**T.C.**

**TİCARET BAKANLIĞI**

**Reklam Kurulu Başkanlığı**

**BASIN BÜLTENİ**

**Toplantı Tarihi :** 3 Mart 2020

**Toplantı Sayısı :** 294

**İLETİŞİM HİZMETLERİ**

**1)**

**Dosya No: 2019/12338**

**Şikayet Edilen:** **Demirören TV Digital Platform İşletmeciliği A.Ş.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

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

**Tespitler:** Başvuru sahibi tüketicinin aboneliğinin 03.09.2019 tarihinde başladığı, tüketicinin firmaya da şikayette bulunduğu ancak bayı kanalıyla satış gerçekleştiği için firma tarafından görüşme kayıtlarına ulaşılamadığı, tüketicinin aboneliğinin müşteri memnuniyeti kapsamında cayma bedelsiz iptal edildiği hususları tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar**: \*\*\*\*\* isimli tüketicinin, firma bayi temsilcisi tarafından aranarak "bugüne özel" TV + internet hizmetinin çok uygun fiyata olduğu söylendiği, ayrıca bu paketin içinde şampiyonlar ligi maçlarının da izlenebildiği ve eski modemin ücretsiz olarak kullanılmaya devam edilebileceğinin bilahare belirtildiği, bunun üzerine teklifi onaylan tüketiciye kuruluma gelindiğinde ise şampiyon ligi hizmetinin söz konusu paket kapsamında verilmediği belirtilerek ayrıca modemin uyumlu olmadığı gerekçesiyle her ay faturaya ek 8TL karşılığında yeni modem alabileceğinin söylendiği, böylece tüketiciye yanlış bilgi verilmek suretiyle abonelik teklifi sunulduğu, tüketici bunu tespit etmesi üzerine derhal abonelik iptal talebinde bulunduğunda ise önce haklı bulunarak ücretsiz iptalin yapılabileceğinin söylendiği ancak bir başkasıyla yapılan görüşmede 490TL cayma bedeli faturası yansıtılacağının belirtildiği, böylece tüketicinin ani bir karar vermesini sağlamak ve bilinçli bir tercih yapması için gerekli fırsat veya zamandan mahrum bırakmak amacıyla gerçeğe aykırı olarak hizmetin sadece çok kısıtlı bir süre içerisinde-bugüne özel - belirli şartlar altında sunulacağı ve şampiyonlar ligi hizmetinin de pakete dahil olduğu ve modemin ücretsiz kullanılacağı vaatlerinin gerçeği yansıtmadığı,

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

Diğer taraftan, konuya ilişkin açıklamalar 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, nitekim tüketicinin de firmaya bu duruma ilişkin şikayette bulunduğu, 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 **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**2)**

**Dosya No: 2019/12339**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** Vodafone Uygulaması üzerinden “*kazandıran soru, çekiliş yok, kura yok, katılan herkese 1GB internet hediye”* şeklinde yapılan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Vodafone uygulamasında "kazandıran soru" başlığı altında "*1GB Çekiliş yok! Kura yok, katılan herkese tam 1GB internet hediye! Hemen kazandıran sorulara katıl, 1GB internet anında cebinde. Ayrıca eğlenceli soruları bil, puanları topla, 1GB internet daha kazan!”* şeklinde tanıtımlara yer verildiği, hemen incele butonuna tıklandığında ise "*Kazandıran sorular servisine aboneliğinizi başlatmak için cep telefonunuza gönderilen tek kullanımlık şifreyi giriniz. Abonelik ücreti aylık vergiler dahil 28TL"* şeklinde mesaj gönderildiği,

Bununla birlikte, Vodafone uygulamasında “hikaye” kısmında *"1GB HEDİYE"* ifadesine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar**: Vodafone uygulamasında "kazandıran soru" başlığı altında "*1GB Çekiliş yok! Kura yok, katılan herkese tam 1GB internet hediye! Hemen kazandıran sorulara katıl, 1GB internet anında cebinde. Ayrıca eğlenceli soruları bil, puanları topla, 1GB internet daha kazan!*" ile hikaye kısmındaki "1GB HEDİYE" şeklinde yer alan tanıtımlar üzerine "hemen incele" butonuna tıkladığı, 1 GB hediye internet kazanmak için sms onayı talep edildiği, "*Kazandıran sorular servisine aboneliğinizi başlatmak içn cep telefonunuza gönderilen tek kullanımlık şifreyi giriniz. Abonelik ücreti aylık vergiler dahil 28TL"* şeklinde çekilişsiz, kurasız hediye vaadiyle tanıtımı yapılan 1GB internet için aylık 28TL abonelik ücreti talep edildiği, diğer bir ifadeyle kampanya kapsamında çekilişsiz, kurasız herkesi hediye verilen 1 GB internetin 28TL'lik abonelik karşılığında sunulmasının hediye mantığıyla çeliştiği, dolayısıyla "1GB internet hediye" tanıtımlarının gerçeği yansıtmadığı ve tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu, ayrıca tüketiciler abone olunca 1GB hediye internetin de yüklenmediği, tüketicilerin 1 GB hediye internet paketini yükleyebilmeleri için oyna.kazandiransorular.com adresine giriş yaparak ödüller sekmesi üzerinde yüklemeyi tamamlamaları gerektiği ancak bu önemli bilgiye ana vaat niteliğindeki smste yer verilmediği, böylece tüketicilere hem hediye internetin yüklenmediği hem de abonelik ücretinin tahsil edildiği,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

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

**3)**

**Dosya No: 2019/12342**

**Şikayet Edilen:** **TT Mobil İletişim Hizmetleri A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Selfy mobil uygulamasında “Sana özel teklifler” başlığı altında yer alan kampanya tanıtımları

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Selfy uygulamasında "Sana Özel Teklifler" başlıklı sayfada; "*Selfynin sosyal tarifeleri daha bol internetli. Facebook Instagram Twitter ve Youtubeun hepsinde geçerlidir. Gel Kazan Kampanya hediyesi 12 ay boyunca geçerlidir.* "*12 ay boyunca Türk Telekom faturalı mobil tarifelerinde kalma sözü verdiysen aylık ücret 12 fatura dönemi boyunca 41TLdir."* İfadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

Diğer taraftan, tüketicinin müşteri temsilcileriyle yaptığı görüşmede kampanya katılımının gerçekleşmediği ifade edilerek düzeltme yapıldığı ve güncel faturanın değiştiği ifade edilmektedir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan inceleme sonucunda, tüketiciye yansıtılan faturanın aynı dönemde iki farklı tarifeden faydalanmasından kaynaklandığı, tüketicinin 10gb 750dk 5000sms 35tllik sosyal large paketine üye olduğu ve 36TL’lik faturalar ödediği, dolayısıyla başka bir pakete üye olarak 41TL’nin de altında ücretler ödediği tespit edilmiş olup dolayısıyla Selfy uygulamasındaki tanıtımlarda Reklam mevzuatı kapsamında herhangi bir aykırılık tespit edilmediği gerekçesiyle anılan tanıtımların 6502 sayılı Kanun’un 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**4)**

**Dosya No: 2019/12346**

**Şikayet Edilen:** **Demirören TV Digital Platform İşletmeciliği A.Ş.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** Ekim 2019

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

**Tespitler:** Firma ile tüketici arasından yapılan telefon görüşmesinde, tüketicinin aynı sorunu müşteri temsilcisine ilettiğinde tarife hızının “8 Mbps’ye kadar” olduğu ifade edilerek telefonda iken speedtest uygulaması üzerinden halihazırda indirme hızının test edildiği, uygulamada indirme hızının 7,93 mbps olduğu, dolayısıyla müşteri temsilcisi tarafından da “8 Mbps’e kadar limitsiz paketinizin hızında bir sorun yok” dendiği, ayrıca tüketicinin imzaladığı sözleşmede de 8 Mbps’e kadar” hız ifadesine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar**: Yapılan inceleme sonucunda, tüketicinin onay verdiği ve sözleşme imzaladığı tarife hızının "8 Mbps'e kadar limitsiz" olduğu ve telefon görüşmesinde yapılan Speedtest'te 7.93 indirme hızında hizmet alabildiği, 164TL faturasının da Kasım ve Aralık döneminin tek fatura halinde yansıtıldığı, dolayısıyla tarife ücretinde ve hızında 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: 2019/12363**

**Şikayet Edilen:** **TTNET A.Ş.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

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

**Tespitler:** Başvuru sahibi tüketici ile müşteri temsilcileri tarafından yapılan aramalarda, tüketiciye farklı fiyatlardan farklı paket teklifleri yapıldığı, taahhüdün yenilenmesi için *“en uygun fiyat bu, paket fiyatları yükseliyor, daha sonra yaptırmak isterseniz daha yüksek fiyatta olacak”* şeklinde beyanlara yer verildiği, tüketicinin teklifleri kabul etmediği, daha sonra internetten bakarak kendisine uygun pakete abone olmak için taahhüdünün bitmesine 1 aydan az süre kala Aralık ayında bizatihi aradığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar**: \*\*\*\*\*\* isimli tüketicinin Ttnet abonesi olduğu ve taahhütlü aylık 69TL ödediği, Ocak ayında bitecek taahhütlü aboneliği içn Ağustos ayından itibaren firmanız müşteri hizmetleri tarafından yeni teklifler sunulmak üzere arandığı, bu aramalardan ilkinde Ocak ayından itibaren aylık abonelik ücretinin 160TL ve üzeri olabileceği, bu sebeple kota sınırı olmayan yine 24 ay taahhütlü aylık sabit 105TL'lik bir paket tanıtımı yapıldığı, tüketicinin 69TL ödediği internet paketi için %50 zam gelmesinin normal olmadığını söylediğinde, 2 yıl önceki taahhütlü paketin fiyatının 69TL olduğu şu an en düşük 130-140TL civarlarında abonelerin ödeme yaptığı, eski abone olduğu için tüketiciye full paket üzerinden en uygun en indirimli paketin sunulduğu, tüketicinin paket fiyatının kendisi için uygun olmadığını söylemesine rağmen 9 dakikalık konuşma boyunca ısrarla teklifin sürdürüldüğü, *"paket fiyatları yükseliyor, şu an en uygun fiyat bu" , "daha sonra yaptırmak isteseniz bile daha yüksek fiyat olacak"* şeklinde tüketicinin yeni teklifi kabul ederek aboneliğe devam etmesi için ısrar edildiği,

Yine bir başka müşteri temsilcisi tarafından yapılan aramada "*internet indiriminizin* *devam etmesi/güncellenmesi için aradım, önemli bir durum*" diyerek 35 Mbps'e kadar hızla limitsiz devam etmesi halinde güncelleme yapıldığında herşey dahil 2 yıl boyunca 114,90TL sabit fiyat ödeneceği bilgisi verildiği, tüketicinin Turkcell'in taşınabilir Superbox teklifi yaptığını, onu daha cazip bulduğunu söylediği, bunun üzerine 94,90TL'lik yeni bir teklifin tüketiciye sunulduğu, tüketicinin "sınırsız olup da en ucuz teklif edeceğiniz paket ne?" diye sorması üzerine de 24 Mbps hız limitsiz 99,90TL'lik fiyatlı bir paketin sunulması üzerine tüketicinin teklifi kabul etmediği, böylece tüketicinin taahhüdünün sona ermesine daha çok süre olmasına rağmen müşteri temsilcileriniz tarafından ısrarla aranarak yüksek fiyattan yeniden abone yapmaya zorlandığı,

Ancak, tüketici internet sitesinde yaptığı araştırma neticesinde müşteri temsilcilerini bizatihi aradığı ve yaptığı yeni anlaşma neticesinde kendisi için en uygun 24 ay taahhütlü 16 Mbps'e kadar evde sınırsız internet kampanyası ile aboneliğini devam ettirmeye karar verdiği, 24 ay boyunca aylık ödemenin 84,90TL olacağının söylendiği, böylece müşteri temsilcileriniz tarafından tüketiciye sunulan abonelik yenileme teklifleri ile tüketicinin kısıtlı zaman içerisinde yüksek fiyatlı paketleri kabul etmesi yönünde tercih yapmaya zorlandığı, dolayısıyla telefon aracılığıyla yapılan tanıtımların tüketicileri yanıltıcı ve yanlış yönlendirici nitelikte olduğu, ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği, ayrıca tüketici telefonda bilahare sormasına rağmen daha uygun fiyatlı kampanyaların tanıtımını yapmayarak sunulan teklifin kabulü için diretildiği, böylece tüketiciden bu bilgileri gizlemek koşuluyla yapılan aramaların haksız ticari uygulama kabul edildiği,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre, reklam veren **TTNET 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 cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**6)**

**Dosya No: 2019/12503**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** “Uyumlu tarife” paketlerinin engellilere uygulanmadığı iddiası.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.vodafone.com.tr adresli internet sitesinde "Sosyal Destek Kampanyası İndirim Fiyatları" başlığı altında sosyal destek tekliflerine özel indirimli fiyat detaylarının yer aldığı, 33TL-36TL-39TLlik "Uyumlu Tarife" paketlerinin engellilere, şehit ailelerine ve gazilere 22-23-26TL olarak indirim uygulanacağına ilişkin tanıtımlara yer verildiği tespit edilmiştir.

Ayrıca firma tarafından gönderilen ses kaydı dinlendiğinde tüketicinin engelli olduğuna dair herhangi bir beyanda bulunmadığı gibi engelli tarifelerine ilişkin de bilgi almadığı, tamamen farklı bir konudan arama yaptığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan inceleme sonucunda, başvuru sahibi tüketicinin engelli olduğuna dair firmaya herhangi bir belge sunmadığı ve bu konu hakkında telefonla bilgi talebinde bulunmadığı, engelli belgesini iletmesi halinde kampanyadan faydalanabileceği tespit edilmiş olup dolayısıyla tarife tanıtımlarında Reklam mevzuatı kapsamında herhangi bir aykırılık tespit edilmediği gerekçesiyle anılan tanıtımların 6502 sayılı Kanun’un 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**7)**

**Dosya No: 2019/12788**

**Şikayet Edilen:** **TTNET A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** <http://bireysel.turktelekom.com.tr> adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** Eylül 2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <https://bireysel.turktelekom.com.tr/evde-internet> adresli internet sitesinde yapılan "*Türkiyenin fiber gücü Türk Telekom’a gelin, internet hızınızı ikiye katlayın"*  başlıklı kampanya tanıtımlarında; *"limitsiz fiber internet herşey dahil 74,90TL/ay" "İlk 6 ay boyunca 2 kat hız*" şeklinde ifadelere yer verildiği, paket seçenekleri kısmında 6—8-12-16-24 Mbps hız paketli aboneliklerde ilk 6 ay boyunca 12-16-24-35-50 Mbps hızda sunulacağı bilgisine yer verildiği, hız konusunda kampanya detaylarında da detaylı bilgilendirme yapıldığı, kampanya paketlerinde bağlantı hızının “e kadar” olarak ifade edildiği, fiber internet olan paketlerin “limitsiz fiber internet” olarak ayrıca belirtildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan inceleme sonucunda, söz konusu kampanya tanıtımlarında Reklam mevzuatı kapsamında herhangi bir aykırılık tespit edilmediği gerekçesiyle anılan tanıtımların 6502 sayılı Kanun’un 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**ÖRTÜLÜ REKLAM**

**8)**

**Dosya No: 2019/1821**

**Şikayet Edilen: Çiğdem BERBERGÜZELİ ÖZTÜRK (Mersi Dergisi)**

**Şikayet Edilen Reklam:** "Mersi" adlı derginin Şubat 2017 tarihli sayısında yer alan "*Dijital Diş Hekimliği Dönemi"* başlıklı yazı.

**Reklam Yayın Tarihi:** Şubat 2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Dergi

**Tespitler:** "Mersi" adlı derginin Şubat 2017 tarihli sayısında yer alan "*Dijital Diş Hekimliği Dönemi"* başlıklı yazıda dijital diş hekimliği uygulaması olan "CEREC" sistemi hakkında Diş Hekimi Bülent SAĞLAM ile yapılan röportaj içerisinde;

*“33 yıldı Mersin'de ağız ve diş sağlığı, diş estetiği ve gülüş tasarımı alanlarında hizmet veren Diş Hekimi Bülent Sağlam, dijital diş hekimliği uygulamalarını Mersi okuyucuları için anlattı. 1956 Niğde doğumlu Diş Hekimi Bülent Sağlam, 1979 yılında Gazi Üniversitesi Diş Hekimliği Fakültesi'nden mezun. 20014 yılından bugüne Diş Hekimi Deniz Çeken ile birlikte Mersin Çamlıbel'de yer alan Özel Elitdent Ağız ve Diş Sağlığı kliniğinde hizmet veriyorlar. Meslek odası başta olmak üzere çeşitli sivil toplum örgütlerinde çalışan ve halen çalışmakta olan Sağlam, mesleki ve toplumsal olaylara karşı duyarlı ve sorumluluk duygusu içinde olan bir hekim olarak görevini sürdürüyor. Diş Hekimliği alanında birçok endikasyonun kolayca, hızlı bir şekilde tedavisi için modern çözümlerden bir tanesi olan 'Dijital Diş Hekimliği" uygulamaları hakkında merak ettiklerimizi anlattı.(...) Tüm bu işler için kullanılan CEREC teknolojisi ile diş yapımı o denli rahattır ki hastanın koltuktan kalkmasına dahi gerek olmadan tamamlanır. Yapılan dolgularda dişler arası gıda alımı hiç olmaz, dişlere güzel bir estetik ve dayanıklılık verilir. Bunu yanı sıra kullanılan materyallerin diş ve diş etleri uyumları da çok başarılıdır.(...)"*  gibi ifadelerin ve Diş Hekimi Bülent SAĞLAM'ın poliklinikte yer alan fotoğraflarının kullanıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** "Mersi" adlı derginin Şubat 2017 tarihli sayısında yer alan "*Dijital Diş Hekimliği Dönemi"* başlıklı yazı içerisinde, Özel Elitdent Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği bünyesinde faaliyet gösteren Diş Hekimi Bülent SAĞLAM'ın özgeçmişinin anlatıldığı, kendisinin ve polikliniğin fotoğraflarına yer verildiği; ayrıca, polikliniğin Mersin Çamlıbel'de bulunduğunun vurgulandığı; bununla birlikte, adı geçen diş hekimi tarafından uygulanan CEREC sistemi adlı tedavi yönteminin avantajlı yönlerinin ön plana çıkarıldığı; bu nedenle, tüketicilerin aydınlatılma, bilgilendirilme ihtiyacını karşılama ve haber verme amacının dışına çıkılarak Diş Hekimi Bülent SAĞLAM ve Özel Elitdent Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği'nin 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 **Çiğdem BERBERGÜZELİ ÖZTÜRK** isimli şahıs hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**9)**

**Dosya No: 2019/4718**

**Şikayet Edilen: Çiğdem BERBERGÜZELİ ÖZTÜRK (Mersi Dergisi)**

**Şikayet Edilen Reklam:** "Mersi" adlı derginin Haziran 2017 tarihli sayısında yer alan "Diş Hekimi Erdoğan Ertek Yeni Kliniğini Mezitli'de açtı" başlıklı yazı.

**Reklam Yayın Tarihi:** Haziran 2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Dergi

**Tespitler:** “Mersi" adlı derginin Haziran 2017 tarihli sayısında yer alan "*Diş Hekimi Erdoğan Ertek Yeni Kliniğini Mezitli'de açtı"* başlıklı yazıda Diş Hekimi Erdoğan ERTEK ile yapılan röportaj içerisinde; *“Başarılı Diş Hekimi Erdoğan ERTEK, Maxima Plaza 4. Katta yeni kliniğini muhteşem bir tören ile açtı. W Organizasyon tarafından gerçekleştirilen açılış kokteylinde, iş ve sosyal yaşam dünyasından birçok seçkin davetli katıldı. W Organizasyon tarafından gerçekleştirilen açılış kokteyline Erdemli Belediyesi Başkanı Mükerrem Tollu’nun yanı sıra işe ve sosyal yaşam dünyasının birçok seçkin ismi katıldı. Açılış kokteylinde MERSİ’ye özel açıklamalarda bulunan Diş Hekimi Erdoğan Ertek: “Mersinliler için böylesine güzel bir diş kliniğini hizmete açtığımız için çok mutluyum. Kliniğimizde, Oral Diagnoz ve Radyoloji, Periodontoloji – Pembe Estetik, İmplant Tedavisi, Protetik Diş Tedavisi, Endodonti – Kanal Tedavisi, Çene Eklemi Problemleri ve Bruksizm, Estetik Diş Hekimliği, Bleaching – Beyazlatma, Ağız, Diş ve Çene Cerrahisi, Lazer Destekli Diş Hekimliği, Restoratif Diş Tedavisi ve Pedodonti – Çocuk Diş Hekimliği hizmetleri veriyoruz.” Dedi ve açılışa katılan bütün konuklara teşekkür etti. Kokteyl boyunca konukları ile yakından ilgilenerek örnek bir ev sahipliği sergileyen Erdoğan Ertek, misafirlerini gezdirerek kliniği hakkında bilgiler verdi.”* gibi ifadelerin kullanıldığı ve açılışa katılan misafirlerin fotoğraflarına yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** "Mersi" adlı derginin Haziran 2017 tarihli sayısında yer alan *"Diş Hekimi Erdoğan Ertek Yeni Kliniğini Mezitli'de açtı"* başlıklı yazı içerisinde Diş Hekimi Erdoğan ERTEK'e ait kliniğin iletişim bilgilerine ve bahsi geçen klinikte sunulan hizmetlere yer verildiği; dolayısıyla, bu bilgilendirmenin içinde yer alan yazının bütününe göre abartılı ve orantısız olduğu; ayrıca, tüketicilerin aydınlanma ve bilgilenme ihtiyacını karşılama ve haber verme amacının dışına çıkılarak Diş Hekimi Erdoğan ERTEK'in 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 **Çiğdem BERBERGÜZELİ ÖZTÜRK** isimli şahıs hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**10)**

**Dosya No: 2019/4815**

**Şikayet Edilen: Çiğdem BERBERGÜZELİ ÖZTÜRK (Mersi Dergisi)**

**Şikayet Edilen Reklam:** "Mersi" adlı derginin Ağustos 2018 tarihli sayısında yer alan "*Total Dişsizliğe Sahip Kişileri Bir Günde Sabit Protezler İle Sağlıklı* *ve Estetik Gülüşlere Kavuşturuyoruz."* başlıklı yazı.

