff Oily Shampoo -Yağlı Kepek Şampuanı, ilk kullanımdan itibaren kepek sorunuyla mücadele etmeye çalışır.* *- Saçın ve saçlı derinin derinlemesine temizliğinde etkilidir. İçeriğinde yağlanmayı geciktirmeye yardımcı etkenler bulunmaktadır.”,* “Dermoskin Celeritt SPF 25 Cream 30 ml Leke Karşıtı Bakım Kremi” isimli ürüne ilişkin olarak kullanılan “*Özellikle yoğun UV ışınlarından dolayı belirgin hale gelmiş çillere karşı kullanılmaya da uygundur. Vitamin E cildin yaşlanmasını gecitkirmede kullanılır, Vitamin C anti oksidandır (…)Dermoskin Celeritt Spf 25 Cilt Lekelerine Karşı Yoğun Bakım Kremi Sadece hiperpigmentasyon fenomenin de yararlar sağlayabilir. Dermoskin Celeritt SPF 25 Cream 30 ml Leke Karşıtı Bakım Kremi Celerrit krem Özellikle yoğun UV ışınlarından dolayı belirgin hale gelmiş çillere karşı kullanılmaya da uygundur. Nevusları ve Berloque dermatitisleri etkilemez. Kloasma Uterinum'da ise Celerrit Krem kullanılması ile bu pigmentasyonlar genellikle azalabilirler. Dermoskin Celeritt SPF 25 Cream 30 ml Leke Karşıtı Bakım Kremi akut ve kronik güneş ışığı zararlarına karşı hem UVB hemde UVA filtreleri içerir. 10 faktörlü yüksek UV koruyucuları güneşe yoğun maruz kalındığında bile uzun süreli güçlü korumayı güvenle sağlar.”* “Moos Saç Dökülmesi Karşıtı Serum 90 ml” isimli ürüne ilişkin olarak kullanılan *“. - saçların beslenmesine ve canlı bir görünüme kavuşmasına destek olur. Saçların güçlenmesine ve direnç kazanmasına yardım eder. Ph'ı saç derisiyle uyumlu olup 5,5 tir.- Boya ve paraben içermeyen özel içeriğiyle cildinizin hassasiyetine önem verilmiştir. - Bu özel formül, etkili bir saç bakımı yapılmasına ve saç köklerinin yenilenip canlanmasına katkıda bulunur.- içeriğinde yeni nesil bitkisel bileşik olarak Panax ginseng, arginine, tyrosin, roat extract, soya, çinko, B3 vitamini, calsium pantothenate, citruline, glucosamine ve biotin bulunur. - Formülünde ayrıca ısırgan otu ile sadece Fas'ta yetişen ve E vitamini, omega 6, omega 9 bakımından zengin argan bitkisi ile B vitaminleri bakımından çok zengin olan buğday özü vardır.”,* “Mustela Maternite Stretch Marks Recovery Serum 75 ml Çatlak Serumu” isimli ürüne ilişkin olarak kullanılan “*. - Cildin esnekliğini güçlendirerek cildin rahatlamasına yardımcı olur.- Yeni anneler için tasarlanmış serum cilt kalitesinin artmasına destek olur- Avokado Peptidleri ile hazırlanmış içeriğini cildi yumuşatarak, gerginliği kaldırmaya çalışır.- Avokado Peptidleri; cilde koruyucu olmaktadır. Cildin beslenmesine destek olur. Annelerin cildi için fayda sağlamaya çalışan bir maddedir.- Cilt dokusunun yenilenmesine yardımcı olur. - Paraben, phthalate, phenoxyethanol, bisphenol, kafein ve alkol içermez. Hamilelik döneminde oluşan çatlaklar;, derinin gerilmesi ve kilo artışı sonucunda oluşabilir. Bu sebeple düzenli olarak, cildin esnekliğini korumak için Mustela markasının Çatlak Serumun'dan yardım alabilirsiniz.”* ifadelerinin doğruluğunun bilimsel verilerle 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 **Nusellus İlaç Kozmetik İth. İhr. San. 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** verilmesinekarar verilmiştir.

**21)**

**Dosya No:** 2018/2476

**Şikayet Edilen: Carex Bitkisel Ürünler ve Kozmetik Sanayi Ticaret Limited Şirketi.**

**Şikayet Edilen Reklam:** <https://bionnex.com/tr/> adresli internet sitesinin 25.08.2019 tarihli görünümünde yer alan muhtelif ürünlere ilişkin tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 25.08.2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <https://bionnex.com/tr/>adresli internet sitesinin 25.08.2019 tarihli görünümünde yer alan “Bionnex Whitexpert Leke Giderici Krem Hassas Bölgeler” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“(…) cilt lekelerine sebep olan melanin üretimini kontrol altına alarak leke oluşumunu engellemeye destek olur. (…) lekelerin ve ciltteki kararmaların giderilmesine yardımcı olur.”,*“Bionnex Whitexpert Leke Giderici Gece Serumu Yüz Bakımı” başlığı altında; “*(…) cildi serbest radikal hasarından korur.”,*“Saç Dökülmesi Organica” başlığı altında yer alan ürünlere yönelik tanıtımlarda; *“Organica serisi saç dökülmeleri için özel olarak üretilmiştir. %100 organik içerikli Vitis Complex CX25 ile saç dökülmelerini engellemeye yardımcı olur. Farcoderm İsviçre laboratuvarlarında yapılan araştırmaya göre Organica’nın 6 aylık düzenli kullanımda %90 oranında saç dökülmesini engellemeye yardımcı olduğu kanıtlanmıştır. (…) Düzenli kullanımda saç kaybını %90 engellemeye yardımcı formül. %90 etkinliği kanıtlanmış mucizevi Vills Complex CX25 formül. Dökülme engelleyici & Yeni saç oluşumunu destekleyici..”,*“Akneli Ciltler - Acnederm” başlığı altında yer alan ürünlere yönelik tanıtımlarda; “*Yağlı ve karma ciltlerin en büyük sorunlarından biri akne problemidir. İçerisindeki bitkisel aktiflerden oluşan Trio Acid Complex ile Acnederm serisi ürünleri akne problemini çözmeyi amaçlar. (…) BIONNEX ACNEDERM CANLANDIRICI TONİK AKNELİ CİLTLER: İçeriğindeki bisabolol ile cildi yatıştırır, Bisabolol (Hücre Yenileyici) Trioasit Komplex (Aktif Sivilceyi Yok Etme)”* ifadelerine ve,“Kuru Ciltler - Perfederm” başlığı altında yer alan ürünlere yönelik tanıtımlarda; “*(…). BİONNEX PERFEDERM 3’Ü 1 ARADA YOĞUN EL BAKIM KREMİ-YAŞLANMA KARŞITI: İçeriğindeki soya ve buğday proteinleri ile hiperpigmentasyon oluşumunu engellemeye yardımcı olur. (…)”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** <https://bionnex.com/tr/> adresli internet sitesinin 25.08.2019 tarihli görünümünde yer alan, “Bionnex Whitexpert Leke Giderici Krem Hassas Bölgeler” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“(…) cilt lekelerine sebep olan melanin üretimini kontrol altına alarak leke oluşumunu engellemeye destek olur. (…) lekelerin ve ciltteki kararmaların giderilmesine yardımcı olur.”,*“Bionnex Whitexpert Leke Giderici Gece Serumu Yüz Bakımı” başlığı altında; “*(…) cildi serbest radikal hasarından korur.”,* “Saç Dökülmesi Organica” başlığı altında yer alan ürünlere yönelik tanıtımlarda; *“Organica serisi saç dökülmeleri için özel olarak üretilmiştir. %100 organik içerikli Vitis Complex CX25 ile saç dökülmelerini engellemeye yardımcı olur. Farcoderm İsviçre laboratuvarlarında yapılan araştırmaya göre Organica’nın 6 aylık düzenli kullanımda %90 oranında saç dökülmesini engellemeye yardımcı olduğu kanıtlanmıştır. (…) Düzenli kullanımda saç kaybını %90 engellemeye yardımcı formül. %90 etkinliği kanıtlanmış mucizevi Vills Complex CX25 formül. Dökülme engelleyici & Yeni saç oluşumunu destekleyici..”,*“Akneli Ciltler - Acnederm” başlığı altında yer alan ürünlere yönelik tanıtımlarda; “*Yağlı ve karma ciltlerin en büyük sorunlarından biri akne problemidir. İçerisindeki bitkisel aktiflerden oluşan Trio Acid Complex ile Acnederm serisi ürünleri akne problemini çözmeyi amaçlar. (…) BIONNEX ACNEDERM CANLANDIRICI TONİK AKNELİ CİLTLER: İçeriğindeki bisabolol ile cildi yatıştırır, Bisabolol (Hücre Yenileyici) Trioasit Komplex (Aktif Sivilceyi Yok Etme)”* ifadelerine ve “Kuru Ciltler - Perfederm” başlığı altında yer alan ürünlere yönelik tanıtımlarda; “*(…). BİONNEX PERFEDERM 3’Ü 1 ARADA YOĞUN EL BAKIM KREMİ-YAŞLANMA KARŞITI: İçeriğindeki soya ve buğday proteinleri ile hiperpigmentasyon oluşumunu engellemeye yardımcı olur. (…)”* ifadelerine yer verildiği, ancak Kozmetik Mevzuatına tabi bulunan tüm kozmetik ürünlerin, insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve etkileri geçici olan ürünler olması gerektiği; bu bağlamda inceleme konusu tanıtımlarda yer alan tedaviye yönelik ve endikasyon belirten altı çizili ifadelerin ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği;

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, 26 ncı ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**22)**

**Dosya No: 2019/9146**

**Şikayet Edilen: Ma Yener Kimya Temizlik Kozmetik Ürünleri İmalat Pazarlama İthalat İhracat Sanayi Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:**“New Bitkisel İçerikli Matic” markalı deterjan ürününe ilişkin ambalaj üzerinde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj

**Tespitler:** “New Bitkisel İçerikli Matic” markalı deterjan ürününe ilişkin ambalaj üzerinde yer alan tanıtımlarda “Bor %10”, “Sentetik yüzey aktif maddeler içermez.” ve “Bebek ve çocuk çamaşırları için güvenilir” ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** “New Bitkisel İçerikli Matic” markalı deterjan ürününe ilişkin ambalaj üzerinde yer alan tanıtımlarda *“Bor %10”* ifadesine yer verildiği,

Ancak, ambalaj üzerinde yer verilen *“Bor %10”* ifadesi ile iddia edilen; söz konusu ürünün bor katkılı olduğu yönünde yapılan tanıtımların ve yine ambalaj üzerinde yer verilen; *“Sentetik yüzey aktif maddeler içermez.”* ve *“Bebek ve çocuk çamaşırları için güvenilir”* ifadelerinin ispatlanmadığı,

Diğer taraftan, Eti Maden İşletmeleri Genel Müdürlüğü tarafından bor madeninden üretilen “Boron” markalı temizlik ürününün %100 yerli ve milli nitelikte tek ürün olduğu, buna karşılık “New Matic” isimli ürüne ait ambalaj üzerinde yer verilen *“BOR 10”* ifadesi ile “Boron” markalı ürünün taklit edilmesinin, tüketiciyi yanıltıcı, haksız rekabet yaratıcı ve marka itibarını zedeleyici olduğu,

Açıklanan gerekçe ile söz konusu reklamların,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/1-b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5, 9 uncu, 11 inci, 12 nci, 28 nci ve 32 nci maddeleri,

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

Buna göre, **Ma Yener Kimya Temizlik Kozmetik Ürünleri İmalat Pazarlama İthalat İhracat Sanayi Ticaret A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **8.546-TL (Sekizbinbeşyüzkırkaltı Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine **karar** verilmiştir.

**23)**

**Dosya No: 2019/10673**

**Şikayet Edilen: Bozoklar Makina Kimya Petrol Ürünleri Turizm İthalat İhracat Sanayi ve Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:**“Borjel” markalı sıvı deterjan ürününe ilişkin olarak www.borjel.com.tr adresli internet sitesinde ve ürün ambalajı üzerinde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet - Ambalaj

**Tespitler:** “Borjel” markalı sıvı deterjan ürününe ilişkin olarak www.borjel.com.tr adresli internet sitesinde;

*“Türkiye’nin İlk ve Tek Bor Katkılı Sıvı Deterjanı”,*

“Güçlü Formülü ile Tertemiz Çamaşırlar” başlığı altında; *“Borjel, tüketici yararını gözeterek ve çevre dostu formulü ile geliştirilmiştir. Sıvı çamaşır deterjanı, renk ve kumaş türü fark etmeksizin aynı temizliği sağlar. Ürünlerde, kusursuz leke çıkarma ve derinlemesine temizlik özellikleri ön plana çıkar. Çamaşır makinesinin kısa programında bile yüksek performans gösteren özel formülleri, tüketiciye enerji ve zaman tasarrufu sağlar.*

*%100 Yerli Üretim, %100 Temizlik*

*Borjel, 7 enzimli yapısı ve yüksek temizlik sağlayan formülü ile her türlü çamaşır için size maksimum temizliği sağlar. Borjel Sıvı Deterjan hem renkli hem de beyazlar için geliştirilen formülleriyle kusursuz leke çıkarma, derinlemesine temizlik ve kalıcı parfüm etkisi sunar. Tüm dermotolojik testlerden geçirilen Borjel, içeriğinde zararlı ve aşındırıcı kimyasallar içermemektedir.*

*Borjel özel formülü ve özel parfümü sayesinde istenmeyen kirleri ve kokuları ortadan kaldırdığı gibi içeriğindeki bor minerali ile ön yıkamasız ve yumuşatıcı gerektirmeden temizlik elde etmenizi sağlar.”,*

“Bor Katkılı Temizlik ürün Grubu” başlığı altında; *“Borjel, bor minerali katkılıdır. 7 enzimlidir. Ön yıkama gerektirmez. Yumuşatıcı gerektirmez. Konsantre formül.”*,

“Yerli Üretim Bor’dan Gelen Sağlık. Borjel, zararlı kimyasallar yerine doğal enzimler, bor mineralinden gelen sağlık ile sizin için Türkiye’de yerli sermaye ile üretiliyor.” başlığı altında *“Borjel, Türkiye’de ilk ve tek bor katkılı sıvı çamaşır deterjanı olarak kullanımınıza sunulmuştur. Borjel, içerdiği bor minerallerinin yanı sıra 7 enzimli yapısı ile de yumuşatıcı gerektirmeden çamaşırlarınızı temizler, ferahlık sağlar.*

*Borjel, vücudunuza zararlı kimyasallar barındırmadığı gibi, rezerv bakımından Türkiye’nin lider olduğu bor mineralini de içerir. %100 yerli üretim olan Borjel ile çamaşırlarınız hem temiz kalacak, hem de ülke ekonomisine katkı sağlayacaksınız.”*,

“Neden Borjel” başlığı altında *“Borjel çamaşırlarınızı korur. Bor minerali ve 7 enzimi sayesinde mükemmel temizlik sağlar. %100 yerli sermaye üretimidir. Çamaşırlarınızda kalıntı, iz bırakmaz. Konsantre yapısı ile daha çok yıkama yapabilmenizi sağlar. Ön yıkama veya yumuşatıcı gerektirmez.”* ifadelerine yer verildiği yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** “Borjel” isimli ürüne ilişkin olarak ürün ambalajı üzerinde ve www.borjel.com.tr adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda yer verilen söz konusu ürünün *“bor katkılı olduğu”* veya *“bor minerali içerdiği”* ifadeleri ile internet sitesinde yer verilen;

*- “Türkiye’nin İlk ve Tek Bor Katkılı Sıvı Deterjanı”,*

*- “ %100 Yerli Üretim. %100 Temizlik”,*

*- “Tüm dermotolojik testlerden geçirilen Borjel, içeriğinde zararlı ve aşındırıcı kimyasallar içermemektedir.”*

*- “Borjel çamaşırlarınızı korur. Bor minerali ve 7 enzimi sayesinde mükemmel temizlik sağlar. %100 yerli sermaye üretimidir. Çamaşırlarınızda kalıntı, iz bırakmaz. Konsantre yapısı ile daha çok yıkama yapabilmenizi sağlar. Ön yıkama veya yumuşatıcı gerektirmez.”* ifadelerinin doğruluğunun ispatlanmadığı,

Diğer taraftan, Eti Maden İşletmeleri Genel Müdürlüğü tarafından bor madeninden üretilen “Boron” markalı temizlik ürününün %100 yerli ve milli nitelikte tek ürün olduğu, buna karşılık “Borjel” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen *“Türkiye’nin İlk ve Tek Bor Katkılı Sıvı Deterjanı”*, *“%100 Yerli Üretim”*, *“Borjel, Türkiye’de ilk ve tek bor katkılı sıvı çamaşır deterjanı olarak kullanımınıza sunulmuştur”* şeklindeki ifadeler ile “Boron” markalı ürünün taklit edilmesinin, tüketiciyi yanıltıcı, haksız rekabet yaratıcı ve marka itibarını zedeleyici olduğu,

Açıklanan gerekçeler ile söz konusu reklamların,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/1-b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5, 9 uncu, 11 inci, 12 nci, 28 nci ve 32 nci maddeleri,

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

Buna göre, **Bozoklar Makina Kimya Petrol Ürünleri Turizm İthalat İhracat Sanayi ve Ticaret A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **85.480-TL (Seksenbeşbindörtyüzseksen Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine **karar** verilmiştir.

**24)**

**Dosya No: 2019/10674**

**Şikayet Edilen: Sektör Kimya Deterjan San. Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:**“Proson” ve “Line Clean” markalı deterjan ürünlerine ilişkin ambalaj üzerinde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj

**Tespitler:** “Proson” ve “Line Clean” markalı deterjan ürünlerine ilişkin ambalaj üzerinde yer alan tanıtımlarda “Bor Mineral İçeren Deterjan” ifadesine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** “Proson” ve “Line Clean” markalı deterjan ürünlerine ilişkin ambalaj üzerinde yer alan tanıtımlarda “Bor Mineral İçeren Deterjan” ifadelerine yer verildiği,

Ancak, bahsi geçen ambalajlar üzerinde söz konusu ürünün bor katkılı olduğu yönünde yapılan tanıtımların ispatlanmadığı,

Açıklanan gerekçe ile söz konusu reklamların,

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

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

Buna göre, **Sektör Kimya Deterjan San. Tic. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **8.546-TL (Sekizbinbeşyüzkırkaltı Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine **karar** verilmiştir.

**25)**

**Dosya No: 2019/10675**

**Teklifal Ticaret - İsmail Aşırım** isimli firmaya ait*“Bormatik”* markalı deterjan ürününe ilişkin olarak www.bormatik.com.tr adresli internet sitesinde ve ürün ambalajı üzerinde yer alan tanıtımlara ilişkin görüşme ve değerlendirmelerin **ertelenmesine** karar verilmiştir.

**26)**

**Dosya No: 2019/10677**

**Bilge Eğitim Danışmanlık Turizm Tarım Gıda Denetim İletişim Organizasyon ve Sağlık Hizmetleri A.Ş.** isimli firmaya *ait**“Borakslı Sıvı Çamaşır Deterjanı”, “Borakslı Sıvı Bulaşık Deterjanı”, “Boraks Tozu”, “Borakslı Genel Yüzey Temizleyici”* ve *“Borakslı Kil İçerikli Toz Yüzey Temizleyici”* isimli temizlik ürünlerine ilişkin olarak www.marankialisveris.com adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlara ilişkin görüşme ve değerlendirmelerin **ertelenmesine** karar verilmiştir.

**27)**

**Dosya No: 2019/10678**

**Natural Yaşam Kişisel Bakım ve Temizlik Ürün. San. Tic. Ltd. Şti.** isimli firmaya ait*“Naturalive Beauty Borakslı Çamaşır Makinesi Deterjanı”, “Naturalive Beauty Borakslı Elde Bulaşık Deterjanı”, “Naturalive Beauty Borakslı Bulaşık Makinesi Deterjanı”* *ve “Naturalive Beauty Genel Yüzey Temizleyici”* isimli temizlik ürünlerine ilişkin olarak www.naturalive.com.tr adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlara ilişkin görüşme ve değerlendirmelerin **ertelenmesine** karar verilmiştir.

**28)**

**Dosya No: 2019/10679**

**1K Kimya Anonim Şirketi** isimli firmaya ait*“Borsprin Leke Çıkarıcı”* markalı deterjan ürününe ilişkin olarak www. highgenic.com.tr adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlara ilişkin görüşme ve değerlendirmelerin **ertelenmesine** karar verilmiştir.

**SAĞLIK**

**29)**

**Dosya No: 2019/1843**

**Şikayet Edilen: Duygu Çiloğlu**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 20.09.2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** duyguciloglu.com adresli internet sitesinin 20.09.2019 tarihli görünümlerinde örnek olarak;

*"...Haziran 2018’e kadar kadrolu olarak Bakırköy de Psikiyatri Merkezinde Klinik Psikolog unvanı ile birey, aile ve çiftlere yönelik psikoterapiler yapmıştır...*

*Duygu hanımla tanışmadan önce hayatim tam bir zindandı… Hergün sabah mide bulantısı, yorgun ve hayattan bezmiş olarak güne başlardım. ve gün boyu böyle devam ederdi…Kendime hastalık var diyerek gitmediğim doktor, yaptırmadığım tahlil kalmadı. Endeskopiden, filmlerden ve içtiğim sonu gelmez haplardan bıkmıştım artık ta ki Duygu hanımla tanışana kadar… ilk randevumuzda bile ondan aldığım samimiyet yakınlık bana cok iyi geldi. İlk üç seanstan sonra mide bulantılarım, bitkinliğim geçti. Özgüvenim yerine geldi. Kendimi çok daha iyi hissediyorum. Çevremdeki insanlara asla hayır diyemez kendimi ezdirirdim ama duygu hanım sayesinde artik hayir demeyi Öğrendim. Duygu hanıma hayata yeniden bağlanmama yardım ettiği için sonsuz teşekkür ederim...*

*Merhaba depresyonun baslangicindaydim boğulan bir balik kadar caresiz hissediyordum kendimi. ve icinde bulundugum sıkıntının daha fazla ilerlememesi icin destek almaya karar verdim.Duygu hanımı internette arastirdim ve gidip gitmeme konusunda kararsiz kaldim hani bizler hep ön yargili yaklaşayarak kaybediyoruz aslinda. icinizdeki ön yargiyi yıkın kırın bu kabuğu. inanin iy ki gitmişim diyeceksiniz. aslinda daha once de baska birinden destek aldim fakat pek faydasını görmedim.sonra duygu hanima gitmeye karar verdim yorumlari inceledim.kendisi ile seansim olmamasina ragmen bana baya zaman ayirdi ve beni gercekten anlayarak dinlemesi güler yüzü cana yakınlıği bana cok iyi geldi sonra görüşmelere başladik gerçekten işini severek yapiyor sorununuzu tespit ediyor ve her detaya önem veriyor cok memnun kaldim iyki onu tanımışım.Gerçekten guvenerek gidebilirsiniz. Cok tesekkur ederim Duygu hanim sizi seviyorum. isinizi gercekten severek yapiyor ve her detayla ilgileniyorsunuz iyi ki sizi tanımışım...*

*Duygu Hanım’a yaklaşık 4 yıldır devam ediyorum. O kadar güzel bir enerjisi var profesyonel yaklaşımı var ki bazı problemlerimi sadece bir seansta çözebilen kendi açımdan mucize diyebileceğim olayların gerçekleştirmesini sağlayan, farkındalığımı yüksek oranda arttıran, değerli duygu hanımı. Herkese rahatlıkla tavsiye ediyorum. Seanslardan rahatlamış ayrılıyorum. Kendisine çok teşekkür ederim.*

*2,5 yıl boyunca psikologlarla ve psikiyatristlerle eş zamanlı olarak psikolojik destek aldığımı sanıyordum. Birçok psikolog ve psikiyatrist tanıdım. Bazıları bana yanlış tedavi uyguladı, bazıları ise senin bir şeyin yok diyerek beni geri gönderdi. Her çeşit antidepresanları en yüksek dozlarına kadar kullandım. Bunların sonucunda çözümü ... da bulmuştum. Şu anda Duygu Hanım ile görüşüyorum.. Gerçekten olaylara farklı bir şekilde yaklaşmaya başladığımı farkediyorum. yeni görüşmeye başlamamıza rağmen önümüzde upuzun bir yolumuz var. Kendisinin müthiş enerjisiyle, güleryüzüyle ,samimiyetiyle ve beni yerinde yönlendirmeleriyle bu yolu çok rahat gidebileceğimizi düşünüyorum. Hayatımın bir parçası olup her daim yanımda olan Duygu Hanım'a çok teşekkür ediyorum. Herkese gönül rahatlığıyla tavsiye edebilirim...*

*Kendisine ilk gittiğimde okulda panik atak geçiriyordum. Okulu 1 dönem uzatmam da gerekmişti. Duygu hanımla görüşmeler boyunca sorunlari analiz ettik, nasıl çozüm uygulayabileceğimiz hakkında konuştuk ve çozümleri uyguladim. Şu an depresyon ile panikatağı Duygu hanım yardımıyla yendim. Sosyal izolasyon sorunumu ise düzeltmek için  devam ediyoruz. Hakkımda öğrenmesi gerekenleri sordu ve defterine not aldı.  zamanımız ise hiç aksamadı. Kendisinin iyi biri olduğunu düşünüyor ve ihtiyacı olanlara da tavsiye ediyorum. Ama unutulmaması gereken bir konu var, bu yolculukta gerçekten iyi olmak istiyorsanız başarılı olabilirsiniz. Ben Duygu hanımın samimiyetine ve kendisine güvendim, gerektiği kadar çaba harcadım. Şimdi ise birçok açıdan sağlıklı bir insanım...*

*Duygu hocama O. K. B rahatsızlığım için gittim. 2 seneye yakındır da devam ediyorum. Kendisinden ALLAH razı olsun. Hem işinin ehli hem de çok cana yakın. Aklımda soru işareti kalmadan çok rahat bir şekilde tüm şikayetlerimi kendisine anlatıyorum...*

*Merhaba. Tedavi amaçlı gittiğim kurumda Duygu hanımla tanışma fırsatı bulduğum için kendimi şanslı hissettim. Duygu hanım güzeryüzlü, samimi, özverili ve mesleğinde uzman biri. Seanslarımız çok verimli geçti. Ben, Duygu hanıma sosyal fobi şikayetim nedeniyle gitmiştim. Terapi süreci içerisinde olaylara ve durumlara farklı açılardan bakmamı sağladı, yapmamı istediği uygulamalar ve verdiği ödevler sayesinde hem bilinçlenme düzeyim attı, hem de tedavi gerçek hayatta faydalı oldu. Halen kendisinden terapi alıyorum. Kendisine çok teşekkür ederim..."* gibi ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** 22.05.2014 tarihli ve 29007 sayılı Sağlık Meslek Mensupları ile Sağlık Hizmetlerinde Çalışan Diğer Meslek Mensuplarının İş ve Görev Tanımlarına Dair Yönetmelik kapsamında, “klinik psikolog” ve “psikolog” olan meslek mensuplarının görev alanları tanımlanmıştır. Klinik psikologların ilgili uzman tabibin teşhisine ve tedavi için yönlendirmesine bağlı olmadan psikoterapi yapabilecekleri hastalık olmayan durumlar ise aynı Yönetmeliğin Ek-1/A kısmında belirtilmiştir.

Yine anılan yönetmeliğin “Sağlık Meslek Mensuplarının İş ve Görev Tanımları” başlıklı ek listesinde; “*Klinik psikolog; a)Uluslararası Hastalık Sınıflandırma (ICD – 10) listesinde F00 ile F99 kodları arasında yer alan hastalıklarda ilgili uzman tabibin teşhisine ve tedavi için yönlendirmesine bağlı olarak, hastalara eğitimini aldığı terapi ve psikolojik destek hizmetlerini verir…”* maddesi yer almakta olup, anılan kodlar arasında; "panik atak, fobik bozukluklar, obsesif kompulsif bozukluk, depresyon, davranışsal ve sosyal uyum güçlüğü.." gibi hastalıkların da yer aldığı, dolayısıyla anılan hastalıkların tedavisinin ilgili alanda uzman tabiplerin yönlendirmesiyle klinik psikologlarca yapılması gerektiği,

Şahsın doktor veya klinik psikolog gibi sağlık meslek mensubu olmadığı, kuruluşun bu alanda yetkisinin bulunmadığı, söz konusu faaliyetlerin izinsiz ve ruhsatsız biçimde yürütüldüğü,

Bununla birlikte söz konusu tanıtımların doktor veya klinik psikolog gibi sağlık meslek mensupları tarafından uygulanması gereken çeşitli tıbbi işlemlere yönelik olduğu, tıbbi işlemlerin reklamının yapılmasının ise ilgili mevzuata aykırı olduğu; bu 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,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanunun 1, 8 Ek-13 üncü maddesi,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/b7/1, 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 **Duygu Çiloğlu** 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** verilmesine **karar** verilmiştir.

**30)**

**Dosya No: 2019/2576**

**Şikayet Edilen: Este Hair Efes Saç Ekimi ve Estetik San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.estehairefes.com adresli internet sitesinde yayınlanan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 02.07.2019, 09.07.2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.estehairefes.com adresli internet sitesinin 02.07.2019, 09.07.2019 tarihli görünümünde örnek olarak:

*"Saç Ekimi, Kelliğe Son... Meme Estetiği... Yüz Estetiği... İzmir Saç Ekim Merkezi... Anlaşmalı Hastanelerimizin Bulunduğu Lokasyonlar... Hakkımızda: Yurt dışında tıbbi eğitimini tamamladıktan sonra 2007 yılında İstanbul'a dönerek "ESTE HAIR EFES ŞTİ'ni kurup, çeşitli hastanelerin bünyesinde, Este Hair Efes Kliniklerini Medikal Estetik ve Cerrahide Türkiye'de ve Yurt Dışında, Marka Klinik haline getirdi... Klinik olarak; İzmir, Antalya ve Hollanda'da hizmet vermektedir.... Modern Sağlık Merkezinin bünyesinde Uzman Dr'lar ve Dünyaca Ünlü Estetik ve Plastik Cerrahlar hizmet vermekte olup, Klinik olarak "8 yılda 10bin" hastaya ulaşmanın, hizmet vermenin gururu ile Saç Ekim ve Plastik Cerrahide son teknoloji uygulamalarla çalışan Arge Merkeziyle Uluslararası standartlarda "ESTE HAIR EFES" farkıyla sektörde SİZ SAYGIN MÜŞTERİLERİNE HİZMET VERMEKTEDİR...İLGİLENDİĞİ HASTALIKLAR: Makromasti Mamoplasti, Yüz Kırışıklıkları, Meme KüçültmeMeme Protezi, Yüz Estetiği, Göğüs Estetiği, Selülit, Kulak Burun Boğaz Hastalıkları, Abdominoplasti, Tavşan Dudağı, Burun eğriliği, Ben, Cilt Hastalıkları, Burun eğriliği, Kilo Problemi, Kellik, Burun Tıkanıklığı... Hastanelerimizin Bulunduğu Lokasyonları: İzmir, Antalya, Manavgat, Ankara, Uşak, İstanbul, Hollanda… Düşünceleriniz: “Saçlarıma yeniden kavuşup tekrar tarayabilmek çok büyük mutluluk. Teşekürler Este Hair Efes. İzmirin en doğru saç ekim merkezi...”* gibi ifadelere, hastalara ait tedavi öncesi ve sonrası görüntülere ve hasta yorumlarına 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, çeşitli tıbbi işlemlere yönelik 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 inceleme konusu tanıtımların;

-6023 sayılı Türk Tabipleri Birliği Kanununun "Tabiplere iş getirenler" başlıklı 64 üncü maddesi,

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/b,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 **Este Hair Efes Saç Ekimi Ve Estetik 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** verilmesine karar verilmiştir.

**31)**

**Dosya No: 2019/4574**

**Şikayet Edilen: Aktif Tıp Merkezleri**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.aktiftipmerkezleri.com ve www.facebook.com/aktiftipmerkezleri adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 08.11.2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.aktiftipmerkezleri.com adresli internet sitesinin 08.11.2019 tarihli görünümünde örnek olarak;

*"Sizin Için En Iyi Seçenek! Verdiğimiz hizmetin her aşamasında ve her sürecinde büyük bir özenle, sistematik olarak ve hiçbir koşulda ödün vermeden tıbbi etik ilkelerine bağlı kalarak hizmet sunmaktayız. İlişkide bulunduğumuz tüm taraflara karşı, hastalarımız, hasta yakınları, çalışanlarımız, iş ortaklarımız, kamu kurumları ve iş birliklerimize karşı, olabildiğince şeffaf olmak, tutarlı olmak, dürüstlük ilkelerinden ödün vermeden güvenilir bir kurum olmak için çaba harcamaktayız... "* gibi ifadelere,

www.facebook.com/aktiftipmerkezleri adresli internet sitesinin 08.11.2019 ve 20.11.2019 tarihli görünümünde örnek olarak;

*"Kendinize bir iyilik yapmak istemez misiniz? Cerrahi girişim yok, ağrısız kesi olmadan anestezi almadan agrinizdan kurtulmak istemez misiniz? Düşününün ki yanki etki yok, kimyasal yok, 30 dk lik bir zamanda diliminde kendi kaninizla eklem agrilarinizdan, menüsküs kireçlenme ve en önemlisi vücudunuza bir gençlik aşısı yaptirmak icin merkezimizi ziyaret etmelisiniz… prp, mezoterapi… Biz sizler icin son teknolojide güncel tedavilerin uygulandığı, İstanbulun 3 büyük ilçesinde merkez kurduk. Sizlere en üst düzeyde teknolojik cihazlarla işinde uzman bir ekiple tedavi vermeyi özveri ile sürdürüyoruz. Transferinden tedavisine her şeyi planladık ve hizmeti kusursuz sunuyoruz. Fizik tedavide referans kurum aktif grup tan randevu alarak sizde bu hizmetlerden yararlanabilirsiniz..."* gibi ifadelere, toplumu endişeye sevk edici biçimde çeşitli tıbbi işlemlere ilişkin uygulama görüntülerine, hastalara ait tedavi öncesi ve sonrası görüntülere yer verildiği, tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla söz konusu tanıtımların;

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

- Tıbbi Deontoloji Tüzüğünün 8, 9 ve 39 uncu maddeleri

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

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

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

**32)**

**Dosya No: 2019/8205**

**Şikayet Edilen: Rıdvan DALKIÇ (Nirvana Güzellik Salonu)**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.nirvanaestetik.com.tr ve www.instagram.com/nirvanaestetikbolu adresli internet sitelerinde yayınlanan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 22.11.2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.nirvanaestetik.com.tr adresli internet sitesinin 22.11.2019 tarihli görünümünde örnek olarak: *"Nirvana Estetik Biz Kimiz? Profesyonel bakım, medikal estetik, estetik ve plastik cerrahi uygulamalarını aynı anda sağlayan, estetik ve güzellik adına kabul görmüş tüm uygulamaların hizmetini veren, inovatif düşünceli, tecrübeleri ile kanıtlanmış sonuçlara sahip, genç, yenilikçi ve dinamik kadrosu ile sunduğu hizmetin, son sistem cihazlarla sağlıklı ve hijyenik bir ortamda, optimum fiyatlar ile profesyonel doğrultuda yapılmasını benimsemiştir... Lazer Epilasyon: Ütüleme-buz lazer epilasyon sistemi 810 nm dalga boyundaki ışın görevi ile daha ince ve koyu olmayan kıl köklerine de etki ederek konforlu ve masaj etkili epilasyon tedavisi ile kıl köklerinde kalıcı bir bitiş sağlar... Estetik Operasyon: Günümüzde sağlık sektörünün önde gelen uygulamaları arasında yer alıp, sağlıksal ve estetik kaygıları çözüme ulaştıran tıbbi yöntemlerdir. Genel/Lokal anestezi altında yapılan işlemler uzun vadeli kalıcı sonuçlar vermektedir. Burun Estetiği(Rinoplasti), Revizyon Burun Estetiği, Kadın Meme Büyütme, Kadın Meme Küçültme, Popo Protezi, Erkek Meme Küçültme(Jinekomasti), Liposuction, Yağ Enjeksiyonu İle Cilt Gençleştirme, Deri/Cilt Estetiği, Kepçe Kulak Operasyonu, Üst Göz Kapağı Estetiği, Yüz Germe Operasyonu, Saç Ekimi..."*

www.instagram.com/nirvanaestetikbolu adresli internet sitesinin 22.11.2019 ve 25.11.2019 tarihli görünümünde örnek olarak: *"Acısız sancısız Buz lazer... Kısa süreliğine Lazer Epilasyon %50 Kampanya..."* şeklinde doktorlar tarafından uygulanması gereken çeşitli tıbbi işlemlere ilişkin ifadelere, tıbbi işlem uygulama görüntülerine ve hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere yer verildiği ve kuruluşun isminin “Nirvana Estetik ve Güzellik” şeklinde belirtildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** 15/2/2008 tarih ve 26788 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin 39 uncu maddesi ile “Güzellik ve Estetik Amaçlı Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmelik” yürürlükten kaldırılmış ve Geçici 5 inci maddesi ile de güzellik salonları sağlık kuruluşu statüsünden çıkarılmıştır. Bu bağlamda, Yönetmeliğin Geçici 5 inci maddesine göre, güzellik salonlarının İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmelik kapsamında belediyelerce ruhsatlandırılacağı öngörülerek, Yönetmelik maddesinin 2 inci fıkrasında yer alan; “Güzellik salonunda tıp fakültesi diploması olan biri çalışsa bile, tabip yetkisinde olan tıbbi işlemler güzellik salonunda yapılamaz. Bu hususa uymadığı tespit edilen kişiler hakkında ilgili mevzuat hükümleri uygulanır.” hükmü ile de her ne şekilde olursa olsun, tabip tarafından yapılması gereken tıbbi işlemlerin güzellik salonlarında gerçekleştirilmesi yasaklanmıştır.