**Reklam Yayın Tarihi:** Ağustos 2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Dergi

**Tespitler:** “Mersi" adlı derginin Ağustos 2018 tarihli sayısında yer alan "*Total Dişsizliğe Sahip Kişileri Bir Günde Sabit Protezler İle Sağlıklı ve Estetik Gülüşlere Kavuşturuyoruz."* başlıklı yazıda Uzman Dr. Dt. Sancar ŞİMŞEK ile yapılan röportaj içerisinde; *"Cumhuriyet Üniversitesi Diş Hekimliği Fakültesi'nden mezun olduktan hemen sonra yine Cumhuriyet Üniversitesi Diş Hekimliği Fakültesi Ağız Diş ve Çene Cerrahisi Ana Bilim Dalında uzmanlığını ve doktorasını yapıp büyük bir hayalle yola çıktığı mesleğinde, Mersin'de hayalini gerçeğe dönüştüren Uzm. Dr. Dt. Sancar Şimşek 7'den 70'e her yaştan hastasına diş hekimi korkusunu yok ederek hizmet veriyor. Tedavileri son çıkan malzeme ve teknolojilerle yapan hastalığı detaylı anlatan uzman doktorlar ile total dişsizliğe sahip kişileri bir gün gibi kısa sürede sabit protezler ile sağlığın ön planda olduğu estetik gülüşlere kavuşturan Uzm. Dr. Dt. Sancar Şimsek kısa sürede total dişsizliğe çözüm sunan ALL ON FOUR İmplant Cerrahisi'nin özelliklerini ve avantajlarını MERSİN okurları için anlattı. Sancar Bey, özellikle implant uygulamalarındaki başarılarınızla takip edilen bir hekimsiniz. 2018 yılı da bu anlamda tecrübelerinizi paylaştığınız ve konferanslarla geçen bir yıl oldu. Kısaca 2018 yılın mesleğiniz adına nasıl geçtiğini bizimle paylaşabilir misiniz? Merhaba 2018 yılı özellikle akademik ve cerrahi anlamda çok yoğun bir yılda bizim için. Kıbrıs'ta düzenlenen Türk Oral ve Maksillofasiyal Cerrahi Kongresi'nde yaptığım çalışmam birincilik ödülü aldı bu anlamda çok mutlu ve gururluyum. Ayrıca Amerika'da ki en prestijli çene cerrahisi dergisi olan Journal of Oral and Maxillo Facial Surgery dergisinde yakın zamanda makalem yayımlandı. Cerrahi olarak da birçok hastamızı özellikle zaman problemi olan hastalarımızı, cerrahi işlemi takiben ilk 48 saat içerisinde hemen hemen tamamını ceplerinde taşıdıkları protezlerden kurtarıp sabit dişlere kavuşturduk, bu anlamda da hastalarımıza hayal bile edemedikleri dişlerine kavuşturmuş olduğumuz için ayrıca mutluyum. Peki, bu uygulamanın standart implant uygulamalarından fark nedir? Tamamen dişsizlik söz konusu olduğunda standart implant uygulamalarında kemik hacmi yetersiz olan hastalar için implantın yerleştirileceği bölgelere kemik tozu veya hastanın kendi vücudunun başka bir yerinden kemik nakli yapılıp ve ortalama 6 ay beklenildikten sonra yeterli kemik elde edilmesi durumunda implantları yerleştirilir. İmplant cerrahisi sonrası yine 3-6 ay arasında yine bir iyileşme dönemi ve sonrasında hastanın dişlerinin yapım aşamasına geçilir. Bu da neredeyse yıllık süreyi kapsamaktadır. Bu tarz sistemlerde en az iki cerrahi işlem ve uzun süre beklemek birçok hasta tarafından kabul edilmez. Aynı şekilde biz cerrahlar içinde çok kabul edilmesi mümkün değildir çünkü işlem sayısı ve süreç uzadıkça komplikasyon çıkma ihtimali artar. Kemik kaybı olan tamamen dişsiz hastalar için standart implant uygulamalarının dezavantajlarını şöyle sıralayabiliriz: Bütün tedavileri göz önünde bulundurduğumuzda çok daha maliyetlidir, başarı oranı düşüktür. En az iki aşamalı cerrahi gerekir yapay ya da hastanın kendisinden alınan kemik tozu kullanması gerekir. Özellikle implant cerrahisinde başarı oranı %90'ların üzerindeyken kemik operasyonuyla beraber yapılan implant cerrahilerinde bu oran `%60'lara kadar düşmektedir. Bekleme süresi en az 1 yıldır. Bu süre zarfında hasta hareketli damak protez kullanımı zorunda kalır ve hareketli damak protez kullanması hastaya sosyal hayattan uzaklaştırabilir. All on four cerrahi yöntemle hastalar aynı gün sabit dişlerine ekstra bir kemik operasyonu olmadan kavuşmaları mümkündür. All on four implant cerrahisinde nasıl bir yöntem uygulanıyor? All on four implant cerrahisi ile bahsettiğimiz tüm dezavantajları ortadan kaldırabiliriz. Bu yöntem ile ileri derecede kemik kaybı olan hastalar; Bir günde tek bir cerrahi ile implantlarına ve üzerine sabit dişlerine kavuşabilirler. Ayni zamanda alt ve üst çenede riskli olan anatomik bölgelere zarar vermeden açısal implantlar kullanılarak kolaylıkla yapılabilmesi hem hekim hem de hasta açısında çok büyük rahatlıktır. Ameliyattan sonraki ilk günden itibaren sabit diş kullanarak sosyal hayatlarına dönebilirler. Daha az maliyet ile sabit dişlerine kavuşabilirler. Başarı şansı kemik operasyonuyla beraber uygulanan standart implant cerrahisine göre daha yüksek olduğu bilimsel olarak göstermiştir. All on four cerrahi implant yöntemiyle kemik tozu veya nakli olmasına ihtiyaç kalmaz doğal olarak da hastalarımızın işlem sonrasında daha az ağrıları olur. (...)"* gibi ifadelere; Uzman Dr. Dt. Sancar ŞİMŞEK'in fotoğrafları ile hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere yer verildiğitespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** “Mersi" adlı derginin Ağustos 2018 tarihli sayısında yer alan "*Total Dişsizliğe Sahip Kişileri Bir Günde Sabit Protezler İle Sağlıklı ve Estetik Gülüşlere Kavuşturuyoruz."* başlıklı yazı içerisinde Özel İdealdent Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği bünyesinde faaliyet gösteren Uzman Dr. Dt. Sancar ŞİMŞEK'in özgeçmişinin anlatıldığı ve adı geçen Ağız ve Diş Cerrahisi Uzmanı tarafından uygulanan tedavi yöntemlerinin avantajlı yönlerinin ön plana çıkarıldığı; yapılan başarılı uygulama örneklerini gösteren hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülerin kullanıldığı; Uzman Dr. Dt. Sancar ŞİMŞEK'e ait fotoğraflarda, giymiş olduğu doktor önlüğünün üzerinde, çalıştığı ağız ve diş sağlığı polikliniğinin ismine yer verildiği; bu nedenle, tüketicilerin aydınlatılma, bilgilendirilme ihtiyacını karşılama ve haber verme amacının dışına çıkılarak Uzman Dr. Dt. Sancar ŞİMŞEK'in ve Özel İdealdent Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği'nin 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 **Çiğdem BERBERGÜZELİ ÖZTÜRK** isimli şahıs hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**11)**

**Dosya No: 2019/9951**

**Şikayet Edilen: Tasfiye Halinde Memleket İletişim A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.memleket.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 anti bakteriyel 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 **Tasfiye Halinde Memleket İletişim A.Ş.** isimli kuruluş hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**12)**

**Dosya No: 2019/12750**

**Şikayet Edilen: Çiğdem BERBERGÜZELİ ÖZTÜRK (Mersi Dergisi)**

**Şikayet Edilen Reklam:** "Mersi" adlı derginin Ağustos 2017 tarihli sayısında yer alan *"Hastalar Artık Diş Protezlerine Bir Ömür Mahkum Olmak Zorunda Değiller”*  başlıklı yazı.

**Reklam Yayın Tarihi:** Ağustos 2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Dergi

**Tespitler:** "Mersi" adlı derginin Ağustos 2017 tarihli sayısında yer alan  *"Hastalar Artık Diş Protezlerine Bir Ömür Mahkum Olmak Zorunda Değiller”* başlıklı yazıda Ağız Diş ve Çene Cerrahisi Uzmanı Dişhekimi İlhami Sancar ŞİMŞEK ile yapılan röportaj içerisinde;

*“1985 yılında Sivas'ın Zara ilçesinde doğan Uzm. Dr. Dt. Sancar Simsek; ilköğrenimini orada tamamladıktan sonra ortaokul ve liseyi Sivas Selçuk Anadolu Lisesi'nde tamamlamış. 2005 yılında Cumhuriyet Üniversitesi Diş Hekimliği Fakültesini kazanan Şimşek, 2010 yılında üniversiteyi bitirdikten sonra yine Cumhuriyet Üniversitesi Diş Hekimliği Fakültesi Ağız Diş ve Çene Cerrahisi Ana Bilim Dalında uzmanlığa başlamış. 2014 yılında uzmanlığını ve doktorasını alarak Mersin İdealdent Ağız ve Diş Sağlığı Poliklinikleri'nin kurucu ortaklarından biri olmuş ve hala kendi kliniğinde çalışmaya devam ediyor. Uzm. Dr. Dt. Sancar Şimşek, yurt içi ve yurt dışında birçok bilimsel çalışma gerçekleştirmiş aynı zamanda 'Çene Cerrahisi' kongresinde konuşmacı olarak yer almıştır. Türk Oral Maksillofasiyel Cerrahi Derneği ve Ağız Diş ve Çene Cerrahisi Derneği'nin de faal bir üyesi. Bu ay bizlere diş implantını anlattı:*

*Diş İmplantı nedir anlatır mısınız?*

*İmplant, hayatımızın bazı dönemlerinde çeşitli nedenlerle kaybedilen dişlerin yerine çene kemiğine yerleştirilen yapay ve yüzeyi titanyumdan oluşan diş kökleridir. Diş implantları geleneksel kaplama ve halk arasında damak protez olarak bilinen takip çıkarılabilen yapay protezlere göre daha iyi konuşma ve çiğneme fonksiyonu sağlarken, yüzünüzde doğal bir görünümü de beraberinde getirir. Diş implantı; rahat ve güvenilir bir uygulamadır. Operasyon lokal dental anestezi ile sadece implant yapılacak bölge uyuşturularak hiçbir ağrı ve rahatsızlık duyulmadan yapılabilir.*

*Diş İmplantı yaptırmak hastalara ne gibi avantajlar sağlar?*

*Tedavi sonrası yapılan protezler doğal dişe en yakın yapıyı oluştururlar. İmplant üstü protezler, geleneksel protezlere oranla daha iyi çiğneme ve konuşma fonksiyonu sağlamaktadırlar, özellikle damak protezler gibi takip çıkartmalı diş protezlerine artık hastalar bir ömür mahkûm olmak zorunda değillerdir bıı tarz hastalar için bile ana dişlerine tekrardan sahip olmaları mümkündür. Diş implantının sağladığı en büyük avantajlarından biri de hastalarımızın doğal görünüme ve kaybedilen ana dişlere tekrardan sahip olabilmesidir. İmplant üstü protezler, diğer protezlere oranla çok daha estetik görünüme sahiptir. Diş implantları rutin kullanılmadan önce hastalarımız, eksik dişlerini yaptırmak için sağlam dişleri küçültüliirdü, artık diş implantının bulunmasıyla birlikte diş eksikliği yandaki sağlam dişlere dokunulmadan giderilebilmektedir. implantlar ile desteklenmiş damak protez(total protez) kullanan kişilerde, protez tutuculuğunun artmasını sağlayarak rahatlıkla yemek yemelerini ve daha özgüvenli olmalarını sağlar.*

*Diş İmplantı cerrahisinden sonra hastalar ne gibi problemler yaşarlar?*

*Son yıllarda sıklıkla kullanılan bir tedavi yöntemi olan diş implantı uygulamaları sonrasında birçok hasta aynı gün sosyal hayata dönebilmektedir. Böyle olmasına rağmen diş implantı uygulaması cerrahi bir girişimdir ve ister istemez operasyondan sonra azda olsa şişlik ve bazı bölgelerde morluk olması doğaldır bu yüzden hastalarımızın korkmasına gerek yoktur.*

*Tedavi sonrasında neler yapılmalı?*

*İmplant tedavisinin ikinci aşaması olan implant üstüne yapılacak protezler için operasyondan sonra implantın çene kemiği ile bütünleşmesi için 2-4 ay kadar beklenmesi gerekmektedir. Bu sürenin sonunda hastalarımız doğal görünümlü dişlerine kavuşacaklardır.”*

şeklinde ifadelerin kullanıldığı ve Diş hekimi İlhami Sancar ŞİMŞEK’in fotoğraflarına da yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** "Mersi" adlı derginin Ağustos 2017 tarihli sayısında yer alan *"Hastalar Artık Diş Protezlerine Bir Ömür Mahkum Olmak Zorunda Değiller”*  başlıklı yazı içerisinde tüketicilerin aydınlanma ve bilgilenme ihtiyacını karşılama ve haber verme amacının dışına çıkılarak Diş hekimi İlhami Sancar ŞİMŞEK’in 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 **Çiğdem BERBERGÜZELİ ÖZTÜRK** isimli şahıs hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**13)**

**Dosya No: 2019/12789**

**Şikayet Edilen: Çiğdem BERBERGÜZELİ ÖZTÜRK (Mersi Dergisi)**

**Şikayet Edilen Reklam:** "Mersi" adlı derginin Mart 2016 tarihli sayısında yer alan *"Bilim Teknolojideki Her Yeniliği Hastalarımızın Hizmetine Sunuyoruz.”*  başlıklı yazı.

**Reklam Yayın Tarihi:** Mart 2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Dergi

**Tespitler:** "Mersi" adlı derginin Mart 2016 tarihli sayısında yer alan *"Bilim Teknolojideki Her Yeniliği Hastalarımızın Hizmetine Sunuyoruz..”*başlıklı yazıda Diş hekimi Onur Yalçın SARAL ile yapılan röportaj içerisinde;

*"“Onur Saral Kimdir?”*

*1973 yılında doğdu. Babasının memuriyeti dolayısıyla ilkokulu Isparta'da, ortaokulu Van’da, liseyi İstanbul’da bitirdi. 1995 yılında İstanbul Üniversitesi Diş Hekimliği Fakültesinden mezun oldu. 1995-1998 yılları arasında Gülhane Askeri Tıp Akademisinde Askeri Diş Hekimi olarak görev yaptı, 1998 yılında kendi isteğiyle ayrılmasından sonra Mersin’de kendi kliniğini açarak çalışma hayatına devam etti. Kliniğinde estetik diş hekimliği, implant ve protez tedavileri konusunda özellik arz eden çalışmaları da mevcuttur. Aynı zamanda Mersin Fotoğraf Derneği üyesi olarak uluslararası pek çok yarışmadan ödül almıştır. 'Her geçen gün ilerleyen teknoloji daha iyisini ve daha modernini önümüze sunuyor. Her yeniliği kullanmak, hastalarımızın hizmetine sunmak istiyorum"*

*“Yeni kliniğiniz hayırlı olsun, biraz bahseder misiniz?”*

*Meslek hayatımın 20. yılını yaşıyorum. Bu zamana kadar edindiğim bilgi, birikim ve tecrübeyle bundan son- rakı meslek hayatıma daha geniş ve imkanları daha üst düzeyde, modern bir klinikte devam edebilmek uzun zamandır planladığım bir projeydi, ve nihayet 2016’nın ilk günlerinde çalışmaya. hizmet vermeye başladım. Kliniğimizde implant ve cerrahi girişimler için ameliyathane ünitemiz, çocuklarımız için hoşlarına gideceğine inandığım çocuk kliniğimiz ve protez, tedavi, kozmetik olmak üzere beş ünitemiz yer almaktadır Ağız ve dış radyografileri için tomografik kesit alabilen panoramik film cihazımız bulunmaktadır.*

*“Kliniğinizde ekip olarak çok uyumlusunuz, bize biraz ekip ruhundan bahseder misiniz?”*

*Evet, çok önemli bir konu bu. Bir diş hekimi hiçbir zaman tek başına çalışamaz muhakkak yardımcıları olmak zorundadır. Yapılan her tedavide yardımcılarının payı ve katkısı çok büyüktür. Günlük hasta planlamasında, gelen hastanın hazırlanmasında, klinik, cihaz ve ekipmanların sterilizasyonunda asistan arkadaşlarımın ilgisi ve emeği var. Bu vesileyle sevgili Deniz Özen'e, Mukaddes Keleş ve Nihal Çalışkan'a teşekkürlerimi sunuyorum. Biz ekip olarak çok iyi olduğumuzu düşünüyoruz ve kendimize A Takımı diyoruz. Bir diş hekimi hiçbir zaman tek başına çalışamaz muhakkak yardımcıları olmak zorundadır. yapılan her tedavide yardımcılarının payı ve katkısı çok büyüktür.*

*“Diş Hekimliği teknolojik olarak çok hızlı ilerleyen bir meslek, takip etmek zor olmuyor mu?”*

*Bilim ve teknoloji gün ve gün insanlığın hizmetine baş döndürücü bir hızla yeni ürünler sunuyor. Tabi ki diş hekimliği de bundan nasibim fazlasıyla alıyor. Durum bu şekilde ilerlediğinden biz dış hekimleri uzun süre kullandığımız cihaz ve ekipmanları bugün beğenmeme durumunda kalıyoruz. Çünkü her geçen gün ilerleyen j teknoloji daha iyisini ve daha modernini önümüze sunuyor. Her yeniliği kullanmak, hastalarımızın hizmetine sunmak istiyorum tabi ki. Fakat bu da ancak imkanlar dahilinde oluyor (…)”*

Şeklinde ifadelerin kullanıldığı ve Diş hekimi Onur Yalçın SARAL'a ait kliniğin fotoğraflarına da yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** "Mersi" adlı derginin Mart 2016 tarihli sayısında yer alan *"Bilim Teknolojideki Her Yeniliği Hastalarımızın Hizmetine Sunuyoruz..”*başlıklı yazı içerisinde adı geçen şahsa ve kliniğine yönlendirme içeren ifadeler bulunması nedeniyle, tüketicilerin aydınlanma ve bilgilenme ihtiyacını karşılama ve haber verme amacının dışına çıkılarak Diş hekimi Onur Yalçın SARAL'ın 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 **Çiğdem BERBERGÜZELİ ÖZTÜRK** isimli şahıs hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**KOZMETİK VE TEMİZLİK ÜRÜNLERİ**

**14)**

**Dosya No:** **2019/2603**

**Şikayet Edilen:** **Colgate Palmolive Temizlik Ürünleri Sanayi ve Ticaret Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Meridol” isimli ürünlere ilişkin muhtelif mecralarda yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Televizyon, Broşür

**Tespitler:** “Meridol” isimli ürüne ilişkin muhtelif televizyon kanallarında Şubat-Mayıs 2019 tarihinde yayınlanan reklamlarda; *“Hafif bir dişeti sorunu bile ciddi ağız sağlığı problemlerine yol açabilir. Diş plağı birikimi, diş taşı, diş eti sorunları, diş kaybı. Zincirleme reaksiyonu durdurmaya yardımcı. Sadece belirtileri yok etmez. Diş eti problemlerini oluşmaya başlamadan önlemeye yardımcı olur.”* ifadelerine, broşürlerde ise; *“Dünya çağında patentli eşsiz amin florür ve stanöz florür içeren formülü sayesinde diş eti problemleri ile savaşır. Meridol sadece belirtileri yok etmez, diş eti problemlerini oluşmaya başlamadan önlemeye yardımcı olur. Diş plağı birikimine karşı uzun süreli koruyarak diş eti problemleri sebebiyle etkili bir şekilde yardımcı olur. Sadece belirtileri yok etmez. Diş eti problemlerini oluşmaya başlamadan önlemeye yardımcı olur. Diş macunu, ağız sağlığı ve hijyenini korumanıza yardımcı olur. Meridol sistemi İsviçre’de geliştirildi ve diş fırçaları İsviçre’de üretildi. \*6 kat etkili. \*Sıradan ağız sağlığı ürünlerine göre diş eti problemlerini azaltmada. Dünya çapında patentli eşsiz amin florür ve stanöz florür içeren formülü sayesinde diş eti problemleri ile savaşır. Diş plağı birikimine karşı uzun süreli koruyarak diş eti problemlerinin sebebiyle etkili bir şekilde savaşmaya yardımcı olur. \*Meridol araştırması. \* Sıradan ağız bakım yöntemleri ile ağız bakım suyunun diş eti problemlerini azaltmadaki etkisi kıyaslandığında. \*\*Almanya’nın bir numaralı diş macunu markası. \*\*Colgate-Palmolive hesaplaması, Ocak-Kasım 2018 Nielsen Almanya diş eti diş macunu kategorisi satış verilerini baz alınmaktadır”* ifadelerine, söz konusu ürüne ilişkin broşürlerde; *“Eşsiz, anında ve uzun süreli diş eti koruması sağlar.”* ifadelerine yer verildiği,

Diğer taraftan, söz konusu televizyon reklamlarında eczane içerisinde beyaz önlüklü bir kişiye ait görüntülere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** “Meridol” isimli ürüne ilişkin muhtelif televizyon kanallarında Mayıs 2019 tarihinde yayınlanan reklamlarda; *“Diş plağı birikimi, diş taşı*, *diş eti sorunları, diş kaybı. Zincirleme reaksiyonu durdurmaya yardımcı. Sadece belirtileri yok etmez.”*  ifadelerine, ürüne ilişkin broşürlerde ise; “*Dünya çapında patentli eşsiz amin florür ve stanöz florür içeren formülü sayesinde diş eti problemleri ile savaşır. Meridol sadece belirtileri yok etmez.”* ifadelerine yer verildiği, ancak Kozmetik Mevzuatına tabi bulunan tüm kozmetik ürünlerin, insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve etkileri geçici olan ürünler olması gerektiği; bu bağlamda inceleme konusu tanıtımlarda yer alan tedaviye yönelik ve endikasyon belirten ifadelerin ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği,

Ayrıca televizyon reklamlarında geçen “*Meridol sistemi İsviçre’de geliştirildi ve diş fırçaları İsviçre’de üretildi. Orijinal İsviçre teknolojisi ile yeni meridol…”* ifadeleri ile söz konusu ürünün piyasadaki diğer ürünlerden üstün olduğu algısı yaratılarak diğer markalar nezdinde haksız rekabete yol açtığı,

Bununla birlikte söz konusu televizyon reklamlarında yer alan; “*\*6 kat etkili. \*Sıradan ağız sağlığı ürünlerine göre diş eti problemlerini azaltmada. Eşsiz, anında ve uzun süreli diş eti koruması sağlar”* ifadelerinin ispatlanmadığı,

 Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 ve 10 uncu maddeleri,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

Buna göre, reklam veren **Colgate Palmolive Temizlik Ürünleri Sanayi Ve Ticaret Anonim Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma ve 341.921-TL (Üçyüzkırkbirbin dokuzyüzyirmibir Türk Lirası) idari para cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**15)**

**Dosya No:** **2019/9486**

**Şikayet Edilen: Naturalis** **Medikal Kozmetik Ve Bitkisel Ürünler Sanayi Ticaret Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** <https://naturalis.com.tr> adresli internet sitesinde yer alan muhtelif kozmetik ürünlere ilişkin tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://naturalis.com.tr/ adresli internet sitesinde “Onarıcı ve Koruyucu Krem” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Ciltteki yeni hücrelerin oluşumuna yardımcı olur. “%100 doğaldır. İçeriği tamamen doğal olup, hiçbir kimyasal katkı maddesi kullanılmamıştır.”* ifadelerine, “Naturalis Anti-Aging Krem” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Kırışıklık görünümünün azalmasına yardımcı olur. Kırışıklıkların gözle görülür oranda azalmasına, cildin sıkılaşmasına yardımcı olur.”* ifadelerine, “Naturalis Saç Bakım Kremi” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Kepeğin ve saç derisindeki kaşıntının giderilmesinde etkilidir”* ifadelerine, “Sıvı Propolis” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Antibiyotik olmadığı halde çok yüksek antibiyotik etkiler gösterebilmesi ve bu etkileri sadece enfeksiyona ya da hastalıklı dokuya yöneltmesi en dikkat çekici özelliklerindendir”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** https://naturalis.com.tr/ adresli internet sitesinde yer alan “Onarıcı ve Koruyucu Krem” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Ciltteki yeni hücrelerin oluşumuna yardımcı olur.”* ifadelerine, “Naturalis Anti-Aging Krem” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; “*Kırışıklık görünümünün azalmasına yardımcı olur. Kırışıklıkların gözle görülür oranda azalmasına, cildin sıkılaşmasına yardımcı olur.”* ifadelerine, “Naturalis Saç Bakım Kremi” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Kepeğin ve saç derisindeki kaşıntının giderilmesinde etkilidir.”* ifadelerine yer verildiği, ancak Kozmetik Mevzuatına tabi bulunan tüm kozmetik ürünlerin, insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve etkileri geçici olan ürünler olması gerektiği; bu bağlamda inceleme konusu tanıtımlarda yer alan tedaviye yönelik ve endikasyon belirten ifadelerin ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği,

Bununla birlikte https://naturalis.com.tr/ adresli internet sitesinde “Onarıcı ve Koruyucu Krem” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; *“%100 doğaldır. İçeriği tamamen doğal olup, hiçbir kimyasal katkı maddesi kullanılmamıştır.”* ifadelerinin ispatlanmadığı,

Ayrıca https://naturalis.com.tr/ adresli internet sitesinde “Sıvı Propolis” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; “*Antibiyotik olmadığı halde çok yüksek antibiyotik etkiler gösterebilmesi ve bu etkileri sadece enfeksiyona ya da hastalıklı dokuya yöneltmesi en dikkat çekici özelliklerindendir”* şeklinde endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç ifadelerle çeşitli sağlık beyanlarına yer verilerek gıda takviyesi niteliğindeki ürünlerin insan fizyolojisine ve/veya metabolizmasına etki eden “tıbbi ürünler” gibi tanıtıldığı, böylece anılan ürünlerin tüketilmesiyle bazı sağlık faydalarının sağlanabileceği izlenimi oluşturulduğu ve söz konusu iddiaların da bilimsel olarak ispatlanamadığı; ayrıca şayet anılan ürünler söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “gıda takviyesi” veya “gıda” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilen ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuat gereği yasak olduğu, belirtilen tüm bu hususların;

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 ve 10 uncu maddeleri,

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

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

- 26.01.2017 tarih ve 29960 mükerrer sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren Türk Gıda Kodeksi Gıda Etiketleme ve Tüketicileri Bilgilendirme Yönetmeliği’nin 7 nci maddesi

- 26.01.2017 tarih ve 29960 mükerrer sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren Türk 7/2, Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği’nin 5/1, 5/2,7/1,8/1,8/2,8/3,8/4,9/1,9/2,13/2,13/3,17/1,17/3 maddeleri

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

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

**16)**

**Dosya No:** **2019/9488**

**Şikayet Edilen: Belizya Tekstil Tic. Ltd. Sti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** <https://www.belizya.com/> adresli internet sitesinde yer alan muhtelif kozmetik ürünlere ilişkin tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.belizya.com](http://www.belizya.com) adresli internet sitesinde “Altın Tozlu Krem” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Ciltte antiaging etkisiyle kolajen üretimini artırarak maksimum etki sağlar. Kırışıklar, sarkmalar, kahverengi lekeler, cilt kuruluğu ve cildin donuk görünümüne karşı devrim… Yenileyici bakım kremi. Cildin yenilenmesine yardımcı olur. Kırışıklıkların ve kahverengi lekelerin görünümü azalır.”* ifadelerine, “Salkom Multi Lifting” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Gözaltı torbalarının, kaz ayaklarının, ince çizgilerin azaltılmasına yardımcı olur. Kırışıklık azaltmaya yardımcı krem.”* ifadelerine, “Göğüs Toparlayıcı ve Sıkılaştırıcı Bakım Kremi” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda*; “Göğüs dokusunun elastikiyetini arttırır.”* ifadelerine, “Pirinç Özlü Beyazlatıcı” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Cildi beyazlatmaya yardımcı olur. Cildi üzerindeki güneş lekeleri ve sivilce görünümünü gidermeye yardımcı olur.”* ifadelerine, “Siyah Maske” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“İltihap ve ödem giderici etkisi vardır. Cildi yeniler. Ciltte sıkılaşmaya neden olur. Sivilce ve siyah noktaları önlemektedir.* ifadelerineyer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** www.belizya.com adresli internet sitesinde yer “Altın Tozlu Krem” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Ciltte antiaging etkisiyle kolajen üretimini artırarak maksimum etki sağlar. Kırışıklar, sarkmalar, kahverengi lekeler, cilt kuruluğu ve cildin donuk görünümüne karşı devrim… Yenileyici bakım kremi. Cildin yenilenmesine yardımcı olur. Kırışıklıkların ve kahverengi lekelerin görünümü azalır.”* ifadelerine, “Salkom Multi Lifting” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Gözaltı torbalarının, kaz ayaklarının, ince çizgilerin azaltılmasına yardımcı olur. Kırışıklık azaltmaya yardımcı krem.”* ifadelerine, “Göğüs Toparlayıcı ve Sıkılaştırıcı Bakım Kremi” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Göğüs dokusunun elastikiyetini arttırır.”* ifadelerine, “Pirinç Özlü Beyazlatıcı” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Cildi beyazlatmaya yardımcı olur. Cildi üzerindeki güneş lekeleri ve sivilce görünümünü gidermeye yardımcı olur.”* ifadelerine, “Siyah Maske” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“İltihap ve ödem giderici etkisi vardır. Cildi yeniler. Ciltte sıkılaşmaya neden olur. Sivilce ve siyah noktaları önlemektedir.”* ifadelerine yer verildiği, ancak Kozmetik Mevzuatına tabi bulunan tüm kozmetik ürünlerin, insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve etkileri geçici olan ürünler olması gerektiği; bu bağlamda inceleme konusu tanıtımlarda yer alan tedaviye yönelik ve endikasyon belirten ifadelerin ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

-Kozmetik Yönetmeliğinin 4 ve 10 uncu maddeleri,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

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

**17)**

**Dosya No:** **2019/9489**

**Şikayet Edilen:** **Anatolian Grup Medikal Sağlık Kozmetik Gıda Dan. İnş. Müh. Eğitim San. Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** <https://www.anatoliannetwork.com.tr> adresli internet sitelerinde yer alan

tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.anatoliannetwork.com.tr](http://www.anatoliannetwork.com.tr) adresli internet sitesinde “Cosmozone” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; “*Ton farklılıkları ve lekelerin oluşumun yoğun ozon ile önleyerek, cildiniz daha canlı bir ışıltıya kavuşturur. Cosmozone; yoğun ozon ile cildin sağlamlaşmasına yardımcı olarak kırışıklıkların oluşumunu azaltır.”* ifadelerine, “Keroxi Şampuan” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; *“SLS, SLES, tuz, paraben içermez.”* yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.anatoliannetwork.com.tr](http://www.anatoliannetwork.com.tr) adresli internet sitesinde “Cosmozone” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; “*Ton farklılıkları ve lekelerin oluşumun yoğun ozon ile önleyerek,**cildiniz daha canlı bir ışıltıya kavuşturur****.*** *Cosmozone; yoğun ozon ile cildin sağlamlaşmasına yardımcı olarak**kırışıklıkların oluşumunu azaltır.”* ifadelerine yer verildiği, ancak Kozmetik Mevzuatına tabi bulunan tüm kozmetik ürünlerin, insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve etkileri geçici olan ürünler olması gerektiği; bu bağlamda inceleme konusu tanıtımlarda yer alan tedaviye yönelik ve endikasyon belirten ifadelerin ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği,

Bununla birlikte www.anatoliannetwork.com.tr adresli internet sitesinde “Keroxi Şampuan” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; *“SLS, SLES, tuz, paraben içermez.”* ifadelerinin ispatlanmadığı,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 ve 10 uncu maddeleri,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

Buna göre, reklam veren **Anatolian Grup Medikal Sağlık Kozmetik Gıda Dan. İnş. Müh. Eğitim San. Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**18)**

**Dosya No:** **2019/9490**

**Şikayet Edilen:** **Tiens İç Ve Dış Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** <https://tiens.com.tr> adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <https://tiens.com.tr> adresli internet sitesinde “Orecare Bitkisel Diş Macunu” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Yabani krizantemin laktonleri, peygamber çiçeğinin glükozitleri, acı prensip, A ve B vitaminleri ağızdaki toksinlerin giderilmesine yardımcı olur ve nefesi tazeler. Aktif içerikler diş minesinin dayanıklılığını iyileştirebilir ve yemekten sonra artan asitliği nötralize edebilir. TIENS Orecare Bitkisel Diş Macunu'nda bulunan doğal bitkisel ekstreler, berberin ve koptisin gibi alkolitler bakımından zengindir ve diş eti kanamasını engelleyen kuvvetli hemostatik özelliklere sahiptir. Aktif içerikler diş minesinin dayanıklılığını iyileştirebilir ve yemekten sonra artan asitliği nötralize edebilir, bu ise diş çürüğünün oluşumunu engeller.*” ifadelerine, “Kordiceps Mantarı Gıda Takviyesi” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Vücut bağışıklık sisteminin güçlenmesini sağlar ve hastalıklara direnci arttırır.”* şeklinde“Fos Şurubu”isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Organizmaya girdiklerinden sonra fruktooligosakkaritler mide içinde hazmedilmez, kalın bağırsağa doğru devam eder, orada balast maddeleri olarak kalın bağırsak ve gastroentestinal sistemindeki mikrop florasının gelişimini stimul ederler. Ayrıca, fruktooligosakkaritlerin kalsiyumun organizma tarafından emilmesini artırırlar. Bu menapoz öncesi ve sonrasında kritik miktarda kemik kütlesi kaybeden ve osteoporoz riski artan kadınlar için oldukça önemlidir.”* ifadelerineyer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** https://tiens.com.tr/adresli internet sitesinde “Orecare Bitkisel Diş Macunu” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Yabani krizantemin laktonleri, peygamber çiçeğinin glükozitleri, acı prensip, A ve B vitaminleri ağızdaki toksinlerin giderilmesine yardımcı olur ve nefesi tazeler. Aktif içerikler diş minesinin dayanıklılığını iyileştirebilir ve yemekten sonra artan asitliği nötralize edebilir. TIENS Orecare Bitkisel Diş Macunu'nda bulunan doğal bitkisel ekstreler, berberin ve koptisin gibi alkolitler bakımından zengindir ve diş eti kanamasını engelleyen kuvvetli hemostatik özelliklere sahiptir.*” ifadelerine yer verildiği, ancak Kozmetik Mevzuatına tabi bulunan tüm kozmetik ürünlerin, insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve etkileri geçici olan ürünler olması gerektiği; bu bağlamda inceleme konusu tanıtımlarda yer alan tedaviye yönelik ve endikasyon belirten ifadelerin ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği,

Bununla birlikte https://tiens.com.tr/adresli internet sitesinde “Orecare Bitkisel Diş Macunu” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; “*Aktif içerikler diş minesinin dayanıklılığını iyileştirebilir ve yemekten sonra artan asitliği nötralize edebilir, bu ise diş çürüğünün oluşumunu engeller.”* ifadelerinin ispatlanmadığı,

Ayrıca https://tiens.com.tr/ adresli internet sitesinde “Kordiceps Mantarı Gıda Takviyesi” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Vücut bağışıklık sisteminin güçlenmesini sağlar ve hastalıklara direnci arttırır.”* şeklinde“Fos Şurubu”isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Organizmaya girdiklerinden sonra fruktooligosakkaritler mide içinde hazmedilmez, kalın bağırsağa doğru devam eder, orada balast maddeleri olarak kalın bağırsak ve gastroentestinal sistemindeki mikrop florasının gelişimini stimul ederler. Ayrıca, fruktooligosakkaritlerin kalsiyumun organizma tarafından emilmesini artırırlar. Bu menapoz öncesi ve sonrasında kritik miktarda kemik kütlesi kaybeden ve osteoporoz riski artan kadınlar için oldukça önemlidir.”* şeklinde endikasyon belirten ifadeler kullanılarak gıda takviyesi niteliğinde olan söz konusu ürünlerin, tıp literatüründe “hastalık” olarak tanımlanan ve doktor kontrolünde tedavi edilmesi gereken sağlık problemlerini tedavi ettiği izlenimi uyandırdığı;

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 ve 10 uncu maddeleri,

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

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

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

**19)**

**Dosya No:** **2019/9598**

**Şikayet Edilen:** **Uraw Kozmetik Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.uraw.com.tr adresli internet sitesinde, firmaya ait sosyal medya hesaplarında ve muhtelif televizyon kanallarında yer alan muhtelif kozmetik ürünlere ilişkin tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet, TV

**Tespitler:** www.uraw.com.tr adresli internet sitesinde “Blue Hair Serum” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; “*Saçlarınız dökülmesin çoğalsın. Saç oluşumunu destekleyen özel olarak geliştirilmiş serum sayesinde saçlarınıza hak ettiği desteği sağlayarak saç dökülmelerinin önüne geçebilir, saç yenilenmesini hızlandırarak daha gür ve canlı saçlara kavuşabilirsiniz. 1 aylık kullanım sonucunda gözle görülür etkileri kullanıcılar tarafından onaylanmıştır bir kürdür. Çentiyan Kökü Özü saç diplerinizin nefes almasını engelleyen ve saç dökülmelerini hızlandıran sebum salgısını kontrol altına almanıza yardımcı olur. Saç Oluşumun Destekleyen Serum saçlarınıza eski gücünü kazandırır, saçlarınızın gözle görünür bir şekilde gürleşmesine ve canlanmasına yardımcı olur. Üst düzey saç çıkarmaya yardımcı. Yeni saç oluşumuna yardımcı olur. Aslen saç kıran tedavisi için üretilen Uraw Blue Hair Serum sizlerle. Uraw mavi serum saç çıkarıcı damla aslında saç çıkaran hastalığını tedavi etmesi için çıkarıldı. Oldukça başarılı bir tedavi etkisi gösteren Uraw mavi serum damla tüm dünyaya sunuldu. Sadece 1 ayda gözle görülen saç oluşumu. 1-2 ay içinde tüylenme, 3-4 ay içinde tüylerin sertleşerek kıla dönüşmesini gözle görüyorsunuz. Birinci hafta sonunda saç dökülmesini yüksek oranda düşürmektedir. Saç dökülmesi tamamen durur. Yepyeni saç kökleri oluşturur. Güçlü yeni saç çıkarıcı. Saç yoğunluğunu artırmak %76. Saç dökülmesini önleme %88. Yeni saç folikülü oluşturma %79 Dökülen saçlarınıza bitkisel çözüm sunan ürün, dermatolojik kontrol altında test edilmiştir.”* ifadelerine,

“Uraw Prime Color” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Saç beyazlamasının çeşitli nedenleri vardır. Yaşlanma, stres ve travmalar, hipofiz bezi bozuklukları, genetik yapı, anemi gibi nedenlerden dolayı saçlar beyazlar ama en büyük sebeplerinden biride vücudun melanin ve keratin üretimi azaltmış veya tamamen durdurmuş olmasıdır. Gelişmiş teknoloji sayesinde saçınızın beyazlama nedeni ne olursa olsun Uraw Prime Color Serumu ile beyazları yeniyorsunuz. Uraw Prime Color Zengin vitamin içeriği ile beraber melanin ve keratin takviyesi ile saçların ilk günkü gibi doğal rengi ile çıkmaya devam etmesini sağlar. Uraw Prime Color Zengin vitamin içeriği ile beraber melanin ve keratin takviyesi ile saçların ilk günkü gibi doğal rengi ile çıkmaya devam etmesini sağlar. Beyaz saçların yeniden eski rengine dönmesine yardımcı olur. Saçların doğal rengini almasına yardımcı olur. Dip boyası kullanmaya gerek bırakmaz. Saç boyama işlemine gerek bırakmaz.  Saçlarınızda hayal ettiğiniz güzelliğe yeniden ulaşırken kalıcı bir çözüm edinmek için sipariş edebileceğiniz Prime Color, saçlarınızı içeriden besleyerek yeniden eski güzelliğine kavuşmasına yardımcı olmaktadır. Prime Color ile saç beyazlaması problemlerine karşı etkili bir çözüm sunduk, deneyin, farkı görün.”*ifadelerine,