Bununla birlikte; İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin 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 olduğuna,

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

**33)**

**Dosya No: 2019/8232**

**Şikayet Edilen: Simge ÖZDEMİR (Morena Güzellik Salonu)**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.instagram.com/morenaguzellik adresli internet sitesinde yayınlanan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 03.12.2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com/morenaguzellik adresli internet sitesinin 03.12.2019 tarihli görünümünde örnek olarak: *" Lazer epilasyon sezonu açıldı yeni indirimli fiyatlarımız son sistem cihazımızla artık epilasyon yaptırmanın tam zamanı... Lazer Epilasyonda dev kampanya... Tüm Vücut: 150 TL, Kol Altı 30TL..."* şeklinde doktorlar tarafından uygulanması gereken ve tıbbi bir işlem olan "Lazer Epilasyon" işlemine ilişkin talep yaratıcı ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** 15/2/2008 tarih ve 26788 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin 39 uncu maddesi ile “Güzellik ve Estetik Amaçlı Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmelik” yürürlükten kaldırılmış ve Geçici 5 inci maddesi ile de güzellik salonları sağlık kuruluşu statüsünden çıkarılmıştır. Bu bağlamda, Yönetmeliğin Geçici 5 inci maddesine göre, güzellik salonlarının İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmelik kapsamında belediyelerce ruhsatlandırılacağı öngörülerek, Yönetmelik maddesinin 2 inci fıkrasında yer alan; “*Güzellik salonunda tıp fakültesi diploması olan biri çalışsa bile, tabip yetkisinde olan tıbbi işlemler güzellik salonunda yapılamaz. Bu hususa uymadığı tespit edilen kişiler hakkında ilgili mevzuat hükümleri uygulanır*.” hükmü ile de her ne şekilde olursa olsun, tabip 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 yetkisiz tıbbi işlemler uygulamasının ilgili mevzuata aykırılık teşkil ettiği, kuruluşun ruhsatsız biçimde faaliyet gösterdiği, söz konusu tanıtımların ilgili mevzuata aykırı, tüketicileri yanıltıcı, aldatıcı ve bilgi eksikliklerini istismar edici 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 **Simge ÖZDEMİR (Morena Güzellik Salonu)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**34)**

**Dosya No: 2018/6789**

**Şikayet Edilen:** **Serdar Antepli (SC Kuaför Güzellik Salonu Kozmetik San. ve Tic. Ltd. Şti.)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 25.02.2019 ve 07.11.2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Kuruluşa ait www.sckuafor.com adresli internet adresinin 25.02.2019 tarihli görünümünde örnek olarak; *"...Zayıflama ve Vücut Bakımları. Fit ve sağlıklı bir vücuda sahip olmak için profesyonel...Saç Botox'u...Servisler: Işın Terapi..Soğuk Lipoliz, Kilo Kontrolü, Lipo Lazer, Bölgesel İncelme"* gibi tanıtımlar üzerinden lipoliz, bölgesel zayıflama gibi tıbbi uygulamalar konusunda bilgilendirme sınırını aşan ifadelere yer verildiği;

www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinin 25.02.2019 tarihli görünümlerinde kuruluşa ait “sckuafor35” kullanıcı isimli sayfada yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak*; ".....son teknoloji radyo frekans ile yapılan bu tedavi ile tüm çiZgilerinizden ,doku kaybından ,sarkmalarınızdan kurtulun daha genç daha dinç bir cilt için bilgi alınız...ameliyatdan botoks ve benzeri işlemlerden hoşlanmayanlar için mucize sonuçları olan hemde tek seansta radyo frekans işlemi ..."* gibi tıbbi işlemler konusunda bilgilendirme sınırını aşan ifadeler; hasta öncesi ve sonrası görsellerine yer verildiği;

www.facebook.com adresli sosyal paylaşım sitesinin 07.11.2019 tarihli görünümlerinde kuruluşa ait “S&C Hairport” kullanıcı isimli sayfada yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *"...D-finitive EVO Selülit, Sıkılaşma, Bölgesel incelmede son trend....tek seansta ince çizgilerinizden kurtulun...Radyo frekans sistemiyle ince çizgilerin giderilmesi cildin pürüzsüzleşmesi aşağıdaki resim tek seans sonucudur... Doku toparlama ve çatlak giderme doğum sonrası deformasyonun giderilmesi karın iç bacak kol içleri gibi zor toplanan bölgelerin 6 seansta yok olması... https://www.facebook.com/pg/schairport/services/?ref=page\_internal# 1 saat 30 dakika ve daha uzun • 2000-4000 tl bölgesel Selülit tedavisi de ayrıca g5 ile yapılmaktadır... Ameliyatsız germe ameliyatsız saten germe...."* gibi tıbbi işlemler konusunda bilgilendirme sınırını aşan ifadeler; hasta öncesi ve sonrası görsellerine yer verildiği;

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** 15/2/2008 tarih ve 26788 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin 39 uncu maddesi ile “Güzellik ve Estetik Amaçlı Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmelik” yürürlükten kaldırılmış ve Geçici 5 inci maddesi ile de güzellik salonları sağlık kuruluşu statüsünden çıkarılmıştır. Bu bağlamda, Yönetmeliğin Geçici 5 inci maddesine göre, güzellik salonlarının İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmelik kapsamında belediyelerce ruhsatlandırılacağı öngörülerek, Yönetmelik maddesinin 2 inci fıkrasında yer alan; “Güzellik salonunda tıp fakültesi diploması olan biri çalışsa bile, tabip yetkisinde olan tıbbi işlemler güzellik salonunda yapılamaz. Bu hususa uymadığı tespit edilen kişiler hakkında ilgili mevzuat hükümleri uygulanır.” hükmü ile de her ne şekilde olursa olsun, tabip tarafından yapılması gereken tıbbi işlemlerin güzellik salonlarında gerçekleştirilmesi yasaklanmıştır.

Tüm bunlara ek olarak, inceleme konusu internet sitelerinde; kuruluşun isminin “S&C Hairport” olarak nitelendirildiği; ancak, ilgili mevzuatta bu şekilde tanımlanan bir sağlık kuruluşu türünün bulunmadığı; şayet kuruluş bir “güzellik salonu” olarak faaliyet göstermekte ise bu durumda, söz konusu tanıtımlarda kuruluşun türünün açıkça belirtilmemesi sebebiyle tüketicilerin yanıltıldığı;

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 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 5/1, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5, 26 ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi.

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Serdar Antepli (SC Kuaför Güzellik Salonu Kozmetik San. ve Tic. Ltd. Şti.)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**35)**

**Dosya No: 2018/6843**

**Şikayet Edilen:** **ASG Özel Sağlık Hizm. ve Sağ. Malz. San. Tic. A.Ş. (Bursa Osmangazi Göz Hastanesi)**

**Şikayet Edilen Reklam:** Kuruluşa ait açık hava ilanları ile www.osmangazigoz.com adresli internet sitesi; www.facebook.com ve www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitelerinde kuruluşa ait sayfalarda yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2018 muhtelif tarihler ile 03.10.2019 ve 21.10.2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet ve Açık Hava İlanları

**Tespitler:** Kuruluşa ait olan ve 2018 yılı içerisinde muhtelif tarihlerde farklı lokasyonlara asılan açık hava ilanlarında; *" YOK artık Akıllı Lens Operasyonu Akıllı Lens Operasyonu ile yakın gözlüğünüz artık yok"* gibi bilgilendirme sınırını aşan ve talep yaratan ifadelere yer verildiği;

www.osmangazigoz.com adresli internet sitesinin 21.10.2019 tarihli görünümünde örnek olarak;

- Ana sayfada; *"...Akıllı Lens Operasyonu ile yakın gözlüğünüz artık yok, hayaıı kendi gözleriniz ile görmek var...Sevdiklerinizi, dünyayı ve en önemlisi kendinizi daha iyi görmeniz için çalışıyoruz...Tüm dünyada göz cerrahisi alanında devrim yaratan; 14 numaraya kadar görme*

*kusurlarının tedavisinde kullanılan SMILE yönteminde, diğer yöntemlerde olduğu gibi kapak (flep)kaldırma işlemi yapılmaz..." ,*

- "Hakkımızda" başlığı altında*; "...Kliniğimiz 2016 yılında Osmangazi Hastanesi içerisinde, Op. Dr. Bülent KÖSE’nin 20 seneden uzun sürede öncülük ettiği 15.000’den fazla operasyondan edindiği tecrübenin ışığında kurulmuştur. Bu eşsiz tecrübeyi en gelişmiş teknolojiler ile birleştirerek hastalarımıza dünya standartlarında hizmet sunmaktayız...7 aylık bebekten 107 yaşındaki büyüklerimize kadar herkesin dünyayı, kendilerini ve sevdiklerini daha iyi görebilmesi için tüm branşlarda alanındaki uzman doktor ve çalışanlar ile en iyi tedavi ve hizmeti sunmak için buradayız...",*

- "Akıllı Lens" başlığı altında; *"...Akıllı lensler, kontakt lensler gibi sürekli takılıp çıkarılan şeyler değildir. Hayatımızın sonuna kadar sağlıklı bir şekilde kullanılmak üzere geliştirilmişlerdir. Akıllı lens tedavisi ayrıca ileri yaşlarda ortaya çıkacak katarakt ya da göz numarası değişmesi gibi problemleri de ortadan kaldırmaktadır. Özellikle yaşa bağlı yakını görememe problemi ile gözlük kullanmaya çok geç başlamış ve telefona bakmak için bile gözlüğe ihtiyaç duyar hale gelmeye alışamamış kişiler için tek tedavi yöntemidir...",*

- "SMILE Lazer" başlığı altında; *"...SMILE’ın tercih edilme sebepleri: Daha nazik, hafif operasyon dokunuşları. Kısa operasyon süresi. Göz yüzeyinde en küçük kesili operasyon olması. Gözün yapısal dayanıklılığını geri kazanımındaki avantajlar. Göz kuruluğu ihtimalinin düşüklüğü. Refraktif tutarlılık açısından uzun dönemde daha iyi sonuçlar...SMILE Lazer, kapaksız, bıçaksız tek adımlık tedavi yöntemi ve hızlı iyileşme süresi ile lazer operasyonlarında yeni bir çağ başlattı...",*

- "Katarakt Ünitesi" başlığı altında; *"...FAKO yönteminde gözü kesmeye ve dolayısıyla dikişe gerek kalmaz. Çünkü katarakt göz içerisinde eritilerek emilir...Bu işlem yaklaşık 8 dk. sürer. Damla ile yapılır. Uyutma ve yatma gerekmez. Kataraktın en büyük sebebi ilerleyen yaştır. FAKO yöntemi (dikiş katarakt ameliyatı) ile kolayca tedavi edilebilmektedir. Kliniğimizde sadece FDA onaylı mercekler kullanılmaktadır..."* gibi bilgilendirme sınırını aşan ifadelere yer verildiği;

Ayrıca, *"Hayatımda bir cam arkasından bakma kısmı bitti artık. Ameliyatı dün oldum sabah ilk kalktığımda önce elimi bir gözlüğüme attım ama sonra etrafa bir baktım her yer net bir şekilde görebiliyorum...nerede ne kadar yazı varsa hepsini okumaya çalışıyorum...yani şu an inanır mısın özgür hissediyorum... İnternetten gördüm dediğim gibi reklamlarını izledim videoaları izledim"...göz sağlığı ile ilgili araştırmalar da yaptım dediğim gibi burası çıktı karşıma. Bülent Bey çıktı, Bülent Köse. Şu an hani gözlüksüz olmak mükemmel birşey. Çok mutluyum şu an gerçekten..."* şeklinde kuruluşa yönelik teşekkür, onay ve tavsiye ifadelerine yer verildiği;

www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinin 03.10.2019 tarihli görünümünde kuruluşa ait “osmangazigozbursa” kullanıcı isimli sayfada yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *"...Instagram'da gezerken, whatsapp'ta yazışırken, rehberde numara ararken yakın gözlüğü artık yok, hayatı kendi gözlerinle görmek var. Akıllı lens operasyonu ile yakından uzağa bütün gözlüklerinizden kurtulabilirsiniz. Akıllı lens operasyonları hakkında bilgi almak için hemen mesaj atın...Hayata çerçevelerin arkasından bakmayın. Hemen sayfamıza mesaj atın ya da 0850 888 11 11'i arayın, yeni nesil SMILE Lazer hakkında bilgi alın, ücretsiz lazer muayenesinin ardından gözlük ve lenslerinize veda edin...Op. Dr. İlker İncebıyık'ın botoks ve blefaroplasti tedavileri ile kaz ayaklarından göz altı torbalanmalarına kadar yüzünüzdeki istemediğiniz detaylardan kurtulabilirsiniz. Randevu almak için hemen mesaj atın...Doktorumuz Op. Dr. İlker İncebıyık @op.dr.ilkerincebiyik; bugün Olay TV'de 16:00'da Ece Uğur'un konuğu olarak Olay Sağlık programında Göz ve Göz Çevresi Estetiği hakkında konuşacak...Akıllı Lens Operasyonu ile yakın, uzak ve astigmat görme kusurlarınız tedavi edilebilir...Hollanda'dan gelen hastamız Op. Dr. İlker İncebıyık'ın gerçekleştirdiği SMILE Lazer operasyonu ile gözlüklerine veda etti...Op. Dr. İlker İncebıyık'ın Göz Kapağı Estetiği operasyonu ile göz kapaklarında biriken et parçasından kurtulan Gerçek Kesit'in efsanesi "Sarı Bıyık" operasyon hakkındaki düşüncelerini bizimle paylaştı..."* şeklinde, botoks gibi sadece yetkili tabipler tarafından yapılabilecek tıbbi işlemlere ilişkin bilgilendirme sınırını aşan ifadelere yer verildiği;

Diğer taraftan, *"...İsmim Hüseyin Süleymanoğlu. Hollanda'da yaşıyorum. Son 2 yıldır mesela ben görüyormuşumdiye farkındayım ama aslında görmüyormuşum.. . Hollanda'da bu sistem var ama 1000 kişide 4 kişi tedavi oluyor... Keşke uzun yıllar önce gitseymişim çünkü şimdi gözlerim çok fark ediyor televizyondaki yazıları okuyabiliyor telefona baktığında hiç baş ağırsı olmuyor...Bugün de ameliyatın 2. günü oldu..SMILE olsun madem daha ağrısız dedim..."* gibi kuruluşa yönelik teşekkür, onay ve tavsiye ifadelerine yer verildiği;

www.facebook.com adresli sosyal paylaşım sitesinin 03.10.2019 tarihli görünümünde kuruluşa ait “Osmangazi Göz” kullanıcı isimli sayfada yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *"...Doktorumuz Op. Dr. İlker İncebıyık; bugün Olay TV'de 16:00'da Ece Uğur'un konuğu olarak Olay Sağlık programında Göz ve Göz Çevresi Estetiği hakkında konuşacak...Akıllı Lens Operasyonu ile yakın, uzak ve astigmat görme kusurlarınız tedavi edilebilir. Ayrıntılı bilgi almak için şimdi mesaj atın ya da 0850 888 11 11'i arayın...Bu soğuk kış günlerinde bir fincan sıcak çayın keyfi gözünüzden kaçmasın. 3. Nesil SMILE Lazer ile hayatınızdaki konforu arttırın...Gözlükten kurtulmanın en güzel yanlarından biri de gözlüğünüzü kaybetme, kırma, bulamama gibi endişelerin hayatınızdan çıkması. Siz de bu endişeleri geride bırakmak için şimdi mesaj atın, SMILE Lazer hakkında ayrıntılı bilgi alın...Instagram'da gezerken, whatsapp'ta yazışırken, rehberde numara ararken yakın gözlüğü*

*artık yok, hayatı kendi gözlerinle görmek var. Akıllı lens operasyonu ile yakından uzağa bütün gözlüklerinizden kurtulabilirsiniz. Akıllı lens operasyonları hakkında bilgi almak için hemen mesaj atın...Botoks tedavisi ve cerrahi müdahaleler sayesinde doğru müdahale ile doğal güzellik mümkün. Op. Dr. İlker İncebıyık'ın botoks ve blefaroplasti tedavileri ile kaz ayaklarından göz altı torbalanmalarına kadar yüzünüzdeki istemediğiniz detaylardan kurtulabilirsiniz. Randevu almak için hemen mesaj atın..."* gibi bilgilendirme sınırını aşan ifadeler ile tıbbi müdahaleler esnasında çekilen görüntülere yer verildiği;

Ayrıca; *"...Tek kelime ile müthiş bir ilgi alaka var doktorum mehmet sait beydi harika gitmenizi tavsiye ediyorum...Güvenilir yerin tek adresi diyebilirim. Mehmet Sait beyi tüm samimiyetimle tavsiye edebilirim. Kendisi çok ilgili ve işinde oldukça başarılı. Sayesinde 10 sene kullandığım gözlüklerimden ağrısız, sızısız kurtuldum. Daha önce yaptırmadığım için pişmanım...bugün ameliyat olalı 2. Günüm ve çok şükür her yeri görebiliyorum ve kendimi yeniden doğmuş gibi hissediyorum, herşey için binlerce kez teşekkür ediyorum allah sizden razı olsun..."* şeklinde kuruluşa yönelik teşekkür, onay ve tavsiye ifadelerine yer verildiği;

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Sağlık alanında yürürlükte bulunan mevzuat gereği, sağlık alanında faaliyet gösteren kuruluşların, yalnızca açılış bilgileri, hizmet alanları ve sunduğu hizmetler ile ilgili konularda toplumu bilgilendirmek amacıyla tanıtım yapabilecekleri ve ilan verebilecekleri, bunların dışında, talep yaratmaya yönelik açıklamalara ve yanıltıcı, abartılı, doğruluğu bilimsel olarak kanıtlanmamış bilgilere yer veremeyeceği hüküm altına alınmıştır.

Bu bağlamda; inceleme konusu internet sitesinde yer alan ifadelerin, tabip tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlerle ilgili olduğu; bu nedenle, söz konusu tanıtımların bilgilendirme kapsamını aşarak “reklam’’ niteliğinde değerlendirildiği ve sağlık alanında çalışan kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı, talep yaratıcı nitelikte olduğu ve kuruluşa yönlendirme yaparak, benzer alanda faaliyet gösteren kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açtığı,tüm bu durumların da;

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

- Tıbbi Deontoloji Tüzüğünün 8, 9 ve 39 uncu maddeleri

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

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

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi.

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **ASG Özel Sağlık Hizm. ve Sağ. Malz. San. Tic. A.Ş. (Bursa Osmangazi Göz Hastanesi)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**36)**

**Dosya No: 2018/6855**

**Şikayet Edilen:** **Açıkmavi Psikolojik Danışmanlık ve Eğitim Merkezi Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Kuruluşa ait www.acikmavi.org adresli internet sitesi ile www.facebook.com ve www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitelerinde kuruluşa ait sayfalarda yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 03.10.2019 ve 15.10.2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.acikmavi.org adresli internet sitesinin 03.10.2019 tarihli görünümünde örnek olarak;

- "Hakkımızda" başlığı altında; *"...Ülkemizde yaygın ve çözümsüz görünen öğrenme güçlüğü -*

*özelinde disleksi- konusunda başka ülkelerde uygulanan yöntemleri araştırmak üzere 2014 yılında Açık Mavi tarafından özel bir ekip teşekkül ettirildi. Bu ekip dünyanın eğitim konusunda başarısı kanıtlanmış ülkelerindeki ( Amerika Birleşik Devletleri, İngiltere, İsveç, İsrail, Singapur, Finlandiya ve Güney Kore) öğrenme güçlüğü konusundaki yaklaşımları, yapılan araştırmaları ve konuyla ilgili merkezleri inceledi. Öğrenme güçlüklerinin nedenleriyle ilgili araştırmalar ve çözüm yöntemleri konusunda en yetkin isimlerden bilgi ve danışmanlık aldı...Açık Mavi 2014 yılından bugüne kadar yabancı uzmanlarla alan çalışması yapmaktadır...Disleksi Çözüm Merkezi'miz, grup eğitimleriyle 50 saatte, birebir eğitimlerle 30 saatte çözümü garanti etmektedir...Merkezimiz öğrenme güçlükleri (Türkiye'de genellikle disleksi sorunu olarak bilinen) sorunun yaygınlığı dolayısıyla 2017 yılında uluslararası geçerliliği olan sertifika programları ile eğitici eğitimlerine de başlayacaktır..."* ,

- "Akademi Hakkında" başlığı altında; *"...Açık Mavi ekibi, uluslararası ve konusunda en deneyimli profesyonellerden oluşmaktadır. Eğitmen kadromuz tarafından verilen, içerik ve uygulama bakımından da özel eğitimlerimizle kişi ve kurumların ihtiyacı olanı vermekteyiz. Açık Mavi Akademi’de alınan eğitimler sonucunda, başarılı olan kişiler uluslararası \*sertifikasyon belgesini almaya hak kazanırlar. ( \*Dünyanın her yerinde geçerli akreditasyon). Toplum beklentilerinin ötesine geçme konusunda yılların tecrübesini artık Türkiye’ye aktarmak için Açık Mavi olarak şimdiden heycanlanmaktayız..."* ,

- "Klinik Depresyon" başlığı altında; *"...Açık Mavi’yi seçmenin avantajları: Zaman sınırı (5-40 seans çoğu insan için yeterlidir), Uzun dönem etkilidir, İlaç kullanımı gerekmez.."* ve *"50 Saatte Disleksi Çözümü"* başlığı gibi kuruluş tarafından, hizmet sunmaya yetkili olmadığı konularda bilgilendirme sınırını aşan ifadelere yer verildiği;

www.facebook.com adresli sosyal paylaşım sitesinin 15.10.2019 tarihli görünümünde kuruluşa ait *“Açık Mavi”* kullanıcı isimli sayfada yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak*; "...ÜCRETSİZ DİSLEKSİ TESTİ SON GÜN: 31 EKİM 2019...23 NİSAN'A ÖZEL ÜCRETSİZ DİSLEKSİ TESTİ SON GÜN: 23 NİSAN 2019...Stanford Binet 5 Eğitim Semineri...Disleksi Çözüm Merkezi'miz, grup eğitimleriyle 50 saatte, birebir eğitimlerle 30 saatte çözümü garanti etmektedir.Merkezimiz öğrenme güçlükleri (Türkiye'de genellikle disleksi sorunu olarak bilinen) sorunun yaygınlığı dolayısıyla 2017 yılında uluslararası geçerliliği olan sertifika programları ile eğitici eğitimlerine de başlayacaktır. Açık Mavi, okullara eğitim ve öğretim yöntemlerini geliştirme konusunda da danışmanlık vermektedir..."* gibi kuruluş tarafından, hizmet sunmaya yetkili olmadığı konularda bilgilendirme sınırını aşan ifadeler ile kampanya ve fiyat bilgilerine yer verildiği;

Ayrıca; *"...Başarı Öyküleri:Hem oğlum hem ben birlikte gelip ayrı ayrı seansa girdik.” Açık Mavi’ye önce öğrenme güçlüğü çeken oğlumu getirdik. Disleksi Çözüm Programına başladı...20 seanslık bir terapiye başladık. Hem oğlum hem ben birlikte gelip ayrı ayrı seansa girdik. Bu seanslarda kendimle ilgili çok şey öğrendim. Seansların sonunda kendimi çok iyi hissediyordum...Damla Z. 35 Kadın, İstanbul (BDT-Bilişsel Davranışçı Terapi...Türkiye'de böyle bir kurumun olması gerçekten harika bir durum. Çalışmalarından dolayı Açık Mavi ekibini kutluyorum!..."* şeklinde kuruluşa yönelik teşekkür, onay ve tavsiye ifadelerine yer verildiği;

www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinin 15.10.2019 tarihli görünümünde kuruluşa ait “acikmavi\_org” kullanıcı isimli sayfada yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *"...'Psikolojik Danışmanlık ve Eğitim merkezi'' -Disleksi Çözümü -Öğrenme Problemleri Çözümü -Test Merkezi -Terapiler -Seminerler (0212) 984 98 99...ÜCRETSİZ DİSLEKSİ TESTİ SON GÜN: 31 EKİM 2019... AÇIKMAVİ ÇÖZÜM MERKEZİ 28 OCAK’da ANADOLU YAKASINDA AÇILIYOR! ÜCRETSİZ DİSLEKSİ testi, IQ testi, KİŞİLİK testi, EQ testi, DEHB (hiperaktivite) testi yaptırın...."* gibi kuruluş tarafından, hizmet sunmaya yetkili olmadığı konularda bilgilendirme sınırını aşan ifadeler ile kampanya ve fiyat bilgilerine yer verildiği;

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu internet sitesinde, belirli tıbbi hizmetlerle ilgili yer alan ifade ve görüntülerin, sadece yetkili eğitim ve sağlık kuruluşları tarafından sunulabileceği; ancak kuruluşun, söz konusu hizmetleri sunmaya ilişkin izinlere sahip olmadığı; bu nedenle, söz konusu tanıtımların halkı yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu; şayet kuruluş bir sağlık kuruluşu olsa dahi mezkûr sitelerde yapılan tanıtımların bilgilendirme kapsamını aşarak “reklam’’ niteliğinde değerlendirildiği ve sağlık alanında çalışan kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı, talep yaratıcı nitelikte olduğu ve kuruluşa yönlendirme yaparak, benzer alanda faaliyet gösteren kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açtığı, tüm bu durumların da;

-1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanunun 8, 10, 24 ve 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, 26 ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi.

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Açıkmavi Psikolojik Danışmanlık ve Eğitim Merkezi 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.

**37)**

**Dosya No: 2018/6863**

**Şikayet Edilen:** **Aylin Uzunoğlu (Pure Life Güzellik ve Yaşam Merkezi)**

**Şikayet Edilen Reklam:** Kuruluşa ait www.purelifeguzellikmerkezi.com adresli internet sitesi ile www.facebook.com ve www.instagram.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.purelifeguzellikmerkezi.com adresli internet adresinin 04.10.2019 tarihli görünümünde örnek olarak;

- Ana sayfada; *"...LAZER ÜTÜLEME - EPİLASYON Ciltte Yanma ve Hasara Son. Kıl Folikülünü Isıyla Yok Eder. Üstelik 4 Mevsim Uygulanabilir. İlk Seansta Mükemmel Sonuçlar Verir...SOĞUK LİPOLİZ - ZAYIFLAMATek turda bölgedeki yağ oranına bağlı olarak 8-10cm Kadar İlcelme yada 5kg Verilebilir. Yağların parçalanması 30 ile 45 gün süreci almaktadır...DERMAROLLER Dermaroller, bir silindir üzerinde sıralanmış mikro iğneleri olan bir tedavi aracıdır. Mikroiğneleme amacıyla kullanılan bir diğer araç da Dermastamp’tır...YAŞAM KOÇU Hayallerinizi planlara, planlarınızı gerçeğe dönüştürmek için yaşam koçuna ihtiyacınız vardır..."* ,

- "Yaşam Koçu" başlığı altında*; "...Yaşam koçluğu, en basit anlatımla hayallerinizi planlara, planlarınızı da gerçeğe dönüştürmektir. Yaşam Koçunuzla yapacağınız çalışma, kararsız kaldığınız ya da sıkıştığınızı sandığınız noktadan sizi çıkarmayı amaçlar. Bunu yaparken, size yeni bakış açıları kazandırmak gibi farklı teknikler kullanırız. Böylece hiç farkında olmadığınız ya da bugüne kadar kullanmadığınız güçlerinizi açığa çıkararak hayatınıza yeni bir yön verebilirsiniz. Görüşmelerde, sizin önceliklerinizi dikkate alarak birlikte ortak bir strateji geliştiririz. Neden ve niye sorularını sormayız. Geçmişe bakmayız. Şu an bulunduğunuz noktadan varmak istediğiniz noktaya nasıl varacağınıza yoğunlaşırız. Yaşam Koçluğu, akıl ve ruh sağlığı yerinde olup, hayatında geldiği noktada kendisini mutsuz hisseden, aradığı yönü bulamayan ya da o yöne doğru nasıl ilerleyeceğini bilemeyen kişiler içindir. Yaşam Koçluğu'nda koçun doğruları değil sizin doğrularınız hayata geçirilir. Yapılan çalışmanın esası, sorularla duruma yeni açılardan bakmanızı, daha önce farkına varmadığınız çözümleri görmenizi sağlamaktır. Yaşam koçu bir rehberdir. Hedefe varış ancak koçla birlikte yürümeniz, kararlaştırılan haftalık uygulamaları yerine getirmenizle mümkün olur. Yaşam Koçluğu Hizmetleri Öğrenci Koçluğu, Aile Koçluğu, İlişki Koçluğu, Kariyer Koçluğu, Satış Koçluğu.."* gibi tıbbi işlem kapsamına giren lazer epilasyon, dermapen, lazer lipoliz gibi tıbbi uygulamalar konusunda bilgilendirme sınırını aşan ifadelere yer verildiği;

www.facebook.com adresli sosyal paylaşım sitesinin 04.10.2019 tarihli görünümünde kuruluşa ait “purelifeguzellikmerkezi” kullanıcı isimli sayfada yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *"...Soğuk Lipoliz ile inatçı yağlara veda etmek hiç bu kadar kolay olmamıştı Soguk Lipoliz yönteminin zayıflama konusunda dayandığı temel fikir ; vücuttaki bölgesel yağların önce ısıtılıp sonra soğutularak yağ tabakasının kristalize olup vücuttan atılmasıdır. Soğuk lipoliz yöntemi asla cerrahi bir yöntem olmayıp kişiyi konfor içinde acısız, ağrısız, yan etkisiz bir şekilde istediği bölgesindeki yağlardan kurtulmasına olanak sağlar. Soğuk Lipoliz 500 TL yerine 99 TL...Sevgili Danışanımız Candan Hanım Soğuk Lipoliz Uygulamamız ile 6.5 kilo yağdan vermiştir.Soğuk Lipoliz 500 TL yerine 99 TL...Bölgesel Kilolara Elveda !!! Soğuk Lipoliz vücuttaki bölgesel yağların önce ısıtılıp, sonra soğutularak yağ tabakasının kristalize olmasını ve yağların vücuttan atılmasını sağlar. Acısız, ağrısız, yan*

*etkisiz bir yöntemdir. Tek turda bölgedeki yağ oranına bağlı olarak 3-13cm incelme hedeflenir...Vizyonumuz, her zaman doğru işlem uygulayarak sizlerin memnuniyetini kazanmaktır. Sevgili Danışanımız Özay Bey ; Soğuk lipoliz uygulamamız ile toplamda 10 kilo verdi...Dermapen Leke Tedavisi. Ucunda çok sayıda milimetrik iğne bulunan bir cihazla ,cilt yüzeyinde yüzlerce mikroskobik delme yapan,böylece cildin kendi doğal iyileşme mekanizmasını başlatan mikroiğneleme yöntemidir. İndirimli fiyatlarımız ve uzman kadromuz ile hizmet vermeye devam ediyoruz..Yaza merhaba diyen taptaze , ışıldayan ,etrafa canlılık ve mutluluk yansıtan bir cilt ister misiniz? PRP ; cilt altına doku yenilenmesi sağlayan kırışık ve sarkma görünümünü tedavi amaçlı bir uygulamadır. Detaylı bilgi ve randevu için iletişim ilgilerimiz..Yaşım belli olmasın mı diyorsunuz? Eğer böyle diyorsanız , ilerleyen yaş sebebi ile meydana gelen tüm olumsuzlukları somon DNA ile yok edebilirsiniz.Zamanla ve çevresel faktörlerin etkisi le kaçınılmaz olarak cilt kalitesi bozulmaktadır. Cilt daha mat ,daha kuru görünür ve elastikiyeti azalır. Bu uygulama cildin yenilenmesi ve yeniden yapılandırılmasını sağlar. Cilt yapısını destekler ve güçlendirir. Cildin nem dengesini düzenler..."* gibi ifadeler üzerinden dermapen, lazer lipoliz gibi tıbbi uygulamalar konusunda bilgilendirme sınırını aşan ifadelere; hasta öncesi ve sonrası görselleri ile kampanya ve fiyat bilgilerine yer verildiği;

www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinin 04.10.2019 tarihli görünümünde kuruluşa ait “purelifeguzellik35” kullanıcı isimli sayfada yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *"Sevgili Danışanımız Gül Hanım ile 2 ay önce tanıştık. Gül hanım soğuk lipoliz ve kavitasyon uygulamamız ile 25 cm incelme sağlanmıştır Soğuk Lipoliz 500 TL yerine 99 TL...Tatlı mı tatlı Danışanımız Sevinç Hanım 1.5 ayda soğuk lipoliz yöntemi ile 9 kilo yağdan verip , 30 cm bölgesel incelme sağlamıştır...Vücudunuzda beğenmediğiniz yerleri suçlamak yerine gerçekleştirebileceğiniz tek bir şeye odaklanın.. LPG TEKNOLOJİSİ ile tanışın. LPG Teknolojisi ile bölgesel incelme ve selülit tedavisi bir arada...Dermapen Leke Tedavisi Ucunda çok sayıda milimetrik iğne bulunan bir cihazla, cilt yüzeyinde yüzlerce mikroskobik delme yapan, böylece cildin kendi doğal iyileşme mekanizmasını başlatan mikroiğneleme yöntemidir. İndirimli fiyatlarımız ve uzman kadromuz ile hizmet vermeye devam ediyoruz...SOĞUK LİPOLİZ ile inatçı yağlara veda etmek hiç bu kadar kolay olmamıştı. Tek turda bölgedeki yağ oranına bağlı olarak 3-13 cm incelme hedeflenir..."* gibi ifadeler üzerinden dermapen, lazer lipoliz gibi tıbbi uygulamalar konusunda bilgilendirme sınırını aşan ifadeler, hasta öncesi ve sonrası görselleri ile kampanya ve fiyat bilgilerine yer verildiği;

Ayrıca*, "...2 ay önce Pure Life ailesi ile tanıştım. Çok memnun oldum. Soğuk Lipoliz ve Kavitasyon işlemleri uygulandı. Ve 25 cm'lik bir incelmem oldu. Herkese tavsiye ederim... Merkezine 1,5 ay önce zayıflamak için başvurdum. 9 kilo yağdan verdim. 30 cm inceldim. Ve ben bundan çok mutluyum, memnunum..."* gibi hasta yorum, teşekkür ve övgü ifadelerine yer verildiği;

Tüm bunlara ek olarak, inceleme konusu internet sitelerinde; kuruluşun isminin “Pure Life 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:** 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.

Tüm bunlara ek olarak, inceleme konusu internet sitelerinde; kuruluşun isminin “S&C Hairport” olarak nitelendirildiği; ancak, ilgili mevzuatta bu şekilde tanımlanan bir sağlık kuruluşu türünün bulunmadığı; şayet kuruluş bir “güzellik salonu” olarak faaliyet göstermekte ise bu durumda, söz konusu tanıtımlarda kuruluşun türünün açıkça belirtilmemesi sebebiyle tüketicilerin yanıltıldığı;

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 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 5/1, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5, 26 ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi.

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Aylin Uzunoğlu (Pure Life Güzellik ve Yaşam Merkezi)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**38)**

**Dosya No: 2018/7562**

**Şikayet Edilen:** **Truva Foto Epilasyon Zayıflama Kılcal Damar Saç Ekimi Medikal Est. ve Sağ. Hizm. Tic. Ltd. Şti. (Özel Dip Not Polikliniği)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 06.11.2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Kuruluşa ait www.canakkaleguzellik.com adresli internet adresinin 06.11.2019 tarihli görünümünde örnek olarak;

- Ana sayfada*; "...Lazer Epilasyon, Pozitif bir yüz ifadesi için kişiye özel naturel botox, prp ve saç mezoterapisi ile saç dökülme tedavisi, beslenme danışmanlığı ve diyet, zayıfalama, bölgesel incelme, ultralys (Gülben Ergen) Ameliyatsız Liposuction, Mikrodermabrazyon, Soğuk Lipoliz Acı, ağrı ve enjeksiyon olmadan yağlara veda edin! Tek seansta 4-7 cm incelme...Yeni Nesil Ameliyatsız Yüs Estetiği Yöntemlerimiz ile tanışın...",*

- "Hakkımızda" başlığı altında; *"...“Özel Dipnot Estetik, tıp alanındaki son yenilikleri bulabileceğiniz en güvenilir ve en deneyimli adreslerden birisidir. DİPNOT’da başarı ile uygulanabilen hizmetler şöyle başlıklandırılabilir; Cilt Yenileme: IPL, Radyo Frekans Terapi, Vitamin Enjeksiyonları, Karbon Peeling, Dolgu ve Botox Uygulamaları. Kılcal Damar Tedavisi: Dye ve NdYag Lazer, Enjeksiyon. Bölgesel İnceleme ve Selülit Tedavileri: ImuPro300 Gıda Tolerans Testi, Vücut analizi, Mezoterapi, Karboksiterapi, ThermaClinic ile RadyoFrekans Terapi, Akustik Dalga Terapisi (AWT), Ultrakavitasyon, LPG, VelaShape, Power Plate, G5. Profesyonel Cilt Bakımları: Visia ile Fotoğraflı Cilt Analizi, Murad, Ingrid Millet, Payot ve IS Clinical ürünleri ile farklı cilt tiplerine uygun kabin bakımları, Oksijen Terapi. Vücut Bakımları: AquaSpa ile rahatlatıcı bakımlar..."*

- "Lazer Epilasyon" başlığı altında*; "...MEDİKAL ESTETİK UZMAN DR kontrolünde Cynosure Alexandrite Lazer cihazı kullanılmaktadır. Lazer epilasyon için en iyi cihaz kullanılsa bile cihazın kullanılış tekniği, merkezin kullanma protokolü, kullanan kişi ve bilimsel yaklaşım da çok önemlidir...çok ucuz paket fiyatlar ve bitme garantili kampanyalar yapılarak kullanılan bu ucuz cihazların kalıcı etkisi yoktur, bir çeşit ağda yöntemidirler. O anda kılın yokolmasını sağlar, fakat kıl tekrar çıkar. IPL gibi cihazların kılı bitirme gibi bir etkisi yoktur. Bu tip cihazların ciddi yanık ve kalıcı leke tehlikesi bulunmaktadır. Ucuz olması nedeniyle sağlığınızı ve paranızı boşa harcamayınız...Özellikle son günlerde kliniğimize yanlış ve özensiz yapılan lazer epilasyonlarla ilgili bir çok mağdur ve YANIK hastalar başvurmakta. Yıllardır bayanlar ve beyler kıl problemlerini birçok değişik yöntemle yok etmektedirler. Çağımızın en etkili ve kalıcı çözümü lazer epilasyon yöntemi ve Alexandrite Lazer Cihazıdır.En önemli özelliği çok hızlı işlem yapabiliyor olması ve ağrısız acısız kalıcı olmasıdır…" ,*

- "Dermapen" başlığı altında; *".... Dermapen akne skarları (ice pick, rolling, box car) üzerinde şaşırtıcı sonuçları vardır...Yeni kolajen, elastin, fibronektin, hyalüronik asit stimülasyonunu sağlayarak anti-aging etki sunar...Dermapen güneş hassasiyeti yaratmaz. Dermapen yaz aylarında dahi kullanımı güvenlidir. Cildin bariyer özelliğine zarar vermez. Dermapen, uygulama (dermaterapi) sonrası özel bakım gerektirmez. Hastalar, Dermapen uygulama sonrası günlük hayatlarına devam edebilirler..."* gibi tıbbi işlem kapsamına giren lazer epilasyon, dermapen, mezoterapi gibi tıbbi uygulamalar konusunda bilgilendirme sınırını aşan ifadelere yer verildiği;

Ayrıca*, "...3 - 3,5 ay içerisinde 22 kilo verdim, umutsuz ve sağlıksız bir şekilde geldiğim Dipnottan kendimi güler yüzlü, mutlu ve şanslı hissederek ayrılıyorum...Meltem Hanım'ın güler yüzü, sıcak tavrı, profesyonelliği ve acil durumlarda hızlı çözüm üretmedeki üstün başarısı sayesinde bu diyet dönemi benim için hiç zor geçmedi...Ağırlarımdan dolayı yürüyemez hale gelmiştim...Burada uygulanan OZON TEDAVİSİ sayesinde tek seansta inanılmaz farklılıklar oldu ağrılarım bitti ve rahatlıkla yürüyebiliyorum..."* şeklinde hasta yorum, teşekkür ve övgü ifadelerine yer verildiği;

www.facebook.com adresli sosyal paylaşım sitesinin 06.11.2019 tarihli görünümlerinde kuruluşa ait “Dr. Meltem Çetin Dipnot Güzellik ve Estetik Salonu” kullanıcı isimli sayfada yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *"...Lazerde kampanya Kol Altı 30 TL Genital 100...LAZER EPİLASYONDA SAĞLIĞINIZ VE CEBİNİZ İÇIN DİKKAT !!!!! Özellikle son günlerde kliniğimize yanlış ve özensiz yapılan lazer epilasyonlarla ilgili bir çok mağdur ve YANIK hastalar başvurmakta...Lazerde %50 Kampanya...PRP tedavisi.. Tatil Öncesi Yaz Bakımını İhmal Etmeyin...Bayrama Özel Kampanyalarımız...Saç Mezoterapisi 99 TL...Radyofrekans ve Mezoterapi sistemi ile kalınlık, selülit, gevşeklik, kırışıklık, sorununuz neyse 4 seansta çözümü mümkün..."* gibi tıbbi işlemler konusunda bilgilendirme sınırını aşan ifadeler; hasta öncesi ve sonrası görselleri ile kampanya ve fiyat bilgilerine yer verildiği;

www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinin 06.11.2019 tarihli görünümlerinde kuruluşa ait “dipnotguzellikcanakkale” kullanıcı isimli sayfada yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *"...Sizde istenmeyen tüylerinizden kalıcı olarak kurtulabilirisiniz. Lazer Epilasyon Kampanyalar...Nazolobial dolgu sonrası daha..Ve hemen sonrası.. Dudak asimetrisini düzelttim ve çizgilere dokundum... 16 kilo veren hastam ile Bir başarı hikayesi daha..Doktor kontrolünde aç kalmadan zorlanmadan gitsin kilolarım diyorsanız sizide Dipnot'a bekleriz.. PRP Kampanya 299 TL...Somon DNA uygulaması bir çeşit cilt gençleştirme tedavisidir, ancak tamamen ameliyatsız bir şekilde gerçekleşir...."* gibi tıbbi işlemler konusunda bilgilendirme sınırını aşan ifadeler; hasta öncesi ve sonrası görselleri ile kampanya ve fiyat bilgilerine yer verildiği;

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Sağlık alanında yürürlükte bulunan mevzuat gereği, sağlık alanında faaliyet gösteren kuruluşların, yalnızca açılış bilgileri, hizmet alanları ve sunduğu hizmetler ile ilgili konularda toplumu bilgilendirmek amacıyla tanıtım yapabilecekleri ve ilan verebilecekleri, bunların dışında, talep yaratmaya yönelik açıklamalara ve yanıltıcı, abartılı, doğruluğu bilimsel olarak kanıtlanmamış bilgilere yer veremeyeceği hüküm altına alınmıştır.