“Uraw Çatlak Giderici” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Cildinizde sıkı ve pürüzsüz bir görünümü beraberinde getirerek çatlak görüntüsünün ortadan kaldıracak. Çatlak ve selülit oluşumunun yok olması için ortaya koyduğu mücadeleyi teninizde hissedeceksiniz.”* ifadelerine,

“Uraw Göğüs Bakım Kremi” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Göğüs ucu ve sarkma problemleri kilo değişkenliğinden ya da emzirmeden kaynaklı göğüs elastikiyetini kaybetmiş kadınların en can sıkıcı problemlerinden biri haline gelmektedir. Emziren annelerde göğüs ucu problemleri emzirmeye başlar başlamaz ortaya çıktığı gibi emzirme dönemi boyunca devamlılığını korumaktadır. Dolayısıyla emziren anneler için ağrılı ve acılı bu süreç can sıkıcı olabiliyor. Bunun önüne geçmek isteyen annelerde kurtuluşu bitkisel özlü kremlerde buluyor. Uraw Göğüs Bakım Kremi, içeriğindeki fındık oligopeptilerinin sıkılaştırıcı kompleksinin yanı sıra cildinizi nem pompası etkisiyle canlandırarak acınıza ve yaranıza son verecektir. Kadınlarda en can sıkıcı durumlardan biri de göğüs uçlarında ve göğüslerinde meydana gelen sarkmalardır. Göğüs bakım kremi ile bu sorunların önüne çok rahat bir şekilde geçebilir, sarkan cildinizin yeniden toparlanmasını sağlayabilirsiniz. Cildin, kendine özgü bir elastik yapısı vardır ve bazı etkenlerden dolayı bu yapı bir süre kaybolur ve ciltte sarkmalar başlayabilir. Özellikle kilo verdikten sonra daha çok görülmeye başlayan bu problem, emziren kadınlarda da görülebilen bir problemdir. Emziren kadınlarda emzirme döneminin başlamasıyla birlikte kendini gösteren göğüs sarkması, bazen emzirme döneminden sonra da devam eder. Bu durumun ortadan kaldırılmasına yardımcı olan ve içeriğindeki formülü ile cilt sarkmalarının önüne geçen göğüs bakım kremi, Göğüs Dolgunlaştırıcı Krem Ne İşe Yarar? Göğüs yağ dokusunun incelmeye başlaması ile birlikte göğüslerde kötü bir görünüm oluşmaya başlar ve bu da kadınlarda ciddi psikolojik sorunların başlamasına neden olur. Bu konuda çözüm arayan ve aradığı çözüme net olarak ulaşamayan kadınların sayısı azımsanmayacak kadar çoktur. Ancak göğüslerin dolgun ve dik görünmesine yardımcı olan, içeriğindeki doğal bitki özleri ile başarılı sonuçlar sunan göğüs bakım kremi ile bu tip sorunlardan kolaylıkla kurtulabilirsiniz. Göğüs Bakım Kreminin Faydaları Nelerdir? Göğüs sarkması probleminin giderilmesine yardımcı olur. Göğüs dolgunlaştırmaya yardımcı olur. Daha dik göğüslere sahip olmaya yardımcı olur. Doğal göğüs büyütmeye yardımcı olur. Göğüs Dolgunlaştırma Nasıl Yapılır? Cilt problemleri arasında yer alan ve farklı nedenlerden dolayı ortaya çıkan göğüs sarkması problemi, ciddi rahatsızlıklara yol açmaktadır. Kadınlar, emzirme döneminden sonra, kilo verdikten sonra veya farklı birtakım rahatsızlıkları atlattıktan sonra bu tip problemlerle karşı karşıya kalırlar. Göğüs dolgunlaştırma ihtiyacınızı doğru şekilde karşılamak adına kullanabileceğiniz göğüs bakım kremi ile daha kısa sürede bu tip sorunlarınızdan kurtulabilirsiniz. Daha Dik Göğüsler İçin Göğüs Büyütme Dekoltenizi hayalinizdeki görünüme kavuşturmak için yapılabilecek çok daha basit bir yöntem var aslında. Doğru göğüs bakım kremi ile kısa sürede ve kolay bir şekilde istediğiniz sonuca ulaşabilir, göğüs büyütme yöntemlerinden doğal ve tamamen organik bir yöntemden faydalanabilirsiniz. Formülündeki doğal etken maddelerle göğüs yağ dokusunu kalınlaştırmaya yardımcı olur. Böylece göğüslerinizin daha dolgun ve dik görünüme kavuşmasına yardımcı olur. Göğüste sarkma problemlerinde, sürekli kilo değişkenliğinden kaynaklı elastikiyetini kaybetmiş ciltleri yeniden sıkılaştırma ve yenileme özelliğine sahiptir. İçeriğinde herhangi bir kimyasal maddenin bulunmadığı, tamamen bitki özlerinden elde edilen göğüs bakım kremi”* ifadelerine,

“Göz çevresi Kremi” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Göz çevresinde oluşan yorgunluk belirtilerini ve morlukları iyileştirir. İnce çizgilerin ve kırışıklıkların görünümünü azaltır.”* ifadelerine,

*“*Leke Kremi”isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Cilt lekeleri düzenli leke kremi kullanım sonrası olumlu sonuçları ile yüz gülümsetir. Hafif görünümlü cilt lekeleri daha kısa zaman diliminde geçer iken koyu cilt lekeleri daha uzun bir zaman diliminde geçer. Uraw Profesyonel Cilt Leke Kremi lekelerin kesin çözümü için içeriğindeki vitaminleri zengin tutmuş ve aynı zamanda içeriğindeki; yüksek C vitamini sayesinde güneşten koruyucu etkisi başta olmak üzere, cildi derinlemesine tazelemiş ve cildin gözle görünür bir dolgunluk kazanmasını sağlamıştır. Çiller, sivilceler, yaşlılık izleri, güneş lekeleri, kararmalar”* ifadelerine söz konusu internet sitesinde yer alan videolarda; *“Saçları mavi serumla yeniden çıktı.*” ifadelerine,

Uraw Cozmetics” isimli Instagram hesabında “Blue Hair Serum” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Saçlarınız dökülmesin çoğalsın. Saçlarınızın gözle görünür bir şekilde gürleşmesine yardımcı olur. Deri altındaki saç köklerine ulaşarak saç oluşumunu sağlar”* ifadelerine,

“Uraw Cosmetics” isimli Facebook hesabında “Anti-Aging Silver Serum” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Ferulic asit ile yüzde oluşan çizgileri gidermeye yardımcı olur”* ifadelerine, muhtelif televizyon kanallarında Ekim-Aralık 2019 tarihinde yayınlanan "Uraw Blue Hair"isimli ürüne ilişkin reklamlarda; *"Saçlarınız dökülmüş olabilir, üzülmeyin Uraw Mavi Serumu deneyin farkı görün."* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** www.uraw.com.tr adresli internet sitesinde “Blue Hair Serum” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; “*Saçlarınız dökülmesin çoğalsın. Saç oluşumunu destekleyen özel olarak geliştirilmiş serum sayesinde saçlarınıza hak ettiği desteği sağlayarak saç dökülmelerinin önüne geçebilir, saç yenilenmesini hızlandırarak daha gür ve canlı saçlara kavuşabilirsiniz. 1 aylık kullanım sonucunda gözle görülür etkileri kullanıcılar tarafından onaylanmıştır bir kürdür. Çentiyan Kökü Özü saç diplerinizin nefes almasını engelleyen ve saç dökülmelerini hızlandıran sebum salgısını kontrol altına almanıza yardımcı olur. Saç Oluşumun Destekleyen Serum saçlarınıza eski gücünü kazandırır, saçlarınızın gözle görünür bir şekilde gürleşmesine ve canlanmasına yardımcı olur. Üst düzey saç çıkarmaya yardımcı. Yeni saç oluşumuna yardımcı olur. Aslen saç kıran tedavisi için üretilen Uraw Blue Hair Serum sizlerle. Uraw mavi serum saç çıkarıcı damla aslında saç çıkaran hastalığını tedavi etmesi için çıkarıldı. Oldukça başarılı bir tedavi etkisi gösteren Uraw mavi serum damla tüm dünyaya sunuldu. Sadece 1 ayda gözle görülen saç oluşumu. 1-2 ay içinde tüylenme, 3-4 ay içinde tüylerin sertleşerek kıla dönüşmesini gözle görüyorsunuz. Birinci hafta sonunda saç dökülmesini yüksek oranda düşürmektedir. Saç dökülmesi tamamen durur. Yepyeni saç kökleri oluşturur. Güçlü yeni saç çıkarıcı. Saç yoğunluğunu artırmak %76. Saç dökülmesini önleme %88. Yeni saç folikülü oluşturma %79”* ifadelerine, “Uraw Prime Color” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Saç beyazlamasının çeşitli nedenleri vardır. Yaşlanma, stres ve travmalar, hipofiz bezi bozuklukları, genetik yapı, anemi gibi nedenlerden dolayı saçlar beyazlar ama en büyük sebeplerinden biride vücudun melanin ve keratin üretimi azaltmış veya tamamen durdurmuş olmasıdır. Gelişmiş teknoloji sayesinde saçınızın beyazlama nedeni ne olursa olsun Uraw Prime Color Serumu ile beyazları yeniyorsunuz. Uraw Prime Color Zengin vitamin içeriği ile beraber melanin ve keratin takviyesi ile saçların ilk günkü gibi doğal rengi ile çıkmaya devam etmesini sağlar. Uraw Prime Color Zengin vitamin içeriği ile beraber melanin ve keratin takviyesi ile saçların ilk günkü gibi doğal rengi ile çıkmaya devam etmesini sağlar. Beyaz saçların yeniden eski rengine dönmesine yardımcı olur. Saçların doğal rengini almasına yardımcı olur. Dip boyası kullanmaya gerek bırakmaz. Saç boyama işlemine gerek bırakmaz. Saçlarınızda hayal ettiğiniz güzelliğe yeniden ulaşırken kalıcı bir çözüm edinmek için sipariş edebileceğinizPrime Color, saçlarınızı içeriden besleyerek yeniden eski güzelliğine kavuşmasına yardımcı olmaktadır. Prime Colorile saç beyazlaması problemlerine karşı etkili bir çözüm sunduk, deneyin, farkı görün.”*ifadelerine,“Uraw Çatlak Giderici” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Cildinizde sıkı ve pürüzsüz bir görünümü beraberinde getirerek çatlak görüntüsünün ortadan kaldıracak. Çatlak ve selülit oluşumunun yok olması için ortaya koyduğu mücadeleyi teninizde hissedeceksiniz.”* ifadelerine, “Uraw Göğüs Bakım Kremi” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Göğüs ucu ve sarkma problemleri kilo değişkenliğinden ya da emzirmeden kaynaklı göğüs elastikiyetini kaybetmiş kadınların en can sıkıcı problemlerinden biri haline gelmektedir. Emziren annelerde göğüs ucu problemleri emzirmeye başlar başlamaz ortaya çıktığı gibi emzirme dönemi boyunca devamlılığını korumaktadır. Dolayısıyla emziren anneler için ağrılı ve acılı bu süreç can sıkıcı olabiliyor. Bunun önüne geçmek isteyen annelerde kurtuluşu bitkisel özlü kremlerde buluyor. Uraw Göğüs Bakım Kremi, içeriğindeki fındık oligopeptilerinin sıkılaştırıcı kompleksinin yanı sıra cildinizi nem pompası etkisiyle canlandırarak acınıza ve yaranıza son verecektir. Kadınlarda en can sıkıcı durumlardan biri de göğüs uçlarında ve göğüslerinde meydana gelen sarkmalardır. Göğüs bakım kremi ile bu sorunların önüne çok rahat bir şekilde geçebilir, sarkan cildinizin yeniden toparlanmasını sağlayabilirsiniz. Cildin, kendine özgü bir elastik yapısı vardır ve bazı etkenlerden dolayı bu yapı bir süre kaybolur ve ciltte sarkmalar başlayabilir. Özellikle kilo verdikten sonra daha çok görülmeye başlayan bu problem, emziren kadınlarda da görülebilen bir problemdir. Emziren kadınlarda emzirme döneminin başlamasıyla birlikte kendini gösteren göğüs sarkması, bazen emzirme döneminden sonra da devam eder. Bu durumun ortadan kaldırılmasına yardımcı olan ve içeriğindeki formülü ile cilt sarkmalarının önüne geçen göğüs bakım kremi, Göğüs Dolgunlaştırıcı Krem Ne İşe Yarar? Göğüs yağ dokusunun incelmeye başlaması ile birlikte göğüslerde kötü bir görünüm oluşmaya başlar ve bu da kadınlarda ciddi psikolojik sorunların başlamasına neden olur. Bu konuda çözüm arayan ve aradığı çözüme net olarak ulaşamayan kadınların sayısı azımsanmayacak kadar çoktur. Ancak göğüslerin dolgun ve dik görünmesine yardımcı olan, içeriğindeki doğal bitki özleri ile başarılı sonuçlar sunan göğüs bakım kremi ile bu tip sorunlardan kolaylıkla kurtulabilirsiniz. Göğüs Bakım Kreminin Faydaları Nelerdir? Göğüs sarkması probleminin giderilmesine yardımcı olur. Göğüs dolgunlaştırmaya yardımcı olur. Daha dik göğüslere sahip olmaya yardımcı olur. Doğal göğüs büyütmeye yardımcı olur. Göğüs Dolgunlaştırma Nasıl Yapılır? Cilt problemleri arasında yer alan ve farklı nedenlerden dolayı ortaya çıkan göğüs sarkması problemi, ciddi rahatsızlıklara yol açmaktadır. Kadınlar, emzirme döneminden sonra, kilo verdikten sonra veya farklı birtakım rahatsızlıkları atlattıktan sonra bu tip problemlerle karşı karşıya kalırlar. Göğüs dolgunlaştırma ihtiyacınızı doğru şekilde karşılamak adına kullanabileceğiniz göğüs bakım kremi ile daha kısa sürede bu tip sorunlarınızdan kurtulabilirsiniz. Daha Dik Göğüsler İçin Göğüs Büyütme Dekoltenizi hayalinizdeki görünüme kavuşturmak için yapılabilecek çok daha basit bir yöntem var aslında. Doğru göğüs bakım kremi ile kısa sürede ve kolay bir şekilde istediğiniz sonuca ulaşabilir, göğüs büyütme yöntemlerinden doğal ve tamamen organik bir yöntemden faydalanabilirsiniz. Formülündeki doğal etken maddelerle göğüs yağ dokusunu kalınlaştırmaya yardımcı olur. Böylece göğüslerinizin daha dolgun ve dik görünüme kavuşmasına yardımcı olur. Göğüste sarkma problemlerinde, sürekli kilo değişkenliğinden kaynaklı elastikiyetini kaybetmiş ciltleri yeniden sıkılaştırma ve yenileme özelliğine sahiptir.”* ifadelerine, “Göz çevresi Kremi” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Göz çevresinde oluşan yorgunluk belirtilerini ve morlukları iyileştirir. İnce çizgilerin ve kırışıklıkların görünümünü azaltır.”* ifadelerine, *“*Leke Kremi”isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Cilt lekeleri düzenli leke kremi kullanım sonrası olumlu sonuçları ile yüz gülümsetir. Hafif görünümlü cilt lekeleri daha kısa zaman diliminde geçer iken koyu cilt lekeleri daha uzun bir zaman diliminde geçer. Uraw Profesyonel Cilt Leke Kremi lekelerin kesin çözümü için içeriğindeki vitaminleri zengin tutmuş ve aynı zamanda içeriğindeki; yüksek C vitamini sayesinde güneşten koruyucu etkisi başta olmak üzere, cildi derinlemesine tazelemiş ve cildin gözle görünür bir dolgunluk kazanmasını sağlamıştır. Çiller, sivilceler, yaşlılık izleri, güneş lekeleri, kararmalar”* ifadelerine söz konusu internet sitesinde yer alan videolarda; *“Saçları mavi serumla yeniden çıktı.”* ifadelerine, “Uraw Cozmetics” isimli Instagram hesabında *“Blue Hair Serum”* isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Saçlarınız dökülmesin çoğalsın. Saçlarınızın gözle görünür bir şekilde gürleşmesine yardımcı olur. Deri altındaki saç köklerine ulaşarak saç oluşumunu sağlar”* ifadelerine, “Uraw Cosmetics” isimli Facebook hesabında *“Anti-Aging Silver Serum”* isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Ferulic asit ile yüzde oluşan çizgileri gidermeye yardımcı olur”* ifadelerine, muhtelif televizyon kanallarında Ekim-Aralık 2019 tarihinde yayınlanan "Uraw Blue Hair" isimli ürüne ilişkin reklamlarda; *"Saçlarınız dökülmüş olabilir, üzülmeyin Uraw Mavi Serumu deneyin farkı görün."* ifadelerine yer verildiği, ancak Kozmetik Mevzuatına tabi bulunan tüm kozmetik ürünlerin, insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve etkileri geçici olan ürünler olması gerektiği; bu bağlamda inceleme konusu tanıtımlarda yer alan tedaviye yönelik ve endikasyon belirten ifadelerin ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği,

Bununla birlikte www.uraw.com.tr adresli internet sitesinde Blue Hair Serum” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; *“Dökülen saçlarınıza bitkisel çözüm sunan ürün, dermatolojik kontrol altında test edilmiştir.”* ifadelerinin, “Uraw Göğüs Bakım Kremi” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; *“İçeriğinde herhangi bir kimyasal maddenin bulunmadığı, tamamen bitki özlerinden elde edilen göğüs bakım kremi”* ifadelerinin ispatlanmadığı,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 ve 10 uncu maddeleri,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

Buna göre, reklam veren **Uraw Kozmetik Anonim Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma ve 341,921-TL (Üçyüzkırkbirbin dokuzyüzyirmibir Türk Lirası) idari para cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**20)**

**Dosya No:** **2019/10273**

**Şikayet Edilen:** **Botacare Kozmetik Doğal ve Bitkisel Ürünler İmalat İth. İhr. San. ve Tic Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://kou.globalpiyasa.com adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://kou.globalpiyasa.com adresli internet sitesinde firmanıza ait “Botacare” adlı hesap üzerinden yayınlanan *“Fit Care Saç Besleyici Losyon”* isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Kanın mikro dolaşımını hızlandırır”* ifadelerineyer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** https://kou.globalpiyasa.com adresli internet sitesinde firmanıza ait **“Botacare”** adlı hesap üzerinden yayınlanan *“Fit Care Saç Besleyici Losyon”* isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Kanın mikro dolaşımını hızlandırır”* ifadelerine yer verildiği, ancak Kozmetik Mevzuatına tabi bulunan tüm kozmetik ürünlerin, insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve etkileri geçici olan ürünler olması gerektiği; bu bağlamda inceleme konusu tanıtımlarda yer alan tedaviye yönelik ve endikasyon belirten ifadelerin ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği; 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, dolayısıyla her koşulda, söz konusu ürün ile ilgili olarak yapılan bu nitelikteki tanıtımların mevcut mevzuata aykırılık teşkil ettiği,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 ve 10 uncu maddeleri,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

Buna göre, reklam veren **Botacare Kozmetik Doğal ve Bitkisel Ürünler İmalat İth. İhr. 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.