Bu bağlamda; inceleme konusu internet sitesinde yer alan ifadelerin, tabip tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlerle ilgili olduğu; bu nedenle, söz konusu tanıtımların bilgilendirme kapsamını aşarak “reklam’’ niteliğinde değerlendirildiği ve sağlık alanında çalışan kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı, talep yaratıcı nitelikte olduğu ve kuruluşa yönlendirme yaparak, benzer alanda faaliyet gösteren kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açtığı,tüm bu durumların da;

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

- Tıbbi Deontoloji Tüzüğünün 8, 9 ve 39 uncu maddeleri

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

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

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi.

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Truva Foto Epilasyon Zayıflama Kılcal Damar Saç Ekimi Medikal Est. ve Sağ. Hizm. Tic. Ltd. Şti. (Özel Dip Not Polikliniği)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**39)**

**Dosya No: 2019/10406**

**Şikayet Edilen: Adnan GÖKÇEN (Lal Güzellik Salonu)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 24.12.2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu internet sitesinin 24.12.2019 tarihli görünümünde örnek olarak;

*"Eryaman Lazer Epilasyon...2.500 TL. yerine sadece 1.500 TL... 2018 kampanyamız kısa süreliğine devam ediyor... Pürüzsüz bir cilt için... İstenmeyen tüylerle vedalaşmanın zamanı geldi...Neden Lazer Epilasyon?  Zamanlama açısından Pratik  Kalıcı Sonuçlar  Hijyenik  Cilde zarar vermez. Seans aralıkları uzundur. Uyum toleransı yüksektir. Acı riski düşüktür. Her bölgeye uygulanabilir. Son teknoloji cihazlarla Eryaman Lazer Epilasyon kalıcı diode lazer epilasyon hizmeti..."* gibi, güzellik salonlarında uygulanması mevzuat gereği yasak olan ve tabip tarafından uygulanması gerektiğinden tanıtımının da yapılmasına izin verilmeyen tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu internet sitesinde güzellik salonu olarak faaliyet gösterdiği tespit edilen ve dolayısıyla sağlık alanında faaliyeti olmayan kuruluşun, tabipler tarafından uygulanması gereken ve güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen çeşitli tıbbi tedavi yöntemlerinin isimlerini sayarak bu alanda hizmet verdiği ve sağlık alanında faaliyet gösterdiği yönünde izlenim uyandırdığı, söz konusu tıbbi işlemlerin doktor kontrolünde ve sağlık kuruluşları bünyesinde uygulanması gerektiği, dolayısıyla bu durumun;

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

- İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğin “Güzellik Salonları”başlıklı (J) bendi,

-Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/ğ, 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 **Adnan GÖKÇEN (Lal Güzellik Salonu)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine **karar** verilmiştir.

**40)**

**Dosya No: 2019/10408**

**Şikayet Edilen: Sabri Hakan BOZDAĞ (Gold Queen Güzellik Salonu)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 26.12.2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.goldqueenguzellik.com](http://www.goldqueenguzellik.com) adresli internet sitesinin 26.12.2019 tarihli görünümünde, *"Lazer epilasyon, buz epilasyon, leke tedavisi, dermapen"*gibi, güzellik salonlarında uygulanması mevzuat gereği yasak olan ve tabip tarafından uygulanması gerektiğinden tanıtımının da yapılmasına izin verilmeyen tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara ve bu işlemlere yönelik kampanya bilgilerine yer verildiği,

[www.instagram.com](http://www.instagram.com) adresli internet sitesinin 26.12.2019 tarihli görünümünde, yukarıda sayılan tanıtımların yanı sıra, hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ilişkin görüntülere yer verildiği,

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu internet sitesinde güzellik salonu olarak faaliyet gösterdiği tespit edilen ve dolayısıyla sağlık alanında faaliyeti olmayan kuruluşun, tabipler tarafından uygulanması gereken ve güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen çeşitli tıbbi tedavi yöntemlerinin isimlerini sayarak bu alanda hizmet verdiği ve sağlık alanında faaliyet gösterdiği yönünde izlenim uyandırdığı, söz konusu tıbbi işlemlerin doktor kontrolünde ve sağlık kuruluşları bünyesinde uygulanması gerektiği, dolayısıyla bu tanıtımların;

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

- İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğin “Güzellik Salonları”başlıklı (J) bendi,

-Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/ğ, 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 **Sabri Hakan BOZDAĞ (Gold Queen Güzellik Salonu)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine **karar** **verilmiştir.**

**41)**

**Dosya No: 2019/12241**

**Şikayet Edilen: Enal İlaç Sağlık Medikal Ecza Deposu Eğitim Hizm. Ltd. Şti. (Op. Dr. Muhammet Fatih YILMAZ)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 06.12.2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu [www.ankaravarisklinigi.com](http://www.ankaravarisklinigi.com) adresli internet sitesinin 06.12.2019 tarihli görünümünde örnek olarak;

Ana sayfada, *“Varis ihmale gelmez, sağlıklı yaşam için geç kalmayın…”, “Ameliyatsız ağrısız 3 dakikada varis tedavisi!”,*

*“Kurumsal”* başlığı altında*, “Op. Dr. Muhammed Fatih YILMAZ, mecburi hizmetini Kayseri Eğitim ve Araştırma Hastanesi’nde yaparken birçok başarılı ameliyata imza atmıştır. Bu ameliyatların yanı sıra, Türkiye’de yeni uygulamaya geçen varis hastalarında “vein sealing” uygulamasını ve “noninvaziv” denilen kesi uygulanmadan yapılan girişimleri başarılı bir şekilde uygulayarak tüm Türkiye’ye duyurmuştur.”,*

şeklinde, tabip tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlere yönelik talep yaratıcı açıklamalara,

*“Hasta Görüşleri”* başlığı altında hastaların teşekkür yazılarına, www.facebook.com ve www.instagram.com adresli internet sayfalarının 06.12.2019 tarihli görünümlerinde, *“Varis artık kaderiniz değil…”, “Ameliyatsız ağrısız 3 dakikada varis tedavisi!”* şeklinde varis tedavisine tüketicileri yönlendiren talep yaratıcı ifadelere, *“Fatih Bey’e uyguladığı tedaviden ve ayrıca güler yüzlü samimiyetinden dolayı teşekkür ediyorum.”* gibi hastaların teşekkür yorumlarına,

yer verildiği tespit edilmiştir.

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

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

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

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

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Enal İlaç Sağlık Medikal Ecza Deposu Eğitim Hizm. Ltd. Şti. (Op. Dr. Muhammet Fatih YILMAZ)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**42)**

**Dosya No: 2019/1454**

**Şikayet Edilen:** **Uzm. Dr. Tevhide BOZKAYA**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.\_nstagram.com/uzm.drtevh\_debozkaya/?hl=tr adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 25.09.2019

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.\_nstagram.com/uzm.drtevh\_debozkaya/?hl=tr adresli internet sitesinin 25.09.2019 ve 03.10.2019 tarihli görünümlerinde**;** *“Botoks kampanyası… Tek bölge ~~500 TL~~ 300 TL, tüm yüz ~~900 TL~~ 700 TL…”* gibi ifadelerle tıbbi işlemlere yönelik fiyat bilgisi de verilerek kampanyaların düzenlendiği, *“Somon dna ve hyaluronik asid enjeksiyonuyla cildiniz yenilensin parlasın gençleşsin. Yüzünüzdeki lekeler ve izler kaybolsun. Detaylı bilgi 055438888160 Dr. Tevhide Bozkaya…”* gibi tıbbi işlemlere ilişkin talep yaratıcı ifadelere yer verildiği, *“Gül hastalığı, sivilce tedavisi”* gibi tıbbi işlemlere yönelik hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine, tıbbi işlemlerin uygulama görüntülerine yer verildiği tespit edilmiştir.

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

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

- TıbbiDeontoloji Tüzüğünün 8, 9 ve 39 uncu maddeleri,

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**43)**

**Dosya No: 2019/1505**

**Şikayet Edilen:** **Dr. Dilek ERZENGİN**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 10.07.2019

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.instagram.com/drdilekakcaerzengin/ adresli internet sitesinin 10.07.2019 tarihli görünümündeörnek olarak; “*H 100 Aşısı tedavisi*” gibi tıbbi işlemlere ilişkin hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği, “*Işıltı liftingi, Lazerle kızarıklık ve damar tedavisi*” gibi tıbbi işlemlerin uygulama görüntülerine yer verildiği, *“Daha parlak, daha genç, daha sıkı bir cilt…”* gibi ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

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

- TıbbiDeontoloji Tüzüğünün 8, 9 ve 39 uncu maddeleri,

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

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/ğ, 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. Dilek ERZENGİN** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**44)**

**Dosya No: 2019/2539**

**Şikayet Edilen:** **Dünya Göz Hastanesi Sanayi ve Ticaret Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** Kuruluş tarafından www.dunyagoz.com adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda, 6502 sayılı Kanun’un 61 inci maddesine aykırılık.

**Reklam Yayın Tarihi:** 15.04.2019, 02.07.2019

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.dunyagoz.com adresli internet sitesinin 15.04.2019 tarihli görünümünde; “*Bıçaksız excimer laser ile gözlüklerinizden kurtulun!”,* www.dunyagoz.com adresli internet sitesinin 02.07.2019 tarihli görünümünde; “*Gözünüz gibi bakın… 50 yaşını doldıırduysanız, katarakt probleminiz veya yakın-uzak görme sorununuz var ise bu yazıyı dikkatlice okuyunuz! Katarakt ve presblyopl (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 tıbbı 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 kullanımlık viskoelastikler ve solüsyonlar) kullanıldığı, standart bir katarakt ameliyatının maliyetleri dahi 4.DDC TL'yi aşmaktadır. Kataraktın yanı sıra yakın ve uzak görme sorunlarınızı ömür boyu çözebilecek bir operasyon için “Size ücretsiz ameliyat yapalım" diyen kurumlardan uzak durun. Sadece bir kez olabileceğiniz bu ameliyatı ucuza yapmak İsterken ömür boyu yaşayacağınız görme konforunu elinizden almalarına izin vermeyin*.” gibi ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

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

- TıbbiDeontoloji Tüzüğünün 8, 9 ve 39 uncu maddeleri,

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

- Özel Hastaneler Yönetmeliğinin 60 ıncı 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 **Dünya Göz Hastanesi Sanayi ve Ticaret Anonim Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca anılan reklamlarla ilgili olarak **anılan reklamları durdurma ve 85.480 TL. (Seksenbeşbindörtyüzseksen Türk Lirası) idari para cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**45)**

**Dosya No: 2019/2595**

**Şikayet Edilen:** **Kerem Nadi Özel Sağlık Hizm. ve Tıbbi Danışmanlık A.Ş. (Dora Hospital)**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.instagram.com/dorahospital/ adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda, 6502 sayılı Kanun’un 61 inci maddesine aykırılık.

**Reklam Yayın Tarihi:** 23.09.2019

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.instagram.com/dorahospital/ adresli internet sitesinin 23.09.2019 tarihli görünümünde örnek olarak; “*Göz lazer ameliyatı, bel fıtığı ameliyatı*” gibi tıbbi işlemlere ilişkin uygulama görüntülerine ve “*Diş beyazlatma*” gibi tıbbi işlemlere ilişkin hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği, *“Dora hospital… Göz lazer ameliyatı her iki göz için 15-20dk sürer. Lokal anesteziyle yapıldığından pek bir ağrı duyulmaz…”,* “*Dora hospital… 79 yaşındaki Rasim beyin alt dişine implant destekli köprü işlemi yaptık. Dişleri olmayan hastamızın diş ve ağız analizi yapıldıktan sonra karar verilen işlem hastamızın hayatını kolaylaştırdı…”, “Dora hospital… Bel fıtığı ameliyatının ilk aşamalarından bir görüntü. Hastanın şikayetleri ve muayene bulguları birlikte değerlendirilir. Bunların sonucunda hekimin gerekli görmesi halinde RÖNTGEN, MR, BT, EMG gibi tetkikler istenerek tanı konulur…”,*  “*Dora hospital… Hocamızın yöntemiyle gerçekleşen ağrısız diz protez tedavisi için başvuran hastalar mutlu ayrıldılar. Sıra sizde…”,* Diğer taraftan, “*Google Adwords*” sistemi vasıtasıyla www.google.comadresli internet sitesinin 06.03.2019 tarihli görünümünde; *“18 Branşta tam teşekküllü ve uygun fiyatlı sigorta kredinizi tüketmeden kaliteli hizmet. Dora Hospital Fulya’da SGK ve özel sigorta anlaşmaları vardır. Hızlı randevu. Ücretsiz muayene. Uygun fiyatlar…”* gibi ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu internet sitelerinde yer alan ifade ve görüntülerin tıbbi işlemlere yönelik talep yaratıcı nitelikte olduğu ve şahsa yönlendirme yaparak, sağlık alanında çalışan şahsın faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı ve diğer kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açtığı değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

- Sağlık Meslek Mensupları ile Sağlık Hizmetlerinde Çalışan Diğer Meslek Mensuplarının İş ve Görev Tanımlarına Dair 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, 7/6, 26 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Kerem Nadi Özel Sağlık Hizm. ve Tıbbi Danışmanlık A.Ş. (Dora Hospital)** 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.

**46)**

**Dosya No: 2019/8895**

**Şikayet Edilen:** **Barış DUMAN (Kaizen Beautify Güzellik Salonu)**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://kaizenbeautify.com/ adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda, 6502 sayılı Kanun’un 61 inci maddesine aykırılık.

**Reklam Yayın Tarihi:** 24.10.2019

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://kaizenbeautify.com/ adresli internet sitesinin 24.10.2019 tarihli görünümünde örnek olarak; Sunulan hizmetler arasında; *“İstanbul lazer epilasyon, son teknoloji ürünü olan alma soprano platinum buz lazer (ice lazer) cihazı ile dört mevsim lazer epilasyon yaptırabilirsiniz. Buz lazer, her türlü cilt tipine uygulanabilir ve klasik lazer epilasyon cihazlarına göre daha etkili sonuç verir. Sadece kıl köklerine odaklanarak, lazer ışınlarının cildin diğer alt katmanlarına geçmesini engeller. Bir çeşit ütüleme epilasyon teknolojisi ile üretilmiş olan ice lazer fiyat ve seansları hakkında detaylı bilgi almak için uzmanlarımıza danışabilirsiniz. Buz lazer, erkeklerde de uygulanabilir mi? Ice lazer hem kadın hem de erkeklerde uygulanabilir bir yöntemdir. Erkek lazer epilasyon fiyat ve seansları hakkında bilgi almak için uzmanlarımıza danışabilirsiniz. Ice lazer yaptıranlar nasıl sonuç alıyor? Buz lazer teknolojisini deneyimleyen kişiler, acısız ve ağrısız epilasyon deneyimi yaşıyor, her mevsim ice lazer yaptırabiliyorlar. Son teknoloji ile donatılmış olan ice lazer sayesinde saniyede 10 atış ile daha etkili sonuçlar ortaya çıkabiliyor.”* gibi ifadelerle doktor kontrolünde uygulanması gereken ve güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen “*lazer epilasyon*” gibi tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara yer verildiği, Kuruluşun *“Men & Women Kaizen Beautify”* şekillerinde isimlendirildiği, ancak ilgili mevzuatta bu şekilde tanımlanan bir kuruluş türünün bulunmadığı, söz konusu tanıtımlarda kuruluşun türünün açıkça belirtilmemesi sebebiyle tüketicilerin yanıltıldığı, https://www.instagram.com/kaizenbeautify/ adresli internet sitesinin 24.10.2019 tarihli görünümünde örnek olarak; Sunulan hizmetler arasında; “*Buz lazer, çatlak tedavisi, leke tedavisi*” gibi doktor kontrolünde uygulanması gereken ve güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu internet sitesinde yapılan tanıtımlar aracılığıyla sağlık alanında faaliyeti olmayan 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 değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

- Ticari reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/ğ, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5, 7/6, 26 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Barış DUMAN (Kaizen Beautify Güzellik Salonu)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**GIDA**

**47)**

**Dosya No: 2019/331**

**Şikayet Edilen: Pidem Restaurant İşletmeleri Gıda Turizm İnşaat Ticaret ve Sanayi A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından satışa sunulan ıspanaklı pide ürününe ilişkin tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 05.11.2018

**Yayınlandığı Mecra:** Broşür

**Tespitler:** Ispanaklı pidenin enflasyonla topyekün mücadele kapsamında (2018 yılı içerisinde) 7,99 TL yerine 6,99 TL'ye satışının yapıldığı, fakat ürünün hiçbir zaman 7,99 TL'den satılmadığı tüketici tarafından ifade edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan inceleme sonucunda, reklam veren tarafından ürünün 6,99 TL’den satıldığına dair faturalarla kanıtlandığı ve ürünün AVM çalışanlarına 7,99 TL’den satışının yapılacağına dair AVM çalışanlarına gönderilen maillerinin doğruluğu sebebiyle anılan tanıtımların 6502 sayılı Kanun’un 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**48)**

**Dosya No: 2019/8371**

**Şikayet Edilen: Peyman Kuruyemiş Gıda Aktariye Kim. Mad. Tarım Ürün. San. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından satışa sunulan Peyman Fındık ürün ambalajında yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 15.11.2018

**Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj

**Tespitler:** Peyman Fındık ürün ambalajlarında ürünün net 90 gram olarak tanıtıldığı, fakat ürünün gerçekte 80 gram olduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Peyman Fındık ürün ambalajlarında ürünün net 90 gram olarak tanıtıldığı, fakat ürünün gerçekte 80 gram olduğu*,* dolayısıyla aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olan söz konusu tanıtımların;

Dolayısıyla, her koşulda mevzuata aykırılık teşkil eden söz konusu tanıtımların,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklamveren Peyman Kuruyemiş Gıda Aktariye Kim. Mad. Tarım Ürün. San. ve Tic. A.Ş. hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **8.546 -TL (Sekizbinbeşyüzkırkaltı Türk Lirası)** **idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesinekarar verilmiştir.

**49)**

**Dosya No: 2020/59**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** Konya ilinde hizmet verenbir A 101 şubesinde satışa sunulan "aldın aldın" kategorisindeki ürünlere %30 iskonto uygulanacağı yönündeki reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 01.12.2019

**Yayınlandığı Mecra:** Broşür

**Tespitler:** Konya ilinde hizmet verenbir mağazanızda satışa sunulan "aldın aldın" kategorisindeki ürünlere %30 iskonto uygulanacağı tanıtımlarda belirtilmiş olmasına rağmen; tüketicinin satın almış olduğu dondurulmuş karides ürününe herhangi bir indirim yapılmadığı tespit edilmiştir.

# **Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda reklamlarda stok sınırı olduğu ifade edildiği halde, stok miktarı reklamlarda belirtilmemiştir,dolayısıyla aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu düşünülen söz konusu tanıtımların;

Dolayısıyla, her koşulda mevzuata aykırılık teşkil eden söz konusu tanıtımların,

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

-Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7/1, 7/2, 7/4, 7/5-a, 9/1, 9/5, 13/9 ve 26/1 maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**50)**

**Dosya No: 2018/6501**

**Şikayet Edilen:** **Şifahane Doğal Ürünler San. ve Tic. Ltd. Şti**

**Şikayet Edilen Reklam:** http://sifahanedogal.com.tr adresli internet sitesinde yer alan muhtelif ürünlere yönelik reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 28.09.2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** http://sifahanedogal.com.tr adresli internet sitesinin 28.09.2018 tarihli görünümünde; *“Magnezyum Yağı: Fortem masaj kremi ile yapılan masaj Kireçlenmeye, Diz ağrılarına, Menisküse, Bel, Boyun ve Bacak ağrılarına, Romatizma, eklem ve adele ağrılarında faydalıdır, Güçlü bir antiseptiktir, Ağrı gidericidir, Kan dolaşımını düzenler, Eklemlerde şişkinlik, ödem ve sertliği, Kas ve lif yırtılmaları, Varis, Siyatik, Migren ve baş ağrıları, Doku zedelenmesi, Kas tutulmaları, Kulunçları” giderir. Keçiboynuzu Özü: Çocukların zihinsel gelişimini arttırır: Vitamin ve mineral deposu olan keçiboynuzu özü çocukların bedensel ve zihinsel gelişimini olumlu etkiler. Kalsiyum bakımından süte oranla 3 kat daha fazla olan besin kemikleri güçlendirerek kuvvetlendirir. Tansiyon problemine Faydalıdır: Kolestrol içermeyen keçiboynuzu özü tansiyon hastaları için avantajlıdır. Kalsiyum fosfor zengini olan besin osteoporoz rahatsızlıklarında kalsiyum eksikliğini giderir. Sindirime Faydaları: Hem ishal olanların hem de kabızlık çekenlerin yardımcısıdır. Keçiboynuzu pekmezindentüketerek sindiriminizin çalıştığını kolaylıkla farkedersiniz. Gastrit ve mide rahatsızlıklarına şifa olan besin midenin kuvvetlenmesini sağlıyor. Solunum Yollarına Faydası… Cinsel gücü arttırır… İsveç İksiri: Dildeki yaraları iyileştirir. Gırtlak rahatsızlığını ve yarasını geçirir. Mide kramplarını geçirir. Basurları iyileştirir. Sarılığa iyi gelmektedir. Kansızlığa iyi gelir. Kanserde etkilidir. Nasırlara iyi gelir… Çörek Otu Yağı: Mikrop, virüs ve mantarlara karşı iyileştirici özelliği tespit edilmiştir. Kansere karşı koruyucu özelliği vardır. Kan şekerini dengeler. İdrar söktürücü böbrek ve safrayı temizleyici özellik. Bağışıklık sistemini kuvvetlendirir…”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemelerde söz konusu internet sitesinde yer alan tanıtımlarda 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 **Şifahane Doğal Ürünler San. ve 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.

**51)**

**Dosya No: 2018/7363**

**Şikayet Edilen:** **Salve Farma İlaç ve Bitkisel Gıda Tak. San. Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.salvefarma.com.tr adresli internet sitenizde yer alan muhtelif ürünlere yönelik reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 27.12.2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.salvefarma.com.tr adresli internet sitesinin 27.12.2018 tarihli görünümünde; *“Reha Marie Claire Leke Karşıtı Cilt Beyazlatıcı Krem: Cilt bariyerinin güçlenmesine yardımcı olur. Cildi anında aydınlatıp, cilt rengini homojen bir duruma getirirken aynı zamanda ciltteki kusurları da maskeler. Marie Claire Leke Kremi cilt tonunu dengeleyerek leke sorunlarını gidermek için özel olarak formüle edilmiş bir kremdir. Reha Marie Claire Nasır ve Topuk Çatlağı Giderici Jel: Reha Marie Claire Nasır ve Topuk Çatlağı Giderici Jel, cilde nüfuz etmeyi arttıran ajanlar ve koruyucu içerikleri ile nasırların ve topuk çatlaklarının giderilmesine yardımcı olur. Saluepro Propolis Krem: Devamlı kullanıldığında hassas olan bebek cildinde pişik oluşumunu ve tahrişleri önlemeye ve yatıştırmaya yardımcı olur. Propolisin Kanıtlanmış Etkileri: Propolisin, antibakteriyel, antiviral, antifungal, antien amatuvar, yara iyileştirici, doku yenileyici, anestezik etkileri ve imminomodilatör etkileri bilinmektedir.* *Propolis içerisindeki farmakolojik etkisi bilinen en önemli bileşikler, avanoid grubu bileşikler, çeşitli fenolik ve aromatiklerdir. Propolisin antimikrobiyal aktivitesi içerdiği avonoidler, aromatik asitler ve esterlerden kaynaklanmaktadır. Propolisin Antibakteriyal etkisi: Propolisin tüberküloz basili de dahil olmak üzere Gram pozitif bakterilere karşı antibakteriyal etkiye sahip olduğu bilinmektedir. Uzun süre propolis kullanımı zararlı bakterilerde direnç oluşturmamaktadır. Propolis geniş spektrumlu antibiyotik olarak kabul edilmektedir. Propolisin, Staphylococcus aureus, S. Epidermidis, Candida albicans, Bacillus subtilis, Enterococcus spp., Pseudomonas aeruginosa, Escherichia coli ve Tchophyton mentaogrophytes türlerine karsı antimikrobiyel etkisinin olduğu bildirilmektedir. Üst Solunum Yolu Enfeksiyonu (USYE) yapan bakterilere karşı bakterisidal etki gosterdiği bilinmektedir…”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

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

-  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,

- Biyosidal Ürünler Yönetmeliğinin 5 ve 38 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, 32/1 inci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

Buna göre, reklam veren **Salve Farma İlaç ve Bitkisel Gıda Tak. San. 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.

**52)**

**Dosya No: 2018/7434**

**Şikayet Edilen:** **Yeşil Akhisar Yemekhane İşletmeciliği Gıda Mad. Tem. İşleri Temizlik Maddeleri San. ve Tic. Ltd. Şti.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 16.11.2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.organiktarimsa.com adresli internet sitesinin 16.11.2018 tarihli görünümünde; *“Grünn Organik Üzüm Pekmezi: Vücutta kan yapımında kullanılması, enerji vermesi, iştah açması belirgin özelliklerindendir. Gebelikte bebek gelişimi ve anne adayları için çok faydalıdır. Ayrıca mide, bağırsak ve böbrekler üzerinde olumlu etkileri vardır. Damar sertliğine iyi gelir ve kan dolaşımını kolaylaştırır. Kabak Çekirdeği İçi: Bileşimindeki mineral ve vitaminler nedeniyle her gün az miktarda tüketilmesi gereken son derece faydalı bir besindir. B Vitamini Deposu Kabak Çekirdeği protein yapımına yardımcı olan kabak çekirdeği, aynı zamanda afrodizyak bir besindir. Kabak çekirdeğinde bulunan fosfor sayesinde kemik ve diş yapılanmasını, böbreğin çalışmasını destekler. Günlük olarak yarım çay bardağı kadar kabak çekirdeği tüketmenin kemik erimesine karşı olumlu etkileri bulunur. Kabak çekirdeği sindirim ve boşaltım sistemi için çok faydalı bir besindir. Günlük tüketimi bağırsak şeritlerinin ve parazitlerin atılmasını sağlar. Yanı sıra, mesane ve idrar yolundaki kumlanmayı atmaya yardımcıdır. Böbreği güçlendirir. İdrar yollarında yanma ve kanamaya yol açan rahatsızlıkla semptomlarını hafifletir. Doğal kolesterol düşürücü olan kabak çekirdeği, prostat problemlerine karşı oldukça etkilidir. Antioksidan bir besin olan kabak çekirdeği, karaciğerde zehirli maddelerin yol açtığı harabiyeti onarır. Moringa Çayı: Zayıflama ürünüdür. Vücudu güçlendirir ve metabolizmayı hızlandırır. Kalp hastalıklarını önler. Cilt gençliğini korur. Yüksek C vitamini içerdiğinden yaraların çabuk iyileşmesini ve vücudun yenilenmesini sağlar. Alerjik hastalıklara iyi gelir. Kemikleri güçlendirir. Kan şekerini dengeler. Tansiyonu düşürür. Yaşlanmayı yavaşlatır. Uykusuzluğa iyi gelir. Beyorganik Yulaf Unu: Bağışıklık sistemini güçlendirir, kaslarınızı besler, kemikleri güçlendirir, enerji verir, uykusuzluğa iyi gelir, kan şekerini dengeler, kalp sağlığını korur…”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler neticesinde söz konusu internet sitesinde yer alan 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 gıdaların insan fizyolojisine ve/veya metabolizmasına etki eden bir “tıbbi ürün” gibi tanıtılarak 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;

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 4/c, 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 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 **Yeşil Akhisar Yemekhane İşletmeciliği Gıda Mad. Tem. İşleri Temizlik Maddeleri San. ve 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.

**53)**

**Dosya No: 2018/7650**

**Şikayet Edilen:** **Sas Farma İlaç İtriyat Medikal Kozmetik Gıda İnş. San. Ve Tic. Ltd. Şti.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 27.11.2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.sasfarma.com adresli internet sitesinin 27.11.2018 tarihli görünümünde; *“Calcium Phosphoricum: Kemik ve dişleri için tuz. Kan oluşumu ve vücut hücrelerin yenilenmesi. Ferrum Phosphoricum: Vücutta bağışıklık ve taşıma tuzu. Enerji dengesi ve savunma gücünün arttırılması. Kalium Chloratum: Mukoza zarlarının tuzu ve hücre aktivasyonu. Sinir ve kasların işlevi için. Natrium Sulfuricum: Tuz saflaştırma ve boşaltma için. Sindirim ve boşaltım organları ve iç temizlik için. Magnesium Phosphoricum: Kasların ve sinirlerin tuzu. Otonom sinir sisteminin güçlendirilmesi ve kolaylaştırılması için”* 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 takviyesi niteliğindeki söz konusu ürünlerin insan fizyolojisine ve/veya metabolizmasına etki eden bir “tıbbi ürün” gibi tanıtılarak 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;

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 4/c, 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 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 **Sas Farma İlaç İtriyat Medikal Kozmetik Gıda İnş. San. Ve 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.

**54)**

**Dosya No: 2019/12780**

**Şikayet Edilen: A 101 Yeni Mağazacılık A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Tüm Karadem Markalı Ürünlerde %25 İndirim” şeklindeki tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Yayınlandığı Mecra:** Afiş, Poster, Katalog, İnternet.

**Tespitler:** 16-22 Kasım 2019 tarihleri arasında geçerli indirimli fiyatları gösteren afiş, poster gibi tanıtım materyallerinde ve internet mecrasında; "Tüm Karadem Markalı Ürünlerde %25 İndirim" şeklinde ana vaade yer verildiği, tanıtım materyallerinin alt kısmında dip not olarak "Bu kampanya aldın aldın ürünleri için geçerli değildir." Açıklamasının yer aldığı, diğer taraftan başvuru sahibinden ve çeşitli şikayet platformlarından temin edilen alışveriş fişlerinden bazı “Karadem” markalı ürünlerde söz konusu indirimin yapılmadığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Reklam veren tarafından yapılan açıklamada, "Karadem Gurme 500 Gr." isimli ürünün "Aldın aldın" kampanyası kapsamında bir ürün olduğu, inceleme konusu kampanyaya ait tanıtım afişlerinde "Bu kampanya aldın aldın ürünleri için geçerli değildir." ibaresine yer verildiği belirtilmiş olsa da, söz konusu kampanyaya ilişkin tanıtım materyallerinde "Tüm Karadem Markalı Ürünlerde %25 İndirim" şeklinde bir ana vaade yer verildikten sonra, her ne sebeple olursa olsun bazı "Karadem" markalı ürünlerin kampanya kapsamına alınmamasının ana vaat - istisna çelişkisini doğurduğu, oysa bir kampanyaya ilişkin istisnaların her halükarda kampanyanın ana vaadi ile çelişmemesi gerektiği dikkate alındığında, söz konusu tanıtımların;

- Türk Gıda Kodeksi Gıda Etiketleme ve Tüketicileri Bilgilendirme Yönetmeliği’nin 7/2 ve 7/4 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, 7/5, 13/1, 14/2, 14/3, 14/4, 18/1, 18/2, 18/5, 18/6, 18/7 maddeleri

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

Buna göre, reklam veren **A 101 Yeni Mağazacılık 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: 2020/23**

**Şikayet Edilen: A 101 Yeni Mağazacılık A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Tüm Çerezya Ürünlerinde %25 İndirim” şeklindeki tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Yayınlandığı Mecra:** Afiş, Poster, Katalog, İnternet.

**Tespitler:** 26 Ekim - 1 Kasım 2019 tarihleri arasında geçerli indirimli fiyatları gösteren ürün kataloğunda ve internet mecrasında yer alan tanıtımlarda, "Tüm Çerezya Ürünlerinde %25 İndirim" ifadesine yer verildiği, reklam materyallerinin alt kısmında dip not olarak "Kampanyaya dahil olan ürün gruplarının indirimli fiyatından herbiri için en fazla 2 adet satın alınabilir." şeklinde bir açıklamanın yer aldığı, diğer taraftan başvuru sahibinden temin edilen alışveriş fişinden, satın alınan 8 çeşit “Çerezya” markalı üründen sadece bir kaçına indirim uygulandığı, ayrıca söz konusu kampanya ile ilgili olarak internet ortamındaki çeşitli platformlarda daha başka birçok şikayetin olduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Başvuru sahibinden temin edilen alış veriş fişi incelendiğinde, satın alınan "çerezya" markalı farklı ürünlerden sadece birkaç tanesinde (göreceli olarak fiyatı en az olan ürünler) %25 indirim yapıldığı, Antep fıstığı, kaju gibi pahalı ürünlerin bir tanesine bile indirim yapılmadığı, dolayısıyla kampanyadaki ana vaadin istisnası olarak reklam veren tarafından belirtilen "Kampanyaya dahil olan ürün gruplarının indirimli fiyatından her biri için en fazla 2 adet satın alınabilir." kuralına dahi uygun davranılmadığı görüldüğünden aldatıcı ve yanıltıcı olarak değerlendirilen 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 **A 101 Yeni Mağazacılık A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma ve 85.480 -TL (Seksenbeşbindörtyüzseksen Türk Lirası) idari para cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**56)**

**Dosya No: 2018/2556**

**Haks Hamzaoğlu Kimya Sanayi ve Ticaret A.Ş**. unvanlı firmaya ait “Nurse Harvey's Gaz Giderici Damla” isimli ürün tanıtımlarına ilişkin dosya hakkında yapılan görüşmeler neticesinde, konu ile ilgili olarak ilave araştırma yapılması istemiyle **dosyanın ertelenmesine** karar verilmiştir.

**57)**

**Dosya No: 2018/7743**

**Şikayet Edilen: Tasfiye Halinde Bargı Gıda Maddeleri Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.instagram.com/nutrigencocukgelisim/ ve https://www.facebook.com/nutrigencocukgelisim adresli internet sayfalarının 19.12.2019 tarihli görünümlerinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 19.12.2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com/nutrigencocukgelisim/ ve www.facebook.com/nutrigen cocukgelisim adresli internet sayfalarının 19.12.2019 tarihli görünümlerinde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda; *“Propolisin; bakterilere, virüslere, mantarlara ve parazitlere karşı koruyucu, antioksidan etkisi bulunmaktadır. Propolis: Ağızdaki iltihaplarda, dişeti ve diş çevresindeki dokularda oluşan iltihaplarda, sinüs iltihabında, üst ve alt solunum yolu enfeksiyonlarında kullanılmaktadır. Bu nedenle özellikle kış aylarında, çocukların çeşitli hastalıklardan korumak için propolis kullanımına özen gösterilmelidir. (...)* *Prebiyotikler, bağırsaklarda faydalı mikroorganizmaların çoğalmasını ve fonksiyon görmesini güçlendirerek bağırsak fonksiyonlarını iyileştirmektedir. Dışkılamanın kolaylaştırılmasında, dışkılama sayısının artırılmasında en çok önerilen prebiyotik diyet lifi karahindibadan izole edilen inülin diyet lifidir. EFSA, hindibadan elde edilen inülinin kabızlık şikayetlerinin önlenmesinde ve giderilmesinde kullanımını tüm Avrupa topluluğu ülkelerine önermiştir. (...)Nutrigen Propolis İçerisinde Kullanılan su bazlı propolisin Özelliklerini Biliyor musunuz? Propolis: Antibakteriyel, antiviral, antifungal, antioksidan ve antiparazitik özelliklere sahiptir. (...)Nutrigen Neovit içerisinde 13 vitamin, 4 mineral ve kolin bulunduran yeni nesil bir damladır. Kolin; bilişsel işlevi geliştirmeye, yaşa bağlı bellek azalmasını önlemeye yardımcı olur. (...)Kolin; bilişsel işlevi geliştirmeye, yaşa bağlı bellek azalmasını önlemeye, alzheimer hastalığı ile ilgili nöropatolojik değişikliklerden ve epilepsi ile ilişkili nörolojik hasarlardan korunmaya yardımcı olur. Karaciğer fonksiyonunu destekler. Yağ metabolizmasının düzeltilmesine yardımcı olur. Bu nedenle çocuklar için kolin alımı çok önemlidir. (...)Nutrigen Üzüm, iştahı düzenler, metabolizmayı güçlendirir, vitamin ve mineral eksikliğini giderir, obezite riskini azaltır, kronik hastalık riskini azaltır, sağlıklı büyüme ve gelişime yardımcı olur. (...)Nutrigen Balık Yağı ile artık çocuklar istediğine ulaşıyor çünkü boyları uzuyor. 1yaş ve üzeri uygundur. (...)Propolis bakterilere, virüslere, mantarlara ve parazitlere karşı koruyucu özelliklere sahiptir. Ağızdaki iltihaplarda, sinüs iltihabında, üst ve alt solunum yolu enfeksiyonlarında kullanılmaktadır. Bağışıklığı destekleyici etkisi bulunmaktadır. (...)Nutrigen Ferromixin: Demir eksikliği ve demir eksikliğine bağlı aneminin tedavisinde etkilidir. (...)Nutrigen Üzüm: İştah sorunu yaşayan çocuklar için, iştah düzenleyicidir. Nutrigen Omega: Zeka gelişimini destekler, sinir sisteminin gelişimine katkıda bulunur, görme fonksiyonlarının ve bağışıklık sisteminin güçlendirilmesine yardımcı olur. Nutrigen Balık Yağı: İskelet ve kas sistemini destekler. Boy uzamasına yardımcı olur. Nutrigen Propolis: Bağışıklığı güçlendirir. Nutrigen İnülin: bağırsak hareketlerini arttırır, dışkılamayı kolaylaştırır. (...) Nutrigen Vitamixin Şase Form \*\*\*Harika bir marka. Propolis ve balık yağını devamlı kullanıyorum oğlum için ve bağışıklık sistemi baya güçlendi tavsiye ederim.”* şeklinde,

Diğer taraftan, inceleme konusu tanıtımlarda yer alan “Nutrigen Propolis Şurup” isimli ürüne yönelik olarak; *“1 yaş ve üzeri uygundur.”* ve “Nutrigen Balık Yağı Şurup” isimli ürüne yönelik olarak; *“1 yaş ve üzeri uygundur.”* 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,

Diğer taraftan, inceleme konusu tanıtımlarda yer alan “Nutrigen Propolis Şurup” isimli ürüne yönelik olarak; *“1 yaş ve üzeri uygundur.”* ve “Nutrigen Balık Yağı Şurup” isimli ürüne yönelik olarak; *“1 yaş ve üzeri uygundur.”* şeklinde ifadelerin Takviye Edici Gıdalar Tebliği’nin “Etiketleme” başlıklı 13/ğ maddesinde yer alan *“2 yaşın altındaki bebek ve küçük çocuklar için takviye edici gıda üretilemez ve piyasaya arz edilemez.”* hükmüne aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

-TGK Takviye Edici Gıdalar Tebliği’nin 13/ğ maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

Buna göre, reklam veren **Tasfiye Halinde Bargı Gıda Maddeleri 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.