**21)**

**Dosya No:** **2019/10367**

**Şikayet Edilen:** **Tasfiye Halinde Aysa Doğal Kozmetik Ürünleri İth. İhr. San. Tic. Ltd. Şti**

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

kozmetik ürünlere ilişkin tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.keratinbakim.com adresli internet sitesinde yer alan “Hızlı Saç Uzatma 4’lü Set” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“…doğru ve düzenli kullandığınız zaman hızlı uzayan bir saç formu kazanmış olacaksınız”* ifadelerine, “Saç Çıkaran Titanyumlu Keratin Bakım Seti” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Güçsüz, zayıf, cansız, açılarak seyrekleşmiş ve yavaş uzayan saçlarda saç çıkarma daha etkilidir. Dökülen saçları geri çıkarma konusunda saç çıkaran titanyumlu keratin bakım seti mucizeler yaratır”* ifadelerine, “Keratin İksir Gözenek Açıcı” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; “Saç dökülmesini engelleyip saç çıkmasını sağlayan bu ürün…” ifadelerine, “Saç Çıkarıcı Keratin Şampuan” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“…kan dolaşımının hızlanmasına etki eder”* ifadelerineyer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** www.keratinbakim.com adresli internet sitesinde yer alan “Hızlı Saç Uzatma 4’lü Set” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“…doğru ve düzenli kullandığınız zaman hızlı uzayan bir saç formu kazanmış olacaksınız”* ifadelerine, “Saç Çıkaran Titanyumlu Keratin Bakım Seti” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Güçsüz, zayıf, cansız, açılarak seyrekleşmiş ve yavaş uzayan saçlarda saç çıkarma daha etkilidir. Dökülen saçları geri çıkarma konusunda saç çıkaran titanyumlu keratin bakım seti mucizeler yaratır”* ifadelerine, “Keratin İksir Gözenek Açıcı” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Saç dökülmesini engelleyip saç çıkmasını sağlayan bu ürün…”* ifadelerine, “Saç Çıkarıcı Keratin Şampuan” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“…kan dolaşımının hızlanmasına etki eder”* ifadelerine yer verildiği, ancak Kozmetik Mevzuatına tabi bulunan tüm kozmetik ürünlerin, insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve etkileri geçici olan ürünler olması gerektiği; bu bağlamda inceleme konusu tanıtımlarda yer alan tedaviye yönelik ve endikasyon belirten ifadelerin ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği; 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, dolayısıyla her koşulda, söz konusu ürün ile ilgili olarak yapılan bu nitelikteki tanıtımların mevcut mevzuata aykırılık teşkil ettiği,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 ve 10 uncu maddeleri,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

Buna göre, reklam veren **Tasfiye Halinde Aysa Doğal Kozmetik Ürünleri İth. İhr. San. Tic. Ltd. Şti** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**22)**

**Dosya No:** **2019/11641**

**Şikayet Edilen: Erol Saat**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.n11.com adresli internet sitesinin 20.11.2019 tarihli görünümünde

yer alan ve “Atomgıda” adlı hesap üzerinden yayınlanan “Agridin Krem-Ağrı Kremi” isimli ürüne

ilişkin tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.n11.com adresli internet sitesinin 20.11.2019 tarihli görünümünde yer alan “Atomgıda” adlı hesap üzerinden yayınlanan *“Agridin Krem- Ağrı Kremi”* isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda*; “Akut ve kronik ağrı için ilk uygulamadan hemen sonra ikinci bir uygulamada emilim sağlar. Eğer piyasada mevcut olan en iyi kremi araştırıyorsanız, artritik ağrı, sırt ağrısı, kas ağrısı, eklem ağrısı, ayak ağrısı, kol ağrısı, sinir sıkışması, atletik ya da spor aktiviteleri nedeniyle acı çekiyorsanız aradığınız buldunuz.*” ifadelerineyer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** www.n11.com adresli internet sitesinin 20.11.2019 tarihli görünümünde yer alan “Atomgıda”adlı hesap üzerinden yayınlanan“Agridin Krem- Ağrı Kremi”isimli ürüne ilişkin tanıtımlar*da; “Akut ve kronik ağrı için ilk uygulamadan hemen sonra ikinci bir uygulamada emilim sağlar. Eğer piyasada mevcut olan en iyi kremi araştırıyorsanız, artritik ağrı, sırt ağrısı, kas ağrısı, eklem ağrısı, ayak ağrısı, kol ağrısı, sinir sıkışması, atletik ya da spor aktiviteleri nedeniyle acı çekiyorsanız aradığınız buldunuz.*” ifadelerine yer verildiği, ancak Kozmetik Mevzuatına tabi bulunan tüm kozmetik ürünlerin, insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve etkileri geçici olan ürünler olması gerektiği; bu bağlamda inceleme konusu tanıtımlarda yer alan tedaviye yönelik ve endikasyon belirten ifadelerin ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği; 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, dolayısıyla her koşulda, söz konusu ürün ile ilgili olarak yapılan bu nitelikteki tanıtımların mevcut mevzuata aykırılık teşkil ettiği,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 ve 10 uncu maddeleri,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

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

**23)**

**Dosya No:** **2019/11644**

**Şikayet Edilen:** **PRS Medikal Kozmetik San. Tic. Ltd. Şti.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.avesin.com.tr adresli internet sitesinde “Saç Bakım Serumu” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Saç folikülünden ayrılan saçın oluşum evresini hızlandırmaya, ince telli saçların kalınlaşmasına yardımcı olur. Avesin Saç Bakım Serumu saç dökülmesini önlemeye yardımcı olurken saçlı deride uzun süre kalması bakımından koruyucu özelliği aktifleşir. Böylece kepek egzama dermatit gibi saç derisi problemlerinin önüne geçmeye yardımcı olur. Saç kalitesini artırmaya, saç çapının ve uzama hızının artırmasına yardımcı olurken saçın anagen süresinin uzamasına yardımcı olarak saç dökülmesinin azalmasına destek olur. İnce telli saçların kalınlaşmasına yardımcı olur. Avesin Saç Bakım Serumu saç dökülmesini önlemeye yardımcı olurken saçlı deride uzun süre kalması bakımından koruyucu özelliği aktifleşir.”*  ifadelerine, “Avesin Saç Bakım Şampuanı” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Avesin şampuan; Deri problemleri için özel olarak formüle edilmiş bitkisel şampuandır. İçeriğindeki procapil, anagain, biotin ve diğer etken maddeler sayesinde DHT oluşumunu engellemeye, saç folikülünden ayrılan saçın oluşum evresini hızlandırmaya, saç kalitesini artırarak, saçın çapı ve uzama hızını artırmaya yardımcı olurken İçeriğindeki bitkisel ekstraktlar ve amino acid complex ile hasar gören dokuların onarılmasına, hücrelerin ve saç köklerinin yenilenmesine yardımcı olur. Kepeklenmeye neden olan mantar ve bunun gibi saç derisi problemlerinin giderilmesini ve saç köklerini güçlendirerek, saç tellerinin deriye daha sıkı tutunmasını sağlamaya yardımcı olur. Hücrelerin ve saç köklerinin yenilenmesiyle dökülmeyen saçlar Avesin şampuan; Saç dökülmesi, hacimsiz, mat saçlar için özel olarak formüle edilmiş bitkisel şampuandır. ...saç kalitesini artırarak, saçın çapı ve uzama hızını artırmaya yardımcı olurken saçın anagen süresini uzatarak saç dökülmesini azaltmaya destek olur. Avesin şampuan, zenginleştirilmiş formülü sayesinde, saçların ilk yıkamadan itibaren daha sağlıklı ve hacimli olmasına yardımcı olur. Etkinliği klinik olarak kanıtlanmış içeriğe sahip Avesin Dökülme Karşıtı Şampuan*, *saçların daha hızlı uzamasına yardımcı olur.”* ifadelerineyer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** www.avesin.com.tr adresli internet sitesinde “Saç Bakım Serumu” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Saç folikülünden ayrılan saçın oluşum evresini hızlandırmaya, ince telli saçların kalınlaşmasına yardımcı olur. Avesin Saç Bakım Serumu saç dökülmesini önlemeye yardımcı olurken saçlı deride uzun süre kalması bakımından koruyucu özelliği aktifleşir. Böylece kepek egzama dermatit gibi saç derisi problemlerinin önüne geçmeye yardımcı olur.”*  ifadelerine, “Avesin Saç Bakım Şampuanı” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Avesin şampuan; Deri problemleri için özel olarak formüle edilmiş bitkisel şampuandır. İçeriğindeki procapil, anagain, biotin ve diğer etken maddeler sayesinde DHT oluşumunu engellemeye, saç folikülünden ayrılan saçın oluşum evresini hızlandırmaya, saç kalitesini artırarak, saçın çapı ve uzama hızını artırmaya yardımcı olurken İçeriğindeki bitkisel ekstraktlar ve amino acid complex ile hasar gören dokuların onarılmasına, hücrelerin ve saç köklerinin yenilenmesine yardımcı olur. Kepeklenmeye neden olan mantar ve bunun gibi saç derisi problemlerinin giderilmesini ve saç köklerini güçlendirerek, saç tellerinin deriye daha sıkı tutunmasını sağlamaya yardımcı olur. Hücrelerin ve saç köklerinin yenilenmesiyle dökülmeyen saçlar.”* ifadelerine yer verildiği, ancak Kozmetik Mevzuatına tabi bulunan tüm kozmetik ürünlerin, insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve etkileri geçici olan ürünler olması gerektiği; bu bağlamda inceleme konusu tanıtımlarda yer alan tedaviye yönelik ve endikasyon belirten ifadelerin ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği; 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, dolayısıyla her koşulda, söz konusu ürün ile ilgili olarak yapılan bu nitelikteki tanıtımların mevcut mevzuata aykırılık teşkil ettiği,

Ayrıca bahse konu internet sitesinde“Saç Bakım Serumu” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; *“Saç kalitesini artırmaya, saç çapının ve uzama hızının artırmasına yardımcı olurken saçın anagen süresinin uzamasına yardımcı olarak saç dökülmesinin azalmasına destek olur. İnce telli saçların kalınlaşmasına yardımcı olur. Avesin Saç Bakım Serumu saç dökülmesini önlemeye yardımcı olurken saçlı deride uzun süre kalması bakımından koruyucu özelliği aktifleşir.”*  ifadelerinin, “Avesin Saç Bakım Şampuanı” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; *“Avesin şampuan; Saç dökülmesi, hacimsiz, mat saçlar için özel olarak formüle edilmiş bitkisel şampuandır. ...saç kalitesini artırarak, saçın çapı ve uzama hızını artırmaya yardımcı olurken saçın anagen süresini uzatarak saç dökülmesini azaltmaya destek olur. Avesin şampuan, zenginleştirilmiş formülü sayesinde, saçların ilk yıkamadan itibaren daha sağlıklı ve hacimli olmasına yardımcı olur. Etkinliği klinik olarak kanıtlanmış içeriğe sahip Avesin Dökülme Karşıtı Şampuan*, *saçların daha hızlı uzamasına yardımcı olur.”* ifadelerinin ispatlanmadığı,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 ve 10 uncu maddeleri,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

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

**24)**

**Dosya No:** **2019/12163**

**Şikayet Edilen:** **Mahmut ABA**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Bingöllü Fatih Saç Çıkaran Şampuan ve Losyon” isimli Facebook hesabında yer alan “Mavi Serum” isimli ürüne ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** *“Bingöllü Fatih Saç Çıkaran Şampuan ve Losyon”* isimli Facebook hesabında yer alan “Mavi Serum” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Herkes saçlanacak. Bu arkadaşımıza saç problemi yaşıyordu 3 ayda aldığımız sonuç bize inanan herkese çok teşekkür ediyoruz. 3,5 ayda alınan mükemmel sonuç siz de dökülen saçlarınıza tekrar kavuşmak istiyorsanız iletişim numaramız 0552 382 98 00. Siz de saç problemi yaşıyorsanız ya da çevrenizde böyle dostlarınıza gönül rahatlığıyla tavsiye edebilirsiniz. Yeni ürünümüz mavi şampuan satışlarda mavi losyonla aynı içerikte olan şampuanımız ilk haftadan itibaren saç dökülmesini komple durdurmakla beraber mavi losyon ile birlikte kullanıldığında ilk aydan itibaren yeni saçların oluşumuna yardımcı olmaktadır.”* ifadelerineyer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** *“Bingöllü Fatih Saç Çıkaran Şampuan ve Losyon”* isimli Facebook hesabında yer alan “Mavi Serum” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Herkes saçlanacak. Bu arkadaşımıza saç problemi yaşıyordu 3 ayda aldığımız sonuç bize inanan herkese çok teşekkür ediyoruz. 3,5 ayda alınan mükemmel sonuç siz de dökülen saçlarınıza tekrar kavuşmak istiyorsanız iletişim numaramız 0552 382 98 00. Siz de saç problemi yaşıyorsanız ya da çevrenizde böyle dostlarınıza gönül rahatlığıyla tavsiye edebilirsiniz. Yeni ürünümüz mavi şampuan satışlarda mavi losyonla aynı içerikte olan şampuanımız ilk haftadan itibaren saç dökülmesini komple durdurmakla beraber mavi losyon ile birlikte kullanıldığında ilk aydan itibaren yeni saçların oluşumuna yardımcı olmaktadır.”* ifadelerine yer verildiği, ancak Kozmetik Mevzuatına tabi bulunan tüm kozmetik ürünlerin, insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve etkileri geçici olan ürünler olması gerektiği; bu bağlamda inceleme konusu tanıtımlarda yer alan tedaviye yönelik ve endikasyon belirten ifadelerin ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği;

Ayrıca, bahse konu Facebook hesabında hastalara yönelik tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği;

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 ve 10 uncu maddeleri,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

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

**25)**

**Dosya No:** **2019/12165**

**Şikayet Edilen:** **Unilever Sanayi ve Ticaret Türk Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Signal White Now Gold” isimli ürüne ilişkin firmaya ait Youtube kanalı ile ürün ambalajları ve muhtelif televizyon kanallarında yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

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

**Tespitler:** “Signal White Now Forever White” isimli ürüne ilişkin Youtube kanalı ile ürün ambalajları ve muhtelif televizyon kanallarında yayımlanan reklamlarda; *“\*\*Kalıcı bembeyaz gülüşler için sırrım ne mi? Yeni White Now Forever White. \*\*Tüketici testi, 58 denekte, 4 hafta, günde 2 kez düzenli kullanımda. Dişleri aşındırmayan mavi safir pigmentler. \*Anında. \*Anında beyazlık etkisi optik ve geçicidir. Dual Action Sistemi ile dişlerdeki lekeleri yok etmeye yardımcı olarak kalıcı beyazlık sağlar. Anında bembeyaz kalıcı gülüşler için”* ifadelerineyer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** “Signal White Now Forever White” isimli ürüne ilişkin olarak ürün ambalajlarında, Youtube kanalı ile muhtelif televizyon kanallarında yayımlanan reklamlarda yer verilen *“kalıcı*” ifadesi ile ürünün etkisinin sürekli olacağı algısı yaratılarak tüketicilerin yanıltıldığı,

Bununla birlikte söz konusu reklam filminin ana vaadinde "Anında" ve "Kalıcı bembeyaz gülüşler" ifadelerine, alt yazılarda ise "Anında beyazlık etkisi optik ve geçicidir" ve "4 hafta boyunca günde 2 kere" ifadelerine yer verilerek ortalama tüketici nezdinde anlam karışıklığına yol açarak Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin "Doğruluk ve Dürüstlük" başlıklı 7. maddesinin "*(3) Reklamlar, ortalama tüketicinin algılama düzeyi ile reklamın tüketici üzerindeki olası etkisi göz önünde bulundurularak hazırlanmalıdır."* hükmüne aykırılık teşkil ettiği,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

Buna göre, reklam veren **Unilever Sanayi Ve Ticaret Türk Anonim Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**SAĞLIK**

**26)**

**Dosya No: 2019/1901**

**Şikayet Edilen: Gülnar MURSALOVA (Gül Estetik Merkezi)**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şahsa ait broşürlerde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Broşür

**Tespitler:** Şahsa ait broşürlerde örnek olarak: *"Lazer Epilasyon... Kırışıklık Tedavisi... Sivilce-Akne Tedavisi Mezoterapi... PRP... Selülit Tedavisi..."* şeklinde doktorlar tarafından uygulanması gereken çeşitli tıbbi işlemlere ilişkin talep yaratıcı ifadelere yer verildiği kuruluşun isminin “Gül Estetik Lazer Epilasyon Güzellik” şeklinde belirtildiği tespit edilmiştir.

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

**27)**

**Dosya No: 2019/8841**

**Şikayet Edilen: Korkmaz Danışmanlık Özel Sağlık Medikal Turizm San. ve Tic. Ltd. Şti. (Fue Akademi)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 05.12.2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler: -**www.fueakademi.com adresli internet sitesinin 05.12.2019 tarihli görünümünde örnek olarak:

*Tarihçe:Fue Akademi Saç ekimi, dermal dolgu, mezoterapi, PRP, dermapen, botox gibi alanlarda eğitim almak veya kendini geliştirmek isteyenler için sertifikalı eğitim alanlarının yer aldığı Fue Akademi sürekli kendini geliştiren Uzman Hekim kadrosu ile faaliyetlerine devam etmektedir... Misyonumuz: Kursiyerlerin eğitim almak ve kendini geliştirmek istedikleri alanlarda en iyi eğitimi vermek, öğretmek ve uygulama becerilerini kazandırmak... Uzm. Cemil SEVDİRİR: Atatürk Üniversitesi Acil Yardım Ve Afet Yönetimi Mezunudur. Türkiye Hava Ambulans Operasyonunda Görev Alırken, Saç Ekimi ve Medikal Estetik Eğitimi aldı. Saç Ekimi konusunda tecrübelerini memnuniyet garantisini uyguladığı binlerce ekim ile kanıtlamış,birçok Saç Ekim Uzmanı yetiştirmiş sektörde adından söz ettirmeyi başarmış bir Saç Ekim Uzmanıdır. Aynı zamanda FUE AKADEMİ Eğitim Kurumu'nda Saç Ekim Uzmanlığı Eğitmenliği yapmaktadır. Saç Ekimi yanında PRP, Dermapen, Plexr, Saç Simülasyonu ve Cerrahisiz Estetik uygulamalarında da uzmandır... Cemil SEVDİRİR Altın Taç Ödülleri 2018-2019 Yılı Türkiye En Başarılı Saç Ekim Merkezi Ödülünü alarak başarısını taçlandırmış ve birkez daha kanıtlamış oldu... Eğitimlerimiz: Saç Ekimi Eğitimi, Dermapen Eğitimi, Mezoterapi Eğitimi, PRP Eğitimi, Dermal Dolgu Eğitimi..."* gibi ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu tanıtımlarda adı geçen çok sayıdaki tıbbi işlem uygulamalarının ve bilgilendirmesinin ilgili alanda uzman tabiplerce ve yetkili sağlık kuruluşlarınca yapılması gerektiği, kuruluşun bir sağlık kuruluşu olmadığı, bahse konu eğitimlere ilişkin de herhangi bir yetki ve ruhsatlandırmanın bulunmadığı, dolayısıyla söz konusu ifadelerin mevzuata aykırı, tüketicileri yanıltıcı 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,

- 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 **Korkmaz Danışmanlık Özel Sağlık Medikal Turizm San. ve Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **85.480-TL (Seksenbeşbindörtyüzseksen Türk Lirası) idari para ve** **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir**.**

**28)**

**Dosya No: 2019/9559**

**Şikayet Edilen: Gökyüzü Sağlık Yaşam Destek Hizmetleri Organizasyon ve Tic. Ltd. Şti. (Medical Life Group)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 28.05.2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** -www.medicallifegroup.com.tradresli internet sitesinin 28.05.2019 tarihli görünümünde örnek olarak:

*"Hizmetlerimiz: Öncelikli Sağlık Hizmeti, Medikal Cihazlar, Uyarı Sistemi, Sağlık ve Laboratuvar Hizmetleri, Refakatçi ve Hasta Bakıcı Hizmetleri, Acil İlaç Temini, Özel Avantajlar, Tıbbi Danışmanlık, Acil Müdahale Organizasyonu... Tıbbi Danışmanlık; Artık yalnız değilsiniz; Medical Life, tıbbi danışmanlık hizmetini 7 gün 24 saat aralıksız 444 1 193 numaralı telefonun ucundaki uzman sağlık personeli aracılığı ile vermektedir. Sistem üyelerin sağlık ile ilgili bilmek istedikleritüm bilgileri süratli ve doğru olarak ulaştırmaktadır. Gerektiğinde çağrı merkezi aracılığı ile sağlık kurum ve kuruluşlarına yönlendirme işlemleri en sağlıklı ve en güvenilir şekilde yürütülmektedir... Acil Müdahale Organizasyonu; Acil durum esnasında 444 1 193 Medical Life çağrı merkezimizin yaptığı Acil Müdahale organizasyonudur. Hastalık geçmiş forumunda bulunan üye ile ilgili bilgiler ağ ortamından ambulanstaki doktora ulaşır. Görevli doktor acil müdahale için verilen adrese ulaştığında hasta ile ilgili tüm bilgilere sahip olduğundan, yapılan ilk müdahale doğru ve etkili olur. Hasta ambulansa alındıktan sonra çağrı merkezi yönetilen konferans sistemiyle durumu kontrol altına alır... Acil Durumlar: suda boğulma, trafik kazası, terör, sabotaj, kurşunlanma, bıçaklanma vb., intihar girişimi, tecavüz, yüksekten düşme, ciddi iş kazaları, uzuv kopmaları, elektrik çarpması, donma, soğuk çarpması... Hakkımızda: Hizmet sektöründe 6. yılını dolduran Medical Life Group üyelerin istekleri doğrultusunda sürekli proje geliştiren, yeniliklere açık, çalışanlarına belirli periyodlarda eğitim vermekte, kurumsal yapısıyla maksimum müşteri memnuniyeti ilkesiyle yoluna devam etmektedir...”* gibi ifadelere yer verildiği, tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu tanıtımlarda bahsedilen 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 bütün bu durumların;

-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 **Gökyüzü Sağlık Yaşam Destek Hizmetleri Organizasyon ve Tic. Ltd. Şti. (Medical Life Group)** 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.

**29)**

**Dosya No: 2018/6207**

**Şikayet Edilen:** **Dr. Efekan COŞKUNSEVEN**

**Şikayet Edilen Reklam:** Sözcü Gazetesi'nde yer alan gazete reklamları.

**Reklam Yayın Tarihi:** 05.09.2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Gazete

**Tespitler:** 05.09.2018 tarihli Sözcü Gazetesi'nde yer *alan “Yakın ve Uzak Görme Sorununa Tek Ameliyatla Kesin Çözüm: Gözlük ve Lenslere Tri-Fokal Merceklerle Veda Edin”* başlıklı gazete reklamlarında örnek olarak*; "...Dünyagöz Etiler'den göz hastalıkları uzmanı Op. Dr. Efekan Coşkunseven, lazer tedavisi uygulanamayan hastalarda kırma kusurlarını düzeltmenin yanısıra, yaşa bağlı yakını görememe ve katarakt tedavileri için de kullanılabilen Tri-fokal mercekler ile ilgili detaylı bilgiler paylaşıyor...Gözlük ve lenslerden kurtulmak herkesin hayali. Ancak bu doğrultuda uygulanan lazer operasyonları, göz yapısı uygun olmayan hastalara uygulanamıyor....Tri-fokal Göz İçi Mercekleri ise hastalar tarafından ömür boyu kullanılabilirken, görme kusurlarının yanı sıra, yaşa bağlı yakını görememe ve katarakt rahatsızlıklarının çözümü için de kalıcı bir çözüm sunuyor... Op. Dr. Coşkunseven, "...Bu merceklerin yerine yerleştirilen göz içi mercekler arasında, her türlü uzaklık arasındaki geçişin mükemmel olarak yapılmasını sağlayan Tri-fokal mercekler, hastalara görme konusunda çok büyük avantajlar sunuyor...Bu mercekler alerji yapmaz veya doku tarafından kabul edilmemesi mümkün değildir. Ameliyatta takılan Tri-fokal göz içi mercekler hastanın gözünde ömür boyu kalır...Ameliyat çok kısa sürmektedir. İşlem sırasında ağrı veya sızı hissedilmez. Hasta 48 saat*

*sonunda normal hayatına dönebilir, seyahat edebilir, banyo yapabilir, işe gidebilir ve hatta spor yapabilir..."* gibi şahsa ve şahsın çalıştığı *Dünya Göz Hastanesi San. ve Tic. A.Ş.* firmasına yönelik talep yaratan ve bilgilendirme sınırını aşan ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu gazete ilanında 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 şahsın faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı, talep yaratıcı nitelikte olduğu ve şahıs ile faaliyette bulunduğu kuruluşa yönlendirme yaparak, benzer alanda faaliyet gösteren hekimler ve kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açtığı, bu durumun da;

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

- Tıbbi Deontoloji Tüzüğünün 8, 9 ve 39 uncu maddeleri

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

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

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi.

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

Reklamveren **Dünya Göz Hastanesi San. ve Tic. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **138.172-TL (Yüzotuzsekizbinyüzyetmişiki Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**30)**

**Dosya No: 2018/7057**

**Şikayet Edilen:** **Orhan Murat Özdemir**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.artplastestetik.com ve www.orhanmuratozdemir.com.tr adresli internet siteleri ile www.instagram.com, www.facebook.com ve www.youtube.com adresli sosyal paylaşım sitelerinde şahsa ait sayfalarda yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 20.11.2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.artplastestetik.com adresli internet sitesinin 20.11.2019 tarihli görünümünde;

- Ana sayfada*; "...Meme büyütme, kadınların en çok ilgi gösterdikleri operasyonların başında göğüs büyütme ameliyatı gelmektedir. O nedenle hacmi ve büyüklüğü her kadın için önemlidir..." ,*

- "Dudak Dolgusu" başlığı altında; *"...Elde edilen sonuçlar 2 ila 6 ay boyunca etkisini göstermeye devam eder. Dudaklardaki kanlanma çok fazla olduğundan, dudaklar sadece kas dokudan oluştuğundan dolayı bu bölgeye yapılan dolgular çok çabuk emilecektir...Needle Shaping ayda bir, iki veya üç kez tekrar edilmesi sayesinde elde edilen sonuç üç yıl kalıcılık sağlamaktadır. Avantajları; Kalıcılık süresi, Doğallığı, Asimetrilerin dolgulara göre daha rahat düzeltilmesi, Dışarıdan başka bir madde kullanılmadan kendi dokunuzun kullanılmasıdır..." ,*

- "Göğüs Dikleştirme" başlığı altında*; "....Bazen sadece meme başı etrafında, bazen hem meme*

*başı etrafı hemde aşağıya uzanan, bazende bunlara ilaveten katlantı çizgisine oturan bir izle ameliyatınız biter. Bu izler genellikle birinci yılda belli belirsiz hale gelecektir...Tek başına Göğüs dikleştirme ameliyatları genellikle ağrılı ameliyatlar değildir..." ,*

- "Meme Büyütme" başlığı altında; *"...Estetik göğüs denince akla hemen silikon gelmektedir.*

*Bu durum silikonun moda olması ile yakından alakalıdır....Ameliyattan sonra daha rahat bir süreç geçirmeniz bu sayede mümkün olmaktadır. Bunun nedeni, elde edilecek sonuçların neredeyse doğru biçimde görülebilmesidir. Sonuçta sürprize yer kalmaz...Ayrıca bu yol ile yerleştirilen protez çok daha doğal bir görüntünün ortaya çıkmasına vesile oluyor. Silikon protezin kalitesi, bir meme büyütme ameliyat maliyetini belirleyen en önemli faktörlerden birisidir. Mentor markalı protezler, dünyada en çok tercih edilen markalar arasındadır. Ameliyatın hangi şehirde yapıldığı, hastanenin kalitesi, doktorunuz ve doktorunuzun tecrübesi de maliyeti etkileyen faktörlerdendir...İlk iki gün belirgin bir ağrı vardır ama sonra hızla azalacaktır...Doğal sonuç beklentisi olan hastalarda "ameliyat olduğuna değecek ama dışarıdan ne kadar büyük" dedirtmeyecek bir büyüklük hedeflenmelidir..."* gibi tıbbi işlemlere ilişkin gibi bilgilendirme sınırını aşan ve doğruluğu bilimsel olarak kanıtlanmamış ifadelere yer verildiği;

www.orhanmuratozdemir.com adresli internet sitesinin 20.11.2019 tarihli görünümünde;

- Ana sayfada; *"...Estetik hayatımızın her alanında önemli bir hale geldi. Hemen her yaşta, hemen her sosyal ortamda, tüm gelir seviyelerinde ki hem kadınlar hem de erkekler için güzel ve sağlıklı görünmek bir lüks değil bir zorunluluk, bir ihtiyaç haline gelmiştir..." ,*

- "Kepçe Kulak Estetiği" başlığı altında*; "...Çocuklar sosyal çevreye girmeye başladığı yaşlarda özellikle kepçe kulak sorunu sebebi ile arkadaşlarınca alay konusu olurlar ve bu durum küçük yaşta psikolojide büyük sorunlara yol açabilmektedir. Bu sebeple çocuklara 3 yaşından sonra kulak estetiği işlemi yapılması önerilen bir durumdur..." ,*

- "Burun Estetiği" başlığı altında*; "...Yüzün merkezinde yer alan ve tarih boyunca bir çok insan için tanımlayıcı özellikler sunan burun; kişinin en önemli karakteristik özelliklerindendir. Eski*

*çağlarda karakter tahlilleri bile burun şekilleri üzerinden yapılmıştır. Burun estetiği fonksiyonel ve estetik olarak bir arada yapılabilir...Öncelikle bilinmelidir ki bizim elde etmeye çalıştığımız sonuçlar; sorunlarınızın çözüldüğü, kabul edilebilir, kişiye özel planlama ile yaklaşarak benzer sonuçlardan uzak, sizin yapınızda elde edilebilecek en iyi sonuçtur... Bizim ameliyatlarımız “Çok güzel oldu” diye biter. Hiçbirimiz “Bu hastada bununla idare etsin” diye ameliyatını sonlandırmaz....Sadece kliniğimizde olan 3D Vectra teknolojisi sayesinde üç boyutlu fotoğrafınız üzerinde nasıl bir sonuç elde edebileceğimizi size gösterebiliyoruz. Bu sayede siz de her hangi bir sürpriz ile karşılaşmıyorsunuz. Gösterdiğimiz görüntü de %90-95 elde edebileceğimiz bir görüntü oluyor..." ,*

- "Göğüs Büyütme" başlığı altında; *"...Kadınların en çok ilgi gösterdikleri operasyonların başında göğüs büyütme ameliyatı gelmektedir. Kadın kimliğinin ilk gelişen ve büyümesi beklenen organı memelerdir. O nedenle hacmi ve büyüklüğü her kadın için önemlidir. Memelerin gelişiminin küçük kalması kişisel olarak kadınların kendilerini yetersiz hissetmelerine hatta kadın gibi hissedememelerine neden olmaktadır. Bu yüzden meme büyütme ameliyatları bu kadar önemli ve özeldir...Çok ileri teknolojilerle üretilmiş ürünler olan silikon protezler artık ömür boyu garantilerle üretilmektedir...Bu ilaç kokteyli sayesinde ağrı hissetmez ve konforlu bir ilk günü hastanede bir gece kalarak geçirirsiniz..."* gibi bilgilendirme sınırını aşan ve doğruluğu bilimsel olarak kanıtlanmamış ifadelere yer verildiği;

www.facebook.com adresli sosyal paylaşım sitesinin 20.11.2019 tarihli görünümünde “Op. Dr. Orhan Murat Özdemir" kullanıcı isimli sayfada yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *"...Ameliyatsız estetik işlemlerde doğala ulaşmak için hastamın isteğini anlamaya çalışırım sonrasında olması gereken tavsiyelerimle,yapılması ve yapılmaması gereken işlemlere birlikte karar veririz...Düşünceleriniz bizim için önemli, size daha kaliteli hizmet vermek için geri bildirimlerinizi önemsiyoruz...#burundolgusu uygulaması bazı burun deformitelerinde ameliyata gerek kalmadan iyi sonuçlar almamıza yarar...Son yıllarda ilerleyen cerrahi teknikler, ameliyatsız estetik yöntemlerle kombine kullanım gibi avantajlar, cerrahi estetikte iyileşme sürelerini kısalttığı gibi, sonucun daha da başarılı olmasını sağlar. Cerrahi girişimlerde asıl belirleyici unsur hastanın bakış açısıdır ve iyi anlamak gerekir. Önceliğin her zaman cerrahiye gerek olmayan yöntemlere tanınması gerekir...Büyütme ameliyatlarında sıklıkla yüksek kaliteli silikon jel implantlar kullanılmaktadır. Bu tip implantlarla çok daha doğal görüntü elde edilir...."* gibi bilgilendirme sınırını aşan ifadeler ile tıbbi işlemler esnasında çekilen görsellere yer verildiği;

Ayrıca, *"...Murat bey ve klinikte çalışan tüm arkadaşlar konularında çok başarılılar 3 yıldan uzun süredir gidiyorum çok memnunum mutlaka en azından bir görüşmeye gidilmesini tavsiye*

*ediyorum...Daha iyi bir dr tanimadim henuz . Onlar benim ailem gibidir . Ayrica son derece profesyonel ve isini ciddiye alan bir insandir . Cok basarili gercekten . Keske orda olup görebilseydim sevgili dr umu!...Güvenle rahatlıkla gidilebilecek muhteşem bir insan. Ayrıca çalışanların güler yüzlü ve samimi olmaları harika..."* gibi teşekkür, övgü ve onay ifadelerine yer verildiği;

www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinin 20.11.2019 tarihli görünümünde “orhanmuratozdemir" kullanıcı isimli sayfada yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *"...Düşünceleriniz bizim için önemli, size daha kaliteli hizmet vermek için geribildirimlerinizi önemsiyoruz. Kliniğimizde olmasını istediğiniz her yenilik için paylaşımlarınızı bekliyoruz...#memedikleştirme ameliyatı kendi meme dokunuzun şekillendirilmesi, sarkmaya neden olan fazla cildin çıkarılması mantığıyla genel anestezi altında gerçekleştirilen, göğüslerin daha sıkı ve formda olmalarını sağlayan, emzirme ve his kaybı gibi sorunlara neden olmayan #estetik bir ameliyattır. ..Meme Büyütme ve Dikleştirme ameliyatları öncesinde ücretsiz ön muayene sırasında çok az klinikte bulunan Vectra cihazıyla 3 boyutlu çalışmanızı yaparız ve #ameliyat sonrası halimizi yaklaşık olarak birlikte görüp protez seçimini bu çalışmaya göre yaparız...Bugün ki erkek hastamız 5 yıl önce başarılı olmayan bir #burunestetiği ameliyatı geçirmiş. Burunda eğrilik, kabalık, kalınlık ve nefes alamama sorunları vardı. Daha önce #açıkburunestetiği ameliyatı geçirdiği için mecburen bizde ameliyatımızı açık planlamak zorunda kaldık. Sonuç olarak hastamıza kliniğimizde 3d Vectra cihazı ile planladığımız sonucu elde edebildik. Güzelce iyileşin inşallah..."* gibi bilgilendirme sınırını aşan ifadeler ile uygulanan tıbbi işlemler esnasında çekilen görsellere yer verildiği;

www.youtube.com adresli sosyal paylaşım sitesinin 20.11.2019 tarihli görünümlerinde kuruluşunuza ait *“Op. Dr. Orhan Murat Özdemir ”* kullanıcı isimli sayfada yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda bilgilendirme sınırını aşan ifadeler ile uygulanan tıbbi işlemler esnasında çekilen görsellere yer verildiği;

Bununla birlikte; inceleme konusu internet sitelerinde; kuruluşunuzun isminin *“Artplast Estetik"* olarak nitelendirildiği; ancak, mevzuatta bu şekilde belirtilen bir sağlık kuruluşu türü

olmaması ve söz konusu tanıtımlarda kuruluşunuzun türünün açıkça belirtilmemesi suretiyle tüketicilerin yanıltıldığı,

tespit edilmiştir.

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

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

Diğer taraftan, şayet kuruluşunuz bir sağlık kuruluşu ise, sağlık alanında faaliyet gösteren kuruluşların yalnızca açılış bilgileri, hizmet alanları ve sunduğu hizmetler ile ilgili konularda toplumu bilgilendirmek amacıyla tanıtım yapabilecekleri ve ilan verebilecekleri, bunların dışında, talep yaratmaya yönelik açıklamalara ve yanıltıcı, abartılı, doğruluğu bilimsel olarak kanıtlanmamış bilgilere yer veremeyeceği hüküm altına alındığı; bu doğrultuda, inceleme konusu internet sitesi ve sosyal paylaşım sitelerinde yer alan ifade ve görüntülerin; tabip tarafından uygulanması gereken ve tıbbi işlemler arasında olan "lazer epilasyon, dermapen, dolgu" gibi uygulamalar ile ilgili olduğu, bu nedenle, söz konusu tanıtımların bilgilendirme kapsamını aşarak “reklam’’ niteliğinde değerlendirildiği ve sağlık alanında çalışan kuruluşunuzun faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı, talep artırıcı ve kuruluşunuzu övücü nitelikte olduğu ve kuruluşunuza yönlendirme yaparak, diğer kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açtığı, tüm bu durumların da;

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

- 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,

- Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin 29 uncu 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 **Orhan Murat Özdemir** 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.

**31)**

**Dosya No: 2018/7523**

**Şikayet Edilen:** **Dr. Onurkan İDACİ (Estetik Akademi Sağ. Güz. Ltd. Şti.)**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.onurkanidaci.com/ adresli internet sitesi ile www.instagram.com, www.facebook.com ve www.youtube.com adresli sosyal paylaşım sitelerinde şahsa ait sayfalarda yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 20.11.2019 ve 21.11.2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Şahsa ait https://www.onurkanidaci.com/ adresli internet adresinin 20.11.2019 tarihli görünümünde örnek olarak;

- Ana sayfada; *"...İstenenden küçük göğüslere sahip olmayı kader olmaktan çıkaran meme protezi, uzun yıllardır uygulanan, başarısı ve güvenilirliğiyle kendini ispatlamış oldukça yüz güldürücü bir cerrahi prosedürdür...Ankara Yanak Estetiği Yüzün büyük bir kısmını kaplayarak ilk bakışta dikkat çeken bölgelerin başında yanaklar gelmektedir...Ankara Dövme Silme Dövme yaptırma aşamasında sildireceğimizi asla aklımıza getirmeyiz fakat zamanı geldiğinde ve silinmesi gerektiğinde uzman eller devreye girer..."* ,

- "Burun Estetiği" başlığı altında; *"...Uygulanacak prosedürün büyüklüğüne göre lokal ya da genel anestezi altında gerçekleştirilen bu işlem yaklaşık iki saat sürmekte, ameliyat sonrası ağrıya sebebiyet vermeyerek korkulacak bir ameliyat olmaktan uzaklaşmaktadır...Uzman ellerde son derece başarılı sonuçlar veren işlem yüzün odak noktası olan burunda meydana getirdiği düzelmeyle kişinin kendini daha iyi hissetmesini ve nefes alıp vermesini kolaylaştırarak yaşam kalitesinin artmasını sağlar...Bu alanda uzun yıllardır çalışmalarını sürdürmekte olan Estetik ve Plastik Cerrahi uzmanları her zaman en güvenilir seçenektir. Farklı branş uzmanları da son yıllarda burun ameliyatlarıyla ilgileniyor olsalar da, benzer tecrübe ve birikime ulaşmaları için önlerinde kat etmeleri gereken uzun bir yol bulunmaktadır..." ,*

- "Meme Büyütme" başlığı altında; *"...İstenenden küçük göğüslere sahip olmayı kader olmaktan çıkaran meme protezi, uzun yıllardır uygulanan, başarısı ve güvenilirliğiyle kendini ispatlamış oldukça yüz güldürücü bir cerrahi prosedürdür. Hasta adaylarının, akıllarına düştüğü anda yaptırması öğütlenen işlem geç karar verip uygulamayı yaptırmış hastalarda neden daha önce yaptırmadığına dair kesin bir pişmanlık yaratmaktadır...Özellikle gebelik, doğum, emzirme gibi süreçleri atlattıktan sonra yaptırırım diye düşünen hasta adayları hayattan beklentileri ertelenip geciktikçe hayatlarının belki de en güzel yıllarını meme kaynaklı mutsuzluklarla geçirmektedir. Dolayısıyla uzman hekim olarak görüşümüz, meme gelişiminin tamamlandığı ve hasta adayının reşit kabul edildiği yıllardan itibaren uygulanabilen meme büyütme cerrahisinin, hastanın kendisini iyi hissetmesinde ve özgüveninin tesis edilmesinde önemli role sahip olduğu yönündedir...Protez uygulaması gebelik, emzirme ya da meme kanseri ile ilgili olumsuzluklara sebep olmamakta, patlama ya da eskime gibi riskler taşımamaktadır. Özellikle genç hastaların en büyük kaygılarından biri gebelik öncesi uygulanan protezin gebelik ve emzirme sırasında nasıl davranacağıdır ki bahsi geçen yaş grubu en çok protez cerrahisi uygulanan gruptur...Genellikle meme alt çizgisinden açılan 3-4 santimetrelik kesilerden yapılan uygulama bu bölgede izin saklanmasına olanak verir. Hastalarımız aynı gün içinde taburcu olabilmekte, kısa bir nekahat dönemi sonrası kolayca günlük hayatlarına dönebilmektedir..."* ,

- "Ankara Saç Ekimi" başlığı altında*; "...Saç ekimi prosedürleri, günümüzde çok fazla suiistimal edilen bir konudur. Estetik ve Plastik Cerrahi Uzmanı olmayan bazı branş doktorları, pratisyen hekimler hatta bazı merkezlerde sağlık personeli dahi olmayan kişiler tarafından saç ekimi işlemi yapılmaktadır. Doğru olan ise, Estetik ve Plastik Cerrahi Uzmanı yönetiminde bir ekip tarafından, steril koşullarda (Ameliyathane koşulları) en az iki kişilik bir ekiple saç ekiminin yapılmasıdır. Ameliyatın uzun sürmesi nedeniyle ekip olarak yapılması başarının kapılarını açar..."* gibi bilgilendirme sınırını aşan ve talep yaratan ifadelere yer verildiği;

www.facebook.com adresli sosyal paylaşım sitesinin 20.11.2019 tarihli görünümlerinde şahsınıza ait “OpDrOnurkanidaci” kullanıcı isimli sayfada yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda ve videolarda örnek olarak; *"....Burun estetiği ile her açıdan güzel görünmenin keyfini çıkarın...Meme büyütme ameliyatı ile daha belirgin daha estetik bir görünüme kavuşmak mümkün...Kombine ameliyatlar ile aynı anda birden fazla operasyon planlaması yapılabilir ve bu operasyonlar tek anestezi altında gerçekleştirilebilir...Burun ameliyatı ile rahat nefes alabildiğiniz ve aynı zamanda da dış görünümünüzü düzeltirken, kendinize olan güveninizi de arttırabilirsiniz...Plastik Cerrah Op. Dr. Onurkan İdaci estetik işlemlerle ilgili bilgilerini aktarmak için şimdi #ÇağlaileYeniBirGün'de!...Hastalarımızın kontrollerini gerçekleştirip memnun bir şekilde uğurladık...Hastamızın da memnun olduğunu düşünüyorum ama , Hasta: Çok, karşılıklı...ağrınız oldu mu , Hasta: Hiç olmadı, hatta yazmıştım sorularınıza cevap olarak nasıl bu kadar ağrım olmadı diye...Gördüğünüz gibi herkes mutlu biz mutluyuz görüşmek üzere..."* gibi bilgilendirme sınırını aşan ifadeler ile şahsınıza yönelik teşekkür, onay ve tavsiye ifadelerine yer verildiği;

www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinin 20.11.2019 tarihli görünümünde şahsınıza ait “opdronurkanidaci” kullanıcı isimli sayfada yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak*; "...Show TV'de yayınlanan "Ebru Akel ile Kendine İyi Bak" programının konuğuydum. Anne estetiği ile ilgili merak edilenler hakkında keyifli bir sohbet gerçekleştirdik.*

*29 Kasım Cuma günü ekranlardayız, kaçırmayın!...Botoks çekiliş talihlisi...yanımızda yine çok iyi bir tatlı bir hastamız var Açelya Hanım, Geçen ayki Botoks çekilişimizin talihlisi. Bir 10 gün kadar bir hastalarımız bizi takip ettiler vs. etiketlemeler yaptılar onun sonucunda kurayla belirlenen hastamız Açelya Hanım oldu...Göz kapağı estetiğinde iz kaygımız yok açıkçası, hastalarımıza rahatlıkla önerebildiğimiz bir ameliyat. İz açısından en iyi iyileşen bölgesi...Botoks çekilişine gösterdiğiniz yoğun ilgiden dolayı, Kasım sonuna kadar İNDİRİMLİ BOTOKS...Hastamızın da memnun olduğunu düşünüyorum ama , Hasta: Çok, karşılıklı... Ağrınız oldu mu , Hasta: Hiç olmadı, hatta yazmıştım sorularınıza cevap olarak nasıl bu kadar ağrım olmadı diye...Gördüğünüz gibi herkes mutlu biz mutluyuz görüşmek üzere..."* gibi bilgilendirme sınırını aşan ifadeler ile kampanya bilgisine ve şahsınıza yönelik teşekkür, onay ve tavsiye ifadelerine yer verildiği;

www.youtube.com adresli sosyal paylaşım sitesinin 21.11.2019 tarihli görünümünde şahsınıza ait *“Onurkan İdaci”* kullanıcı isimli sayfada yer alan muhtelif tarihli videolarda bilgilendirme sınırını aşan ifadelere ve tıbbi işlem esnasında çekilen görüntülere yer verildiği;

tespit edilmiştir.