**58)**

**Dosya No: 2018/7744**

**Şikayet Edilen:** **PH Farma İlaç ve Kozmetik Sanayi Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.nutralen.com, https://www.instagram.com/nutralenturkiye/ ve https://www.facebook.com/NutraleN-224639174962215/ adresli internet sitelerinin 19.12.2019 tarihli görünümlerinde yer alan “Nutralen” markalı ürün tanıtımları

**Reklam Yayın Tarihi:** 19.12.2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.nutralen.com adresli internet sitesinin 19.12.2019 tarihli görünümünde; *“Propolis Ağız Spreyi; Propolis Extract (Propolis Ekstresi) Antiseptik, antibakteriyel ve antiviral özellikleri bulunmaktadır. Chamomilla Recutita Ower Extract (Papatya Çiçek Ekstresi) Rahatlatıcı, inamasyonu ve bakteri olusumunu gidermeye yardımcıdır. Antioksidan özelliktedir. Menthea Piperita Leaf Extract (Nane Yaprak Ekstresi) Antibakteriyel özelligi bulunaktadır. (...)Flagelen Çatlak Önlemeye Yardımcı Krem; (...)A vitamini cilt hücrelerini harekete geçirir. (...)L-carnitine Sıkılaştırıcı Krem; (...)Hücresel düzeyde siklik adenosin monfosfat (CAMP) düzeyini artırarak yağ yakımı artırmaya yardımcı olur. (...)Mommylen Göğüs Ucu Bakım Kremi; (...)Enfeksiyonlara karşı koruyucudur. (...)akne, siyah nokna ve komedonların oluşmasını engeller. Yüz Temizleme Jeli; (...) antibakteriyel özellik taşıması ile cilde ferahlık verir. (...)Tedaviyi destekler ve yaraların kapanmasını hızlandırır. Antibakteriyel, antiinflamatuar etkisi vardır. (...)hücre yenilenmesini destekleyici (...)etkisi vardır. Teskin edici, derinin kollajen yapımını uyarıcı etki gösterir. (...)Ergenlik sivilcesi, egzama, saçkıran, kellik, uyuz ve sedef hastalığında kullanılır. (...)iyi bir mikrop kırıcıdır. (...)Pigmentolen Anti Pigmentasyon Krem; (...)Lekeyi soyma işlemi yapmadan giderir. Hücrede okside olmuş proteinleri ele alarak eski haline çevirir. (...)Propolis Masaj Kremi; (...)Antienflamatuar etkili ve bakteri oluşumunu önleyici etkileri vardır. Antioksidan özelliktedir.(...)Antifungal, antiseptik, yatıştırıcı ve yaraları iyileştirmeye yardımcı olarak kullanılmaktadır. Geleneksel olarak uzun yıllardan beri yara iyileştici (güneş yanıkları, dermatit, akne yaraları vb.) olarak kullanılmaktadır.”*şeklinde,

https://www.instagram.com/nutralenturkiye/ adresli internet sayfasının 19.12.2019 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda; *“Nutralen Propolis Masaj Kremi; Doğal antibiyotik. Propolis MRSA da dahil olmak üzere 21 tür bakteri üzerinde, 9 tür mantar üzerinde, Giardia'nın da dahil olduğu 3 protozoa türü üzerinde ve Herpes ve Influenza'nın da dahil olduğu geniş yelpazeli virüsler üzerinde inhibitör etkisi bulunmuştur. (...)”* şeklinde,

https://www.facebook.com/NutraleN-224639174962215/ adresli internet sayfasının 19.12.2019 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda;*“Nutralen Propolis Masaj Kremi; Lokal olarak kullanılır ve vücutta kas ağrıları, tutulma vb.. durumlarda masaj ile beraber uygulandığında sıkıntılı bölgede rahatlama sağlar. Ağrıların giderilmesine yardımcı olur. Ağrılar sizi üzmesin!.”*şeklinde ifadelere yer verildiği,

Bununla birlikte; inceleme konusu tanıtımlarda yer alan Nutralen Propolis Masaj Kremi ve Yüz Temizleme Jeli isimli ürünlere yönelik olarak *“antibakteriyel”* ve “*bakteri oluşumunu önleyici”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; 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” 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,

Bununla birlikte; inceleme konusu tanıtımlarda yer alan Nutralen Propolis Masaj Kremi ve Yüz Temizleme Jeli isimli ürünlere yönelik olarak kullanılan *“antibakteriyel”* ve “*bakteri oluşumunu önleyici”* şeklindeki ifadeler ile söz konusu ürünlerin biyosidal etki gösterdiği iddiasında bulunulduğu, ancak bahsi geçen ürünlerin Biyosidal Ürünler Yönetmeliği gereğince alınması zorunlu biyosidal ürün ruhsatı bulunduğunun ispat edilemediği 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, 7 nci maddeleri,

- Kozmetik Yönetmeliği’nin 4 ve 10 uncu maddeleri,

- Biosidal Ürünler Yönetmeliği’nin 5/1 ve 38/1 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 **PH Farma İlaç ve Kozmetik Sanayi Ticaret Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**59)**

**Dosya No: 2018/7745**

**Şikayet Edilen:** **Nurbal Şifa Aktar Doğal Gıda Sanayi Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.mucizekarisim.com adresli internet sitesinin19.12.2019tarihli görünümünde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 19.12.2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.mucizekarisim.com adresli internet sitesinin19.12.2019tarihli görünümünde yer alan banner reklamlarda; *“Şimdi Bağışıklık Zamanı”* ibaresi altında *“Saf Arı Sütü-Fresh Royal Jelly, Kore Kırmızı Panax Ginseng-Korean Red Ginseng, Propolis Ekstrak-Propollis Extract(...)Organik Bal, Hakiki bal, Gerçek Bal, Katkısız Bal, En Güçlü Bal”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; www.mucizekarisim.com adresli internet sitesinin19.12.2019tarihli görünümünde yer alan banner reklamlarda;*“Şimdi**Bağışıklık Zamanı”* ibaresi altında *“Saf Arı Sütü-Fresh Royal Jelly, Kore Kırmızı Panax Ginseng-Korean Red Ginseng, Propolis Ekstrak-Propollis Extract(...)”* şeklinde ifadelere yer verilerek firmaya ait "Immutime" markalı bal ve arı ürünlerinin bağışıklık sistemini olumlu yönde etkilediği izlenimi yaratıldığı, böylelikle endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç ifadeler kullanılarak mevzuatta izin verilen sağlık beyanlarının dışına çıkıldığı ve 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,

Diğer taraftan, inceleme konusu tanıtımlarda; *“Organik Bal, Hakiki bal, Gerçek Bal, Katkısız Bal, En Güçlü Bal”* şeklinde ifadelere yer verildiği, ancak, bal isimli ürünün Türk Gıda Kodeksi Bal Tebliği’nde; *“Bitki nektarlarının, bitkilerin canlı kısımlarının salgılarının veya bitkilerin canlı kısımları üzerinde yaşayan bitki emici böceklerin salgılarının bal arısı Apismellifera tarafından toplandıktan sonra kendine özgü maddelerle birleştirerek değişikliğe uğrattığı, su içeriğini düşürdüğü ve petekte depolayarak olgunlaştırdığı doğal ürünü”* şeklinde tanımlandığı, bu itibarla, mevzuata uygun olarak üretilen tüm balların, doğal, saf ve katkısız olmasına karşın, inceleme konusu tanıtımlarda söz konusu ifadelere yer verilmesinin Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliği’nin 7 nci maddesinde yer alan “*Gıda hakkında bilgilendirme, özellikle* (…)*Tüm benzer gıdalar aynı niteliklere sahip olduğu halde, belli bir gıdanın özel niteliklere sahip olduğunu ileri sürerek ve özellikle belirli bileşenler ve/veya besin öğelerinin varlığını veya yokluğunu özel olarak vurgulayarak yanıltıcı biçimde olamaz*” hükmüne aykırılık teşkil ettiği,

Ayrıca, anılan ürünlere ait organik ürün sertifikası bulunduğu iddiasının ispat edilemediği 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, 13 üncü maddeleri,

- TGK Bal Tebliğinin 4. maddesi,

- Organik Tarımın Esasları ve Uygulanmasına ilişkin Yönetmeliğin 29/5 maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

Buna göre, reklam veren **Nurbal Şifa Aktar Doğal Gıda Sanayi Ticaret Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**60)**

**Dosya No: 2018/7750**

**Şikayet Edilen:** **Saraçoğlu Turizm ve Çevre Tekn. San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.profsaracoglu.com adresli internet sitesinin19.12.2019tarihli görünümünde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 19.12.2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.profsaracoglu.com adresli internet sitesinin19.12.2019tarihli görünümünde yer alan “Bitki Kütüphanesi” başlığı altında; *“Isırganın Kimyası; Akciğer kanserini tedavi edici, Şeker hastalığına karşı, Kuyruk sokumu iltihabına karşı, Saçlara parlaklık ve canlılık kazandırıcı, Saçlardaki kepeğe karşı, Romatizmaya karşı, Arthiritis engelleyici, Romatizma ağrı ve şikâyetlere karşı, Alerjiye karşı direnç kazandırıcı, İnflamasyonu azaltıcı olarak ısırgan bitkisi yardımcı ve destekleyicidir.(...)Propolis ile Gücünüze Güç Katın!;* Propolisin Faydaları *Nedir? -Bağışıklık sistemi güçlendirici ve vücut direnci arttırıcı,  -Kan şekeri düşürücü, -Metabolizmayı hızlandırıcı,  -Menopoz şikâyetlerinde,  -Ağız içi yaralarına karşı,  -Dil yarasına karşı,  - Anti-tümöral,  -Yaraların iyileşme sürecini hızlandırır,  - Uçuk şikayetlerinde,  -Arpacık şikayetlerinde, -Sivilce şikayetlerinde,  -Diş eti iltihaplanması şikâyetlerinde yardımcı ve destekleyici olarak kullanılabilir.(...)Karabaş Bitkisi Hangi Alanlarda Kullanılır*?; *Balgam söktürücü, idrar yolları enfeksiyonlarına karşı, egzama yaralarını iyileştirici, sinir ve kalp kuvvetlendirici, ağrı kesici, sinüzite karşı, beyin tümörlerini geciktirici, akciğer ve kan kanserlerini geciktirici, sinirsel baş ağrısına karşı, uykuya geçmeyi kolaylaştırıcı, yüksek tansiyona karşı, kan dolaşımı bozukluğuna karşı, iç huzursuzluğuna karşı, yorgunluğa karşı, romatizmaya karşı, kan sulandırıcı”*şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; www.profsaracoglu.com adresli internet sitesinin19.12.2019tarihli görünümünde yer alan “Bitki Kütüphanesi” başlığı altında; *“Isırganın Kimyası; Akciğer kanserini tedavi edici, Şeker hastalığına karşı, Kuyruk sokumu iltihabına karşı, Saçlara parlaklık ve canlılık kazandırıcı, Saçlardaki kepeğe karşı, Romatizmaya karşı, Arthiritis engelleyici, Romatizma ağrı ve şikâyetlere karşı, Alerjiye karşı direnç kazandırıcı, İnflamasyonu azaltıcı olarak ısırgan bitkisi yardımcı ve destekleyicidir.(...)Propolis ile Gücünüze Güç Katın!;* Propolisin Faydaları *Nedir? -Bağışıklık sistemi güçlendirici ve vücut direnci arttırıcı,  -Kan şekeri düşürücü, -Metabolizmayı hızlandırıcı,  -Menopoz şikâyetlerinde,  -Ağız içi yaralarına karşı,  -Dil yarasına karşı,  - Anti-tümöral,  -Yaraların iyileşme sürecini hızlandırır,  - çuk şikayetlerinde,  -Arpacık şikayetlerinde, -Sivilce şikayetlerinde,  -Diş eti iltihaplanması şikâyetlerinde yardımcı ve destekleyici olarak kullanılabilir.(...)Karabaş Bitkisi Hangi Alanlarda Kullanılır*?; *Balgam söktürücü, idrar yolları enfeksiyonlarına karşı, egzama yaralarını iyileştirici, sinir ve kalp kuvvetlendirici, ağrı kesici, sinüzite karşı, beyin tümörlerini geciktirici, akciğer ve kan kanserlerini geciktirici, sinirsel baş ağrısına karşı, uykuya geçmeyi kolaylaştırıcı, yüksek tansiyona karşı, kan dolaşımı bozukluğuna karşı, iç huzursuzluğuna karşı, yorgunluğa karşı, romatizmaya karşı, kan sulandırıcı”*şeklinde ifadeler kullanılarak bahsi geçen gıda ve bitkilerin insan sağlığına olumlu etkilerine ilişkin bilgilere yer verildiği,

Bununla birlikte, inceleme konusu www.profsaracoglu.com adresli internet sitesinde söz konusu ürünlerin satış ve tanıtımının da yapıldığı, böylelikle firmaya ait “prof saraçoğlu” markalı ürünlerin söz konusu etkilere sahip olduğu izlenimi yaratıldığı, dolayısıyla endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç ifadeler kullanılarak mevzuatta izin verilen sağlık beyanlarının dışına çıkıldığı ve 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 **Saraçoğlu Turizm ve Çevre Tekn. San. ve Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**61)**

**Dosya No: 2018/7752**

**Şikayet Edilen:** **Forever Living Sağlık ve Güzellik Ürünl. Dağ. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.foreverliving.com, https://www.facebook.com/ foreverturkeyhq/ ve https://www.instagram.com/foreverturkeyhq/ adresli internet sitelerinin 20.12.2019 tarihli görünümlerinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 20.12.2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.foreverliving.com adresli internet sitesinin20.12.2019tarihli görünümünde; *“Forever Bee Pollen®; (...)Bilim adamları tarafından yapılan bir araştırmalarda, Arı poleni enerjiyi ve dayanıklılığı artırmaya yardımcı olduğu düşünülmektedir.(...)Forever Bee Propolis®; Forever Bee Propolis vücudun doğal savunmasını desteklemeye yardımcı olur. (...)Forever Move ™; (...). Bu patentli içerik hakkında, sağlıklı bir hareketi desteklediği, eklem konforunu ve esnekliği arttırdığını, sağlıklı kıkırdağı teşvik ettiğini, eklemlerde sertliği düşürdüğünü ve egzersizden hızlı bir şekilde iyileşmeyi sağladığını gösteren çalışmalar yayınlanmıştır. Temelde eklemleriniz için gerekli olan her şey!(...)Forever Royal Jelly®; Royal Jelly, bal arısının pharynx (gırtlak bölgesi) bezlerinden çıkan süte benzer bir salgıdır. Bağışıklık sistemini desteklemeye yardımcı olabilir.(...)Aloe vera, sindirimin yediklerimizdeki besinleri kan dolaşımına almasına yardımcı olurken, aynı zamanda dost bakterilerin büyümesini teşvik eden doğal temizleme yeteneklerine sahiptir. Polisakkarit, akemannan ve aloe içindeki diğer besin maddeleri bağışıklık sistemini desteklemeye yardımcı olur.(...)”* şeklinde,

https://www.facebook.com/foreverturkeyhq/ ve https://www.instagram.com/foreverturkeyhq/ adresli internet sayfalarının 20.12.2019 tarihli görünümlerinde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda; *“Forever Therm, kilo dengeleme programınız sırasında enerjinizi arttırmaya ve metabolizmanızı hızlandırmaya yardımcı olabilecek güçlü ve destekleyici bir formüldür. (...)Forever Leane'in içeriğinde vücudumuzun karbonhidratlardan ve yağlardan daha az kalori emmesine yardımcı olan iki madde mevcuttur.”* 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, 13 ve 17 nci maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

Buna göre, reklam veren **Forever Living Sağlık ve Güzellik Ürünl. Dağ. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **85.480-TL (Seksen beşbindörtyüzseksen Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları**  karar verilmiştir.

**62)**

**Dosya No: 2018/7755**

**Şikayet Edilen:** **Onur GÖK DYN Doğal Ürünler**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.instagram.com/dynabeille\_ari\_urunleri/ ve https://www.facebook.com/dynabeilleariurunleri/ adresli internet sayfalarının 20.12.2019 tarihli görünümlerinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 20.12.2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: https://www.instagram.com/dynabeille\_ari\_urunleri/ ve https://www.facebook.com/ dynabeilleariurunleri/ adresli internet sayfalarının 20.12.2019 tarihli görünümlerinde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda; *"Dynabeille Arı Ürünleri sizin ve sevdiklerinizin bağışıklık sistemini korumaya yardımcı olur. (...)Dynabeille İsveç Şurubu Organik elma sirkesi ve 11 çeşit bitkinin 1.5 yılda fermente olması ile elde edilen bir üründür. Detoks ve yağ yakıcı özelliği vardır, doğal bir metabolizma hızlandırıcıdır. Kilo vermenize yardımcı olur, sindirim problemleri ve kabızlık için etkilidir. Şişkinlik için faydalıdır. Kolesterol üzerinde olumlu etkisi vardır. Bağışıklığınızı güçlü tutmanıza yardımcı olur. (...)Dynabeille Propolisli Karışım ile bağışıklık sisteminizi destekliyoruz! (...)Sindirim sistemi problemleri için Dynabeille İsveç Şurubu... Eczanelerde #dynabeille #dynabeilleisvecsurubu #metabolizmahızlandırıcı (...)#yagyakici #yağyakıcı (...)#ödemsökücü#ödematıcı #kabızlık (...)Türkiye’nin ilk Yerli Propolis markası, Dynabeille Propolis Ekstraktı #dynabeille #dynabeillearıürünleri#arıürünleri(...)#bağışıklıkgüçlendirici-#doğalantibiyotik #dogalanti biyotik(...)Çocuğunuzun kansızlık problemi mi var? #Dynabeille #Dynabeillearıürünleri (...)Uçak yolculukları, hem yoğun klima kullanımı nedeni, hem de bakteri bulaşması açısından oldukça risklidir. Bu riski antiviral ve antibakteriyel özelliği olan Dynabeille Propolis Ekstraktı ile minimuma indirin!"* şeklinde,

Diğer taraftan, inceleme konusu tanıtımlarda yer alan “Dynabeille Propolis Ekstratı” isimli ürüne yönelik olarak; *“Bir yaşından itibaren kullanabilirsiniz”* 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,

Diğer taraftan, inceleme konusu tanıtımlarda yer alan “Dynabeille Propolis Ekstratı” isimli ürüne yönelik olarak kullanılan; *“Bir yaşından itibaren kullanabilirsiniz”*şeklinde ifadelerin Takviye Edici Gıdalar Tebliği’nin “Etiketleme” başlıklı 13/ğ maddesinde yer alan *“2 yaşın altındaki bebek ve küçük çocuklar için takviye edici gıda üretilemez ve piyasaya arz edilemez.”* hükmüne aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

-TGK Takviye Edici Gıdalar Tebliği’nin 13/ğ maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

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

**63)**

**Dosya No: 2019/4562**

**Şikayet Edilen:** **Mehmet TÜRK**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.kestanebalial.com adresli internet sitesinin 08.01.2020 tarihli görünümü ile işletmeye ait açık hava ilanında yer alan “Borçka Kestane Balı”tanıtımları

**Reklam Yayın Tarihi:** 08.01.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet, açık hava ilanı

**Tespitler:** www.kestanebalial.com adresli internet sitesinin 08.01.2020 tarihli görünümü ile işletmeye ait açık hava ilanında; *“%100 Doğal. %100 Organik”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; www.kestanebalial.com adresli internet sitesinin 08.01.2020 tarihli görünümü ile işletmeye ait açık hava ilanında; *“%100 Doğal. %100 Organik”*şeklinde ifadelere yer verildiği, ancak, bal isimli ürünün Türk Gıda Kodeksi Bal Tebliği’nde; *“Bitki nektarlarının, bitkilerin canlı kısımlarının salgılarının veya bitkilerin canlı kısımları üzerinde yaşayan bitki emici böceklerin salgılarının bal arısı Apismellifera tarafından toplandıktan sonra kendine özgü maddelerle birleştirerek değişikliğe uğrattığı, su içeriğini düşürdüğü ve petekte depolayarak olgunlaştırdığı doğal ürünü”* şeklinde tanımlandığı, bu itibarla, mevzuata uygun olarak üretilen tüm balların, doğal, saf ve katkısız olmasına karşın, inceleme konusu tanıtımlarda "%100 Doğal" ifadelerine yer verilmesinin Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliği’nin 7 nci maddesinde yer alan “*Gıda hakkında bilgilendirme, özellikle* (…)*Tüm benzer gıdalar aynı niteliklere sahip olduğu halde, belli bir gıdanın özel niteliklere sahip olduğunu ileri sürerek ve özellikle belirli bileşenler ve/veya besin öğelerinin varlığını veya yokluğunu özel olarak vurgulayarak yanıltıcı biçimde olamaz*” hükmüne aykırılık teşkil ettiği,

Ayrıca, anılan ürünlere ait organik ürün sertifikası bulunduğu iddiasının ispatlanamadığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- 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,

- TGK Bal Tebliğinin 4. maddesi,

- Organik Tarımın Esasları ve Uygulanmasına ilişkin Yönetmeliğin 29/5 maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

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

**64)**

**Dosya No: 2019/4586**

**Şikayet Edilen:** **Sezen Gıda Maddeleri Tarım ve Hayvan Ürünleri Ticaret ve Sanayi Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait “Anavarza” markalı ürün tanıtımları

**Reklam Yayın Tarihi:** 27.12.2019, 08.01.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://twitter.com/AnavarzaBal/status/1098831461795483649 adresli internet sayfasının 08.01.2020 tarihli görünümünde; *“Bugün ki tavsiyemiz Anavarza Kestane Balı. Bağışıklığı güçlendirmek için soğuklarda bolca tüketebilirsin.”*şeklinde,

https://www.balgurmesi.com/musteri-yorumlari adresli internet sayfasının 27.12.2019 tarihli görünümünde; *“Özellikle Kış Ayları Için Elzem, Bağışıklık Sistemini Destekleyici Bir Şifa Deposu. Çocuklara Güvenle Verilebilir. Hizmet Kalitesi Mükemmel. Müşteri Memnuniyetimiz %100. Teşekkürler. BÜŞRA E.”* şeklinde,

anavarzabal.com/bal-analizi/tat-kurulu adresli internet sayfasının 08.01.2020 tarihli görünümünde; *“Anavarza Tat Kurulu Testleriyle ONAYLANDI. (...)Liderliğini Sezen Gıda kurucusu Süleyman Sezen’in yaptığı, konusunda en az 10 yıl deneyimli profesyonellerden oluşan kurul, tat alma konusunda eğitimli ve sertifika sahibidir. (...)Anavarza Tat kurulu çalışmalarını duyusal Analiz Laboratuvarı’nda sürdürür. Kendi sektöründe dünyada sadece Anavarza sahibi olduğu bu laboratuvar en iyi tat testlerinin yapılabilmesini mümkün kılar.”* şeklinde,

Anılan ürün etiketlerinde “*Anavarza Tat Kurulu Testleriyle. ONAYLANDI. Tüm Güvenilirlik Analizleriyle.”* şeklinde,

www. facebook.com/balgurmesi adresli internet sayfasının 27.12.2019 tarihli görünümünde; *“Bu kavanoza girmek için bal olmak yetmez. Anavarza Tat Kurulu Testleriyle. ONAYLANDI. Tüm Güvenilirlik Analizleriyle. Her bal tatlıdır, sen lezzetli olacaksın.”*şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; https://twitter.com/ AnavarzaBal/status/1098831461795483649 adresli internet sayfasının 08.01.2020 tarihli görünümünde; *“Bugün ki tavsiyemiz Anavarza Kestane Balı. Bağışıklığı güçlendirmek için soğuklarda bolca tüketebilirsin.”*şeklinde,

https://www.balgurmesi.com/musteri-yorumlari adresli internet sayfasının 27.12.2019 tarihli görünümünde; *“Özellikle Kış Ayları Için Elzem, Bağışıklık Sistemini Destekleyici Bir Şifa Deposu. Çocuklara Güvenle Verilebilir. Hizmet Kalitesi Mükemmel. Müşteri Memnuniyetimiz %100. Teşekkürler. BÜŞRA E.”* 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,

Diğer taraftan, anılan ürün etiketlerinde “*Anavarza Tat Kurulu Testleriyle. ONAYLANDI. Tüm Güvenilirlik Analizleriyle.”* ve www. facebook.com/balgurmesi adresli internet sayfasının 27.12.2019 tarihli görünümünde; *“Bu kavanoza girmek için bal olmak yetmez. Anavarza Tat Kurulu Testleriyle. ONAYLANDI. Tüm Güvenilirlik Analizleriyle. Her bal tatlıdır, sen lezzetli olacaksın.”*ifadelerine yer yerildiği,

İnceleme konusu tanıtımlarda; “Anavarza” markalı ürünlerin diğer ürünlerden lezzet olarak farklı ve üstün olduğu mesajının verildiği, ancak tanıtımlarda kullanılan “Onaylandı” şeklindeki ifadeler ile anılan ürünlerin bağımsız bir kuruluş tarafından onaylandığı izlenimi yaratıldığı, bu durumun da tüketicileri yanıltıcı 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 **Sezen Gıda Maddeleri Tarım ve Hayvan Ürünleri Ticaret ve Sanayi Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**65)**

**Dosya No: 2019/9022**

**Şikayet Edilen:** **Hipp Dış Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.facebook.com/HiPPTURKIYE/ adresli internet sitesinin04.02.2020tarihli görünümünde yer alan“Hipp Doğal Kaynak Suyu” isimli ürün tanıtımları

**Reklam Yayın Tarihi:** 04.02.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.instagram.com/gurmebebek adresli internet sayfasının 07.01.2020 tarihli görünümünde yer alan 26.03.2019 tarihli paylaşımlarda; *“Bebek böbrekleri için en uygunu. (...)İlk aylarda sodyum bebeklerin böbreklerine ağır gelir. Bu yüzden bebeklere verilen suyun mineral değeri çok önemlidir. (...)NEDEN HİPP DOĞAL KAYNAK SUYU? Bebek ve küçük çocukların bünyesi hassastır. Hipp doğal kaynak suyu diğer sulara göre daha düşük sodyum içerdiğinden bebeklerin böbreklerini yormuyor. PH derecesi 7,46 yani alkali bir su. Bebek ve küçük çocuklarda mama hazırlarken veya içme suyu olarak veya bebek çayları hazırlanırken de kullanılabiliyor.”* şeklinde,

https://www.facebook.com/HiPPTURKIYE/photos/a.122631941088940/906529776032482/?type=3&theater adresli internet sayfasının 04.02.2020tarihli görünümünde yer alan 11.01.2015 tarihli paylaşımda; *“HİPP’ten BEBEKLERE ÖZEL DOĞAL KAYNAK SUYU ARTIK TÜRKİYE’de. Yalnızca E-bebek mağazalarında…HİPP Doğal Kaynak Suyu, sodyum oranı düşük olduğundan 6.aydan itibaren, bebeklerin henüz gelişmemiş böbreklerini yormadan içebilmeleri için özel olarak geliştirilmiştir.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; https://www.facebook.com/ HiPPTURKIYE/photos/a.122631941088940/906529776032482/?type=3&theater adresli internet sayfasının 04.02.2020tarihli görünümünde yer alan 11.01.2015 tarihli paylaşımda; *“HiPP’ten BEBEKLERE ÖZEL DOĞAL KAYNAK SUYU ARTIK TÜRKİYE’de. Yalnızca E-bebek mağazalarında..HiPP Doğal Kaynak Suyu, sodyum oranı düşük olduğundan 6.aydan itibaren, bebeklerin henüz gelişmemiş böbreklerini yormadan içebilmeleri için özel olarak geliştirilmiştir”* şeklinde ifadelere yer verildiği,

Söz konusu tanıtımlarda, “Hipp Doğal Kaynak Suyu” isimli ürünün düşük sodyum içeriği nedeniyle bebek böbrekleri için uygun olduğu mesajının verilmesinin, İnsani Tüketim Amaçlı Sular Hakkında Yönetmeliğin 34 üncü maddesinde yer alan*“Kap, kapak ve etiketler ile tanıtım amaçlı hazırlanan afiş ve broşürlerde ya da reklam ve ilanlarında tüketiciyi aldatıcı ve yanıltıcı, bu Yönetmelikte belirlenen niteliklere aykırı, hastaları, yaşlıları, çocukları ve engellileri istismar edici bilgi ve sembollere yer verilemez.”* hükmüne aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

**-** İnsani Tüketim Amaçlı Sular Hakkında Yönetmeliğin 34 üncü maddesi,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 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 **Hipp Dış Ticaret Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**66)**

**Dosya No: 2019/9797**

**Şikayet Edilen:** **Altıparmak Gıda Sanayi ve Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait “Balparmak” markalı bal ve arı ürünleri tanıtımları

**Reklam Yayın Tarihi:** 25.07.2019, 20.12.2019, 25.12.2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com/balparmakbal adresli internet sayfasının 25.07.2019 tarihli görünümünde; *“Vücut direnci her mevsim önemli. Yaz mevsiminde de çantandan #ApiteraZEn’i eksik etme!(…)Balın iyileştirici gücünden faydalan!(…)Bal, yaraların iyileşme süresini zalatmasının yanında ağrıların azalmasına da yardımcı olur. (…)Her gün birazcık bal alın, soğuk almayın. Yapılan çalışmalara göre; soğuk algınlığı belirtisi görülen kişilere uygulanan ilaç tedavisinin yanında, her gün 50 gram bal verilen hastalardaki hastalık süresinin 1-2 gün azaldığı görülmüştür. (…)Yüksek prebiyotik içeriğine sahip olan bal, faydalı bakterilerin sayısını da artırıyor.”* şeklinde,

www.facebook.com/Balparmak/ adresli internet sayfasının 20.12.2019 tarihli görünümünde; *“Ara öğünlerinde içtiğin bitki çayına #ApiteraZen eşlik etsin, mevsim geçişleri sana vız gelsin! Mevsim geçişlerinin şakası olmaz! #ApiteraZen'le sıcak ve soğuk havalar vız gelir.”* şeklinde,

Bununla birlikte, www.instagram.com/balparmakbal, www.facebook.com/Balparmak/ ve https://twitter.com/balparmak adresli internet sayfalarının 25.12.2019 tarihli görünümlerinde yer alan yer alan videoda; *“Mevsimler değişir havalar değişir. Apitera Zen ile Vız gelir.”*ifadeleri ile birlikte kış mevsiminde havaların soğuduğu, annesinin yanında duran çocuğun hapşurduğu ve üzerinde arılardan bir şemsiye oluştuğu görüntülere yer verildiği,

Diğer taraftan, www.instagram.com/balparmakbal, www.facebook.com/Balparmak/ ve https://twitter.com/balparmak adresli internet sayfalarının 25.12.2019 tarihli görünümlerinde; *“39 yıllık uzmanlığımızla geliştirdiğimiz, glikol dahil hiçbir alkol içermeyen, su bazlı saf Balparmak Propolis’in tanıtımını gerçekleştirdik.(…) Balparmak’tan glikol dahil hiçbir alkol içermeyen, su bazlı saf Propolis! Sizin ve çocuğunuz için glikol dahil hiçbir alkol içermeyen su bazlı saf propolis.”* şeklinde,

https://www.balparmak.com.tr/propolis-plus-cocuk adresli internet sayfasının 25.12.2019 tarihli görünümünde ise ; *“Propolis kovandan alındığı haliyle tüketilemez çünkü propolisin ham hali içinde balmumu ve çeşitli kirlilikler içermektedir. Tüketebilmek için ekstraksiyon (özütleme işlemi) yapılarak yapısındaki etken maddelerin alınması gerekmektedir. Özütleme sırasında farklı çözücüler ve teknikler kullanılan propolisin, kullanılan yönteme göre etken madde geçiş miktarları değişmektedir. Propolisin içindeki etken maddeler alkol, propilen glikol ve su gibi çözücülere geçmekte ancak suya daha az miktarda geçebilmektedir. Bu nedenle piyasadaki bazı su bazlı ürünlerin etken maddeleri düşük olabilmektedir. Ancak Balparmak AR-GE Merkezi’nde yürütülen TÜBİTAK destekli proje kapsamında geliştirilen özel ekstraksiyon (özütleme) yöntemi sayesinde, alkol kullanılmadan saflaştırılarak maksimum oranda etken maddeye sahip standart propolis elde edilmektedir. Balparmak Propolis geliştirilen özel teknolojiyle saf propolisin su içinde çözündürülmesiyle üretilmiştir.”* şeklinde ifadelere yer verildiği,

Ayrıca, "Balparmak Süzme Çiçek Balı" isimli ürün ambalajı üzerinde *“Eko”* ibaresine yer verildiği

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; www.instagram.com/balparmakbal adresli internet sayfasının 25.07.2019 tarihli görünümünde; *“Vücut direnci her mevsim önemli. Yaz mevsiminde de çantandan #ApiteraZEn’i eksik etme!(…)Balın iyileştirici gücünden faydalan!(…)Bal, yaraların iyileşme süresini zalatmasının yanında ağrıların azalmasına da yardımcı olur. (…)Her gün birazcık bal alın, soğuk almayın. Yapılan çalışmalara göre; soğuk algınlığı belirtisi görülen kişilere uygulanan ilaç tedavisinin yanında, her gün 50 gram bal verilen hastalardaki hastalık süresinin 1-2 gün azaldığı görülmüştür. (…)Yüksek prebiyotik içeriğine sahip olan bal, faydalı bakterilerin sayısını da artırıyor.”* şeklinde,

www.facebook.com/Balparmak/ adresli internet sayfasının 20.12.2019 tarihli görünümünde; *“Ara öğünlerinde içtiğin bitki çayına #ApiteraZen eşlik etsin, mevsim geçişleri sana vız gelsin! Mevsim geçişlerinin şakası olmaz! #ApiteraZen'le sıcak ve soğuk havalar vız gelir.”* şeklinde ifadelere yer verildiği,

Bununla birlikte, www.instagram.com/balparmakbal, www.facebook.com/Balparmak/ ve https://twitter.com/balparmak adresli internet sayfalarının 25.12.2019 tarihli görünümlerinde yer alan yer alan videoda; *“Mevsimler değişir havalar değişir. Apitera Zen ile Vız gelir.”*ifadeleri ile birlikte kış mevsiminde havaların soğuduğu, annesinin yanında duran çocuğun hapşurduğu ve üzerinde arılardan bir şemsiye oluştuğu görüntülere yer verildiği, böylelikle anılan ürünün kış mevsiminde hastalıklara karşı koruyucu etkisi olduğu izlenimi yaratıldığı,

Söz konusu tanıtımlarda, endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç ifade ve görüntüler 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, "Balparmak Süzme Çiçek Balı" isimli ürün ambalajında "Eko" ibaresine yer verilmesinin Organik Tarımın Esasları ve Uygulanmasına İlişkin Yönetmeliğin29/5 inci maddesinde yer alan, *“Organik olmayan ürünler için, tüketicide organik ürün izlenimi oluşturacak, haksız rekabete neden olacak, bio, biyo, eco, eko, org**kelimeleri ön ek, son ek veya tek başına kullanılamaz.”* hükmüne aykırılık teşkil ettiğideğerlendirilmiş 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,

- Organik Tarımın Esasları ve Uygulanmasına ilişkin Yönetmeliğin 29/5 maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

Buna göre, reklam veren **Altıparmak 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.