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

Bu bağlamda; inceleme konusu 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 **Dr. Onurkan İDACİ** 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.

**32)**

**Dosya No: 2018/7524**

**Şikayet Edilen:** **Dr. Diren Çelik**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.direncelik.com/ adresli internet sitesi ile www.instagram.com, www.facebook.com ve www.youtube.com adresli sosyal paylaşım sitelerinde şahsa ait sayfalarda yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 21.11.2019 ve 19.12.2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Şahsa ait https://www.direncelik.com/ adresli internet adresinin 21.11.2019 tarihli görünümünde örnek olarak;

- "Meme Büyütme" başlığı altında; *"...Meme boyutları dişiliğin bir göstergesi olarak düşünülegelmiştir yüz yıllar boyunca. Bu nedenle meme büyütme ameliyatları tarafımdan en çok yapılan ameliyatlardan bir tanesidir. Özellikle günümüz teknolojisi ile üretilen protezlerin vücuda uyumluluğunun yüksek olması, kolay uygulanabilir olması ve hasta memnuniyetinin çok çok yüksek olması, bu ameliyatları tercih edilir hale getirmektedir... Dikişler gömülü olduğundan alınması gerekmeyecektir. Sonuç olarak, kolay bir sürecin sonunda, arzu edilenden sonuca ulaşılmış olur..."* ,

- "Yüz Germe ve Boyun Germe" başlığı altında; *"...Yüz bölgesinde yaşlanmanın iki ana suçlusu vardır. Birr tanesi kaşlar, diğeri ise yanaklardır...Doğal bir sonuç almak istiyorsak eğer sorunu ortaya çıkaran sebebi bulmamız ve onarmamız gerekir. İşte bizim yaptığımız da tam olarak budur...Bu şişlikler 2. haftanın sonunda rahatsız etmeyecek duruma gelir. Sonraki dönemde ise aylar içerisinde yüz doğal şeklini alır. Sonuç olarak, zor olmayan bir süreç sonunda istenilen genç görünümlü bir yüze sahip olunmuş olur..."* ,

- "Ameliyatsız Yüz Germe" başlığı altında*; "...üzerinde askı amaçlı konik yapıların bulunduğu ipler cilt altından geçirilr. Bu aşamada en ufak bir ağrı dahi duyulmayacaktır. Planlanan yönlerde asma işlemleri gerçekleştirilir ve küçük bantlarla iğne delikleri kapatılarak işlem sonlandırılır...İşlemden sonra hastalarımız hemen sosyal hayatlarına ve iş hayatlarına dönebilirler. Sadece 15 gün boyunca uygulanan bölge üzerine yatmamak ve masaj yapmamak gereklidir. Sonuç olarak, kolay bir süreç sonunda istenilen genç görünümlü bir yüze sahip olunmuş olur..."* gibi bilgilendirme sınırını aşan ve talep yaratan ifadelere yer verildiği;

www.facebook.com adresli sosyal paylaşım sitesinin 21.11.2019 ile 19.12.2019 tarihli görünümlerinde şahsınıza ait “Op. Dr. Diren Çelik” kullanıcı isimli sayfada yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda ve videolarda örnek olarak; *"....Hastalarımızın kontrollerini gerçekleştirdik, her şey yolunda. Hastalarımız mutlu, biz mutluyuz...Fox TV'de yayınlanan "Çağla ile yeni bir gün” programında Doğum Sonrası Meme Estetiği ile ilgili merak edilenler hakkında keyifli bir sohbet gerçekleştirdik...Show Haber’de Doğum Sonrası Ameliyatları hakkında merak edilenleri anlattım! Profildeki linke tıklayarak haberin tamamını izleyebilirsiniz...Kendimi beğenmiyordum. Sorun oradaydı, bir şey yapmam gerektiğini biliyordum...Çok memnunum, yani şu anki halimle ameliyuat öncesi halimle hiç alakam yok...güvendiğim kadar oldu. hiçbir ağrım sızım yok... burun ameliyatı...... istediği gibi hayatına devam eder...bir de masajımız olur onu veririrz hastaya , basit bir masaj. onu yapmaya devam eder...2 hafta sonra burun ameliyatının deformasyonu kalmaz şişlikler filan geçer..."* gibi bilgilendirme sınırını aşan ifadeler ile şahsınıza yönelik teşekkür, onay ve tavsiye ifadelerine yer verildiği;

www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinin 21.11.2019 tarihli görünümünde şahsınıza ait “opdrdirencelik” kullanıcı isimli sayfada yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak*;"...Hastamızın kontrollerini gerçekleştirdik, her şey yolunda Hastamız mutlu, biz mutluyuz...18 Kasım Pazartesi günü saat 17.30 ’da İnstagram canlı yayınımızda görüşmek üzere...Botoks çekilişine gösterdiğiniz yoğun ilgiden dolayı , Kasım sonuna kadar İndirimli Botoks fiyatlarımızdan yararlanabilirsiniz...Botoks Çekilişi Botoks çekilişine katılmak için bizi takip et, arkadaşını etiketle kazan! Çekilişin son katılım tarihi : 15 Kasım Çekilişin kazananı İnstagram hesabımız üzerinden 16 Kasım tarihinde duyurulacaktır...Nazan Hanım'ı göndereceğiz evine? İyiyz değil mi? Nasıl geçti? Korkuyorduk biraz aslında. Hasta: Aşırı derecede korkum vardı ama şu an kendimi hiç ameliyat olmamış gibi hissediyorum. Dün ameilyattan beri geziyorum. Hiçbir şekilde ağrım sızım yok. Çok güzel karşılandım. Çok Çok aşırı derecede memnunum. Tekrar gözü kapalı bu ameliyata girebilirim. Çok rahatım ve çok memnunum... Bu ameliyatın 2 tane faydası var bir tarafı fonksiyonel bir tarafı estetik...."* gibi bilgilendirme sınırını aşan ifadeler ile kampanya bilgisine ve şahsınıza yönelik teşekkür, onay ve tavsiye ifadelerine yer verildiği;

www.youtube.com adresli sosyal paylaşım sitesinin 19.12.2019 tarihli görünümlerinde kuruluşunuza ait “Op. Dr. Diren Çelik” kullanıcı isimli sayfada yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda bilgilendirme sınırını aşan ifadeler ile uygulanan tıbbi işlemler esnasında çekilen görsellere yer verildiği;

tespit edilmiştir.

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

Bu bağlamda; inceleme konusu 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 **Dr. Diren ÇELİK** 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.

**33)**

**Dosya No: 2019/4572**

**Şikayet Edilen:** **Dt. Esra YILMAN RAHİMİ ALAGHA**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 07.01.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.instagram.com/agizvedisestetigi/ adresli internet sitesinin 07.01.2020 tarihli görünümünde örnek olarak; tıbbi işlemlerin uygulama görüntülerine ve *“İmplant, gülüş estetiği, porselen köprü, diş taşı temizliği”* gibi tıbbi işlemlere yönelik hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu internet sitesinde 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 40 ıncı maddesi,

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

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

- Ağız ve Diş Sağlığı Hizmeti Sunulan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin 25 inci 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 **Dt. Esra YILMAN RAHİMİ ALAGHA** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**34)**

**Dosya No: 2019/8842**

**Şikayet Edilen:** **Dentekol İsmira Özel Ağız ve Diş Sağlığı Merkezi Limited Şirketi**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 22.02.2019, 23.02.2019, 03.03.2019 ve 2019

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.instagram.com/dentekol/ adresli internet sitesinin 22.02.2019, 22.02.2019, 03.03.2019 ve 2019 yılı görünümünde örnek olarak: *“Kanal tedavisi, diş tedavisi, diş dolgusu”* gibi tıbbi işlemlerin uygulama görüntülerine 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 40 ıncı maddesi,

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

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

- Ağız ve Diş Sağlığı Hizmeti Sunulan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin 25 inci 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 **Dentekol İsmira Özel Ağız ve Diş Sağlığı Merkezi Limited Şirketi** 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.

**35)**

**Dosya No: 2019/8843**

**Şikayet Edilen:** **Semdem Ağız ve Diş Sağlığı Hiz. Sağ. Tur. Tic. Ltd. Şti.(Buca Dent)**

**Şikayet Edilen Reklam:** <https://www.instagram.com/bucadentss/?hl=tr> adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda, 6502 sayılı Kanun’un 61 inci maddesine aykırılık.

**Reklam Yayın Tarihi:** 15.04.2019

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.instagram.com/bucadentss/?hl=tr adresli internet sitesinin 15.04.2019, tarihli görünümünde örnek olarak; “*İmplant, diş beyazlatma*” gibi tıbbi işlemlere yönelik hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu internet sitesinde 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 40 ıncı maddesi,

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

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

- Ağız ve Diş Sağlığı Hizmeti Sunulan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin 25 inci 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 **Semdem Ağız ve Diş Sağlığı Hiz. Sağ. Tur. Tic. Ltd. Şti.(Buca Dent)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**36)**

**Dosya No: 2019/9008**

**Şikayet Edilen:** **Özel Eliz Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.instagram.com/explore/locations/212620405973097/ozel-eliz-dent/](http://www.instagram.com/explore/locations/212620405973097/ozel-eliz-dent/) adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda, 6502 sayılı Kanun’un 61 inci maddesine aykırılık.

**Reklam Yayın Tarihi:** 06.09.2018, 2019

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.instagram.com/explore/locations/212620405973097/ozel-eliz-dent/ adresli internet sitesinin 06.09.2018 tarihli ve bahsi geçen sosyal medya hesabının 2019 yılı görünümünde örnek olarak; Tıbbi işlemlere yönelik hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği, tıbbi işlemlerin uygulama görüntülerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu internet sitesinde 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 40 ıncı maddesi,

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

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

- Ağız ve Diş Sağlığı Hizmeti Sunulan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin 25 inci 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 **Özel Eliz Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**37)**

**Dosya No: 2019/9009**

**Şikayet Edilen:** **Özel Dentalsancak Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 10.09.2018

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.instagram.com/dentalsancak/ adresli internet sitesinin 10.09.2018 tarihli görünümünde örnek olarak; “*Zirkonyum veneer uygulaması ile gülüşünüzü yeniden tasarlıyoruz.”* gibi ifadelerle tıbbi işlemlere yönelik hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu internet sitesinde 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 40 ıncı maddesi,

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

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

- Ağız ve Diş Sağlığı Hizmeti Sunulan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin 25 inci 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 **Özel Dentalsancak Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**38)**

**Dosya No: 2019/9556**

**Şikayet Edilen:** **Şeberol Dental Studio (Dt. Hande ŞEBEROL ve Dt. Erçin ŞEBEROL)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 09.01.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.instagram.com/seberoldentalstudio/ adresli internet sitesinin 09.01.2020 tarihli görünümünde örnek olarak; “*Güzel bir gülümseme yaratmak, rahat rahat atılan kahkahaların mimarı olmak işimizin en sevdiğimiz, en keyif aldığımız yanı… İki yıl sonra bile güzel! Üzerinde plak birikimine izin vermeyen mükemmel diş eti uyumu!”* gibi ifadelere yer verildiği, tıbbi işlemlerin uygulama görüntülerine ve hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu internet sitesinde 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 40 ıncı maddesi,

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

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

- Ağız ve Diş Sağlığı Hizmeti Sunulan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin 25 inci 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 **Şeberol Dental Studio (Dt. Hande ŞEBEROL ve Dt. Erçin ŞEBEROL)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**GIDA**

**39)**

**Dosya No: 2017/4830**

**Şikayet Edilen:** **Özgür Reklamcılık Yayıncılık A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Nurs TV logolu televizyon kanalında yayınlanan "Sırlı Bitkiler Macunu" isimli ürüne yönelik reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 09.10.2017, 20.11.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** Sıra Dışı adlı Televizyon programında 09.10.2017 tarihinde saat 21:11’de yayınlanan reklamlarda; *“Benim bu hayatta size bırakacağım iki miras var..Bunlardan bir tanesi daha size yeni anlatmaya başladığım Yemen zırhı diğeri de geçen seneden bu zamana fırtınalar kopardı...neydi ikinci miras Sırlı Bitkiler Macunu.... Direnç eksikliğiniz varsa, bir şeye odaklanmakta zorluk çekiyorsanız, sabahları yorgun kalkıyorsanız, uyku problemi yaşıyorsanız, huzursuzlukla uyuyup huzurla kalkamıyorsanız yani içinizde bir huzur eksikliği varsa bunun sebebi sizin direncinizin düşük olmasıdır...Bu benim gururum, Sırlı Bitkiler Macunu görmüş olduğunuz bu karışım, 81 çeşit karışım benim gururum... Nefes darlığı şikayeti olanlar.. başındaki sır nedir biliyor musun? (Sırlı kelimesinden bahsediyor) İşte o çocuğun bronşitini, o astımını, nefes darlığını içindeki o maddelerden hangisiydi Allahım sen affet, o bitki özellikle bunun içinde var nefesi açıyor, rahatlatıyor....(22.19.36) İçindeki bitkileri saymakla bitmez. Anason bitkisi iştahı açıyor. İştah problemi olanlar Rabbimin izniyle bunu yiyor iştahı açılıyor. Benim gibi şişmanlar ne yapıyor.. Kilo almayı önleyici etkisi de var. Çivit,.. Bebeklerin ağzına çok hafif değdiriyorsunuz..o aftların yavaş yavaş nasıl geçtiğine şahit olan annelerimiz var...Çöpçini vardır. Egzama şöyle gösterelim.. Benim çok şükür egzamam azaldı. Bunu kullanmaya başladım elhamdülillah egzamanın o yoğun atak dönemi vardır mesela o azaldı çok şükür. İşte çöpçini buna yarıyor . Darülfülfül diye bir bitki var.. kansızlığa da Rabbimin izniyle çok iyi geliyor. Üşürsünüz, vücudunuzu ısıtıyor....Ve şu görmüş olduğunuz Sırlı Bitkiler Macunu tam bir yıldır ekranlarda... Özellikle bakın kalp, şeker, tansiyon bunları saymıyorum. Şeker ve tansiyonu dengeleyici özelliği var Sırlı Bitkiler Macununun ve o kaşık kaşık tüketilecek bir şey değil...”* şeklinde,

Murat Yeni İle Yok Yok adlı Televizyon programında 20.11.2017 tarihinde saat 09:24’de yayınlanan reklamlarda; *“Bel ağrısı, sırt ağrısı, omuz ağrısı, eklem ağrıları olanlar,migren rahatsızlığı olanlar, romatizmal bir takım rahatsızlıkları olanlar, gel mideye doğru midede şişkinlik, hazımsızlık aklınıza gelebilecek her türlü rahatsızlığı olanlar..midede ülser olanlar hep sırlı bitkiler macununu kullandılar... Özellikle bel ağrıları, omuz ağrıları, vücut ağrılarıyla hayatları kararanlar. Kütük gibi yatıp kütük gibi kalkanlar sırlı bitkiler macununu kullandıktan sonra kendinizi çok iyi hissedeceksiniz... sigara kullananlar, sigarayı bırakmak isteyip bırakamayanlar, alkol, alkolle ilgili derdi olanlar yani bağımlılık problemi olanlar sizden çok rica ediyorum. Nefes darlığı problemi, bronşit, astım bu gördüğünüz sırlı bitkilerle Allah'ın izniyle ciddi manada tarihe karışıyor. Şöyle tarihe karışıyor. İlaç kullanıyorsunuz fakat yetmediği zamanlarda sırlı bitkiler macunu devreye giriyor... Eşin çok mu sıkıntılı depresif, aile içi huzursuzluğun yok mu. Aile saadeti noktasında sıkıntılar mı çekiyorsun, bir bebiş özlemen mi var, bir bebek sahibi olmak istiyorsun ama bir takım fizyolojik sıkıntılardan dolayı olamıyor musun? Kaç tane aile bana teşekkür etti. Sabah bir çay kaşığı, akşam bir çay kaşığı. Midemde müthiş rahatsızlıklar var. Şişkinlik, gaz,mide yanması, ekşime ülsere varacak kadar şikayetin mi var...Kabız mısın, isal misin..Çok mu kilolusun , kilonu mu dengelemek istiyorsun, da da iştahın mı yok, iştahını mı arttırmak istiyorsun sabah bir çay kaşığı akşam bir çay kaşığı. Ama sabah aç karnına.... Özellikle bakın burun tıkanıklığı, kışın hemen yaşamaya başlayanlar var, nefes darlığı problemi çekenler var, astım bronşiti saymıyorum. Onla ilgili ciddi manada nefes açıcı özelliği var... Şeker ve tansiyon rahatsızlıkları, zaten ben de dahil olmak üzere ırsi olarak benim de üzerimde var. Şekerin ve tansiyonun dengesini sağlayan müthiş bir enerji. …Yani ben antidepresan kullanımına da çok ciddi karşıyım. Kendinizi gerçekten beyninizi rahat hissetmiyorsanız, tuhaf bir huzursuzluk hissediyorsanız ne olur antidepresan kullanmadan önce sabah akşam bir sırlı bitkiler macunu deneyin...”*şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

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

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

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

- Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği’nin 5, 8, 9, 13 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, mecra kuruluşu **Özgür Reklamcılık Yayıncılık A.Ş.** isimli firma hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **12.070-TL (Onikibinyetmiş Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**40)**

**Dosya No: 2019/9799**

**Ticaret ve Sanayi Kontuvarı T. A. Ş. - Kristal Zeytinyağları** isimli firmaya ait “Kristal Anne ve Bebeklere Özel Naturel Sızma Zeytinyağı-250 ml" isimli ürüne yönelik muhtelif mecralarda yer alan tanıtımlara ilişkin görüşme ve değerlendirmelerin **ertelenmesine**  karar verilmiştir.

**41)**

**Dosya No: 2019/8229**

**Şikayet Edilen: MDB Danışmanlık ve Platform Hizmetleri A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.90fit.com.tradresli internet sitesindeki tanıtımlarda mevzuata aykırı sağlık beyanlarına yer verilmesi.