**67)**

**Dosya No: 2019/10479**

**Şikayet Edilen:** **Çaylı Organik Tarım Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.egricayir.com ve https://www.instagram.com/egricayirbali/ adresli internet sitelerinin26.12.2019 tarihli görünümlerinde yer alan “Eğriçayır” markalı bal ve arı ürünleri tanıtımları

**Reklam Yayın Tarihi:** 26.12.2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.egricayir.com adresli internet sitesinin 26.12.2019 tarihli görünümünde yer alan “Yorumlar” başlığı altında; *“Bir bucuk yasindaki oglum icin, su bazli propolis, ari sütü ampulleri ve ham balli propolis aldim. Yaklasik 2 aydir kullaniyoruz ve yorum yazmak icin beklemek istedim. Bu 2 aylik surecin son bir ayinda, fazlasiyla seyahat ettik. Havaalanlari, farkli sehirler, hava değişimleri vs. Sükürler olsun ki oglum hiç hastalanmadi. Ben bunu kesinlikle propolise bağlıyorum. Bağı\*\*lık güçlendirmeye, vücut dire\*\*\*\*i arttirmaya etkisi olduğuna eminim. Etrafimdaki herkese, çocuk, genç, yetiskin, yaşlı öneriyorum. Teşekkür ederim. (...) Kizima 4 aydır propolis kullanıyorum her ay ateşleniyordu artık toparladı hasta olsada çok hafif atlatiyor iyiki varsınız. (…)kızım poropolis ve balınız sayesinde sürekli hasta olurken şimdi hiç hasta olmuyoruz iştahımız da açıldı doğallığınızı ve kalitenizi hiç bozmamanız dileğiyle emeğinize sağlık”* şeklinde,

https://www.instagram.com/egricayirbali/ adresli internet sayfasının 26.12.2019 tarihli görünümünde yer alan 01.07.2019 tarihli paylaşımda; *“Ham ballı propolisi düzenli tüketerek bağışıklık sisteminizin güçlenmesine katkı sağlayabilirsiniz.”* şeklinde,

https://www.instagram.com/stories/highlights/17843176855677782/ adresli internet sayfasının 26.12.2019 tarihli görünümünde yer alan videoda ise; “*Çocuklarda propolisi nasıl kullanalım? @uzm.dt.alifuatserpen Çocuk Doktoru. Herkese merhabalar. Propolisin kullanım şekli ile ilgili çok soru soruyorsunuz, o yüzden bu kısa videoyu çekme gereği duydum. Propolis biliyorsunuz ki arıların kendi kovanlarını mikroplara karşı korumak için kovanlarına çektikleri settir ve bağışıklığı desteklediğine dair yapılmış birçok çalışma vardır ve çocuklarımızda bağışıklık için kullanabileceğimiz bir doğal ürün aslında. (...)Peki nasıl kullanacağız? Özellikle 1 yaş ile 2 yaş arasına 5 damla, 2 yaşın üzerinde ise 10 damla şeklinde kullanabilirsiniz.”* şeklinde,

Bununla birlikte, inceleme konusu tanıtımlarda *“Damla propolisi 1yaşından sonra 2 yaşına kadar günde 5 damla, 2 yaş ile 4 yaş arası günde 10 damla, 4 yaşından sonra tüm çocuk ve yetişkinlerin ise günde 20 damla kullanmasını tavsiye ediyoruz”* şeklinde ifadelere yer verildiği,

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; www.egricayir.com adresli internet sitesinin 26.12.2019 tarihli görünümünde yer alan “Yorumlar” başlığı altında; *“Bir bucuk yasindaki oglum icin, su bazli propolis, ari sütü ampulleri ve ham balli propolis aldim. Yaklasik 2 aydir kullaniyoruz ve yorum yazmak icin beklemek istedim. Bu 2 aylik surecin son bir ayinda, fazlasiyla seyahat ettik. Havaalanlari, farkli sehirler, hava değişimleri vs. Sükürler olsun ki oglum hiç hastalanmadi. Ben bunu kesinlikle propolise bağlıyorum. Bağı\*\*lık güçlendirmeye, vücut dire\*\*\*\*i arttirmaya etkisi olduğuna eminim. Etrafimdaki herkese, çocuk, genç, yetiskin, yaşlı öneriyorum. Teşekkür ederim. (...) Kizima 4 aydır propolis kullanıyorum her ay ateşleniyordu artık toparladı hasta olsada çok hafif atlatiyor iyiki varsınız. (…)kızım poropolis ve balınız sayesinde sürekli hasta olurken şimdi hiç hasta olmuyoruz iştahımız da açıldı doğallığınızı ve kalitenizi hiç bozmamanız dileğiyle emeğinize sağlık”* şeklinde,

https://www.instagram.com/egricayirbali/ adresli internet sayfasının 26.12.2019 tarihli görünümünde yer alan 01.07.2019 tarihli paylaşımda; *“Ham ballı propolisi düzenli tüketerek bağışıklık sisteminizin güçlenmesine katkı sağlayabilirsiniz.”* şeklinde,

https://www.instagram.com/stories/highlights/17843176855677782/ adresli internet sayfasının 26.12.2019 tarihli görünümünde yer alan videoda ise; *“Çocuklarda propolisi nasıl kullanalım? @uzm.dt.alifuatserpen Çocuk Doktoru. Herkese merhabalar. Propolisin kullanım şekli ile ilgili çok soru soruyorsunuz, o yüzden bu kısa videoyu çekme gereği duydum. Propolis biliyorsunuz ki arıların kendi kovanlarını mikroplara karşı korumak için kovanlarına çektikleri settir ve bağışıklığı desteklediğine dair yapılmış birçok çalışma vardır ve çocuklarımızda bağışıklık için kullanabileceğimiz bir doğal ürün aslında. (...)Peki, nasıl kullanacağız? Özellikle 1 yaş ile 2 yaş arasına 5 damla, 2 yaşın üzerinde ise 10 damla şeklinde kullanabilirsiniz.”* şeklinde endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç ifade ve görüntüler 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,

Bununla birlikte, inceleme konusu tanıtımlarda yer alan *“Damla propolisi 1yaşından sonra 2 yaşına kadar günde 5 damla, 2 yaş ile 4 yaş arası günde 10 damla, 4 yaşından sonra tüm çocuk ve yetişkinlerin ise günde 20 damla kullanmasını tavsiye ediyoruz”*şeklinde ifadelerin Takviye Edici Gıdalar Tebliği’nin “Etiketleme” başlıklı 13/ğ maddesinde yer alan *“2 yaşın altındaki bebek ve küçük çocuklar için takviye edici gıda üretilemez ve piyasaya arz edilemez.”* hükmüne aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/c, 5/ç, 5/d, 5/e, 5/i 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 15/1-c maddeleri,

- TGK Takviye Edici Gıdalar Tebliğinin 13/ğ maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

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

**68)**

**Dosya No: 2019/10480**

**Şikayet Edilen:** **Dem Natural Kozm. Medikal San. ve Dış Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.instagram.com/demnaturalkozmetik/ adresli internet sayfasının 26.12.2019 tarihli görünümünde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 26.12.2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.instagram.com/demnaturalkozmetik/ adresli internet sayfasının 26.12.2019 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda; *“Kanser hastalarının umudu propolis. Her derde deva Propolis. (...)Merhaba arkadaşlar ürünü iki senedir kullanıyorum çok şükür artık hastalık nedir unuttum özellikle kronik sinüzit var bende her sene bu dönemde tekrarlar daha başlamadan ilacı kullanıyorum ve çok şükür başlamadan bitiyor soğuk algınlığı gribal enfeksiyonlarda çok etkilidir diş apsesi diş eti iltihapları ben bu ilacı prf saraçoğlunun yorumlarıyla da teyit ettim normal antibiyotiğin 1000 katı gücünde olduğunu söylüyor şiddetle tavsiye ederim. (...)gercekten mucize sağlıklıksız kalitesiz vir yaşamla mücadele ederken ürünle tanıştım. Endekoronoloji hasatasıym ve bunun tedavisi yok dediler.tek caresi adenomun büyümesi ve ameliyat 4 sene cektim artık kendimi cekemez hale geldim. Tüm hormanları Alt üst ediyor.tansiyon şeker carpıntı diş etleri triyot lenf bezleri yaşam kalitem düştü.propolis sayesinde tekrar hayata döndüm. Mucizelerine şayit oldum.PROPOLİS her derde deva. (...)Merhabalar. Bu ürünü 4 yıldır hem kızım hem ben kullanıyoruz. Süt ürünleri alerjisi ve astım bronşit vardı. 5 yıl çektik sürekli hastaydı,antibiyotik ve hava tedavileri olmadan yasayamaz durumdaydı,artık bittim dediğim anda tanıştığım propolis sayesinde çok şükür rahatsızlıktan eser kalmadı.Ayrıca ablam siroz hastasıydı ve hızla ilerliyordu, propolisi kullanıyor ve sirozu geriledi. Ve bunun gibi onlarca kişi benden sonra kullanmaya başladı.İnsanın yaşam kalitesini yükselten bir ürün. Herkese tavsiye ediyorum.Teşekkürler Demnatural. (...)Yaklaşık 5 yıl oldu Annem kansere yakalandı 2 ameliyatı bir oldu kemoterapi gördü yaşlı diye 3 ameliyatı 1 yıl sonraya bırakıldı bu ara ben propolisi kullanması için demet hanım la konuşarak nasil kullanmamız gerektiğini öğrendim 8 ay sonra 3 ameliyata gerek kalmadı çünkü sol memede olan 2cm biyopsi si yapılan kitle yok olmuştu Dr şaşırtı şuanda Annem 5 yıl oldu maşallah yaşlılık hariç bir problemi yok Teşekkürler Demet Hanım (…)Dünyada ilk defa organik üretilen Pro-Go Cilt bakım ve Onarım kremi doğal botoks sağlar. Düzenli kullanımda ilk 1 ayda 10 yaş gençleştirir. Kaz ayaklarını, alın çizgilerini, dudak çizgilerini ve ciltteki tüm karışıklıkları yok eder. Yüzünüzü sıkılaştırır ve gençleştirir. Pro-Go Organik kremle geç kalmayın hep genç kalın. (...)PRO-GO KREM ETKİLERİ VE FAYDALARI (...)Deri altındaki ve üstündeki ölü hücreleri atar ve yeni hücrelerin oluşumunu saglar (...)5. Deri altı hücrelerin birbirleriyle baglarını kuvvetlendirir (dolayısıyla cildi sıkılaştırır)(...) 7.Deri üzerinde ve alt tabakada enfeksiyon giderici özelligi vardır. Böylelikle sedef,egzama,mantar gibi cilt hastalıklarında etkilidir.iyileştirici özelligi vardir (...)SAÇ DÖKÜLMESİNE SON.”*şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; https://www.instagram.com/ demnaturalkozmetik/ adresli internet sayfasının 26.12.2019 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda; *“Kanser hastalarının umudu propolis. Her derde deva Propolis. (...)Merhaba arkadaşlar ürünü iki senedir kullanıyorum çok şükür artık hastalık nedir unuttum özellikle kronik sinüzit var bende her sene bu dönemde tekrarlar daha başlamadan ilacı kullanıyorum ve çok şükür başlamadan bitiyor soğuk algınlığı gribal enfeksiyonlarda çok etkilidir diş apsesi diş eti iltihapları ben bu ilacı prf saraçoğlunun yorumlarıyla da teyit ettim normal antibiyotiğin 1000 katı gücünde olduğunu söylüyor şiddetle tavsiye ederim. (...)gercekten mucize sağlıklıksız kalitesiz vir yaşamla mücadele ederken ürünle tanıştım. Endekoronoloji hasatasıym ve bunun tedavisi yok dediler.tek caresi adenomun büyümesi ve ameliyat 4 sene cektim artık kendimi cekemez hale geldim. Tüm hormanları Alt üst ediyor.tansiyon şeker carpıntı diş etleri triyot lenf bezleri yaşam kalitem düştü.propolis sayesinde tekrar hayata döndüm. Mucizelerine şayit oldum.PROPOLİS her derde deva. (...)Merhabalar. Bu ürünü 4 yıldır hem kızım hem ben kullanıyoruz. Süt ürünleri alerjisi ve astım bronşit vardı. 5 yıl çektik sürekli hastaydı,antibiyotik ve hava tedavileri olmadan yasayamaz durumdaydı,artık bittim dediğim anda tanıştığım propolis sayesinde çok şükür rahatsızlıktan eser kalmadı.Ayrıca ablam siroz hastasıydı ve hızla ilerliyordu, propolisi kullanıyor ve sirozu geriledi. Ve bunun gibi onlarca kişi benden sonra kullanmaya başladı.İnsanın yaşam kalitesini yükselten bir ürün. Herkese tavsiye ediyorum.Teşekkürler Demnatural. (...)Yaklaşık 5 yıl oldu Annem kansere yakalandı 2 ameliyatı bir oldu kemoterapi gördü yaşlı diye 3 ameliyatı 1 yıl sonraya bırakıldı bu ara ben propolisi kullanması için demet hanım la konuşarak nasil kullanmamız gerektiğini öğrendim 8 ay sonra 3 ameliyata gerek kalmadı çünkü sol memede olan 2cm biyopsi si yapılan kitle yok olmuştu Dr şaşırtı şuanda Annem 5 yıl oldu maşallah yaşlılık hariç bir problemi yok Teşekkürler Demet Hanım”* 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 ürünün insan fizyolojisine ve/veya metabolizmasına etki eden bir “tıbbi ürün” gibi tanıtıldığı,

Diğer taraftan, anılan internet sayfasının 26.12.2019 tarihli görünümünde; *"Dünyada ilk defa organik üretilen Pro-Go Cilt bakım ve Onarım kremi doğal botoks sağlar. Düzenli kullanımda ilk 1 ayda 10 yaş gençleştirir. Kaz ayaklarını, alın çizgilerini, dudak çizgilerini ve ciltteki tüm karışıklıkları yok eder. Yüzünüzü sıkılaştırır ve gençleştirir. Pro-Go Organik kremle geç kalmayın hep genç kalın. (...)PRO-GO KREM ETKİLERİ VE FAYDALARI (...)Deri altındaki ve üstündeki ölü hücreleri atar ve yeni hücrelerin oluşumunu saglar (...)5. Deri altı hücrelerin birbirleriyle baglarını kuvvetlendirir (dolayısıyla cildi sıkılaştırır)(...) 7.Deri üzerinde ve alt tabakada enfeksiyon giderici özelligi vardır.Böylelikle sedef,egzama,mantar gibi cilt hastalıklarında etkilidir.iyileştirici özelligi vardir (...)SAÇ DÖKÜLMESİNE SON.."* 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, 5/e ve 7/1 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,

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 ve 10 uncu 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 **Dem Natural Kozm. Medikal San. ve Dış Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**69)**

**Dosya No: 2019/9931**

**Şikayet Edilen:** **Doğuş Yiyecek ve İçecek Üretim San. Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait "Patos critos rainbow" isimli ürünlerin ambalajında yer alan “1 Litre Soğuk Çay, Milyonlarca 1 litre limonata" başlıklı kampanyaya ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj

**Tespitler:** Söz konusu tanıtımlarda; *“Bu paketlerde milyonlarca bedava 1 LT Doğuş Çay veya 1 LT Doğuş Limonata hediye kazanma şansı seni bekliyor paketin içinden çıkan kuponla birlikte kampanyaya katılan bir satış noktasına giderek piyasa değeri 2,00 TL olan 1 adet 1 LT doğuş soğuk çay veya 2,25 TL olan 1 adet 1 LT Doğuş limonata çayını alabilirsiniz …”*  şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firma tarafından yapılan açıklamalar ve tarafımızca yapılan araştırmalar doğrultusunda bahsi geçen 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.

**TEKNOLOJİ**

**70)**

**Dosya No: 2017/2583**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** HTV isimli televizyon kanalında yayınlanan “Nokia 3310 Cep Telefonu” adlı ürüne ilişkin reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 23.09.2017

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** HTV logosuyla yayın yapan kanalda, 23.09.2017 tarihinde yayınlanan Nokia 3310 isimli ürün reklamında sunucu tarafından;

*"...Bugün tüm Türkiye'yi 20 yıl öncesine götürmek istiyorum. Cep telefonlarıyla ilk tanıştığımız yıllara hep beraber gidelim. Ve bugün o zamanlar en çok kullandığımız dünya devi markayı hep beraber hatırlayalım. Çünkü o marka 20 yıl aradan sonra 2017 yılına imzasını atacak yepyeni teknolojiyle aynı modeli çıkardı bunu konuşacağız. Bunu konuşmakla kalmayacağız, Türkiye distribütörünün bu televizyonlara özel tanıtım kampanyası adına vermiş olduğu fiyat var. O fiyatı duyduğunuzda emin olun onun sözünü verebilirim, bugün kimin cep telefonuna ihtiyacı varsa kim sevdiğine cep telefonu hediye etmek istiyorsa bugün buradan telefon sahibi olmadan gitmeyecek... İşte biz bugün o Nokia'nın amiral gemisi, 20 yıl sonra 2017 modeliyle akıllı telefon haline gelerek işte şu anda tamamen karşınızda duruyor. Yeni Nokia 3310 sevgili izleyenler. Türkiye distribütörü Nokia'nın tanıtım kampanyası yapıyor ve siz ekran başındaki değerli izleyenlere şaka değil 99 TL'ye gönderiyor... Yanlış duymuyorsunuz bir kez daha söylüyorum, resmi Türkiye distribütörünün yapmış olduğu bir kampanyadır. 99 TL'ye kapınıza kadar gelecek. Orijinal kutusu (sunucu eline aldığı bir kutuyu ekranda göstermektedir). Bu kutunun içerisinde bu telefon olacak, bununla birlikte şarjı gelecek, bununla birlikte kulaklık içinde olacak, bununla birlikte kullanım kılavuzu olacak ve tabi ki olmazsa olmazlardan burada garanti belgesi olacak. Eğer kargoda geldiğinde şu kutu değilse almayın. Orjinal Nokia'nın Türkiye distribütörlüğünün 99 TL'lik size gönderdiği bu orjinal Nokia 3310 kutusudur, bu kutuyu göreceksiniz... Siz fırsattan faydalanın. 99 TL, orjinal fiyatı buyurun bakın, açın interneti bakın... İşte biz bunları sizin adınıza halka indik onlarla röportaj yaptık gönderdiğimiz 3310'ları gösterdik canlı canlı görsünler gerçek mi diye, ne tepkiler verdi, nasıl şaşırdılar hep beraber bir izleyelim sonrasında biz burada olacağız tabi ekrandaki numaraları aramaya devam ediyorsunuz."* şeklinde ifadelere yer verildiği,

Tanıtımın devamında sokak röportajlarından bölümlerin ekrana getirildiği; röportajlarda da aynı sunucu tarafından, bu telefonun 2017 yılında çıkan internete giren yepyeni 3310 olduğunun, Türkiye distribütörünün herkes alsın diye 99 TL'ye gönderdiğinin, son teknoloji olduğunun, şarjının 20 gün gittiğinin, kaya kadar sağlam olduğunun, Facebook, yahut Twitter, Youtube gibi sosyal ağlara girebildiğinin ifade edildiği,

Devamında sunucu tarafından: *"Evet sevgili izleyenler röportajları izledik halk şaşkın, halk şaşırıyor. 3310'la ilk defa tanışıyorlar... Size bu kutuda geliyor. Bakın burada bandrolü var. (Ekranda sunucunun elinde tuttuğu kutudaki bandrol gösterilmektedir). Bandrolü var, bunun ötesi var mı ayrıca kullanım kılavuzu var ve en önemlisi garanti belgesi geliyor... Zaten siz istediğiniz oyunu, istediğiniz uygulamayı indiriyorsunuz çünkü bu akıllı bir telefon, internete giren bir telefon video çeken bir telefon..."*  ifadelerinin kullanıldığı,

Sunucu tarafından röportaj sırasında sorular yanıtlanırken telefon hafızasının 16 GB olduğu, 64 GB'a kadar artırılabildiği, akıllı telefonda ne yapılıyorsa bu telefonla da her şeyin yapılabildiği, 20 gün şarj sorunu çekilmeyeceği belirtilerek diğer özelliklerin de *"Her şeyi yapabiliyorsun. Akıllı telefonunla ne yapabiliyorsan aynı şeyi siz de yapabiliyorsunuz. Bugün bir akıllı telefon 2000-3000 liradan aşağı değil. Video oynat, resim oynat, fotoğraflarını ekle, gönder, paylaş, sosyal ağlara gir, internet bankacılığı yap. Ne yaparsan yap en önemlisi ya en önemlisi 99 TL... İnternete Nokia 3310 yazın fiyatı görün şoka girin. Çünkü Türkiye distribütörünün tanıtım kampanya fiyatı bu 99 TL. Normalde bu fiyat değil Nokia 3310. Sadece bu ekranlarda böyle. "* şeklinde açıkladığı,

Sokak röportajları sonrasında sunucunun, stüdyoda ürün tanıtımına, benzer ifadelerle aşağıdaki şekilde devam ettiği; *"Evet sevgili izleyenler halk telefonu gördü şaşırdı, fiyatı duydu bayıldı. Eğer siz de bir daha bulamayacağınız bu fırsatı değerlendirmek istiyorsanız bakın bir daha söylüyorum resmi Türkiye Distribütörlüğünün kampanyasıdır. Bir daha görebilir misiniz bilmiyorum. O yüzden 99 TL'ye 3310'a sahip oluyorsunuz. Renk seçenekleri mevcut. Pembesi, siyahı, mavisi, laciverti. Hangisini istiyorsanız o rengi söylüyorsunuz. Bu kutuda geliyor (elinde tuttuğu kutuyu gösteriyor). Bandrollü geliyor. Bu kutuyu görüyorsunuz. Yani bana bu gelir mi sorusunu kimse sormasın telefonda.. O yüzden hemen siparişinizi verin, adresinizi verin, telefonunuza kavuşun... Öncelikle Türkiye distribütörüne bize bu tanıtım hakkını verdiği, bize güvendiği için çok teşekkür ediyorum...."*

Yayında sözlü ifadelerin yanı sıra, ekranın altında; *"Türkiye distribütörünün özel kampanyası"; "Türkiye (Distribütör hattı) 02127087740"; "2017 Yılının Son Model telefonu Nokia 3310" şeklindeki sabit yazılar yer alırken, akan yazıyla "Nokia 3310 efsanesi yenilenmiş haliyle geri döndü. Tüm sosyal medyalar mevcuttur. Facebook, Instagram ve Twitter. Tüm uygulamalar mevcuttur. Whatsapp Internet gazetesi, yemek tarifleri ve film, dizi, şarkı izleme ve dinleme özelliği, FM radyo, kamera ve internet özelliği olan tuşlu akıllı telefon Nokia 3310. 20 güne varan beldeme süresi ve 22 saat konuşma süresi. Boyutlar: 115.6'51.0'12.8MM-79.6 gram. Ekran:2.4 inç QVGA. Kamera 2MP. LED flaş destekli. Depolama 32GB'a kadar. Yazılım: Nokia series 30+ bağlantı:MicroUSB. Bluetooth: 3.0,3.5MM AV bağlantı noktası. Orjinal Nokia 3310 modeline göre daha küçük, hafif ve ince olan yeni model: sarı, yeşil, ve lacivert gibi renk seçeneklerine sahip.2.4 inç QVGA ekran, 2MP arka kamera ve Micro SD desteğiyle gelen nokia 3310, Nokia series 30+ işletim sistemini kullanıyor."* şeklinde telefonun teknik özelliklerinin sayıldığı, tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu reklamda iddia edilen hususları ispatlayıcı bilgi ve belgeler sunulması için yayıncı firmaya gönderilen yazıya cevap alınamadığı, reklamda yayın süresince sunucu tarafından; "Resmi Türkiye distribütörü", "Türkiye resmi Nokia distribütörlüğünün verdiği kampanya", "distribütörlüğün özel kampanyası" vb. şekilde bir çok ifade kullanılmış olmasına ve ekranda sürekli olarak "Türkiye (Distribütör hattı) 02127087740" numarası verilmesine rağmen sunucunun distribütör firmanın ismini ve unvan bilgisini hiç kullanmamış olduğu, dolayısıyla ürünün distribütörü ile ilgili eksik bilgiler verilerek tüketicilerin yanıltıldığı,

Ayrıca hem sunucu tarafından açıklanan hem de akan yazıda yer alan telefonun teknik özelliklerinin, Nokia'nın resmi internet adresinde yer alan özelliklerle çeliştiği; Tanıtımlarda telefonun dahili hafızasının 16 GB olduğu ve harici hafızayla 64 GB'a kadar arttırılabildiğinin söylendiği ancak Nokia’nın resmi sitesinde ise dahili hafızanın 16 GB değil 16 MB ve harici hafızanın da 32 GB'a kadar arttırılabildiğinin belirtildiği, yine reklamda tanıtımı yapılan telefonu kullanarak akıllı telefonla yapılabilen her şeyin yapılabildiği, tüm uygulamaların kullanılabileceğinin belirtildiği, ancak telefonda yer alan 2G bağlantı hızı ile bunun mümkün olmadığı, tanıtımda yer alan telefon renk seçenekleri (Pembe, siyah, mavi, yeşil lacivert) ile Nokia resmi sitesinde ve alışveriş sitelerinde yer alan renklerin (Kırmızı, sarı, lacivert, gri) uyuşmadığı, bununla beraber Nokia 3310 telefon modelinin revize edilmiş 3G özellikli yeni bir modeli de üretildiği, ancak revize edilen modelin reklamda yer alan özelliklerin aksine 64 MB dahili hafıza, 32 GB harici hafızaya sahip olduğu ve satışa sunulan renk seçenekleriyle (mavi, sarı, kırmızı, siyah) tanıtımda yer alan renk seçeneklerinin uyuşmadığı, yine 3G'li modelin reklamın yayınlandığı tarihte Türkiye'de satışa sunulmadığı, böylelikle tüketicilerin yanıltıldığı,

Bunun dışında internette yapılan incelemelerde tanıtımda arayanlara 99 TL'ye gönderileceği belirtilen 2017 model Nokia 3310 cep telefonunun piyasa değerinin 549-599 TL arasında değiştiği, her ne kadar tanıtımda distribütör ismi belirtilmeden "resmi distribütör kampanyası" olarak ifade edilmiş olsa bile söz konusu 99 TL'lik fiyatın piyasa gerçekleri ile örtüşmediği,

Yukarıda yapılan tespitlerden harekede, piyasa fiyatı 549-599 TL arasında değişen Nokia firması tarafından 2017 yılında üretilen "3310" serisi cep telefonunun resmi distribütör kampanyası adı altında 99 TL'ye gönderileceği izlenimi yaratılırken distribütörün ismi/markası verilmeyerek distribütör ile ilgili eksik bilgi verildiği; yine sunucu tarafından söylenen ve ekranda yazan teknik özelliklerin gerçek Nokia 3310 telefonuyla uyuşmadığı, dolayısıyla ürünle ilgili eksik ve çelişkili bilgiler ile tüketicilerin yanıltılmaya çalışıldığı,

Öte yandan, 4760 sayılı Özel Tüketim Vergisi Kanunu'nun Geçici 6. maddesi ve bu Kanuna ekli (IV) sayılı liste incelendiğinde görüleceği üzere; cep telefonları için oransal olarak (%25) hesaplanan verginin 160 Türk Lirasından az olması halinde, orana göre hesaplanan vergi yerine her bir adet için 160 Türk Lirası vergi alınacağı hüküm altına alınmış olduğu, bu bakımdan bir cep telefonunun minimum Özel Tüketim Vergisinin (ÖTV) 160 Türk Lirası olarak belirlendiği ve bu rakama telefonun fiyatı, KDV ve benzeri yükümlülükler eklendiğinde telefonun nihai satış fiyatının ortaya çıktığı dikkate alındığında, mali yükümlülüklerini yerine getiren distribütör firma tarafından dahi 99 TL'ye cep telefonu satışının yapılmasının mümkün olmadığı,dolayısıyla ürünün markası, özellikleri, satışın gerçekleşme şekli hakkında tüketicilere eksik, yanlış ve çelişkili bilgiler verilerek kamuoyunun yanıltıldığı, bu nedenle söz konusu reklamların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

Buna göre, mecra kuruluşu sıfatıyla **Mediko Televizyon ve Radyo Yayıncılık A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **12.070-TL (Onikibinyetmiş Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**71)**

**Dosya No: 2017/4829**

**Şikayet Edilen: Yurdum Anadolu Televizyon Yay. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Yurdum TV isimli televizyon kanalında yayınlanan “Nokia 3310 Cep Telefonu” adlı ürüne ilişkin reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 23.09.2017

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** Yurdum TV logosuyla yayın yapan kanalda, 23.09.2017 tarihinde yayınlanan Nokia 3310 isimli ürün reklamında sunucu tarafından;

*"...Bugün tüm Türkiye'yi 20 yıl öncesine götürmek istiyorum. Cep telefonlarıyla ilk tanıştığımız yıllara hep beraber gidelim. Ve bugün o zamanlar en çok kullandığımız dünya devi markayı hep beraber hatırlayalım. Çünkü o marka 20 yıl aradan sonra 2017 yılına imzasını atacak yepyeni teknolojiyle aynı modeli çıkardı bunu konuşacağız. Bunu konuşmakla kalmayacağız, Türkiye distribütörünün bu televizyonlara özel tanıtım kampanyası adına vermiş olduğu fiyat var. O fiyatı duyduğunuzda emin olun onun sözünü verebilirim, bugün kimin cep telefonuna ihtiyacı varsa kim sevdiğine cep telefonu hediye etmek istiyorsa bugün buradan telefon sahibi olmadan gitmeyecek... İşte biz bugün o Nokia'nın amiral gemisi, 20 yıl sonra 2017 modeliyle akıllı telefon haline gelerek işte şu anda tamamen karşınızda duruyor. Yeni Nokia 3310 sevgili izleyenler. Türkiye distribütörü Nokia'nın tanıtım kampanyası yapıyor ve siz ekran başındaki değerli izleyenlere şaka değil 99 TL'ye gönderiyor... Yanlış duymuyorsunuz bir kez daha söylüyorum, resmi Türkiye distribütörünün yapmış olduğu bir kampanyadır. 99 TL'ye kapınıza kadar gelecek. Orijinal kutusu (sunucu eline aldığı bir kutuyu ekranda göstermektedir). Bu kutunun içerisinde bu telefon olacak, bununla birlikte şarjı gelecek, bununla birlikte kulaklık içinde olacak, bununla birlikte kullanım kılavuzu olacak ve tabi ki olmazsa olmazlardan burada garanti belgesi olacak. Eğer kargoda geldiğinde şu kutu değilse almayın. Orjinal Nokia'nın Türkiye distribütörlüğünün 99 TL'lik size gönderdiği bu orjinal Nokia 3310 kutusudur, bu kutuyu göreceksiniz... Siz fırsattan faydalanın. 99 TL, orjinal fiyatı buyurun bakın, açın interneti bakın... İşte biz bunları sizin adınıza halka indik onlarla röportaj yaptık gönderdiğimiz 3310'ları gösterdik canlı canlı görsünler gerçek mi diye, ne tepkiler verdi, nasıl şaşırdılar hep beraber bir izleyelim sonrasında biz burada olacağız tabi ekrandaki numaraları aramaya devam ediyorsunuz."* şeklinde ifadelere yer verildiği,

Tanıtımın devamında sokak röportajlarından bölümlerin ekrana getirildiği; röportajlarda da aynı sunucu tarafından, bu telefonun 2017 yılında çıkan internete giren yepyeni 3310 olduğunun, Türkiye distribütörünün herkes alsın diye 99 TL'ye gönderdiğinin, son teknoloji olduğunun, şarjının 20 gün gittiğinin, kaya kadar sağlam olduğunun, Facebook, yahut Twitter, Youtube gibi sosyal ağlara girebildiğinin ifade edildiği,

Devamında sunucu tarafından: *"Evet sevgili izleyenler röportajları izledik halk şaşkın, halk şaşırıyor. 3310'la ilk defa tanışıyorlar... Size bu kutuda geliyor. Bakın burada bandrolü var. (Ekranda sunucunun elinde tuttuğu kutudaki bandrol gösterilmektedir). Bandrolü var, bunun ötesi var mı ayrıca kullanım kılavuzu var ve en önemlisi garanti belgesi geliyor... Zaten siz istediğiniz oyunu, istediğiniz uygulamayı indiriyorsunuz çünkü bu akıllı bir telefon, internete giren bir telefon video çeken bir telefon..."*  ifadelerinin kullanıldığı,

Sunucu tarafından röportaj sırasında sorular yanıtlanırken telefon hafızasının 16 GB olduğu, 64 GB'a kadar artırılabildiği, akıllı telefonda ne yapılıyorsa bu telefonla da her şeyin yapılabildiği, 20 gün şarj sorunu çekilmeyeceği belirtilerek diğer özelliklerin de *"Her şeyi yapabiliyorsun. Akıllı telefonunla ne yapabiliyorsan aynı şeyi siz de yapabiliyorsunuz. Bugün bir akıllı telefon 2000-3000 liradan aşağı değil. Video oynat, resim oynat, fotoğraflarını ekle, gönder, paylaş, sosyal ağlara gir, internet bankacılığı yap. Ne yaparsan yap en önemlisi ya en önemlisi 99 TL... İnternete Nokia 3310 yazın fiyatı görün şoka girin. Çünkü Türkiye distribütörünün tanıtım kampanya fiyatı bu 99 TL. Normalde bu fiyat değil Nokia 3310. Sadece bu ekranlarda böyle. "* şeklinde açıkladığı,

Sokak röportajları sonrasında sunucunun, stüdyoda ürün tanıtımına, benzer ifadelerle aşağıdaki şekilde devam ettiği; *"Evet sevgili izleyenler halk telefonu gördü şaşırdı, fiyatı duydu bayıldı. Eğer siz de bir daha bulamayacağınız bu fırsatı değerlendirmek istiyorsanız bakın bir daha söylüyorum resmi Türkiye Distribütörlüğünün kampanyasıdır. Bir daha görebilir misiniz bilmiyorum. O yüzden 99 TL'ye 3310'a sahip oluyorsunuz. Renk seçenekleri mevcut. Pembesi, siyahı, mavisi, laciverti. Hangisini istiyorsanız o rengi söylüyorsunuz. Bu kutuda geliyor (elinde tuttuğu kutuyu gösteriyor). Bandrollü geliyor. Bu kutuyu görüyorsunuz. Yani bana bu gelir mi sorusunu kimse sormasın telefonda.. O yüzden hemen siparişinizi verin, adresinizi verin, telefonunuza kavuşun... Öncelikle Türkiye distribütörüne bize bu tanıtım hakkını verdiği, bize güvendiği için çok teşekkür ediyorum..."*

Yayında sözlü ifadelerin yanı sıra, ekranın altında; *"Türkiye distribütörünün özel kampanyası"; "Türkiye (Distribütör hattı) 02127001884"; "2017 Yılının Son Model telefonu Nokia 3310" şeklindeki sabit yazılar yer alırken, akan yazıyla "Nokia 3310 efsanesi yenilenmiş haliyle geri döndü. Tüm sosyal medyalar mevcuttur. Facebook, Instagram ve Twitter. Tüm uygulamalar mevcuttur. Whatsapp Internet gazetesi, yemek tarifleri ve film, dizi, şarkı izleme ve dinleme özelliği, FM radyo, kamera ve internet özelliği olan tuşlu akıllı telefon Nokia 3310. 20 güne varan beldeme süresi ve 22 saat konuşma süresi. Boyutlar: 115.6'51.0'12.8MM-79.6 gram. Ekran:2.4 inç QVGA. Kamera 2MP. LED flaş destekli. Depolama 32GB'a kadar. Yazılım: Nokia series 30+ bağlantı:MicroUSB. Bluetooth: 3.0,3.5MM AV bağlantı noktası. Orjinal Nokia 3310 modeline göre daha küçük, hafif ve ince olan yeni model: sarı, yeşil, ve lacivert gibi renk seçeneklerine sahip.2.4 inç QVGA ekran, 2MP arka kamera ve Micro SD desteğiyle gelen nokia 3310, Nokia series 30+ işletim sistemini kullanıyor."* şeklinde telefonun teknik özelliklerinin sayıldığı, tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu reklamda iddia edilen hususları ispatlayıcı bilgi ve belgeler sunulması için yayıncı firmaya gönderilen yazıya cevap alınamadığı,

Reklamda yayın süresince sunucu tarafından; "Resmi Türkiye distribütörü", "Türkiye resmi Nokia distribütörlüğünün verdiği kampanya", "distribütörlüğün özel kampanyası" vb. şekilde bir çok ifade kullanılmış olmasına ve ekranda sürekli olarak "Türkiye (Distribütör hattı) 02127001884" numarası verilmesine rağmen sunucunun distribütör firmanın ismini ve unvan bilgisini hiç kullanmamış olduğu, dolayısıyla ürünün distribütörü ile ilgili eksik bilgiler verilerek tüketicilerin yanıltıldığı,

Ayrıca hem sunucu tarafından açıklanan hem de akan yazıda yer alan telefonun teknik özelliklerinin, Nokia'nın resmi internet adresinde yer alan özelliklerle çeliştiği; Tanıtımlarda telefonun dahili hafızasının 16 GB olduğu ve harici hafızayla 64 GB'a kadar arttırılabildiğinin söylendiği ancak Nokia’nın resmi sitesinde ise dahili hafızanın 16 GB değil 16 MB ve harici hafızanın da 32 GB'a kadar arttırılabildiğinin belirtildiği, yine reklamda tanıtımı yapılan telefonu kullanarak akıllı telefonla yapılabilen her şeyin yapılabildiği, tüm uygulamaların kullanılabileceğinin belirtildiği, ancak telefonda yer alan 2G bağlantı hızı ile bunun mümkün olmadığı, tanıtımda yer alan telefon renk seçenekleri (Pembe, siyah, mavi, yeşil lacivert) ile Nokia resmi sitesinde ve alışveriş sitelerinde yer alan renklerin (Kırmızı, sarı, lacivert, gri) uyuşmadığı, bununla beraber Nokia 3310 telefon modelinin revize edilmiş 3G özellikli yeni bir modeli de üretildiği, ancak revize edilen modelin reklamda yer alan özelliklerin aksine 64 MB dahili hafıza, 32 GB harici hafızaya sahip olduğu ve satışa sunulan renk seçenekleriyle (mavi, sarı, kırmızı, siyah) tanıtımda yer alan renk seçeneklerinin uyuşmadığı, yine 3G'li modelin reklamın yayınlandığı tarihte Türkiye'de satışa sunulmadığı, böylelikle tüketicilerin yanıltıldığı,

Bunun dışında internette yapılan incelemelerde tanıtımda arayanlara 99 TL'ye gönderileceği belirtilen 2017 model Nokia 3310 cep telefonunun piyasa değerinin 549-599 TL arasında değiştiği, her ne kadar tanıtımda distribütör ismi belirtilmeden "resmi distribütör kampanyası" olarak ifade edilmiş olsa bile söz konusu 99 TL'lik fiyatın piyasa gerçekleri ile örtüşmediği,

Yukarıda yapılan tespitlerden harekede, piyasa fiyatı 549-599 TL arasında değişen Nokia firması tarafından 2017 yılında üretilen "3310" serisi cep telefonunun resmi distribütör kampanyası adı altında 99 TL'ye gönderileceği izlenimi yaratılırken distribütörün ismi/markası verilmeyerek distribütör ile ilgili eksik bilgi verildiği; yine sunucu tarafından söylenen ve ekranda yazan teknik özelliklerin gerçek Nokia 3310 telefonuyla uyuşmadığı, dolayısıyla ürünle ilgili eksik ve çelişkili bilgiler ile tüketicilerin yanıltılmaya çalışıldığı,

Öte yandan, 4760 sayılı Özel Tüketim Vergisi Kanunu'nun Geçici 6. maddesi ve bu Kanuna ekli (IV) sayılı liste incelendiğinde görüleceği üzere; cep telefonları için oransal olarak (%25) hesaplanan verginin 160 Türk Lirasından az olması halinde, orana göre hesaplanan vergi yerine her bir adet için 160 Türk Lirası vergi alınacağı hüküm altına alınmış olduğu, bu bakımdan bir cep telefonunun minimum Özel Tüketim Vergisinin (ÖTV) 160 Türk Lirası olarak belirlendiği ve bu rakama telefonun fiyatı, KDV ve benzeri yükümlülükler eklendiğinde telefonun nihai satış fiyatının ortaya çıktığı dikkate alındığında, mali yükümlülüklerini yerine getiren distribütör firma tarafından dahi 99 TL'ye cep telefonu satışının yapılmasının mümkün olmadığı,dolayısıyla ürünün markası, özellikleri, satışın gerçekleşme şekli hakkında tüketicilere eksik, yanlış ve çelişkili bilgiler verilerek kamuoyunun yanıltıldığı, bu nedenle söz konusu reklamların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

Buna göre, mecra kuruluşu sıfatıyla **Yurdum Anadolu Televizyon Yay. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **12.070-TL (Onikibinyetmiş Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**72)**

**Dosya No: 2017/5020**

**Şikayet Edilen: Derya TV Radyo A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Derya TV isimli televizyon kanalında yayınlanan “Nokia 3310 Cep Telefonu” adlı ürüne ilişkin reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 29.09.2017

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** Derya TV logosuyla yayın yapan kanalda, 29.09.2017 tarihinde yayınlanan Nokia 3310 isimli ürün reklamında sunucu tarafından;

*"...Bugün tüm Türkiye'yi 20 yıl öncesine götürmek istiyorum. Cep telefonlarıyla ilk tanıştığımız yıllara hep beraber gidelim. Ve bugün o zamanlar en çok kullandığımız dünya devi markayı hep beraber hatırlayalım. Çünkü o marka 20 yıl aradan sonra 2017 yılına imzasını atacak yepyeni teknolojiyle aynı modeli çıkardı bunu konuşacağız. Bunu konuşmakla kalmayacağız, Türkiye distribütörünün bu televizyonlara özel tanıtım kampanyası adına vermiş olduğu fiyat var. O fiyatı duyduğunuzda emin olun onun sözünü verebilirim, bugün kimin cep telefonuna ihtiyacı varsa kim sevdiğine cep telefonu hediye etmek istiyorsa bugün buradan telefon sahibi olmadan gitmeyecek... İşte biz bugün o Nokia'nın amiral gemisi, 20 yıl sonra 2017 modeliyle akıllı telefon haline gelerek işte şu anda tamamen karşınızda duruyor. Yeni Nokia 3310 sevgili izleyenler. Türkiye distribütörü Nokia'nın tanıtım kampanyası yapıyor ve siz ekran başındaki değerli izleyenlere şaka değil 99 TL'ye gönderiyor... Yanlış duymuyorsunuz bir kez daha söylüyorum, resmi Türkiye distribütörünün yapmış olduğu bir kampanyadır. 99 TL'ye kapınıza kadar gelecek. Orijinal kutusu (sunucu eline aldığı bir kutuyu ekranda göstermektedir). Bu kutunun içerisinde bu telefon olacak, bununla birlikte şarjı gelecek, bununla birlikte kulaklık içinde olacak, bununla birlikte kullanım kılavuzu olacak ve tabi ki olmazsa olmazlardan burada garanti belgesi olacak. Eğer kargoda geldiğinde şu kutu değilse almayın. Orjinal Nokia'nın Türkiye distribütörlüğünün 99 TL'lik size gönderdiği bu orjinal Nokia 3310 kutusudur, bu kutuyu göreceksiniz... Siz fırsattan faydalanın. 99 TL, orjinal fiyatı buyurun bakın, açın interneti bakın... İşte biz bunları sizin adınıza halka indik onlarla röportaj yaptık gönderdiğimiz 3310'ları gösterdik canlı canlı görsünler gerçek mi diye, ne tepkiler verdi, nasıl şaşırdılar hep beraber bir izleyelim sonrasında biz burada olacağız tabi ekrandaki numaraları aramaya devam ediyorsunuz."* şeklinde ifadelere yer verildiği,

Tanıtımın devamında sokak röportajlarından bölümlerin ekrana getirildiği; röportajlarda da aynı sunucu tarafından, bu telefonun 2017 yılında çıkan internete giren yepyeni 3310 olduğunun, Türkiye distribütörünün herkes alsın diye 99 TL'ye gönderdiğinin, son teknoloji olduğunun, şarjının 20 gün gittiğinin, kaya kadar sağlam olduğunun, Facebook, yahut Twitter, Youtube gibi sosyal ağlara girebildiğinin ifade edildiği,

Devamında sunucu tarafından: *"Evet sevgili izleyenler röportajları izledik halk şaşkın, halk şaşırıyor. 3310'la ilk defa tanışıyorlar... Size bu kutuda geliyor. Bakın burada bandrolü var. (Ekranda sunucunun elinde tuttuğu kutudaki bandrol gösterilmektedir). Bandrolü var, bunun ötesi var mı ayrıca kullanım kılavuzu var ve en önemlisi garanti belgesi geliyor... Zaten siz istediğiniz oyunu, istediğiniz uygulamayı indiriyorsunuz çünkü bu akıllı bir telefon, internete giren bir telefon video çeken bir telefon..."*  ifadelerinin kullanıldığı,

Sunucu tarafından röportaj sırasında sorular yanıtlanırken telefon hafızasının 16 GB olduğu, 64 GB'a kadar artırılabildiği, akıllı telefonda ne yapılıyorsa bu telefonla da her şeyin yapılabildiği, 20 gün şarj sorunu çekilmeyeceği belirtilerek diğer özelliklerin de *"Her şeyi yapabiliyorsun. Akıllı telefonunla ne yapabiliyorsan aynı şeyi siz de yapabiliyorsunuz. Bugün bir akıllı telefon 2000-3000 liradan aşağı değil. Video oynat, resim oynat, fotoğraflarını ekle, gönder, paylaş, sosyal ağlara gir, internet bankacılığı yap. Ne yaparsan yap en önemlisi ya en önemlisi 99 TL... İnternete Nokia 3310 yazın fiyatı görün şoka girin. Çünkü Türkiye distribütörünün tanıtım kampanya fiyatı bu 99 TL. Normalde bu fiyat değil Nokia 3310. Sadece bu ekranlarda böyle. "* şeklinde açıkladığı,

Sokak röportajları sonrasında sunucunun, stüdyoda ürün tanıtımına, benzer ifadelerle aşağıdaki şekilde devam ettiği; *"Evet sevgili izleyenler halk telefonu gördü şaşırdı, fiyatı duydu bayıldı. Eğer siz de bir daha bulamayacağınız bu fırsatı değerlendirmek istiyorsanız bakın bir daha söylüyorum resmi Türkiye Distribütörlüğünün kampanyasıdır. Bir daha görebilir misiniz bilmiyorum. O yüzden 99 TL'ye 3310'a sahip oluyorsunuz. Renk seçenekleri mevcut. Pembesi, siyahı, mavisi, laciverti. Hangisini istiyorsanız o rengi söylüyorsunuz. Bu kutuda geliyor (elinde tuttuğu kutuyu gösteriyor). Bandrollü geliyor. Bu kutuyu görüyorsunuz. Yani bana bu gelir mi sorusunu kimse sormasın telefonda.. O yüzden hemen siparişinizi verin, adresinizi verin, telefonunuza kavuşun... Öncelikle Türkiye distribütörüne bize bu tanıtım hakkını verdiği, bize güvendiği için çok teşekkür ediyorum..."*

Yayında sözlü ifadelerin yanı sıra, ekranın altında; *"Türkiye distribütörünün özel kampanyası"; "Türkiye (Distribütör hattı) 02127087700"; "2017 Yılının Son Model telefonu Nokia 3310" şeklindeki sabit yazılar yer alırken, akan yazıyla "Nokia 3310 efsanesi yenilenmiş haliyle geri döndü. Tüm sosyal medyalar mevcuttur. Facebook, Instagram ve Twitter. Tüm uygulamalar mevcuttur. Whatsapp Internet gazetesi, yemek tarifleri ve film, dizi, şarkı izleme ve dinleme özelliği, FM radyo, kamera ve internet özelliği olan tuşlu akıllı telefon Nokia 3310. 20 güne varan beldeme süresi ve 22 saat konuşma süresi. Boyutlar: 115.6'51.0'12.8MM-79.6 gram. Ekran:2.4 inç QVGA. Kamera 2MP. LED flaş destekli. Depolama 32GB'a kadar. Yazılım: Nokia series 30+ bağlantı:MicroUSB. Bluetooth: 3.0,3.5MM AV bağlantı noktası. Orjinal Nokia 3310 modeline göre daha küçük, hafif ve ince olan yeni model: sarı, yeşil, ve lacivert gibi renk seçeneklerine sahip.2.4 inç QVGA ekran, 2MP arka kamera ve Micro SD desteğiyle gelen nokia 3310, Nokia series 30+ işletim sistemini kullanıyor."* şeklinde telefonun teknik özelliklerinin sayıldığı, tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu reklamda iddia edilen hususları ispatlayıcı bilgi ve belgeler sunulması için yayıncı firmaya gönderilen yazıya cevap alınamadığı,

Reklamda yayın süresince sunucu tarafından; "Resmi Türkiye distribütörü", "Türkiye resmi Nokia distribütörlüğünün verdiği kampanya", "distribütörlüğün özel kampanyası" vb. şekilde bir çok ifade kullanılmış olmasına ve ekranda sürekli olarak "Türkiye (Distribütör hattı) 02127087700" numarası verilmesine rağmen sunucunun distribütör firmanın ismini ve unvan bilgisini hiç kullanmamış olduğu, dolayısıyla ürünün distribütörü ile ilgili eksik bilgiler verilerek tüketicilerin yanıltıldığı,

Ayrıca hem sunucu tarafından açıklanan hem de akan yazıda yer alan telefonun teknik özelliklerinin, Nokia'nın resmi internet adresinde yer alan özelliklerle çeliştiği; Tanıtımlarda telefonun dahili hafızasının 16 GB olduğu ve harici hafızayla 64 GB'a kadar arttırılabildiğinin söylendiği ancak Nokia’nın resmi sitesinde ise dahili hafızanın 16 GB değil 16 MB ve harici hafızanın da 32 GB'a kadar arttırılabildiğinin belirtildiği, yine reklamda tanıtımı yapılan telefonu kullanarak akıllı telefonla yapılabilen her şeyin yapılabildiği, tüm uygulamaların kullanılabileceğinin belirtildiği, ancak telefonda yer alan 2G bağlantı hızı ile bunun mümkün olmadığı, tanıtımda yer alan telefon renk seçenekleri (Pembe, siyah, mavi, yeşil lacivert) ile Nokia resmi sitesinde ve alışveriş sitelerinde yer alan renklerin (Kırmızı, sarı, lacivert, gri) uyuşmadığı, bununla beraber Nokia 3310 telefon modelinin revize edilmiş 3G özellikli yeni bir modeli de üretildiği, ancak revize edilen modelin reklamda yer alan özelliklerin aksine 64 MB dahili hafıza, 32 GB harici hafızaya sahip olduğu ve satışa sunulan renk seçenekleriyle (mavi, sarı, kırmızı, siyah) tanıtımda yer alan renk seçeneklerinin uyuşmadığı, yine 3G'li modelin reklamın yayınlandığı tarihte Türkiye'de satışa sunulmadığı, böylelikle tüketicilerin yanıltıldığı,

Bunun dışında internette yapılan incelemelerde tanıtımda arayanlara 99 TL'ye gönderileceği belirtilen 2017 model Nokia 3310 cep telefonunun piyasa değerinin 549-599 TL arasında değiştiği, her ne kadar tanıtımda distribütör ismi belirtilmeden "resmi distribütör kampanyası" olarak ifade edilmiş olsa bile söz konusu 99 TL'lik fiyatın piyasa gerçekleri ile örtüşmediği,

Yukarıda yapılan tespitlerden harekede, piyasa fiyatı 549-599 TL arasında değişen Nokia firması tarafından 2017 yılında üretilen "3310" serisi cep telefonunun resmi distribütör kampanyası adı altında 99 TL'ye gönderileceği izlenimi yaratılırken distribütörün ismi/markası verilmeyerek distribütör ile ilgili eksik bilgi verildiği; yine sunucu tarafından söylenen ve ekranda yazan teknik özelliklerin gerçek Nokia 3310 telefonuyla uyuşmadığı, dolayısıyla ürünle ilgili eksik ve çelişkili bilgiler ile tüketicilerin yanıltılmaya çalışıldığı,

Öte yandan, 4760 sayılı Özel Tüketim Vergisi Kanunu'nun Geçici 6. maddesi ve bu Kanuna ekli (IV) sayılı liste incelendiğinde görüleceği üzere; cep telefonları için oransal olarak (%25) hesaplanan verginin 160 Türk Lirasından az olması halinde, orana göre hesaplanan vergi yerine her bir adet için 160 Türk Lirası vergi alınacağı hüküm altına alınmış olduğu, bu bakımdan bir cep telefonunun minimum Özel Tüketim Vergisinin (ÖTV) 160 Türk Lirası olarak belirlendiği ve bu rakama telefonun fiyatı, KDV ve benzeri yükümlülükler eklendiğinde telefonun nihai satış fiyatının ortaya çıktığı dikkate alındığında, mali yükümlülüklerini yerine getiren distribütör firma tarafından dahi 99 TL'ye cep telefonu satışının yapılmasının mümkün olmadığı,dolayısıyla ürünün markası, özellikleri, satışın gerçekleşme şekli hakkında tüketicilere eksik, yanlış ve çelişkili bilgiler verilerek kamuoyunun yanıltıldığı, bu nedenle söz konusu reklamların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

Buna göre, mecra kuruluşu sıfatıyla **Derya TV Radyo A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **12.070-TL (Onikibinyetmiş Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**73)**

**Dosya No: 2017/5021**

**Şikayet Edilen: İstanbul FM 106 Televizyon İletişim A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** World Beauty Channel isimli televizyon kanalında yayınlanan “Nokia 3310 Cep Telefonu” adlı ürüne ilişkin reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 07.10.2017

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** World Beauty Channel logosuyla yayın yapan kanalda, 07.10.2017 tarihinde yayınlanan Nokia 3310 isimli ürün reklamında sunucu tarafından;

*"...Bugün tüm Türkiye'yi 20 yıl öncesine götürmek istiyorum. Cep telefonlarıyla ilk tanıştığımız yıllara hep beraber gidelim. Ve bugün o zamanlar en çok kullandığımız dünya devi markayı hep beraber hatırlayalım. Çünkü o marka 20 yıl aradan sonra 2017 yılına imzasını atacak yepyeni teknolojiyle aynı modeli çıkardı bunu konuşacağız. Bunu konuşmakla kalmayacağız, Türkiye distribütörünün bu televizyonlara özel tanıtım kampanyası adına vermiş olduğu fiyat var. O fiyatı duyduğunuzda emin olun onun sözünü verebilirim, bugün kimin cep telefonuna ihtiyacı varsa kim sevdiğine cep telefonu hediye etmek istiyorsa bugün buradan telefon sahibi olmadan gitmeyecek... İşte biz bugün o Nokia'nın amiral gemisi, 20 yıl sonra 2017 modeliyle akıllı telefon haline gelerek işte şu anda tamamen karşınızda duruyor. Yeni Nokia 3310 sevgili izleyenler. Türkiye distribütörü Nokia'nın tanıtım kampanyası yapıyor ve siz ekran başındaki değerli izleyenlere şaka değil 99 TL'ye gönderiyor... Yanlış duymuyorsunuz bir kez daha söylüyorum, resmi Türkiye distribütörünün yapmış olduğu bir kampanyadır. 99 TL'ye kapınıza kadar gelecek. Orijinal kutusu (sunucu eline aldığı bir kutuyu ekranda göstermektedir). Bu kutunun içerisinde bu telefon olacak, bununla birlikte şarjı gelecek, bununla birlikte kulaklık içinde olacak, bununla birlikte kullanım kılavuzu olacak ve tabi ki olmazsa olmazlardan burada garanti belgesi olacak. Eğer kargoda geldiğinde şu kutu değilse almayın. Orjinal Nokia'nın Türkiye distribütörlüğünün 99 TL'lik size gönderdiği bu orjinal Nokia 3310 kutusudur, bu kutuyu göreceksiniz... Siz fırsattan faydalanın. 99 TL, orjinal fiyatı buyurun bakın, açın interneti bakın... İşte biz bunları sizin adınıza halka indik onlarla röportaj yaptık gönderdiğimiz 3310'ları gösterdik canlı canlı görsünler gerçek mi diye, ne tepkiler verdi, nasıl şaşırdılar hep beraber bir izleyelim sonrasında biz burada olacağız tabi ekrandaki numaraları aramaya devam ediyorsunuz."* şeklinde ifadelere yer verildiği,

Tanıtımın devamında sokak röportajlarından bölümlerin ekrana getirildiği; röportajlarda da aynı sunucu tarafından, bu telefonun 2017 yılında çıkan internete giren yepyeni 3310 olduğunun, Türkiye distribütörünün herkes alsın diye 99 TL'ye gönderdiğinin, son teknoloji olduğunun, şarjının 20 gün gittiğinin, kaya kadar sağlam olduğunun, Facebook, yahut Twitter, Youtube gibi sosyal ağlara girebildiğinin ifade edildiği,

Devamında sunucu tarafından: *"Evet sevgili izleyenler röportajları izledik halk şaşkın, halk şaşırıyor. 3310'la ilk defa tanışıyorlar... Size bu kutuda geliyor. Bakın burada bandrolü var. (Ekranda sunucunun elinde tuttuğu kutudaki bandrol gösterilmektedir). Bandrolü var, bunun ötesi var mı ayrıca kullanım kılavuzu var ve en önemlisi garanti belgesi geliyor... Zaten siz istediğiniz oyunu, istediğiniz uygulamayı indiriyorsunuz çünkü bu akıllı bir telefon, internete giren bir telefon video çeken bir telefon..."*  ifadelerinin kullanıldığı,

Sunucu tarafından röportaj sırasında sorular yanıtlanırken telefon hafızasının 16 GB olduğu, 64 GB'a kadar artırılabildiği, akıllı telefonda ne yapılıyorsa bu telefonla da her şeyin yapılabildiği, 20 gün şarj sorunu çekilmeyeceği belirtilerek diğer özelliklerin de *"Her şeyi yapabiliyorsun. Akıllı telefonunla ne yapabiliyorsan aynı şeyi siz de yapabiliyorsunuz. Bugün bir akıllı telefon 2000-3000 liradan aşağı değil. Video oynat, resim oynat, fotoğraflarını ekle, gönder, paylaş, sosyal ağlara gir, internet bankacılığı yap. Ne yaparsan yap en önemlisi ya en önemlisi 99 TL... İnternete Nokia 3310 yazın fiyatı görün şoka girin. Çünkü Türkiye distribütörünün tanıtım kampanya fiyatı bu 99 TL. Normalde bu fiyat değil Nokia 3310. Sadece bu ekranlarda böyle. "* şeklinde açıkladığı,

Sokak röportajları sonrasında sunucunun, stüdyoda ürün tanıtımına, benzer ifadelerle aşağıdaki şekilde devam ettiği; *"Evet sevgili izleyenler halk telefonu gördü şaşırdı, fiyatı duydu bayıldı. Eğer siz de bir daha bulamayacağınız bu fırsatı değerlendirmek istiyorsanız bakın bir daha söylüyorum resmi Türkiye Distribütörlüğünün kampanyasıdır. Bir daha görebilir misiniz bilmiyorum. O yüzden 99 TL'ye 3310'a sahip oluyorsunuz. Renk seçenekleri mevcut. Pembesi, siyahı, mavisi, laciverti. Hangisini istiyorsanız o rengi söylüyorsunuz. Bu kutuda geliyor (elinde tuttuğu kutuyu gösteriyor). Bandrollü geliyor. Bu kutuyu görüyorsunuz. Yani bana bu gelir mi sorusunu kimse sormasın telefonda.. O yüzden hemen siparişinizi verin, adresinizi verin, telefonunuza kavuşun... Öncelikle Türkiye distribütörüne bize bu tanıtım hakkını verdiği, bize güvendiği için çok teşekkür ediyorum..."*

Yayında sözlü ifadelerin yanı sıra, ekranın altında; *"Türkiye distribütörünün özel kampanyası"; "Türkiye (Distribütör hattı) 02127001847"; "2017 Yılının Son Model telefonu Nokia 3310" şeklindeki sabit yazılar yer alırken, akan yazıyla "Nokia 3310 efsanesi yenilenmiş haliyle geri döndü. Tüm sosyal medyalar mevcuttur. Facebook, Instagram ve Twitter. Tüm uygulamalar mevcuttur. Whatsapp Internet gazetesi, yemek tarifleri ve film, dizi, şarkı izleme ve dinleme özelliği, FM radyo, kamera ve internet özelliği olan tuşlu akıllı telefon Nokia 3310. 20 güne varan beldeme süresi ve 22 saat konuşma süresi. Boyutlar: 115.6'51.0'12.8MM-79.6 gram. Ekran:2.4 inç QVGA. Kamera 2MP. LED flaş destekli. Depolama 32GB'a kadar. Yazılım: Nokia series 30+ bağlantı:MicroUSB. Bluetooth: 3.0,3.5MM AV bağlantı noktası. Orjinal Nokia 3310 modeline göre daha küçük, hafif ve ince olan yeni model: sarı, yeşil, ve lacivert gibi renk seçeneklerine sahip.2.4 inç QVGA ekran, 2MP arka kamera ve Micro SD desteğiyle gelen nokia 3310, Nokia series 30+ işletim sistemini kullanıyor."* şeklinde telefonun teknik özelliklerinin sayıldığı, tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu reklamda iddia edilen hususları ispatlayıcı bilgi ve belgeler sunulması için yayıncı firmaya gönderilen yazıya cevap alınamadığı,

Reklamda yayın süresince sunucu tarafından; "Resmi Türkiye distribütörü", "Türkiye resmi Nokia distribütörlüğünün verdiği kampanya", "distribütörlüğün özel kampanyası" vb. şekilde bir çok ifade kullanılmış olmasına ve ekranda sürekli olarak "Türkiye (Distribütör hattı) 02127001847" numarası verilmesine rağmen sunucunun distribütör firmanın ismini ve unvan bilgisini hiç kullanmamış olduğu, dolayısıyla ürünün distribütörü ile ilgili eksik bilgiler verilerek tüketicilerin yanıltıldığı,

Ayrıca hem sunucu tarafından açıklanan hem de akan yazıda yer alan telefonun teknik özelliklerinin, Nokia'nın resmi internet adresinde yer alan özelliklerle çeliştiği; Tanıtımlarda telefonun dahili hafızasının 16 GB olduğu ve harici hafızayla 64 GB'a kadar arttırılabildiğinin söylendiği ancak Nokia’nın resmi sitesinde ise dahili hafızanın 16 GB değil 16 MB ve harici hafızanın da 32 GB'a kadar arttırılabildiğinin belirtildiği, yine reklamda tanıtımı yapılan telefonu kullanarak akıllı telefonla yapılabilen her şeyin yapılabildiği, tüm uygulamaların kullanılabileceğinin belirtildiği, ancak telefonda yer alan 2G bağlantı hızı ile bunun mümkün olmadığı, tanıtımda yer alan telefon renk seçenekleri (Pembe, siyah, mavi, yeşil lacivert) ile Nokia resmi sitesinde ve alışveriş sitelerinde yer alan renklerin (Kırmızı, sarı, lacivert, gri) uyuşmadığı, bununla beraber Nokia 3310 telefon modelinin revize edilmiş 3G özellikli yeni bir modeli de üretildiği, ancak revize edilen modelin reklamda yer alan özelliklerin aksine 64 MB dahili hafıza, 32 GB harici hafızaya sahip olduğu ve satışa sunulan renk seçenekleriyle (mavi, sarı, kırmızı, siyah) tanıtımda yer alan renk seçeneklerinin uyuşmadığı, yine 3G'li modelin reklamın yayınlandığı tarihte Türkiye'de satışa sunulmadığı, böylelikle tüketicilerin yanıltıldığı,

Bunun dışında internette yapılan incelemelerde tanıtımda arayanlara 99 TL'ye gönderileceği belirtilen 2017 model Nokia 3310 cep telefonunun piyasa değerinin 549-599 TL arasında değiştiği, her ne kadar tanıtımda distribütör ismi belirtilmeden "resmi distribütör kampanyası" olarak ifade edilmiş olsa bile söz konusu 99 TL'lik fiyatın piyasa gerçekleri ile örtüşmediği,

Yukarıda yapılan tespitlerden harekede, piyasa fiyatı 549-599 TL arasında değişen Nokia firması tarafından 2017 yılında üretilen "3310" serisi cep telefonunun resmi distribütör kampanyası adı altında 99 TL'ye gönderileceği izlenimi yaratılırken distribütörün ismi/markası verilmeyerek distribütör ile ilgili eksik bilgi verildiği; yine sunucu tarafından söylenen ve ekranda yazan teknik özelliklerin gerçek Nokia 3310 telefonuyla uyuşmadığı, dolayısıyla ürünle ilgili eksik ve çelişkili bilgiler ile tüketicilerin yanıltılmaya çalışıldığı,

Öte yandan, 4760 sayılı Özel Tüketim Vergisi Kanunu'nun Geçici 6. maddesi ve bu Kanuna ekli (IV) sayılı liste incelendiğinde görüleceği üzere; cep telefonları için oransal olarak (%25) hesaplanan verginin 160 Türk Lirasından az olması halinde, orana göre hesaplanan vergi yerine her bir adet için 160 Türk Lirası vergi alınacağı hüküm altına alınmış olduğu, bu bakımdan bir cep telefonunun minimum Özel Tüketim Vergisinin (ÖTV) 160 Türk Lirası olarak belirlendiği ve bu rakama telefonun fiyatı, KDV ve benzeri yükümlülükler eklendiğinde telefonun nihai satış fiyatının ortaya çıktığı dikkate alındığında, mali yükümlülüklerini yerine getiren distribütör firma tarafından dahi 99 TL'ye cep telefonu satışının yapılmasının mümkün olmadığı,dolayısıyla ürünün markası, özellikleri, satışın gerçekleşme şekli hakkında tüketicilere eksik, yanlış ve çelişkili bilgiler verilerek kamuoyunun yanıltıldığı, bu nedenle söz konusu reklamların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

Buna göre, mecra kuruluşu sıfatıyla **İstanbul FM 106 Televizyon İletişim A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **12.070-TL (Onikibinyetmiş Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**74)**

**Dosya No: 2017/5022**

**Şikayet Edilen: SRZ Televizyon ve Radyo Yayıncılığı A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** B Medya TV isimli televizyon kanalında yayınlanan “Nokia 3310 Cep Telefonu” adlı ürüne ilişkin reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 08.10.2017

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** B Medya TV logosuyla yayın yapan kanalda, 08.10.2017 tarihinde yayınlanan Nokia 3310 isimli ürün reklamında sunucu tarafından;

*"...Bugün tüm Türkiye'yi 20 yıl öncesine götürmek istiyorum. Cep telefonlarıyla ilk tanıştığımız yıllara hep beraber gidelim. Ve bugün o zamanlar en çok kullandığımız dünya devi markayı hep beraber hatırlayalım. Çünkü o marka 20 yıl aradan sonra 2017 yılına imzasını atacak yepyeni teknolojiyle aynı modeli çıkardı bunu konuşacağız. Bunu konuşmakla kalmayacağız, Türkiye distribütörünün bu televizyonlara özel tanıtım kampanyası adına vermiş olduğu fiyat var. O fiyatı duyduğunuzda emin olun onun sözünü verebilirim, bugün kimin cep telefonuna ihtiyacı varsa kim sevdiğine cep telefonu hediye etmek istiyorsa bugün buradan telefon sahibi olmadan gitmeyecek... İşte biz bugün o Nokia'nın amiral gemisi, 20 yıl sonra 2017 modeliyle akıllı telefon haline gelerek işte şu anda tamamen karşınızda duruyor. Yeni Nokia 3310 sevgili izleyenler. Türkiye distribütörü Nokia'nın tanıtım kampanyası yapıyor ve siz ekran başındaki değerli izleyenlere şaka değil 99 TL'ye gönderiyor... Yanlış duymuyorsunuz bir kez daha söylüyorum, resmi Türkiye distribütörünün yapmış olduğu bir kampanyadır. 99 TL'ye kapınıza kadar gelecek. Orijinal kutusu (sunucu eline aldığı bir kutuyu ekranda göstermektedir). Bu kutunun içerisinde bu telefon olacak, bununla birlikte şarjı gelecek, bununla birlikte kulaklık içinde olacak, bununla birlikte kullanım kılavuzu olacak ve tabi ki olmazsa olmazlardan burada garanti belgesi olacak. Eğer kargoda geldiğinde şu kutu değilse almayın. Orjinal Nokia'nın Türkiye distribütörlüğünün 99 TL'lik size gönderdiği bu orjinal Nokia 3310 kutusudur, bu kutuyu göreceksiniz... Siz fırsattan faydalanın. 99 TL, orjinal fiyatı buyurun bakın, açın interneti bakın... İşte biz bunları sizin adınıza halka indik onlarla röportaj yaptık gönderdiğimiz 3310'ları gösterdik canlı canlı görsünler gerçek mi diye, ne tepkiler verdi, nasıl şaşırdılar hep beraber bir izleyelim sonrasında biz burada olacağız tabi ekrandaki numaraları aramaya devam ediyorsunuz."* şeklinde ifadelere yer verildiği,

Tanıtımın devamında sokak röportajlarından bölümlerin ekrana getirildiği; röportajlarda da aynı sunucu tarafından, bu telefonun 2017 yılında çıkan internete giren yepyeni 3310 olduğunun, Türkiye distribütörünün herkes alsın diye 99 TL'ye gönderdiğinin, son teknoloji olduğunun, şarjının 20 gün gittiğinin, kaya kadar sağlam olduğunun, Facebook, yahut Twitter, Youtube gibi sosyal ağlara girebildiğinin ifade edildiği,

Devamında sunucu tarafından: *"Evet sevgili izleyenler röportajları izledik halk şaşkın, halk şaşırıyor. 3310'la ilk defa tanışıyorlar... Size bu kutuda geliyor. Bakın burada bandrolü var. (Ekranda sunucunun elinde tuttuğu kutudaki bandrol gösterilmektedir). Bandrolü var, bunun ötesi var mı ayrıca kullanım kılavuzu var ve en önemlisi garanti belgesi geliyor... Zaten siz istediğiniz oyunu, istediğiniz uygulamayı indiriyorsunuz çünkü bu akıllı bir telefon, internete giren bir telefon video çeken bir telefon..."*  ifadelerinin kullanıldığı,

Sunucu tarafından röportaj sırasında sorular yanıtlanırken telefon hafızasının 16 GB olduğu, 64 GB'a kadar artırılabildiği, akıllı telefonda ne yapılıyorsa bu telefonla da her şeyin yapılabildiği, 20 gün şarj sorunu çekilmeyeceği belirtilerek diğer özelliklerin de *"Her şeyi yapabiliyorsun. Akıllı telefonunla ne yapabiliyorsan aynı şeyi siz de yapabiliyorsunuz. Bugün bir akıllı telefon 2000-3000 liradan aşağı değil. Video oynat, resim oynat, fotoğraflarını ekle, gönder, paylaş, sosyal ağlara gir, internet bankacılığı yap. Ne yaparsan yap en önemlisi ya en önemlisi 99 TL... İnternete Nokia 3310 yazın fiyatı görün şoka girin. Çünkü Türkiye distribütörünün tanıtım kampanya fiyatı bu 99 TL. Normalde bu fiyat değil Nokia 3310. Sadece bu ekranlarda böyle. "* şeklinde açıkladığı,

Sokak röportajları sonrasında sunucunun, stüdyoda ürün tanıtımına, benzer ifadelerle aşağıdaki şekilde devam ettiği; *"Evet sevgili izleyenler halk telefonu gördü şaşırdı, fiyatı duydu bayıldı. Eğer siz de bir daha bulamayacağınız bu fırsatı değerlendirmek istiyorsanız bakın bir daha söylüyorum resmi Türkiye Distribütörlüğünün kampanyasıdır. Bir daha görebilir misiniz bilmiyorum. O yüzden 99 TL'ye 3310'a sahip oluyorsunuz. Renk seçenekleri mevcut. Pembesi, siyahı, mavisi, laciverti. Hangisini istiyorsanız o rengi söylüyorsunuz. Bu kutuda geliyor (elinde tuttuğu kutuyu gösteriyor). Bandrollü geliyor. Bu kutuyu görüyorsunuz. Yani bana bu gelir mi sorusunu kimse sormasın telefonda.. O yüzden hemen siparişinizi verin, adresinizi verin, telefonunuza kavuşun... Öncelikle Türkiye distribütörüne bize bu tanıtım hakkını verdiği, bize güvendiği için çok teşekkür ediyorum..."*

Yayında sözlü ifadelerin yanı sıra, ekranın altında; *"Türkiye distribütörünün özel kampanyası"; "Türkiye (Distribütör hattı) 02127001850"; "2017 Yılının Son Model telefonu Nokia 3310" şeklindeki sabit yazılar yer alırken, akan yazıyla "Nokia 3310 efsanesi yenilenmiş haliyle geri döndü. Tüm sosyal medyalar mevcuttur. Facebook, Instagram ve Twitter. Tüm uygulamalar mevcuttur. Whatsapp Internet gazetesi, yemek tarifleri ve film, dizi, şarkı izleme ve dinleme özelliği, FM radyo, kamera ve internet özelliği olan tuşlu akıllı telefon Nokia 3310. 20 güne varan beldeme süresi ve 22 saat konuşma süresi. Boyutlar: 115.6'51.0'12.8MM-79.6 gram. Ekran:2.4 inç QVGA. Kamera 2MP. LED flaş destekli. Depolama 32GB'a kadar. Yazılım: Nokia series 30+ bağlantı:MicroUSB. Bluetooth: 3.0,3.5MM AV bağlantı noktası. Orjinal Nokia 3310 modeline göre daha küçük, hafif ve ince olan yeni model: sarı, yeşil, ve lacivert gibi renk seçeneklerine sahip.2.4 inç QVGA ekran, 2MP arka kamera ve Micro SD desteğiyle gelen nokia 3310, Nokia series 30+ işletim sistemini kullanıyor."* şeklinde telefonun teknik özelliklerinin sayıldığı, tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu reklamda iddia edilen hususları ispatlayıcı bilgi ve belgeler sunulması için yayıncı firmaya gönderilen yazıya cevap alınamadığı,

Reklamda yayın süresince sunucu tarafından; "Resmi Türkiye distribütörü", "Türkiye resmi Nokia distribütörlüğünün verdiği kampanya", "distribütörlüğün özel kampanyası" vb. şekilde bir çok ifade kullanılmış olmasına ve ekranda sürekli olarak "Türkiye (Distribütör hattı) 02127001850" numarası verilmesine rağmen sunucunun distribütör firmanın ismini ve unvan bilgisini hiç kullanmamış olduğu, dolayısıyla ürünün distribütörü ile ilgili eksik bilgiler verilerek tüketicilerin yanıltıldığı,

Ayrıca hem sunucu tarafından açıklanan hem de akan yazıda yer alan telefonun teknik özelliklerinin, Nokia'nın resmi internet adresinde yer alan özelliklerle çeliştiği; Tanıtımlarda telefonun dahili hafızasının 16 GB olduğu ve harici hafızayla 64 GB'a kadar arttırılabildiğinin söylendiği ancak Nokia’nın resmi sitesinde ise dahili hafızanın 16 GB değil 16 MB ve harici hafızanın da 32 GB'a kadar arttırılabildiğinin belirtildiği, yine reklamda tanıtımı yapılan telefonu kullanarak akıllı telefonla yapılabilen her şeyin yapılabildiği, tüm uygulamaların kullanılabileceğinin belirtildiği, ancak telefonda yer alan 2G bağlantı hızı ile bunun mümkün olmadığı, tanıtımda yer alan telefon renk seçenekleri (Pembe, siyah, mavi, yeşil lacivert) ile Nokia resmi sitesinde ve alışveriş sitelerinde yer alan renklerin (Kırmızı, sarı, lacivert, gri) uyuşmadığı, bununla beraber Nokia 3310 telefon modelinin revize edilmiş 3G özellikli yeni bir modeli de üretildiği, ancak revize edilen modelin reklamda yer alan özelliklerin aksine 64 MB dahili hafıza, 32 GB harici hafızaya sahip olduğu ve satışa sunulan renk seçenekleriyle (mavi, sarı, kırmızı, siyah) tanıtımda yer alan renk seçeneklerinin uyuşmadığı, yine 3G'li modelin reklamın yayınlandığı tarihte Türkiye'de satışa sunulmadığı, böylelikle tüketicilerin yanıltıldığı,

Bunun dışında internette yapılan incelemelerde tanıtımda arayanlara 99 TL'ye gönderileceği belirtilen 2017 model Nokia 3310 cep telefonunun piyasa değerinin 549-599 TL arasında değiştiği, her ne kadar tanıtımda distribütör ismi belirtilmeden "resmi distribütör kampanyası" olarak ifade edilmiş olsa bile söz konusu 99 TL'lik fiyatın piyasa gerçekleri ile örtüşmediği,

Yukarıda yapılan tespitlerden harekede, piyasa fiyatı 549-599 TL arasında değişen Nokia firması tarafından 2017 yılında üretilen "3310" serisi cep telefonunun resmi distribütör kampanyası adı altında 99 TL'ye gönderileceği izlenimi yaratılırken distribütörün ismi/markası verilmeyerek distribütör ile ilgili eksik bilgi verildiği; yine sunucu tarafından söylenen ve ekranda yazan teknik özelliklerin gerçek Nokia 3310 telefonuyla uyuşmadığı, dolayısıyla ürünle ilgili eksik ve çelişkili bilgiler ile tüketicilerin yanıltılmaya çalışıldığı,

Öte yandan, 4760 sayılı Özel Tüketim Vergisi Kanunu'nun Geçici 6. maddesi ve bu Kanuna ekli (IV) sayılı liste incelendiğinde görüleceği üzere; cep telefonları için oransal olarak (%25) hesaplanan verginin 160 Türk Lirasından az olması halinde, orana göre hesaplanan vergi yerine her bir adet için 160 Türk Lirası vergi alınacağı hüküm altına alınmış olduğu, bu bakımdan bir cep telefonunun minimum Özel Tüketim Vergisinin (ÖTV) 160 Türk Lirası olarak belirlendiği ve bu rakama telefonun fiyatı, KDV ve benzeri yükümlülükler eklendiğinde telefonun nihai satış fiyatının ortaya çıktığı dikkate alındığında, mali yükümlülüklerini yerine getiren distribütör firma tarafından dahi 99 TL'ye cep telefonu satışının yapılmasının mümkün olmadığı,dolayısıyla ürünün markası, özellikleri, satışın gerçekleşme şekli hakkında tüketicilere eksik, yanlış ve çelişkili bilgiler verilerek kamuoyunun yanıltıldığı, bu nedenle söz konusu reklamların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

Buna göre, mecra kuruluşu sıfatıyla **SRZ Televizyon ve Radyo Yayıncılığı A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **12.070-TL (Onikibinyetmiş Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**75)**

**Dosya No: 2017/5023**

**Şikayet Edilen: Tasfiye Halinde Ebru Radyo ve Televizyon Yayıncılık A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Müzik Türk isimli televizyon kanalında yayınlanan “Nokia 3310 Cep Telefonu” adlı ürüne ilişkin reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 02.10.2017

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** Müzik Türk logosuyla yayın yapan kanalda, 02.10.2017 tarihinde yayınlanan Nokia 3310 isimli ürün reklamında sunucu tarafından;

*"...Bugün tüm Türkiye'yi 20 yıl öncesine götürmek istiyorum. Cep telefonlarıyla ilk tanıştığımız yıllara hep beraber gidelim. Ve bugün o zamanlar en çok kullandığımız dünya devi markayı hep beraber hatırlayalım. Çünkü o marka 20 yıl aradan sonra 2017 yılına imzasını atacak yepyeni teknolojiyle aynı modeli çıkardı bunu konuşacağız. Bunu konuşmakla kalmayacağız, Türkiye distribütörünün bu televizyonlara özel tanıtım kampanyası adına vermiş olduğu fiyat var. O fiyatı duyduğunuzda emin olun onun sözünü verebilirim, bugün kimin cep telefonuna ihtiyacı varsa kim sevdiğine cep telefonu hediye etmek istiyorsa bugün buradan telefon sahibi olmadan gitmeyecek... İşte biz bugün o Nokia'nın amiral gemisi, 20 yıl sonra 2017 modeliyle akıllı telefon haline gelerek işte şu anda tamamen karşınızda duruyor. Yeni Nokia 3310 sevgili izleyenler. Türkiye distribütörü Nokia'nın tanıtım kampanyası yapıyor ve siz ekran başındaki değerli izleyenlere şaka değil 99 TL'ye gönderiyor... Yanlış duymuyorsunuz bir kez daha söylüyorum, resmi Türkiye distribütörünün yapmış olduğu bir kampanyadır. 99 TL'ye kapınıza kadar gelecek. Orijinal kutusu (sunucu eline aldığı bir kutuyu ekranda göstermektedir). Bu kutunun içerisinde bu telefon olacak, bununla birlikte şarjı gelecek, bununla birlikte kulaklık içinde olacak, bununla birlikte kullanım kılavuzu olacak ve tabi ki olmazsa olmazlardan burada garanti belgesi olacak. Eğer kargoda geldiğinde şu kutu değilse almayın. Orjinal Nokia'nın Türkiye distribütörlüğünün 99 TL'lik size gönderdiği bu orjinal Nokia 3310 kutusudur, bu kutuyu göreceksiniz... Siz fırsattan faydalanın. 99 TL, orjinal fiyatı buyurun bakın, açın interneti bakın... İşte biz bunları sizin adınıza halka indik onlarla röportaj yaptık gönderdiğimiz 3310'ları gösterdik canlı canlı görsünler gerçek mi diye, ne tepkiler verdi, nasıl şaşırdılar hep beraber bir izleyelim sonrasında biz burada olacağız tabi ekrandaki numaraları aramaya devam ediyorsunuz."* şeklinde ifadelere yer verildiği,

Tanıtımın devamında sokak röportajlarından bölümlerin ekrana getirildiği; röportajlarda da aynı sunucu tarafından, bu telefonun 2017 yılında çıkan internete giren yepyeni 3310 olduğunun, Türkiye distribütörünün herkes alsın diye 99 TL'ye gönderdiğinin, son teknoloji olduğunun, şarjının 20 gün gittiğinin, kaya kadar sağlam olduğunun, Facebook, yahut Twitter, Youtube gibi sosyal ağlara girebildiğinin ifade edildiği,

Devamında sunucu tarafından: *"Evet sevgili izleyenler röportajları izledik halk şaşkın, halk şaşırıyor. 3310'la ilk defa tanışıyorlar... Size bu kutuda geliyor. Bakın burada bandrolü var. (Ekranda sunucunun elinde tuttuğu kutudaki bandrol gösterilmektedir). Bandrolü var, bunun ötesi var mı ayrıca kullanım kılavuzu var ve en önemlisi garanti belgesi geliyor... Zaten siz istediğiniz oyunu, istediğiniz uygulamayı indiriyorsunuz çünkü bu akıllı bir telefon, internete giren bir telefon video çeken bir telefon..."*  ifadelerinin kullanıldığı,

Sunucu tarafından röportaj sırasında sorular yanıtlanırken telefon hafızasının 16 GB olduğu, 64 GB'a kadar artırılabildiği, akıllı telefonda ne yapılıyorsa bu telefonla da her şeyin yapılabildiği, 20 gün şarj sorunu çekilmeyeceği belirtilerek diğer özelliklerin de *"Her şeyi yapabiliyorsun. Akıllı telefonunla ne yapabiliyorsan aynı şeyi siz de yapabiliyorsunuz. Bugün bir akıllı telefon 2000-3000 liradan aşağı değil. Video oynat, resim oynat, fotoğraflarını ekle, gönder, paylaş, sosyal ağlara gir, internet bankacılığı yap. Ne yaparsan yap en önemlisi ya en önemlisi 99 TL... İnternete Nokia 3310 yazın fiyatı görün şoka girin. Çünkü Türkiye distribütörünün tanıtım kampanya fiyatı bu 99 TL. Normalde bu fiyat değil Nokia 3310. Sadece bu ekranlarda böyle. "* şeklinde açıkladığı,

Sokak röportajları sonrasında sunucunun, stüdyoda ürün tanıtımına, benzer ifadelerle aşağıdaki şekilde devam ettiği; *"Evet sevgili izleyenler halk telefonu gördü şaşırdı, fiyatı duydu bayıldı. Eğer siz de bir daha bulamayacağınız bu fırsatı değerlendirmek istiyorsanız bakın bir daha söylüyorum resmi Türkiye Distribütörlüğünün kampanyasıdır. Bir daha görebilir misiniz bilmiyorum. O yüzden 99 TL'ye 3310'a sahip oluyorsunuz. Renk seçenekleri mevcut. Pembesi, siyahı, mavisi, laciverti. Hangisini istiyorsanız o rengi söylüyorsunuz. Bu kutuda geliyor (elinde tuttuğu kutuyu gösteriyor). Bandrollü geliyor. Bu kutuyu görüyorsunuz. Yani bana bu gelir mi sorusunu kimse sormasın telefonda.. O yüzden hemen siparişinizi verin, adresinizi verin, telefonunuza kavuşun... Öncelikle Türkiye distribütörüne bize bu tanıtım hakkını verdiği, bize güvendiği için çok teşekkür ediyorum..."*

Yayında sözlü ifadelerin yanı sıra, ekranın altında; *"Türkiye distribütörünün özel kampanyası"; "Türkiye (Distribütör hattı) 02127089135"; "2017 Yılının Son Model telefonu Nokia 3310" şeklindeki sabit yazılar yer alırken, akan yazıyla "Nokia 3310 efsanesi yenilenmiş haliyle geri döndü. Tüm sosyal medyalar mevcuttur. Facebook, Instagram ve Twitter. Tüm uygulamalar mevcuttur. Whatsapp Internet gazetesi, yemek tarifleri ve film, dizi, şarkı izleme ve dinleme özelliği, FM radyo, kamera ve internet özelliği olan tuşlu akıllı telefon Nokia 3310. 20 güne varan beldeme süresi ve 22 saat konuşma süresi. Boyutlar: 115.6'51.0'12.8MM-79.6 gram. Ekran:2.4 inç QVGA. Kamera 2MP. LED flaş destekli. Depolama 32GB'a kadar. Yazılım: Nokia series 30+ bağlantı:MicroUSB. Bluetooth: 3.0,3.5MM AV bağlantı noktası. Orjinal Nokia 3310 modeline göre daha küçük, hafif ve ince olan yeni model: sarı, yeşil, ve lacivert gibi renk seçeneklerine sahip.2.4 inç QVGA ekran, 2MP arka kamera ve Micro SD desteğiyle gelen nokia 3310, Nokia series 30+ işletim sistemini kullanıyor."* şeklinde telefonun teknik özelliklerinin sayıldığı, tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu reklamda iddia edilen hususları ispatlayıcı bilgi ve belgeler sunulması için yayıncı firmaya gönderilen yazıya cevap alınamadığı,

Reklamda yayın süresince sunucu tarafından; "Resmi Türkiye distribütörü", "Türkiye resmi Nokia distribütörlüğünün verdiği kampanya", "distribütörlüğün özel kampanyası" vb. şekilde bir çok ifade kullanılmış olmasına ve ekranda sürekli olarak "Türkiye (Distribütör hattı) 02127089135" numarası verilmesine rağmen sunucunun distribütör firmanın ismini ve unvan bilgisini hiç kullanmamış olduğu, dolayısıyla ürünün distribütörü ile ilgili eksik bilgiler verilerek tüketicilerin yanıltıldığı,

Ayrıca hem sunucu tarafından açıklanan hem de akan yazıda yer alan telefonun teknik özelliklerinin, Nokia'nın resmi internet adresinde yer alan özelliklerle çeliştiği; Tanıtımlarda telefonun dahili hafızasının 16 GB olduğu ve harici hafızayla 64 GB'a kadar arttırılabildiğinin söylendiği ancak Nokia’nın resmi sitesinde ise dahili hafızanın 16 GB değil 16 MB ve harici hafızanın da 32 GB'a kadar arttırılabildiğinin belirtildiği, yine reklamda tanıtımı yapılan telefonu kullanarak akıllı telefonla yapılabilen her şeyin yapılabildiği, tüm uygulamaların kullanılabileceğinin belirtildiği, ancak telefonda yer alan 2G bağlantı hızı ile bunun mümkün olmadığı, tanıtımda yer alan telefon renk seçenekleri (Pembe, siyah, mavi, yeşil lacivert) ile Nokia resmi sitesinde ve alışveriş sitelerinde yer alan renklerin (Kırmızı, sarı, lacivert, gri) uyuşmadığı, bununla beraber Nokia 3310 telefon modelinin revize edilmiş 3G özellikli yeni bir modeli de üretildiği, ancak revize edilen modelin reklamda yer alan özelliklerin aksine 64 MB dahili hafıza, 32 GB harici hafızaya sahip olduğu ve satışa sunulan renk seçenekleriyle (mavi, sarı, kırmızı, siyah) tanıtımda yer alan renk seçeneklerinin uyuşmadığı, yine 3G'li modelin reklamın yayınlandığı tarihte Türkiye'de satışa sunulmadığı, böylelikle tüketicilerin yanıltıldığı,

Bunun dışında internette yapılan incelemelerde tanıtımda arayanlara 99 TL'ye gönderileceği belirtilen 2017 model Nokia 3310 cep telefonunun piyasa değerinin 549-599 TL arasında değiştiği, her ne kadar tanıtımda distribütör ismi belirtilmeden "resmi distribütör kampanyası" olarak ifade edilmiş olsa bile söz konusu 99 TL'lik fiyatın piyasa gerçekleri ile örtüşmediği,

Yukarıda yapılan tespitlerden harekede, piyasa fiyatı 549-599 TL arasında değişen Nokia firması tarafından 2017 yılında üretilen "3310" serisi cep telefonunun resmi distribütör kampanyası adı altında 99 TL'ye gönderileceği izlenimi yaratılırken distribütörün ismi/markası verilmeyerek distribütör ile ilgili eksik bilgi verildiği; yine sunucu tarafından söylenen ve ekranda yazan teknik özelliklerin gerçek Nokia 3310 telefonuyla uyuşmadığı, dolayısıyla ürünle ilgili eksik ve çelişkili bilgiler ile tüketicilerin yanıltılmaya çalışıldığı,

Öte yandan, 4760 sayılı Özel Tüketim Vergisi Kanunu'nun Geçici 6. maddesi ve bu Kanuna ekli (IV) sayılı liste incelendiğinde görüleceği üzere; cep telefonları için oransal olarak (%25) hesaplanan verginin 160 Türk Lirasından az olması halinde, orana göre hesaplanan vergi yerine her bir adet için 160 Türk Lirası vergi alınacağı hüküm altına alınmış olduğu, bu bakımdan bir cep telefonunun minimum Özel Tüketim Vergisinin (ÖTV) 160 Türk Lirası olarak belirlendiği ve bu rakama telefonun fiyatı, KDV ve benzeri yükümlülükler eklendiğinde telefonun nihai satış fiyatının ortaya çıktığı dikkate alındığında, mali yükümlülüklerini yerine getiren distribütör firma tarafından dahi 99 TL'ye cep telefonu satışının yapılmasının mümkün olmadığı,dolayısıyla ürünün markası, özellikleri, satışın gerçekleşme şekli hakkında tüketicilere eksik, yanlış ve çelişkili bilgiler verilerek kamuoyunun yanıltıldığı, bu nedenle söz konusu reklamların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

Buna göre, mecra kuruluşu sıfatıyla **Tasfiye Halinde Ebru Radyo ve Televizyon Yayıncılık A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **12.070-TL (Onikibinyetmiş Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**76)**

**Dosya No: 2017/5024**

**Şikayet Edilen: Topkapı Yayıncılık Prodüksiyon Pazarlama ve Reklam Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Akıllı TV isimli televizyon kanalında yayınlanan “Nokia 3310 Cep Telefonu” adlı ürüne ilişkin reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 09.10.2017

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** Akıllı TV logosuyla yayın yapan kanalda, 09.10.2017 tarihinde yayınlanan Nokia 3310 isimli ürün reklamında sunucu tarafından;

*"...Bugün tüm Türkiye'yi 20 yıl öncesine götürmek istiyorum. Cep telefonlarıyla ilk tanıştığımız yıllara hep beraber gidelim. Ve bugün o zamanlar en çok kullandığımız dünya devi markayı hep beraber hatırlayalım. Çünkü o marka 20 yıl aradan sonra 2017 yılına imzasını atacak yepyeni teknolojiyle aynı modeli çıkardı bunu konuşacağız. Bunu konuşmakla kalmayacağız, Türkiye distribütörünün bu televizyonlara özel tanıtım kampanyası adına vermiş olduğu fiyat var. O fiyatı duyduğunuzda emin olun onun sözünü verebilirim, bugün kimin cep telefonuna ihtiyacı varsa kim sevdiğine cep telefonu hediye etmek istiyorsa bugün buradan telefon sahibi olmadan gitmeyecek... İşte biz bugün o Nokia'nın amiral gemisi, 20 yıl sonra 2017 modeliyle akıllı telefon haline gelerek işte şu anda tamamen karşınızda duruyor. Yeni Nokia 3310 sevgili izleyenler. Türkiye distribütörü Nokia'nın tanıtım kampanyası yapıyor ve siz ekran başındaki değerli izleyenlere şaka değil 99 TL'ye gönderiyor... Yanlış duymuyorsunuz bir kez daha söylüyorum, resmi Türkiye distribütörünün yapmış olduğu bir kampanyadır. 99 TL'ye kapınıza kadar gelecek. Orijinal kutusu (sunucu eline aldığı bir kutuyu ekranda göstermektedir). Bu kutunun içerisinde bu telefon olacak, bununla birlikte şarjı gelecek, bununla birlikte kulaklık içinde olacak, bununla birlikte kullanım kılavuzu olacak ve tabi ki olmazsa olmazlardan burada garanti belgesi olacak. Eğer kargoda geldiğinde şu kutu değilse almayın. Orjinal Nokia'nın Türkiye distribütörlüğünün 99 TL'lik size gönderdiği bu orjinal Nokia 3310 kutusudur, bu kutuyu göreceksiniz... Siz fırsattan faydalanın. 99 TL, orjinal fiyatı buyurun bakın, açın interneti bakın... İşte biz bunları sizin adınıza halka indik onlarla röportaj yaptık gönderdiğimiz 3310'ları gösterdik canlı canlı görsünler gerçek mi diye, ne tepkiler verdi, nasıl şaşırdılar hep beraber bir izleyelim sonrasında biz burada olacağız tabi ekrandaki numaraları aramaya devam ediyorsunuz."* şeklinde ifadelere yer verildiği,

Tanıtımın devamında sokak röportajlarından bölümlerin ekrana getirildiği; röportajlarda da aynı sunucu tarafından, bu telefonun 2017 yılında çıkan internete giren yepyeni 3310 olduğunun, Türkiye distribütörünün herkes alsın diye 99 TL'ye gönderdiğinin, son teknoloji olduğunun, şarjının 20 gün gittiğinin, kaya kadar sağlam olduğunun, Facebook, yahut Twitter, Youtube gibi sosyal ağlara girebildiğinin ifade edildiği,

Devamında sunucu tarafından: *"Evet sevgili izleyenler röportajları izledik halk şaşkın, halk şaşırıyor. 3310'la ilk defa tanışıyorlar... Size bu kutuda geliyor. Bakın burada bandrolü var. (Ekranda sunucunun elinde tuttuğu kutudaki bandrol gösterilmektedir). Bandrolü var, bunun ötesi var mı ayrıca kullanım kılavuzu var ve en önemlisi garanti belgesi geliyor... Zaten siz istediğiniz oyunu, istediğiniz uygulamayı indiriyorsunuz çünkü bu akıllı bir telefon, internete giren bir telefon video çeken bir telefon..."*  ifadelerinin kullanıldığı,

Sunucu tarafından röportaj sırasında sorular yanıtlanırken telefon hafızasının 16 GB olduğu, 64 GB'a kadar artırılabildiği, akıllı telefonda ne yapılıyorsa bu telefonla da her şeyin yapılabildiği, 20 gün şarj sorunu çekilmeyeceği belirtilerek diğer özelliklerin de *"Her şeyi yapabiliyorsun. Akıllı telefonunla ne yapabiliyorsan aynı şeyi siz de yapabiliyorsunuz. Bugün bir akıllı telefon 2000-3000 liradan aşağı değil. Video oynat, resim oynat, fotoğraflarını ekle, gönder, paylaş, sosyal ağlara gir, internet bankacılığı yap. Ne yaparsan yap en önemlisi ya en önemlisi 99 TL... İnternete Nokia 3310 yazın fiyatı görün şoka girin. Çünkü Türkiye distribütörünün tanıtım kampanya fiyatı bu 99 TL. Normalde bu fiyat değil Nokia 3310. Sadece bu ekranlarda böyle. "* şeklinde açıkladığı,

Sokak röportajları sonrasında sunucunun, stüdyoda ürün tanıtımına, benzer ifadelerle aşağıdaki şekilde devam ettiği; *"Evet sevgili izleyenler halk telefonu gördü şaşırdı, fiyatı duydu bayıldı. Eğer siz de bir daha bulamayacağınız bu fırsatı değerlendirmek istiyorsanız bakın bir daha söylüyorum resmi Türkiye Distribütörlüğünün kampanyasıdır. Bir daha görebilir misiniz bilmiyorum. O yüzden 99 TL'ye 3310'a sahip oluyorsunuz. Renk seçenekleri mevcut. Pembesi, siyahı, mavisi, laciverti. Hangisini istiyorsanız o rengi söylüyorsunuz. Bu kutuda geliyor (elinde tuttuğu kutuyu gösteriyor). Bandrollü geliyor. Bu kutuyu görüyorsunuz. Yani bana bu gelir mi sorusunu kimse sormasın telefonda.. O yüzden hemen siparişinizi verin, adresinizi verin, telefonunuza kavuşun... Öncelikle Türkiye distribütörüne bize bu tanıtım hakkını verdiği, bize güvendiği için çok teşekkür ediyorum..."*

Yayında sözlü ifadelerin yanı sıra, ekranın altında; *"Türkiye distribütörünün özel kampanyası"; "Türkiye (Distribütör hattı) 02127087755"; "2017 Yılının Son Model telefonu Nokia 3310" şeklindeki sabit yazılar yer alırken, akan yazıyla "Nokia 3310 efsanesi yenilenmiş haliyle geri döndü. Tüm sosyal medyalar mevcuttur. Facebook, Instagram ve Twitter. Tüm uygulamalar mevcuttur. Whatsapp Internet gazetesi, yemek tarifleri ve film, dizi, şarkı izleme ve dinleme özelliği, FM radyo, kamera ve internet özelliği olan tuşlu akıllı telefon Nokia 3310. 20 güne varan beldeme süresi ve 22 saat konuşma süresi. Boyutlar: 115.6'51.0'12.8MM-79.6 gram. Ekran:2.4 inç QVGA. Kamera 2MP. LED flaş destekli. Depolama 32GB'a kadar. Yazılım: Nokia series 30+ bağlantı:MicroUSB. Bluetooth: 3.0,3.5MM AV bağlantı noktası. Orjinal Nokia 3310 modeline göre daha küçük, hafif ve ince olan yeni model: sarı, yeşil, ve lacivert gibi renk seçeneklerine sahip.2.4 inç QVGA ekran, 2MP arka kamera ve Micro SD desteğiyle gelen nokia 3310, Nokia series 30+ işletim sistemini kullanıyor."* şeklinde telefonun teknik özelliklerinin sayıldığı, tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu reklamda iddia edilen hususları ispatlayıcı bilgi ve belgeler sunulması için yayıncı firmaya gönderilen yazıya cevap alınamadığı,

Reklamda yayın süresince sunucu tarafından; "Resmi Türkiye distribütörü", "Türkiye resmi Nokia distribütörlüğünün verdiği kampanya", "distribütörlüğün özel kampanyası" vb. şekilde bir çok ifade kullanılmış olmasına ve ekranda sürekli olarak "Türkiye (Distribütör hattı) 02127087755" numarası verilmesine rağmen sunucunun distribütör firmanın ismini ve unvan bilgisini hiç kullanmamış olduğu, dolayısıyla ürünün distribütörü ile ilgili eksik bilgiler verilerek tüketicilerin yanıltıldığı,

Ayrıca hem sunucu tarafından açıklanan hem de akan yazıda yer alan telefonun teknik özelliklerinin, Nokia'nın resmi internet adresinde yer alan özelliklerle çeliştiği; Tanıtımlarda telefonun dahili hafızasının 16 GB olduğu ve harici hafızayla 64 GB'a kadar arttırılabildiğinin söylendiği ancak Nokia’nın resmi sitesinde ise dahili hafızanın 16 GB değil 16 MB ve harici hafızanın da 32 GB'a kadar arttırılabildiğinin belirtildiği, yine reklamda tanıtımı yapılan telefonu kullanarak akıllı telefonla yapılabilen her şeyin yapılabildiği, tüm uygulamaların kullanılabileceğinin belirtildiği, ancak telefonda yer alan 2G bağlantı hızı ile bunun mümkün olmadığı, tanıtımda yer alan telefon renk seçenekleri (Pembe, siyah, mavi, yeşil lacivert) ile Nokia resmi sitesinde ve alışveriş sitelerinde yer alan renklerin (Kırmızı, sarı, lacivert, gri) uyuşmadığı, bununla beraber Nokia 3310 telefon modelinin revize edilmiş 3G özellikli yeni bir modeli de üretildiği, ancak revize edilen modelin reklamda yer alan özelliklerin aksine 64 MB dahili hafıza, 32 GB harici hafızaya sahip olduğu ve satışa sunulan renk seçenekleriyle (mavi, sarı, kırmızı, siyah) tanıtımda yer alan renk seçeneklerinin uyuşmadığı, yine 3G'li modelin reklamın yayınlandığı tarihte Türkiye'de satışa sunulmadığı, böylelikle tüketicilerin yanıltıldığı,

Bunun dışında internette yapılan incelemelerde tanıtımda arayanlara 99 TL'ye gönderileceği belirtilen 2017 model Nokia 3310 cep telefonunun piyasa değerinin 549-599 TL arasında değiştiği, her ne kadar tanıtımda distribütör ismi belirtilmeden "resmi distribütör kampanyası" olarak ifade edilmiş olsa bile söz konusu 99 TL'lik fiyatın piyasa gerçekleri ile örtüşmediği,

Yukarıda yapılan tespitlerden harekede, piyasa fiyatı 549-599 TL arasında değişen Nokia firması tarafından 2017 yılında üretilen "3310" serisi cep telefonunun resmi distribütör kampanyası adı altında 99 TL'ye gönderileceği izlenimi yaratılırken distribütörün ismi/markası verilmeyerek distribütör ile ilgili eksik bilgi verildiği; yine sunucu tarafından söylenen ve ekranda yazan teknik özelliklerin gerçek Nokia 3310 telefonuyla uyuşmadığı, dolayısıyla ürünle ilgili eksik ve çelişkili bilgiler ile tüketicilerin yanıltılmaya çalışıldığı,

Öte yandan, 4760 sayılı Özel Tüketim Vergisi Kanunu'nun Geçici 6. maddesi ve bu Kanuna ekli (IV) sayılı liste incelendiğinde görüleceği üzere; cep telefonları için oransal olarak (%25) hesaplanan verginin 160 Türk Lirasından az olması halinde, orana göre hesaplanan vergi yerine her bir adet için 160 Türk Lirası vergi alınacağı hüküm altına alınmış olduğu, bu bakımdan bir cep telefonunun minimum Özel Tüketim Vergisinin (ÖTV) 160 Türk Lirası olarak belirlendiği ve bu rakama telefonun fiyatı, KDV ve benzeri yükümlülükler eklendiğinde telefonun nihai satış fiyatının ortaya çıktığı dikkate alındığında, mali yükümlülüklerini yerine getiren distribütör firma tarafından dahi 99 TL'ye cep telefonu satışının yapılmasının mümkün olmadığı,dolayısıyla ürünün markası, özellikleri, satışın gerçekleşme şekli hakkında tüketicilere eksik, yanlış ve çelişkili bilgiler verilerek kamuoyunun yanıltıldığı, bu nedenle söz konusu reklamların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

Buna göre, mecra kuruluşu sıfatıyla **Topkapı Yayıncılık Prodüksiyon Pazarlama ve Reklam Ticaret A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **12.070-TL (Onikibinyetmiş Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**DAYANIKLI TÜKETİM MALLARI**

**77)**

**Dosya No: 2019/8827**

**Şikayet Edilen: Vivense Teknoloji Hizmetleri ve Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.vivense.com adresli internet sitesinde satışı gerçekleştirilen *"Şah Bordo Tek Kişilik Baza+ Başlık+Full* *Ortopedik Yatak, 90x190"*adlı ürüne ilişkin yapılan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 13.02.2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.vivense.com adresli internet sitesinde satışı gerçekleştirilen *"Şah Bordo Tek* *Kişilik Baza+ Başlık+Full Ortopedik Yatak, 90x190"* adlı ürüne ilişkin yapılan tanıtımlarda, 18.02.2019 tarihine kadar yapılan alışverişlerde, 2.890-TL satış fiyatı ile tüketicilere sunulan ürünün *"Şubat Sürprizi"* başlığı altında %95 indirim oranı ile 154-TL olarak satışının yapıldığıtespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** www.vivense.com adresli internet sitesinde satışı gerçekleştirilen *"Şah Bordo Tek Kişilik Baza+ Başlık+Full Ortopedik Yatak, 90x190"* adlı ürüne ilişkin yapılan tanıtımlarda, 18.02.2019 tarihine kadar yapılan alışverişlerde, 2.890-TL satış fiyatı ile tüketicilere sunulan ürünün *"Şubat Sürprizi"* başlığı altında %95 indirim oranı ile 154-TL olarak satışının yapıldığı; buna göre, inceleme konusu reklamlara istinaden başvuru sahibi tüketici tarafından bahsi geçen ürünün satın alındığı; ancak, şikayet edilen firma tarafından, indirimli fiyatın geçerli olmadığı gerekçesiyle siparişin iptal edildiği; bu nedenle inceleme konusu reklamlarda yer alan ana vaadin yerine getirilmeyerek tüketicilerin yanıltıldığı;

Bu nedenle anılan reklamların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5; 9; 13 ve 14 üncü maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

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

**TÜTÜN VE ALKOL**

**78)**

**Dosya No: 2019/11585**

**Şikayet Edilen: Turkuvaz Haberleşme ve Yayıncılık A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.takvim.com.tr/ekonomi/2019/09/13/sigaraya-yeni-zam-gelecek-mi-13-eylul-sigara-fiyatlari-kac-para-iste-guncel-sigara-fiyat-listesi?paging=2 adresli internet sitesinde yer verilen sigara fiyatlarına ilişkin ifadeler

**Reklam Yayın Tarihi:** Ağustos- Eylül 2019

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.takvim.com.tr/ekonomi/2019/09/13/sigaraya-yeni-zam-gelecek-mi-13-eylul-sigara-fiyatlari-kac-para-iste-guncel-sigara-fiyat-listesi?paging=2 adresli internet sitesinin 13.09.2019 tarihli görünümünde; *"Sigara zammı haberleri, günün en çok aranılanları arasında yer alıyor. Sigaralara yapılan 3'er TL'lik zammın ardından sosyal medyada 5 TL'lik zam daha yapılacağı iddia edilmişti. Ancak British American Tobacco bu iddiaları yalanladı. Sigara tiryakileri, yeniden zam olup olmayacağını araştırıyor. Peki, sigaraya yeni zam gelecek mi? 13 Eylül sigara fiyatları ne kadar? İşte güncel sigara fiyat listesi...Kent: 15 TL, Kent D-Range: 15 TL, Kent Swicth: 16 TL, Kent N-Range: 18 TL, Rothmans: 14 TL, Viceroy: 14,50 TL, Pall Mall: 14,50 TL, Tekel 2000: 14 TL, Tekel 2001: 14 TL, Samsun: 14 TL, Samsun 216: 14 TL, Maltepe: 14 TL…"* şeklinde ifadelere ve sigara markaları ile fiyat bildirimlerine yer verildiği tespit edilmiştir.

D**eğerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; ilgili Kurum olan Tarım ve Orman Bakanlığı-Tütün ve Alkol Dairesi Başkanlığından alınan görüş ile Tütün Mamulleri ve Alkollü İçkilerin Satışına ve Sunumuna İlişkin Usul ve Esaslar Hakkında Yönetmeliğin "Fiyat Bildirimleri" başlıklı 18 inci maddesinde yer alan; *"(3) Üretici ve satıcılar arasında gerçekleştirilen ve tüketiciye yansımayan tamamen ticari bilgileri* *içeren bildirimler hariç olmak üzere, her ne amaçla olursa olsun, tütün ürünlerinin isim, amblem, logo, resim, fotoğraf, alamet ve benzeri unsurları kullanılarak bildirim yapılamaz, basın-yayın organları ve internet aracılığıyla ilan edilemez, fiyat duyuruları yapılamaz. (4) Bu maddeye aykırı düzenlenen fiyat bildirimleri ve fiyat listeleri, teşvik edici içerikte ve reklam mahiyetinde kabul edilir."* hüküm gereği gerek sessiz harfler çıkarılmış gerekse markalara doğrudan yer verilmiş tütün ürünlerinin tanıtımının yasak olduğu, haber mahiyeti sınırlarının aşıldığı,

"British American Tobacco" ifadesinin tütün üreticilerinin tanıtımına yönelik olduğu ve bu ibareye de yer verilemeyeceği,

Bununla beraber sadece "sigaraya zam geldi, sigara zammı haberleri" ifadesinin aykırılık teşkil etmediği ve haber mahiyeti sınırları içerisinde değerlendirildiği,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7, 9, 26, 28 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, mecra kuruluşu **Turkuvaz Haberleşme ve Yayıncılık 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: 2020/120**

**Şikayet Edilen: Mynet Medya Yayıncılık Uluslararası Elektronik Bilgilendirme ve Haberleşme Hizmetleri A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** http://finans.mynet.com/haber/detay/gundem/sigaraya-zam-geldi-iddiasi-son-dakika-3-agustos-2019-yeni-sigara-fiyatlari-ne-kadar/313771/ adresli internet sitesinde yer verilen sigara fiyatlarına ilişkin ifadeler

**Reklam Yayın Tarihi:** 03.08.2019

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** http://finans.mynet.com/haber/detay/gundem/sigaraya-zam-geldi-iddiasi-son-dakika-3-agustos-2019-yeni-sigara-fiyatlari-ne-kadar/313771/ adresli internet sitesinin 03.08.2019 tarihli görünümünde; *"Sigara zammı iddiası bir anda olay yarattı. 3 Ağustos bugün itibariyle sigaraya ortalama 3 TL zam geldiği iddia edilirken, sigara kullanan vatandaşlar '3 Ağustos 2019 yeni sigara fiyatlarını araştırmaya başladı. Sigaraya zam iddiaları gece boyunca sosyal medyada 'Trend Topic' oldu. Sigara fiyatlarındaki son dakika gelişmeleri anbean takip edilirken, tütün kullanıcılarını yakından ilgilendiren değişiklik 3 Ağustos 2019 itibarıyla yürürlüğe gireceği iddia edildi. Firmaların, bu ÖTV artışını sigara fiyatlarına zam olarak yansıtabileceği ifade ediyor. Sosyal medyada yer alan iddialara göre yeni sigara fiyat listesi şu şekilde: Kent: 15 TL, Kent D-Range: 15 TL, Kent Swicth: 16 TL, Kent N-Range: 18 TL, Rothmans: 14 TL, Viceroy: 14,50 TL, Pall Mall: 14,50 TL, Tekel 2000: 14 TL…JTI GRUBU; WINST 13.00, WINST SLE 12.00, WINS DRK BL & DP BL 12.00, CML 12.00…PHILIP MORRIS GRUBU; MURT B. 10.00 12.00, LRK 10.00 12.00, LRK R. 9.50 11.50, PARL 13.50 15.50..."* şeklinde ifadelere ve sigara markaları ile fiyat bildirimlerine yer verildiği tespit edilmiştir.

D**eğerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; ilgili Kurum olan Tarım ve Orman Bakanlığı-Tütün ve Alkol Dairesi Başkanlığından alınan görüş ile Tütün Mamulleri ve Alkollü İçkilerin Satışına ve Sunumuna İlişkin Usul ve Esaslar Hakkında Yönetmeliğin "Fiyat Bildirimleri" başlıklı 18 inci maddesinde yer alan; *"(3) Üretici ve satıcılar arasında gerçekleştirilen ve tüketiciye yansımayan tamamen ticari bilgileri* *içeren bildirimler hariç olmak üzere, her ne amaçla olursa olsun, tütün ürünlerinin isim, amblem, logo, resim, fotoğraf, alamet ve benzeri unsurları kullanılarak bildirim yapılamaz, basın-yayın organları ve internet aracılığıyla ilan edilemez, fiyat duyuruları yapılamaz. (4) Bu maddeye aykırı düzenlenen fiyat bildirimleri ve fiyat listeleri, teşvik edici içerikte ve reklam mahiyetinde kabul edilir."* hüküm gereği gerek sessiz harfler çıkarılmış gerekse markalara doğrudan yer verilmiş tütün ürünlerinin tanıtımının yasak olduğu, haber mahiyeti sınırlarının aşıldığı,

"JTI Grubu" ifadesinin tütün üreticilerinin tanıtımına yönelik olduğu ve bu ibareye de yer verilemeyeceği,

Bununla beraber sadece "sigaraya zam geldi" ifadesinin aykırılık teşkil etmediği ve haber mahiyeti sınırları içerisinde değerlendirildiği,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7, 9, 26, 28 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, mecra kuruluşu **Mynet Medya Yayıncılık Uluslararası Elektronik Bilgilendirme ve Haberleşme Hizmetleri A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**TURİZM**

**80)**

**Dosya No: 2019/9960**

**Şikayet Edilen: Şenyıldız Otel İşletmeciliği Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından “Hotel Prima” adlı tesise yönelik olarak tesise ait www.hotelprima.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

**Tespitler:** Yapılan incelemede, “Hotel Prima” adlı tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan “1 Yıldızlı Otel Turizm İşletmesi Belgesi” bulunmasına karşın tesise ait www.hotelprima.com.tr adresli internet sitesi ile www.kayak.com ve www.zenhotels.com adresli internet sitelerinin 26.09.2019 tarihli görünümlerinde yer alan reklam ve tanıtımlarda “2 Yıldızlı Otel” olarak tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** “Hotel Prima” adlı tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan “1 Yıldızlı Otel Turizm İşletmesi Belgesi” bulunmasına karşın tesise ait www.hotelprima.com.tr adresli internet sitesi ile www.kayak.com ve www.zenhotels.com adresli internet sitelerinin 26.09.2019 tarihli görünümlerinde yer alan reklam ve tanıtımlarda “2 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 **Şenyıldız Otel İşletmeciliği 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.

**81)**

**Dosya No: 2019/10072**

**Şikayet Edilen: Öz Dayı Diamond Otelcilik İnş. Kuy. San. ve Tic. Ltd. Şti.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, Broşür

**Tespitler:** Yapılan incelemede, “Dayı Diamond Hotel” adlı tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan “Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi” bulunmamasına karşın tesise ait reklam broşürleri ile www.odamax.com, www.tripadvisor.com.tr ve www.trivago.com.tr adresli internet sitelerinin 26.09.2019 tarihli görünümlerinde yer alan reklam ve tanıtımlarda “3 Yıldızlı Otel” olarak tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** “Dayı Diamond Hotel” adlı tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan “Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi” bulunmamasına karşın tesise ait reklam broşürleri ile www.odamax.com, www.tripadvisor.com.tr ve www.trivago.com.tr adresli internet sitelerinin 26.09.2019 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 **Öz Dayı Diamond Otelcilik İnş. Kuy. San. ve Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **85.480-TL (Seksenbeşbindörtyüzseksen Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**82)**

**Dosya No: 2019/10467**

**Şikayet Edilen: Astroia Astronomi Uzay Havacılık Arge San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından *“Astroia Otel Bilim Kampı”* adlı tesise yönelik olarak tesis tabelasında, tesise ait Facebook kurumsal sosyal medya hesabında ve otel rezervasyon hizmeti sağlayan muhtelif internet sitelerinde yer verilen reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, Tabela

**Tespitler:** Yapılan incelemede, “Astroia Otel Bilim Kampı” adlı tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan “Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi” bulunmamasına karşın tesis tabelasında, tesise ait Facebook kurumsal sosyal medya hesabında ve www.neredekal.com, www.etstur.com, www.odamax.com, www.trivago.com.tr ve astroiabutikotel.business.site adresli internet sitelerinin 15.10.2019 tarihli görünümlerinde yer alan reklam ve tanıtımlarda, “Astroia Butik Otel”, “Butik Otel”, “Astroia Butik Otel & Bilim Kampı” ve “Astroia Butik Otel ve Suluca Bilim Kampı” ibarelerine yer verilmek suretiyle “Butik Otel” olarak tanıtıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** “Astroia Otel Bilim Kampı” adlı tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan “Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi” bulunmamasına karşın tesis tabelasında, tesise ait Facebook kurumsal sosyal medya hesabında ve www.neredekal.com, www.etstur.com, www.odamax.com, www.trivago.com.tr ve astroiabutikotel.business.site adresli internet sitelerinin 15.10.2019 tarihli görünümlerinde yer alan reklam ve tanıtımlarda, “Astroia Butik Otel”, “Butik Otel”, “Astroia Butik Otel & Bilim Kampı” ve “Astroia Butik Otel ve Suluca Bilim Kampı” ibarelerine yer verilmek suretiyle “Butik Otel” olarak tanıtılmasının tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı olarak değerlendirildiği, bu durumun da;

- Turizmi Teşvik Kanunu’nun 5/a maddesi,

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

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre, reklam veren **Astroia Astronomi Uzay Havacılık Arge 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.

**83)**

**Dosya No: 2019/12489**

**Şikayet Edilen: Naskon İnşaat Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından “Naskon Sapphire Resort&SPA” adlı tesise yönelik olarak tanıtım broşürlerinde yer verilen reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2016

**Yayınlandığı Mecra:** Broşür

**Tespitler:** Yapılan incelemede, “Naskon Sapphire Resort&SPA” adlı tesise ait tanıtım broşürlerinde, *“Türkiye’nin otel konseptindeki en büyük devre mülk projesinde geri sayım başladı!”* başlığı altında *“Türkiye’nin köklü inşaat gruplarından NASLI Grubunun şirketlerinden biri olan NASKON 36 yılı aşkın süredir faaliyet gösterdiği konut sektöründe edindiği tecrübe ve ödünsüz kalite anlayışını şimdi de Ayaş’ta termal sağlıkla buluşturuyor. Türkiye’nin en büyük otel konseptli devre mülk projesi olan Naskon Sapphire Türk ve Fransız mimarlardan oluşan uzman ekip tarafından projelendirildi. Gerek yerleşim kurgusu, gerek mimari yapısıyla sahiplerine yepyeni bir devre mülk anlayışı sunmayı hedefleyen Sapphire Resort&SPA 200 milyon USD yatırım bedeli ile kuruldu. 5 yıldızlı otel standartları düşünülerek her detayı titizlikle hazırlanan tesiste toplam 4 etapta 24,000 devre mülk bulunmaktadır. 2014 sonlarında ilk konuklarını ağırlamaya hazırlanan tesis göz alabildiğine yeşil bir alan içinde ve yaklaşık 200,000 m2 üzerinde yükselmektedir.”* ifadelerine ve *“Tesisin 4 farklı etaptan oluştuğu ve otel konseptinde Türkiye’nin en büyük devre mülk projesi olduğu, projenin 5 yıldızlı otel standartları düşünülerek hazırlandığı, tesiste; havuzlar, aqua park, hayvanat bahçesi, bilardo, bowling, sinema, buz pateni, spor alanı, go karting, tırmanma duvarı, anfi tiyatro, binicilik, ATV, koşu ve yürüyüş parkuru, futbol sahası, basketbol sahası, sauna, spa, cilt bakımı, türk hamamı, termal havuz, paintball, kaya tırmanışı, buhar banyosu, çamur banyosu, yaşlı bakım merkezi, cami, lunapark, AVM, hayvan oteli ve gözetleme kulesi gibi sosyal donatı ve hizmetlerin bulunacağı”* şeklinde tanıtımlara yer verildiği, ayrıca devre mülk projesine ilişkin olarak tesisin 4 ayrı etaptan ve broşürde tanıtımı yapılan çeşitli hizmet birimlerinden oluştuğunu gösteren bir kroki planının yer aldığı, öte yandan, firma tarafından yapılan açıklamalar kapsamında söz konusu tanıtım broşürünün en son 2016 yılında bastırıldığı, 2016 yılından sonra yayından kaldırıldığı hususları tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Tüketici başvurularının incelenmesinden, \*\*\*\* adlı tüketicinin 2013 yılında, \*\*\*\* adlı tüketicinin ise 2014 yılında Naskon İnşaat Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti. tarafından organize edilen toplu tanıtım toplantılarında “Naskon Sapphire Resort&SPA” adlı tesisten devre mülk satın aldığı, söz konusu toplantılarda tüketicilere gerek maket üzerinden gerekse de reklam broşürleri kullanılarak sunumlar yapıldığı ve devre mülk projesine ilişkin olarak çeşitli vaatlerde bulunulduğu, buna göre, bir örneği tüketicilere de verilen tanıtım broşüründe, *“Tesisin 4 farklı etaptan oluştuğu ve otel konseptinde Türkiye’nin en büyük devre mülk projesi olduğu, projenin 5 yıldızlı otel standartları düşünülerek hazırlandığı, tesiste; havuzlar, aqua park, hayvanat bahçesi, bilardo, bowling, sinema, buz pateni, spor alanı, go karting, tırmanma duvarı, anfi tiyatro, binicilik, ATV, koşu ve yürüyüş parkuru, futbol sahası, basketbol sahası, sauna, spa, cilt bakımı, türk hamamı, termal havuz, paintball, kaya tırmanışı, buhar banyosu, çamur banyosu, yaşlı bakım merkezi, cami, lunapark, AVM, hayvan oteli ve gözetleme kulesi gibi imkan ve hizmetlerin bulunduğu”* şeklinde ifade ve tanıtımlara yer verildiği, bununla birlikte, 2019 yılı itibarıyla proje kapsamında hayata geçirileceği vaat edilen dört farklı etabın inşaatının tamamlanmadığı, firma tarafından yapılan açıklamalarda; tesiste SPA merkezi bünyesinde termal havuz, yüzme havuzu, fitness center, sauna, türk hamamı, masaj salonu, çamur banyosu, buhar banyosu, tuz odası, cilt bakım merkezi ve güzellik merkezi gibi hizmet birimleri ile aqua park, voleybol sahası, masa tenisi, langırt masaları, bilardo masaları, çocuk oyuncakları, oyun parkları, mini golf sahası, koşu ve yürüyüş yolları gibi sosyal donatıların hayata geçirildiği iddia edilmekteyse de söz konusu hizmet birimlerinin varlığının ispatına ilişkin olarak herhangi bir bilgi, belge veya fotoğraf sunulmadığı, dolayısıyla inceleme konusu reklam broşüründe yer verilen ifade, tanıtım ve görsellerin bu haliyle tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı olarak değerlendirildiği, bu durumun da;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 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 **Naskon İnşaat Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**84)**

**Dosya No: 2020/128**

**Şikayet Edilen: Suluova İnş. Eml. Taş. Mim. San. ve Tic. Ltd. Şti.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Yayınlandığı Mecra:** Haksız Ticari Uygulama

**Tespitler:** Bakanlığımıza yapılan tüketici başvurusuna ilişkin olarak yapılan inceleme sonucunda; tüketicinin sahibi olduğu devre mülkü satmak amacıyla internette ilan verdiği, bu ilan üzerine tüketiciye ulaşan firma çalışanlarının, ilan fiyatından daha yüksek fiyatlar teklif ederek ve tüketicinin sahibi olduğu devre mülkün satın alınacağı taahhüdünde bulunarak Eskişehir’de ikamet eden tüketiciyi “Hattuşa Vacation Termal Club Ankara” adlı tesise davet ettiği, tesiste yapılan görüşmelerde yeni uygulamaya alınan bir sistem kapsamında sahibi olduğu devre mülkün Hitit Ayaş tarafından satın alınacağı ancak öncelikle tüketicinin anılan tesisten devre mülk satın alması gerektiği şeklinde bir teklifte bulunulduğu ve tüketiciye ait devre mülke muhtelif alıcıların talip olduğu öne sürülerek ve teklif edilen fiyat yükseltilerek başvuru sahibi tüketiciye iki adet devre mülkün satışının yapıldığı, daha sonrasında ise satış departmanının henüz oluşturulmadığı öne sürülerek tüketiciye ait devre mülkün firma tarafından satın alınmadığı, tüketicinin söz konusu ticari uygulamalara ilişkin olarak Eskişehir Tüketici Mahkemesi’nde dava açtığı, ayrıca dolandırıcılık suçlamasıyla suç duyurusunda bulunduğu,

Öte yandan, Hitit Ayaş’ın satış acentesi sıfatıyla faaliyet gösteren Suluova İnş. Eml. Taş. Mim. San. ve Tic. Ltd. Şti. unvanlı firma tarafından devre tatil satış ve pazarlama faaliyetleri çerçevesinde gerçekleştirilen ticari uygulamalar kapsamında, anket çalışmaları, soru-cevap formları ve benzeri yöntemlerle kişisel verileri toplanan tüketicilere ulaşılarak “Hattuşa Vacation Termal Club Ankara” adlı tesisten hediye tatil kazandıkları şeklinde vaatlerde bulunulduğu ve anılan tesiste düzenlenen tanıtım toplantılarında tüketicilere psikolojik baskı ve zorlama yoluyla söz konusu tesisten devre mülk satışı yapıldığı hususları tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firma ile Hitit Ayaş Termal Sağ. İnş. Tur. Org. Emlak Gıda Taşımacılık Taahhüt Sanayi ve Ticaret A.Ş. (“Hitit Ayaş”) arasında imzalanan “Acentelik Sözleşmesi” kapsamında Suluova İnş. Eml. Taş. Mim. San. ve Tic. Ltd. Şti.’nin Hitit Ayaş’ın sahibi olduğu Ankara İli Güdül İlçesinde bulunan “Hattuşa Vacation Termal Club Ankara” adlı tesisin devre mülk, devre tatil ve hisseli gayrimenkul ünitelerinin pazarlama ve satış faaliyetlerini yürüttüğü, anılan sözleşmesinin “Acentenin yetki ve sorumluluğu” başlıklı 2 nci maddesinde yer alan, “Acente, Hitit Ayaş’ın pazarlamaya sunduğu devre mülk, devre tatil ve hisseli gayrimenkulün satışı konusunda çalışmaya, diğer alt acenteler ile bağlantılar kurmaya ve düzenlenecek sözleşmelere aracılık yapmaya yetkili olup bu konuda gerekli olan organizasyon, tanıtım, pazarlama ve sözleşme öncesi görüşmelerde, açıklama ve aydınlatma yükümlülüğünü özenle ve iyi niyetle yerine getirecektir.” hükmü doğrultusunda firmanın devre tatil satış ve pazarlama sürecinde tüketicilere yönelik olarak gerçekleştirilen ticari uygulamalardan doğrudan sorumlu olduğu,

Bu kapsamda, Hitit Ayaş’ın satış acentesi sıfatıyla devre tatil satış ve pazarlama faaliyetleri kapsamında firma tarafından gerçekleştirilen ticari uygulamalarda; anket çalışmaları, soru-cevap formları ve benzeri yöntemlerle kişisel verileri toplanan tüketicilere ulaşılarak “Hattuşa Vacation Termal Club Ankara” 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 / devre mülk satışı yapılmaya çalışıldığı, devre tatil / 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, söz konusu tanıtım toplantılarında tüketicilere tesis nitelikleri, sözleşme şartları ve tüketicilerin yasal haklarına ilişkin olarak gerçekleri yansıtmayan aldatıcı nitelikte bilgiler verilerek tüketicilerin tecrübe ve bilgi noksanlıklarının istismar edildiği,

Firma tarafından gerçekleştirilen söz konusu ticari uygulamaların, 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, sahibi oldukları devre mülkü ikinci el piyasasında satmayı amaçlayan bazı tüketicilere firma tarafından ulaşılarak ilan edilen satış fiyatından daha yüksek fiyatlar teklif edilmek suretiyle ve tüketicilerin devre mülkünün satın alınacağı vaadiyle firma tarafından pazarlanan devre mülklerden satılarak yeni bir devre mülk satış sözleşmesi imzalandığı, tüketicilere satışı yapılan devre mülkler karşılığında ödemenin yapılabilmesi için bazı tüketicilere ihtiyaç kredisi kullandırıldığı veyahut da tekno marketlerden akıllı telefon satın aldırılarak telefonların nakde çevrildiği, akabinde ise satış departmanın henüz oluşturulmadığı öne sürülerek tüketiciye ait devre mülkün satın alınacağı şeklindeki vaadin yerine getirilmediği, tüketicilerin mağduriyetine yol açan söz konusu ticari uygulamaların da haksız ticari uygulama olarak değerlendirildiği, tüm bu hususların da;

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 62 nci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre, ticari uygulamada bulunan **Suluova İnş. Eml. Taş. Mim. San. ve Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/13 üncü maddeleri uyarınca **8.546-TL (Sekizbinbeşyüzkırkaltı Türk Lirası) idari para ve anılan haksız ticari uygulamaları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**85)**

**Dosya No: 2020/57**

*“Lussoro Bodrum Hotel”*isimli turizm işletmesine ilişkin olarak www.lussorobodrum.com adresli internet sitesinde yayınlanan görsellerin tesisteki mevcut durumu yansıtmadığı ve söz konusu tesisin tanıtımlarında beyan edilen konsepti karşılamadığı  yönündeki iddialara ilişkin görüşme ve değerlendirmelerin **ertelenmesine**  karar verilmiştir.

**DİĞER**

**86)**

**Dosya No: 2019/12784**

\*\*\*\*\* isimli tüketicinin başvurusu üzerine incelemeye alınan, **Lc Waikiki Mağazacılık Hizmetleri Ticaret A.Ş.** ünvanlı firmaya ait mağazada satılan ürünün etiketinde yer alan ifadeler hakkındaki **2019/12784** no’lu dosya ile ilgili görüşme ve değerlendirmelerin **ertelenmesine**  karar verilmiştir.

**87)**

**Dosya No: 2020/51**

**Şikayet Edilen: Faruk KAYABAŞ-By Fako Erkek Kuaförü**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmanın camındaki fiyat tarifesinde yer alan ifadeler

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Yayınlandığı Mecra:** Afiş

**Tespitler:** Firmanın camında yer alan fiyat tarifesinde *“Saç Kesimi 10 TL, Sakal Kesimi 7 TL, Saç Yıkama 5 TL”* ifadelerine yer verildiği ancak Esnaf ve Sanatkarlar MeslekKuruluşları Kanunu kapsamında “berber” esnafının Ankara ili için belirlenen fiyat tarifesinegöre 1.sınıf berberler için saç kesimi 30 TL, sakal kesimi 20 TL, saçyıkama 15 TL, 2.sınıf berberler için saç kesimi 25 TL, sakal kesimi 17 TL, saç yıkama 12,5TL, 3.sınıf berberler için saç kesimi 20 TL, sakal kesimi 15 TL, saç yıkama 10 TL olduğu, Esnaf ve Sanatkarlar Meslek Kuruluşları Kanunu’nun “*Fiyat tarifelerinin tespit şekli”* başlıklı 62 nci maddesinde *“Bu Kanuna tabi esnaf ve sanatkârlarca üretilen mal ve hizmetlerin fiyat tarifeleri, bağlı bulundukları odalarca hazırlanır ve odanın mensubu olduğu birlik yönetim kurulu tarafından fiyat tarifesinin sunulmasından sonra otuz gün içinde onaylanır veya reddedilir. Onaylanan fiyat tarifesi belediye, mülki amirlik ve ilgili odaya yedi gün içerisinde bildirilir ve bu andan itibaren yürürlüğe girer. Fiyat tarifeleri, uygulanacak azami hadleri gösterir.”*hükmü bulunduğu ve firma tarafından tüketicilere sunulan hizmetlere ilişkin fiş/fatura örneklerinin gönderildiği tespit edilmiştir.

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

**88)**

**Dosya No: 2020/52**

**Şikayet Edilen: Davut DEMİRCİ-Davut Erkek Kuaförü**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmanın camındaki fiyat tarifesinde yer alan ifadeler

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Yayınlandığı Mecra:** Afiş

**Tespitler:** Firmanın camında yer alan fiyat tarifesinde *“Saç Kesimi 7 TL, Sakal Kesimi 5 TL, Saç Yıkama 3 TL”* ifadelerine yer verildiği ancak Esnaf ve Sanatkarlar MeslekKuruluşları Kanunu kapsamında “berber” esnafının Ankara ili için belirlenen fiyat tarifesinegöre 1.sınıf berberler için saç kesimi 30 TL, sakal kesimi 20 TL, saçyıkama 15 TL, 2.sınıf berberler için saç kesimi 25 TL, sakal kesimi 17 TL, saç yıkama 12,5TL, 3.sınıf berberler için saç kesimi 20 TL, sakal kesimi 15 TL, saç yıkama 10 TL olduğu, Esnaf ve Sanatkarlar Meslek Kuruluşları Kanunu’nun “*Fiyat tarifelerinin tespit şekli”* başlıklı 62 nci maddesinde *“Bu Kanuna tabi esnaf ve sanatkârlarca üretilen mal ve hizmetlerin fiyat tarifeleri, bağlı bulundukları odalarca hazırlanır ve odanın mensubu olduğu birlik yönetim kurulu tarafından fiyat tarifesinin sunulmasından sonra otuz gün içinde onaylanır veya reddedilir. Onaylanan fiyat tarifesi belediye, mülki amirlik ve ilgili odaya yedi gün içerisinde bildirilir ve bu andan itibaren yürürlüğe girer. Fiyat tarifeleri, uygulanacak azami hadleri gösterir.”*hükmü bulunduğu ve firma tarafından tüketicilere sunulan hizmetlere ilişkin fiş/fatura örneklerinin gönderildiği tespit edilmiştir.

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

**89)**

**Dosya No: 2020/53**

**Şikayet Edilen: Özayce Kuaför Gıda Otomativ İnşaat Turizm Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmanın camındaki fiyat tarifesinde yer alan ifadeler

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Yayınlandığı Mecra:** Afiş

**Tespitler:** Firmanın camında yer alan fiyat tarifesinde *““Saç Kesimi 12 TL, Sakal Kesimi 8 TL, Saç Yıkama 5 TL”* ifadelerine yer verildiği ancak Esnaf ve Sanatkarlar MeslekKuruluşları Kanunu kapsamında “berber” esnafının Ankara ili için belirlenen fiyat tarifesinegöre 1.sınıf berberler için saç kesimi 30 TL, sakal kesimi 20 TL, saçyıkama 15 TL, 2.sınıf berberler için saç kesimi 25 TL, sakal kesimi 17 TL, saç yıkama 12,5TL, 3.sınıf berberler için saç kesimi 20 TL, sakal kesimi 15 TL, saç yıkama 10 TL olduğu, Esnaf ve Sanatkarlar Meslek Kuruluşları Kanunu’nun “*Fiyat tarifelerinin tespit şekli”* başlıklı 62 nci maddesinde *“Bu Kanuna tabi esnaf ve sanatkârlarca üretilen mal ve hizmetlerin fiyat tarifeleri, bağlı bulundukları odalarca hazırlanır ve odanın mensubu olduğu birlik yönetim kurulu tarafından fiyat tarifesinin sunulmasından sonra otuz gün içinde onaylanır veya reddedilir. Onaylanan fiyat tarifesi belediye, mülki amirlik ve ilgili odaya yedi gün içerisinde bildirilir ve bu andan itibaren yürürlüğe girer. Fiyat tarifeleri, uygulanacak azami hadleri gösterir.”*hükmü bulunduğu ve firma tarafından tüketicilere sunulan hizmetlere ilişkin fiş/fatura örneklerinin gönderildiği tespit edilmiştir.

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

**90)**

**Dosya No: 2020/54**

**Şikayet Edilen: İlhami AYDIN (S/N Erkek Kuaförü)**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmanın camındaki fiyat tarifesinde yer alan ifadeler

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Yayınlandığı Mecra:** Afiş

**Tespitler:** Firmanın camında yer alan fiyat tarifesinde *“Saç Kesimi 10 TL, Sakal Kesimi 5TL, Saç Yıkama 5 TL”* ifadelerine yer verildiği ancak Esnaf ve Sanatkarlar MeslekKuruluşları Kanunu kapsamında “berber” esnafının Ankara ili için belirlenen fiyat tarifesinegöre 1.sınıf berberler için saç kesimi 30 TL, sakal kesimi 20 TL, saçyıkama 15 TL, 2.sınıf berberler için saç kesimi 25 TL, sakal kesimi 17 TL, saç yıkama 12,5TL, 3.sınıf berberler için saç kesimi 20 TL, sakal kesimi 15 TL, saç yıkama 10 TL olduğu, Esnaf ve Sanatkarlar Meslek Kuruluşları Kanunu’nun “*Fiyat tarifelerinin tespit şekli”* başlıklı 62 nci maddesinde *“Bu Kanuna tabi esnaf ve sanatkârlarca üretilen mal ve hizmetlerin fiyat tarifeleri, bağlı bulundukları odalarca hazırlanır ve odanın mensubu olduğu birlik yönetim kurulu tarafından fiyat tarifesinin sunulmasından sonra otuz gün içinde onaylanır veya reddedilir. Onaylanan fiyat tarifesi belediye, mülki amirlik ve ilgili odaya yedi gün içerisinde bildirilir ve bu andan itibaren yürürlüğe girer. Fiyat tarifeleri, uygulanacak azami hadleri gösterir.”*hükmü bulunduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firmanın camında yer alan fiyat tarifesinde *“Saç Kesimi 10 TL, Sakal Kesimi 5TL, Saç Yıkama 5 TL”* ifadelerine yer verildiği ancak firma tarafından bu fiyatların eski yıllara aitolduğu ve firmanın içerisinde güncel fiyat tarifesinin olduğunun belirtildiği dolayısıyla firmanın camında yer alan fiyatlara güvenerek hizmet alan tüketicilerden ilan edilen fiyatların üzerinde fiyat talep edilerek tüketicilerin yanıltıldığı,

Bununla birlikte, firmanın camında eski yıllara ait fiyatlara yer verilerek firmadan hizmet almak isteyen tüketicilerden ilan edilen fiyatların üzerinde fiyat talep edildiği 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, söz konusu reklam ve ticari uygulamaların; tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği, bu durumun da;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7, 13, 28, 29, 30 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **İlhami AYDIN (S/N Erkek Kuaförü)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**91)**

**Dosya No: 2020/55**

**Şikayet Edilen: Bayram BAKLA -Emilo Erkek Kuaförü**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmanın camındaki fiyat tarifesinde yer alan ifadeler

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Yayınlandığı Mecra:** Afiş

**Tespitler:** Firmanın camında yer alan fiyat tarifesinde *“Saç Kesimi 7 TL, Sakal Kesimi 7 TL, Saç Yıkama 3 TL”* ifadelerine yer verildiği ancak Esnaf ve Sanatkarlar MeslekKuruluşları Kanunu kapsamında “berber” esnafının Ankara ili için belirlenen fiyat tarifesinegöre 1.sınıf berberler için saç kesimi 30 TL, sakal kesimi 20 TL, saçyıkama 15 TL, 2.sınıf berberler için saç kesimi 25 TL, sakal kesimi 17 TL, saç yıkama 12,5TL, 3.sınıf berberler için saç kesimi 20 TL, sakal kesimi 15 TL, saç yıkama 10 TL olduğu, Esnaf ve Sanatkarlar Meslek Kuruluşları Kanunu’nun “*Fiyat tarifelerinin tespit şekli”* başlıklı 62 nci maddesinde *“Bu Kanuna tabi esnaf ve sanatkârlarca üretilen mal ve hizmetlerin fiyat tarifeleri, bağlı bulundukları odalarca hazırlanır ve odanın mensubu olduğu birlik yönetim kurulu tarafından fiyat tarifesinin sunulmasından sonra otuz gün içinde onaylanır veya reddedilir. Onaylanan fiyat tarifesi belediye, mülki amirlik ve ilgili odaya yedi gün içerisinde bildirilir ve bu andan itibaren yürürlüğe girer. Fiyat tarifeleri, uygulanacak azami hadleri gösterir.”*hükmü bulunduğu ve firma tarafından tüketicilere sunulan hizmetlere ilişkin fiş/fatura örneklerinin gönderildiği tespit edilmiştir.

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

**92)**

**Dosya No: 2020/56**

**Şikayet Edilen: Kenan ÇINAR -Lyon Erkek Kuaförü**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmanın camındaki fiyat tarifesinde yer alan ifadeler

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Yayınlandığı Mecra:** Afiş

**Tespitler:** Firmanın camında yer alan fiyat tarifesinde *“Saç Kesimi 10 TL, Sakal Kesimi 5 TL, Saç Yıkama 3 TL”* ifadelerine yer verildiği ancak Esnaf ve Sanatkarlar MeslekKuruluşları Kanunu kapsamında “berber” esnafının Ankara ili için belirlenen fiyat tarifesinegöre 1.sınıf berberler için saç kesimi 30 TL, sakal kesimi 20 TL, saçyıkama 15 TL, 2.sınıf berberler için saç kesimi 25 TL, sakal kesimi 17 TL, saç yıkama 12,5TL, 3.sınıf berberler için saç kesimi 20 TL, sakal kesimi 15 TL, saç yıkama 10 TL olduğu, Esnaf ve Sanatkarlar Meslek Kuruluşları Kanunu’nun “*Fiyat tarifelerinin tespit şekli”* başlıklı 62 nci maddesinde *“Bu Kanuna tabi esnaf ve sanatkârlarca üretilen mal ve hizmetlerin fiyat tarifeleri, bağlı bulundukları odalarca hazırlanır ve odanın mensubu olduğu birlik yönetim kurulu tarafından fiyat tarifesinin sunulmasından sonra otuz gün içinde onaylanır veya reddedilir. Onaylanan fiyat tarifesi belediye, mülki amirlik ve ilgili odaya yedi gün içerisinde bildirilir ve bu andan itibaren yürürlüğe girer. Fiyat tarifeleri, uygulanacak azami hadleri gösterir.”*hükmü bulunduğu ve firma tarafından tüketicilere sunulan hizmetlere ilişkin fiş/fatura örneklerinin gönderildiği tespit edilmiştir..

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

**93)**

**Dosya No: 2019/12785**

**Şikayet Edilen: Yasin AYDURAN**

**Şikayet Edilen Reklam:** İlgili şahıs tarafından üretilen “Yasin Ayduran Sürmene El Yapımı”

bıçaklarının ambalajında/üzerinde yer alan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj

**Tespitler:** Reklam Kurulu’nun 18.06.2019 tarih ve 285 sayılı toplantısında, Yasin Ayduran 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 firma tarafından söz konusu bıçakların satışının devam ettiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Reklam Kurulu’nun 18.06.2019 tarih ve 285 sayılı toplantısında, Yasin Ayduran tarafından üretilen bıçakların üzerinde yer verilen “Sürmene Bıçakları” ifadesini içeren reklam ve tanıtımların, söz konusu ürünlerin 22.02.2018 tarih ve 329 sayı ile tescil altına alınan Sürmene Bıçağı coğrafi işaret tesciline uygun nitelikte üretilmediği gerekçesiyle durdurulmasına karar verilmesine karşın Denizli Ticaret İl Müdürlüğü tarafından 06.11.2019 tarihinde yapılan denetimlerde söz konusu bıçakların şahsa ait mağazada ve https://www.facebook.com/photo.php?fbid=10217119833967396&set=pcb.10217119842407607&type=3&theater, https://www.instagram.com/atasanbicak/p/Bp7A-2RlZXY/ ve https://www.n11.com/magaza/atasanbicak adresli internet sitelerinin 15.01.2020 tarihli görünümlerinde reklam ve tanıtımının devam ettiği ve ilgili ürünlerin yukarıda belirtilen Coğrafi İşaret tesciline uygun nitelikte olmadığı 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 **Yasin AYDURAN** adlı şahıs hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri dahilinde belirtilen hususlara ilişkin olarak **104.781-TL (Yüzdörtbinyediyüzseksenbir Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**94)**

**Dosya No: 2019/12786**

**Şikayet Edilen: Harun Reşit PEKŞEN**

**Şikayet Edilen Reklam:** İlgili şahıs tarafından üretilen Pekşen Paslanmaz Bursa bıçaklarının ambalajında/üzerinde yer alan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj

**Tespitler:** Şikayete konu ürün üzerinde “Pekşen Paslanmaz Bursa” ifadesinin yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Harun Reşit Pekşentarafından üretilen bıçakların üzerinde “Pekşen Paslanmaz Bursa” ifadelerine yer verildiği ancak söz konusu ürünün 15.02.2018 tarihinde 326 sayı ile tescil altına alınan Bursa Bıçağı Coğrafi İşaret tesciline uygun nitelikte üretilmediği, bu çerçevede ilgili ürün üzerinde "Bursa" ifadesinin bulunmasının mevzuata aykırı olduğu

Bu nedenle, inceleme konusu reklamların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,reklam veren **Harun Reşit PEKŞEN** isimli şahıs hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri dâhilinde belirtilen hususlara ilişkin olarak **anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine **karar** verilmiştir.

**95)**

**Dosya No: 2019/12787**

**Şikayet Edilen: Vildan BAKAROĞLU**

**Şikayet Edilen Reklam:** İlgili şahıs tarafından üretilen Bakaroğlu Paslanmaz Bursa bıçaklarının ambalajında/üzerinde yer alan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj

**Tespitler:** Şikayete konu ürün üzerinde “Bakaroğlu Paslanmaz Bursa” ifadesinin yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Vildan Bakaroğlutarafından üretilen bıçakların üzerinde “Pekşen Paslanmaz Bursa” ifadelerine yer verildiği ancak söz konusu ürünün 15.02.2018 tarihinde 326 sayı ile tescil altına alınan Bursa Bıçağı Coğrafi İşaret tesciline uygun nitelikte üretilmediği, bu çerçevede ilgili ürün üzerinde "Bursa" ifadesinin bulunmasının mevzuata aykırı olduğu

Bu nedenle, inceleme konusu reklamların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

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

**96)**

**Dosya No: 2019/9481**

**Şikayet Edilen: Erdoğan AKTAŞ – Meander Web Tasarım & Multimedya Yayıncılık (Benim İşletmem Destek)**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.benimisletmemdestek.com adresli internet sitesi ile [www.facebook.com](http://www.facebook.com) ile [www.instagram.com](http://www.instagram.com) adresli sosyal paylaşım sitelerinde firmaya ait sayfalarda yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 03.12.2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Kuruluşa ait https://benimisletmemdestek.com/ adresli internet sitesinin 03.12.2019 tarihli görünümünde örnek olarak;

*-* Ana sayfada; *"...Profesyonel ekibimiz iş yerinizi ziyaret ediyor. İşletmenizi Google Benim İşletmem (Google Haritalar), Apple Haritalar, Yandex Haritalar, Facebook Yerler, Bing Haritalar, Here, Foursquare, Yelp kaydını yaparak veya kayıtlarınızı kontrol ederek tüm platformlarda görünür olmanızı sağlamaktadır...Google Benim İşletmem; işletmelerin ve kuruluşların Arama ve Haritalar da dahil olmak üzere Google’daki çevrimiçi varlıklarını yönetmelerini sağlayan ücretsiz ve kullanımı kolay bir araçtır...Google Benim İşletmem Güvenilir Doğrulayıcı servisi, işletmelerin Google tarafından yetkilendirilmiş uzman temsilciler tarafından doğrulanmasını sağlayan bir hizmettir. Posta ile, telefonla veya e-posta ile doğrulamada sorun olması durumunda, Google Benim İşletmem temsilcilerimizden yardım isteyebilirsiniz...Benim İşletmem konusunda uzman, Google temsilcileri tarafından iş yeriniz ziyaret edilmekte, işletmeniz doğrulama politikalarına uygunsa doğrulanmaktadır..Google Benim İşletmem hesabınızı düzenler, hesabınızı onaylar, içeriğinizi, anahtar kelimelerinizi,* *kategorinizi optimize eder, işletmenizin, ürünlerinizin fotoğraflarını çeker, ücretsiz web sitenizi oluşturur, yayınlar hakkında bilgi verip hesabınızı nasıl kullanmanız gerektiği konusunda sizi birebir bilgilendirir...Bunun için size https://benimisletmemdestek.com/dogrulama-ekibi/ ile iletişime geçebilirsiniz..." ,*

- "Google Benim İşletmem Sıkça Sorulan Sorular" başlığı altında; *"...Google Benim İşletmem’i herkes ücretsiz olarak kullanabilir. Evet, gerçekten öyle... Ücretsiz web sitesi kurma aracı kaydınızdaki bilgilerle otomatik olarak basit bir web sitesi oluşturur. Ayrıca, ücretsiz web sitenizi işletmenize göre özelleştirmek için...Google Benim İşletmem, işletmenize Google’da herkese açık bir kimlik ve varlık kazandırarak mevcut web sitenizi tamamlar. İşletmenizle ilgili verdiğiniz bilgiler Google Arama, Haritalar ve Google+’da gösterilebilir....Google aracılığı ile doğrulamalısınız. Çoğu işletme için doğrulama, Google’dan bir doğrulama posta kartı isteme, bu posta kartını alma ve okuma anlamına gelir. Başka doğrulama seçeneklerini de kullanabilirsiniz...İşletme sahipleri sadece 15 dakika içinde harika bir reklam kampanyası oluşturabilir ve yeni müşterilerine ulaşmaya başlar. Google’ın en iyi reklam teknolojisiyle güçlendirilen AdWords Express, işletmelerin reklam hedeflerine (daha fazla müşteri telefon araması, dükkanlarına ziyaretçi çekme veya web sitesine yönlendirme) dayalı sonuçlar verir...AdWords uzmanlarından oluşan özel ekibimiz size yardım için hazır. Hesap kurulumu ve Google desteği için bize 0811 213 01 51\* numaralı telefondan ulaşabilirsiniz...Reklam kampanyaları için günlük 15 TL ve üzeri bütçe belirleyen müşterilere. Günlük bütçe faaliyet gösterdiğiniz sektör ve hedeflerinize göre değişebilir lütfen danışmanlarımızdan bilgi alınız. Hafta içi 09.00-18.00" ,*

- "Benim İşletmem Güvenilir Doğrulayıcı Takımı" başlığı altında; *"...Google Benim İşletmem hizmeti Google tarafından sunulan ücretsiz bir servistir. İşletmenizi buradan kendiniz de ekleyebilirsiniz...Ekibimizdeki kişiler haritalar ve benim işletmem konusunda uzman, Google tarafından bu konuda eğitilmiş ve sınavla sertifika almış, özel uygulamaları ile işletmeleri doğrulayabilen Google Temsilcisidir. Doğrudan Google çalışanı değildir..."* ifadeleri ile;

- "Destek Alanların Hikayeleri" başlığı altında*; "...Adresimiz alakasız bir yerde görünüyordu. Hiç kimse adresimizi bulamıyordu...Bize Benim İşletmem hesabını kullanmayı öğrettiler..Şimdi reklam bile yapabiliyoruz...İşletme doğrulamamız yapıldı. Müşterilerimiz artık kolayca kapımıza kadar gelebiliyor..."* gibi kullanıcı yorum, teşekkür, övgü ve onay ifadelerine yer verildiği;

www.facebook.com adresli sosyal paylaşım sitesinin 03.12.2019 tarihli görünümünde kuruluşa ait “Benim İşletmem” kullanıcı isimli sayfada yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *"...Google Benim İşletmem Destek Hizmeti Satış Fiyatı: 472 TL..Google'da arama yapan milyonlarca kişiye daha kolay ulaşın. 360 derece pazarlama ile işinizi büyütüyoruz. Dijital dünyada görünür olun!...@PianoHotel.tr #İzmirOtelleri araması ile Google aramalarında öne çıkıyor, Google Benim İşletmem hesabı ve Google Sanal Turu sayesinde her gün yüzlerce ziyaretçi tarafından ziyaret ediliyor. Siz de @benimisletmem ile rakiplerinize fark yaratın...Google Benim İşletmem ile fark edilirsiniz. Her ay size de bu raporlar gelir. Kayıt ve destek için bizimle iletişime geçin...Google Benim İşletmem gittikçe önemi artan bir Google uygulaması. Reklam ve Arama Motoru Optimizasyonundan çok daha düşük maliyetlerle Google da görünür olabilirsiniz..."* gibi ifadeler ile kullanıcı yorum, teşekkür, övgü ve onay ifadelerine yer verildiği;

www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinin 20.09.2018 tarihli görünümünde kuruluşa ait “benimisletmem” kullanıcı isimli sayfada yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *"...@PianoHotel.tr #İzmirOtelleri araması ile Google aramalarında öne çıkıyor. Google Benim İşletmem hesabı ve Google Sanal Turu sayesinde her gün yüzlerce ziyaretçi tarafından ziyaret ediliyor. Siz de @benimisletmem ile rakiplerinize fark yaratın... Google’ın sunduğu Dijital Atölye’deki ücretsiz derslere göz atın, internette başarıyı yakalayın!.."* gibi ifadelere yer verildiği;

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar**: İnceleme konusu internet sitelerinde; kuruluşun ismini "Google Benim İşletmem Destek" olarak nitelendirdiği ve "Google LLC." şirketinin tanınmış "Google" markasını, hizmetlerinin Google tarafından onaylanmış, desteklenmiş ya da Google ile ilişkili ve bağlantılı olduğu izlenimini yaratacak ve tüketicinin yanıltılmasına yol açacak şekilde kullandığı ve bu doğrultuda, mesleki özenin gereklerine uymayan ve ulaştığı ortalama tüketicinin sunulan bu hizmete ilişkin ekonomik davranış biçimini önemli ölçüde bozan veya bozma ihtimali olan bir haksız bir ticari uygulama yarattığı;

Diğer taraftan, gerek tanıtımlarda gerekse de kullanıcı yorumlarında sunduğu hizmetlere ilişkin ücretsiz vurgusunun yapıldığı ve ücretsiz bir hizmet sunduğu algısının yaratıldığı; ancak firma tarafından iş yeri ziyareti, birebir destek ve hesap yönetimi gibi hizmetlerin ücretli olduğunun ana vaat haricindeki detaylarda sunulduğu ve bu şekilde, söz konusu tanıtımlarda tüketicilerin yanıltıldığı; tüm bu durumların da;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5, 11, 29/2, 29/3 ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi.

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

Buna göre, reklam veren “**Erdoğan AKTAŞ –Benim İşletmem Destek**” 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.

**97)**

**Dosya No: 2018/256**

MAYA AKADEMİ isimli kuruluş tarafından sunulan “estetisyenlik kursu&güzellik uzmanlığı eğitimi”nin MEB sertifikalı olup olmadığının ve söz konusu kursun kaç saat düzenlenmesi gerektiğinin araştırılması amacıyla MEB ile yazışılmasına ve dolayısıyla söz konusu dosyanın **ertelenmesine**  karar verilmiştir.

**98)**

**Dosya No: 2019/8494**

**Şikâyet Edilen: BİM Birleşik Mağazalar A.Ş**

**Şikâyet Edilen Reklâm:** "BİM" logosunun içeriğinde yer alan "TOPTAN FİYATINA PERAKENDE SATIŞ" ibaresi.

**Reklam Yayın Tarihi:** 24 yıldır ve hala (2019)

**Yayınlandığı Mecra:** Tabela, broşür, internet vs.

**Tespitler:** Muhtelif mecralarda "BİM" logosunun içeriğinde "TOPTAN FİYATINA PERAKENDE SATIŞ" ibaresinin yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan değerlendirmeler sonucunda, BİM BİRLEŞİK MAĞAZALAR A.Ş unvanlı firma tarafından satışa sunulan 740 ürünün toptan fiyatının perakende fiyat olarak tüketicilere satılıp satılmadığına ilişkin daha detaylı bir araştırılma yapılması amacıyla ihtisas komisyonuna sevk edilmesi ve dolayısıyla söz konusu dosyanın **ertelenmesine**  karar verilmiştir.

**HAKSIZ TİCARİ UYGUMALAR**

**99)**

**Dosya No: 2019/12774**

**Şikayet Edilen: Düzey İleri Bilgisayar Teknolojileri Eğitim Araştırma Geliştirme İç Dış Ticaret Anonim Şirketi**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 2018

**Yayınlandığı Mecra:** Diğer

**Tespitler:** Firma tarafından tüketicilere ingilizce set tanıtımı yapılarak 14 gün deneme süresinin olduğunun ve bu süre içerisinde iade talebinde bulunulursa cihazı geri verip herhangi bir ücret ödenmeyeceğinin söylendiği, uygulamada aktivasyon kodunu girince 14 günün başladığı, istenmediği ve kod girilmediği sürece geçerli olmayacağının ifade edildiği, memnun kalınmadığı takdirde 14 günlük süre içerisinde cayma hakkının kullanılabileceğinin belirtildiği, 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 tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firma tarafından tüketicilere İngilizce set tanıtımı yapılarak 14 gün deneme süresinin olduğunun ve bu süre içerisinde iade talebinde bulunulursa cihazı geri verip herhangi bir ücret ödenmeyeceğinin söylendiği, uygulamada aktivasyon kodunu girince 14 günün başladığı, istenmediği ve kod girilmediği sürece geçerli olmayacağının ifade edildiği, memnun kalınmadığı takdirde 14 günlük süre içerisinde cayma hakkının kullanılabileceğinin belirtildiği, 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,

Dolayısıyla inceleme konusu ticari uygulamanın;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Düzey İleri Bilgisayar Teknolojileri Eğitim Araştırma Geliştirme İç Dış Ticaret Anonim Şirketi** 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 Konuşulması**

**4.1.)**

**Dosya No: 2019/10332**

**Vodafone Net İletişim Hizmetleri A.Ş.** tarafından yayınlanan "Yaşlandırmayan Ev İnterneti" başlıklı reklamlar hakkında Reklam Kurulu’nun 10.12.2019 tarih ve 291 sayılı toplantısında verilen anılan reklamları durdurma cezası kararına karşı yapılan ***itirazın reddine*** karar verilmiştir.

**4.2)**

**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.