**Reklam Yayın Tarihi:** 15.02.2019

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.90fit.com.tr adresli internet sitesinin 15.02.2019 tarihli görünümünde; *"kilo ver, yağları yak, hızlı yağ yakıcı online detoks, lifli yağ yakıcı, kollajen destekli yağ yakıcı, yağ yakıcı programlar, ödem atmak, 5 günde hafifle(...) Bu ürünü neden tercih etmelisiniz? Çünkü içeriğinde yüksek protein bulunur, dengeli lif içeriği ile yağ yakımını hızlandırır.(...) Özel protein-yağ-karbonhidrat oranı sayesinde vücudun yağ yakarak enerji sağlamasıyla kilo kaybını amaçlayan bu ketojenik diyet programı, klasik diyet yöntemiyle kilo veremiyorum diyenler için iyi bir alternatif(...) Yüksek oranda bitkisel protein ve menülerindeki dengeli vitamin, mineral, lif içeriği sayesinde bağışıklık sistemini, bağırsakların düzenini ve enerji seviyenizi destekler. İçeriğinde bol bitkisel ve sınırlı hayvansal protein bulunur, dengeli lif içeriği ile yağ yakımını hızlandırır. Yerleşmiş yağlara karşı etkili!"* şeklinde ifadelerin yer aldığıtespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, söz konusu tanıtımlarda endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç ifadeler kullanılarak mevzuatta izin verilen sağlık beyanlarının dışına çıkan tüketicileri yanıltıcı beyanlara yer verildiği, bu doğrultuda kilo/ağırlık kaybının miktarına veya oranına atıfta bulunan ifadelerle söz konusu ürünün metabolik yapıda değişiklik meydana getirerek insan sağlığına doğrudan veya dolaylı olarak fayda sağlayan bir “tıbbi ürün” gibi tanıtıldığı, ayrıca şayet anılan ürün söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilen ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuat gereği yasak olduğu, dolayısıyla tüm bu hususların;

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

- 26.01.2017 tarih ve 29960 mükerrer sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren Türk Gıda Kodeksi Gıda Etiketleme ve Tüketicileri Bilgilendirme Yönetmeliği’nin 7 nci maddesi,

- 26.01.2017 tarih ve 29960 mükerrer sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği’nin 5, 7, 8, 9, 13, 15/1 inci maddeleri,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/b, 7/1, 7/4, 7/5-a, 9/1, 9/2, 11/1-a, 26/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

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

**42)**

**Dosya No: 2019/9000**

**Şikayet Edilen: Balcılar Gıda Ambalaj Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://twitter.com/arivital/status/1112026963902939136 ve https://twitter.com/arivital/status/1115983680651112449 adresli internet sitelerinde “Arıvital” isimli gıda ürününe yönelik tanıtım ve reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 23.06.2019

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://twitter.com/arivital/status/1115983680651112449 uzantılı URL adresinin 24.06.2019 tarihli görünümünde; "*Hastalıklara karşı en doğal koruma! Hastalıklardan korunmak için Amber Kekik balını deneyin!"* şeklinde ifadelerin yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda söz konusu tanıtımlarda endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç ifadeler kullanılarak mevzuatta izin verilen sağlık beyanlarının dışına çıkan tüketicileri yanıltıcı beyanlara yer verildiği, böylelikle *gıda* 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 iddialarıkanıtlayabilir 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 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,

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

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

**43)**

**Dosya No: 2019/9020**

**Şikayet Edilen: Ahmet Bağran Aksoy Etabal**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.etabal.com.tr/blog adresli internet sitesinde satılan bal ürünlerinin reklam ve tanıtımlarında geçen mevzuata aykırı sağlık beyanlarına dair şikayetler.

**Reklam Yayın Tarihi:** 25.06.2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.etabal.com.tr/blog adresli internet sitesinin 25.06.2019 tarihli görünümünde; Basında Biz kategorisine yönelik yapılan incelemelerde; *Yenişafak - Ham bal tüketerek metabolizmanızı stresten uzak tutun,* Mahmure.com - *Ham Bal Metabolik Stresi Azaltıyor,* CNNTurk.com - *Ramazanda vücut direncini arttırmanın yolu,* Aktüel Psikoloji - *Ramazanda metabolizma nasıl hızlandırılır?* Posta - *Bal kas kayıplarına ve zayıflamaya da faydalı*, Sabah - *Kas ağrılarına ve kayıplarına ballı çözüm* isimli yazılarda geçen; *"Mideyi rahatlatmak ve vücut direncinizi arttırmanızın bir yolu da ham bal tüketmekten geçiyor. Ham bal; vücuda kısa sürede etki ederek kas liflerinin gerilmesi ve yırtılması gibi sorunlar ortaya çıkmadan egzersiz sürecinizdeki aşınmaları önlüyor. Ham bal, kas yorgunluklarının ve ağrılarının giderilmesinde faydalı olmakla beraber kas gelişmesinde de çok katkısı vardır. Kan şekerimizin düşmesini engeller, daha çok yağ yakmamıza yardımcı olur ve kas kaybetmemizi büyük ölçüde önler. vücuttaki direnci artırıyor, yağ yakımına yardımcı oluyor. İşlem görmemiş çiğ halde tüketilen ham balın metabolik stresi de azalttığı belirtiliyor. hazmı kolaylaştırıyor ve mideyi rahatlatıyor. Mide sorunları yaşayanlar için iftarın bir bardak ballı su ile açılması mideyi rahatlatır. Bal tokluk hissi veriyor, metabolizmayı dengeliyor. Balın sindirimi kolaylaştırıp metabolik stresi azalttığını vurgulayan Aksoy, Bal, sindirimi kolaylaştıran bir besindir. Ayrıca karaciğerden toksinlerin temizlenmesine de yardımcı olur. Boş mideye alınan ham bal, mide asidini nötralize ediyor. Balın kabızlığı giderdiği, vücuttaki kanı temizlediği, damarları genişlettiği ve kan dolaşımını kolaylaştırdığı, kalbi güçlendirdiği, yağ hazmını kolaylaştırdığı biliniyor.(…)”* şeklinde ifadelere yer verilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda söz 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 *gıda* niteliğindeki söz konusu ürünün 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 ürün 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 5/a, 5/b, 5/c, 5/ç, 5/d, 7 nci maddeleri,

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

Buna göre, reklam veren **Ahmet Bağran Aksoy Etabal** isimli firma hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**44)**

**Dosya No:** 2020/170

**Şikayet Edilen:** **Şifa Baharat Fatma Kılıç**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.facebook.com/Sifabaharatt/ adlı URL adresindeki reklamların mevzuata aykırı sağlık beyanları içerdiğine dair şikayet.

**Reklam Yayın Tarihi:** 12.06.2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.facebook.com/Sifabaharatt/ adresli internet sitesinin 13.06.2019 tarihli görünümünde; *"Her Çeşit Zayıflama ve Form Çayları Şifa Baharatta, zayıflama #zayıflamaçayı, Enerji , güç , halsizlik , kuvvet sorunu olanlara tavsiyedir. Orijinal matcha çayı son zamanların en popüler zayıflama ürünlerinden biri. Birazda kilo almak isteyenlere. Eşek sütü kremini her türlü cilt problemlerinde kullanabilirsiniz. #matcha #matchatea #matchaçayı#zayıflama #zayıflamaçayı. #yaşamkürü #zayıflamakistiyorum#zayıflama #zayıflamaçayı. Aspir Yağı , Çörekotu yağı ve Elma Sirkesi ! Muhteşem Yağ Yakma Ve Sıkılışma Seti. Yağlarınızı Kalıcı Ve Sağlıklı Yakmaya Yardımcı. Keçi boynuzu özü, kansızlık problemi olanlar, vücut direnci düşük olanlar bu ürün tam sizlik. Japon sırrı matcha! Kilo vermeye ve tok tutmaya aday müthiş bir çay‼️ Vücudunuzu toksinlerden arındırır!! Etkili bir şekilde kilo vermenizi sağlar! Matcha tozu lezzetli, ferahlatıcı ve canlandırıcı bir çay. Yedi kardeş kanı olarak bilinen bitki ne kadar cep yaksa da yok satmaya devam ediyor. Ruhsal bozukluklardan nefes darlığına, mide rahatsızlıklarına, yara tedavisinden uyku sıçramalarına büyü bozmadan korkuya tesir eden mucizevi bitki. Metabolizma hızlandırıcı ve toksin atıcı ve duraksama dönemi için yağ yakıcı bitki. Bağırsakları rahatlatması, birçok kanser türüne karşı koruma sağlaması ve tansiyonu dengelemesi enginar çayının en bilindik faydaları arasındadır. Teff tohumlu çay. Tok tutucu, Ödem attırıcı, Kabızlık bağırsak tembelliği şişkinlik, Enerji verici, Spirulina nedir? faydaları nelerdir ? - Vücudu iyi beslediği için vücut direncini artırır ve enerji seviyesini olumlu etkiler. - Alerjik burun tıkanıklıkları üzerinde olumlu etkiye sahiptir. - Stres, sigara, alkol, hava kirliliği gibi vücudumuzu olumsuz etkileyen dış etkenlerden vücudu korumaya ve temizlemeye yardımcıdır. - Cilt güzelliği için faydaları oldukça fazladır ve sivilce, aknelerin giderilmesine yardımcıdır. - Düzenli kullanıldığında ağız ve vücut kokularını da yok ettiği iddia edilir. - Doğal yeşil rengi gıda boyası olarak kullanılır. - Çeşitli hastalıkların tedavisinde destekleyici olarak kullanılabilir. ( Şeker, tansiyon, kolesterol, sindirim, kansızlık, gastrit, ülser, kemik erimesi, cilt güzelliği, kilo problemi) - İçerdiği organik demir ve kalsiyum sayesinde sağlıklı kemik,sinir,kan ve kas dokusuna etkili bir destektir. Moringa Çayı. Enerji verir. Ödem söktürür. Bağırsaklarınızı hızlı çalıştırır. Tek başına zayıflatabilen bitki açlık otu çayı. Tok tutan ve Yağ yakımını hızlandıran. Acı çehre çayı ve zayıflamaya kabızlığa faydaları... Sıvı propolis, Bağışıklığınızın Enerjinizin En Güçlü Formülü. karadut şurubu. Ağız yaraları, aft, pamukçuk."* şeklinde ifadelere yer verilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda söz konusu tanıtımlarda endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç ifadeler kullanılarak mevzuatta izin verilen sağlık beyanlarının dışına çıkan tüketicileri yanıltıcı beyanlara yer verildiği, böylelikle gıda ve gıda takviyesi niteliğindeki söz konusu ürünlerin insan fizyolojisine ve/veya metabolizmasına etki eden bir “tıbbi ürün” gibi tanıtıldığı, tıp literatüründe hastalık olarak tanımlanan ve hekim kontrolünde tedavi edilmesi gereken bazı sağlık sorunlarının anılan 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,

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

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

Buna göre, reklam veren **Şifa Baharat Fatma Kılıç** isimli işletme hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**45)**

**Dosya No: 2018/7705**

**Şikayet Edilen: Arı Mühendislik Tarımsal ve Hayvansal Ürünler Üretim Kozmetik Pazarlama Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait “Balen”markalı takviye edici gıda tanıtımları

**Reklam Yayın Tarihi:** 20.12.2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.balen.com.tr adresli internet sitesinin 20.12.2019 tarihli görünümünde yer alan “Tüketici Köşesi” başlığı altında; *“Sağlık problemlerimden kurtulmak için ürünlerinizi ne kadar süre ile kullanmalıyım? BALEN ürünleri ilaç değil, gıda takviyesidir. Dolayısıyla tedavi edici özelliği yoktur. Rahatsızlıkların semptomlarını azaltarak kısmen hastalığın etkisini azaltır. Fayda görmek için en az 4 hafta gibi bir süre ile düzenli kullanılması gerekmektedir. (...)Propolis Nedir, Nasıl Tüketilir? Propolis, ağaçların ve bitkilerin gövdelerinde bulunan reçine ağırlıklı maddelerin arılar tarafından kovana getirdikleri ve kovandaki çeşitli delikleri kapat (...)ayarladıkları doğal bir antibiyotiktir. Üst solunum enfeksiyonları ve romatizmalara iyi gelmektedir.”* şeklinde,

https://www.instagram.com/balendogal/ adresli internet sayfasının 20.12.2019 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda; *“Birisi hafıza mı dedi? (...)Bunun başlıca nedeni ginkgo biloba ağacının yapraklarında bulunan bazı etken maddelerin hafızayı ve diğer zihinsel fonksiyonları geliştirmesi. Ancak yaprakların faydası beyne olumlu etkilerle sınırlı değil. Kan dolaşımının düzenlenmesinden damar tıkanıklığının önlenmesine kadar pek çok sağlık sorununun tedavisinde kullanılan ginkgo biloba hakkında yapılan bilimsel araştırmaların sayısı her geçen gün artıyor. (...)Çuha Çiçeği Kuzey Amerika ve Avrupa’da yetişen çuha çiçeği; bağışıklık sistemini güçlendirir, menopoz semptomlarını azaltıcı etkide bulunur, saç dökülmesini ve obeziteyi engeller. Bunun yanı sıra yüksek tansiyon ve kolesterol seviyesinin düşmesine yardımcı olarak kalp krizi riskini azaltır. Ayrıca eklem ağrılarının ve yaşlılık etkilerinin azaltılmasında faydalıdır ve yorgunluğunuzu alarak uyku ihtiyacınızı azaltır. (...)Güçlü bir bağışıklık sistemi ile Yeni bir hayat. Uzun yaşamın kaynağı olarak kabul edilen Reishi Mantarı bağışıklık sistemini güçlendirmede ve hücre yenileyici özelliği ile yaşlanma etkilerine karşı yardımcı bitkisel desteğinizdir. (...)Balen sarımsak. Kokusu yok, faydası çok (...)#kolesterol#cholesterol#kalp#hearth#tansiyon(...)Hemoroid tedavisinde %100 etkin müşteri memnuniyeti garantili. (...)Balen Promagic (...)#doğalantibiyotik(...)”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

Diğer taraftan, Balen Sıvı Propolis Ekstratı isimli ürün ambalajlarında ekstrasyon çözücüsü bilgilerine yer verilmemesiyle ilgili olarak, konunun Takviye Edici Gıdaların Onay İşlemleri Uygulama Talimatı ile 06.04.2018 ve 18.06.2018 tarihlerinde düzenlendiği ve bu tarihlerden sonra ambalajların değiştirilerek ürün onayının düzeltildiği,

hususları belirtilmiştir.

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

**46)**

**Dosya No: 2018/7761**

**Şikayet Edilen:** **Avicenna Farma Dış Ticaret ve Pazarlama A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam** Firmaya ait “PropoliEVSP” markalı ürün tanıtımları

**Reklam Yayın Tarihi*:*** 19.12.2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet, katalog

**Tespitler:** https://www.instagram.com/propolievsp/ adresli internet sayfasının 19.12.2019 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda; *“Propoli EVSP. Tipik kış hastalıkları ile mücadeleye, bağışıklık sistemini güçlendirmeye ve vücut direncinin artmasına yardımcı olur. Suda çözünmüş propolis içerir. (…)Propolis ailesi ailemizi koruyor. Sağlığınız için doğal kalkan. Propoli EVSP, yenilikçi ekstraksiyon teknolojisi sayesinde SUDA ÇÖZÜNMÜŞ PROPOLİS içerir. Alkol içermeyen, bitkisel özlü formülü ile geliştirdiği burun spreyi, boğaz spreyi, C vitamini içeren sıvı ve damla takviye edici gıda formlarıyla soğuk algınlığı semptomlarına karşı doğal bir kalkan görevi üstlenir, bağışıklık sistemini güçlendirmeye ve vücut direncini arttırmaya yardımcı olur. Sağlığınız İçin Doğal Kalkan. (…)”* şeklinde,

Firmaya ait ürün kataloglarında; *“Propoli EVSP. Her propolis aynı değildir. Etkisi onaylı propolis. Antiviral|Antioksidan|Antibakteriyel|Antienflamatuar. Alkol, yapay renk veya tat verici içermez. Boğaz mukozasında bariyer oluşturan doğal destek. Nefes almayı kolaylaştıran doğal destek. Vücut direncini artırıcı”* şeklinde ifadelere yer verildiği,

Bununla birlikte, inceleme konusu tanıtımlarda; “*Yenilikçi ekstraksiyon teknolojisi sayesinde suda çözünmüş propolis içerir.”*, *“Etkisi onaylı propolis”*, “*Alkol, yapay renk veya tat verici içermez.”* ve“*Her propolis aynı değildir”* ifadelerine yer verildiği,

Diğer taraftan, "Avicenna Damla Propolis Ekstresi" isimli ürün ambalajı içerik bilgilerinde yalnızca *"gliserin ve propolis ekstresi"* bilgilerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; https://www.instagram.com/ propolievsp/ adresli internet sayfasının 19.12.2019 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda; *“Propoli EVSP. Tipik kış hastalıkları ile mücadeleye, bağışıklık sistemini güçlendirmeye ve vücut direncinin artmasına yardımcı olur. Suda çözünmüş propolis içerir. (…)Propolis ailesi ailemizi koruyor. Sağlığınız için doğal kalkan. Propoli EVSP, yenilikçi ekstraksiyon teknolojisi sayesinde SUDA ÇÖZÜNMÜŞ PROPOLİS içerir. Alkol içermeyen, bitkisel özlü formülü ile geliştirdiği burun spreyi, boğaz spreyi, C vitamini içeren sıvı ve damla takviye edici gıda formlarıyla soğuk algınlığı semptomlarına karşı doğal bir kalkan görevi üstlenir, bağışıklık sistemini güçlendirmeye ve vücut direncini arttırmaya yardımcı olur. Sağlığınız İçin Doğal Kalkan. (…)”* şeklinde,

Firmaya ait ürün kataloglarında; *“Propoli EVSP. Her propolis aynı değildir. Etkisi onaylı propolis. Antiviral|Antioksidan|Antibakteriyel|Antienflamatuar. Alkol, yapay renk veya tat verici içermez. Boğaz mukozasında bariyer oluşturan doğal destek. Nefes almayı kolaylaştıran doğal destek. Vücut direncini artırıcı”* şeklinde endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç ifadeler kullanılarak mevzuatta izin verilen sağlık beyanlarının dışına çıkan tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği, böylelikle "Propoli EVSP Kuşburnu ve Ekinezya içeren Sıvı Takviye Edici Gıda" ve "Propoli EVSP Hidro Ekstre Propolis Ekstresi içeren Damla Takviye Edici Gıda" isimli 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 "Propoli EVSP Mukoadezif Boğaz Spreyi" isimli ürünün Sınıf I tıbbi cihaz olarak beyan edilerek ÜTS’ye kaydı bulunduğu, "Propoli EVSP Burun Spreyi" isimli ürünün ise ürünün sınıflandırılması ile ilgili teknik dosyasının değerlendirilmesi aşamasında reddedildiği,

Tıbbi Cihaz Satış, Reklam ve Tanıtım Yönetmeliği’nin “Reklamın kapsamı” başlıklı 15 inci maddesinin birinci fıkrasında “*Münhasıran sağlık meslek mensupları tarafından kullanılması veya uygulanması gereken cihazlar ile geri ödeme kapsamında olan cihazlar dışında kalan cihazların reklamı yapılabilir.* ” ile 16 inci maddesinin beşinci fıkrasında *“Haksız rekabete yol açacak veya kullanıcının çıkarlarına zarar verecek nitelikte ya da cihazların gerçeğe aykırı, yanıltıcı, abartılmış ya da doğruluğu kanıtlanmamış bilgiler vermek suretiyle reklamı yapılamaz”* hükümleri yer aldığı, bu hükümlere göre reklamı yapılabilen tıbbi cihazların reklamlarında etiket ve kullanım kılavuzunda yer alan kullanım amacı ile uyumlu bilgiler ile tedavi edici etkisi varsa, bu etki ile ilgili kanıta dayalı tıbbi bilgilerin yer alabildiği, ancak söz konusu tıbbi cihazlara yönelik olarak inceleme konusu tanıtımlarda yer alan ifadelerin kullanım kılavuzu ile uyumlu 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,

- Tıbbi Cihaz Satış, Reklam ve Tanıtım Yönetmeliği’nin 16/5, 18/6 ve 19/1 inci 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 **Avicenna Farma Dış Ticaret ve Pazarlama A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**47)**

**Dosya No: 2019/9597**

**Şikayet Edilen:** **Keçicik Süt Endüstrisi ve Gıda Sanayi Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“*Baby Goat Devam Sütü*”*isimli ürün tanıtımları

**Reklam Yayın Tarihi:** Kasım 2018,Ağustos 2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Dergi

**Tespitler:** “Parents” dergisinin Ağustos 2019 tarihli sayısında yayınlanan *“Anne Sütünün Yetmediği Durumlarda En İyi Alternatif Keçi Sütü”* başlıklı tanıtımlarda;

*“Hepimizin bildiği gibi ilk 6 ay sadece anne sütü. Bunu biz değil Dünya Sağlık Örgütü söylüyor ve tüm uzmanlar da onaylıyor. Ancak anne sütünün azlığı veya içeriğinin yetersiz olduğu durumlarda da karşılaşılıyor. Peki anne sütü alamayan bebekler için en iyi alternatif ne olabilir? Son 10 yılda araştırmalarla kanıtlanan, anne sütüne en yakın besin "keçi sütü".*

*Neden Keçi Sütü?*

*İnek sütüne kıyasla, keçi sütü %13 daha fazla kalsiyum içeriyor. Yağ kürecikleri daha küçük olduğu için sütte daha iyi dağılım sağlayıp ve daha iyi homojen bir yapı oluşturuyor. Bundan dolayı keçi sütü daha az kaymak bağlar. Proteinlerin yapıtaşı olan amino asit kompozisyonu bakımından inek sütüne göre daha zengindir. Esansiyel aminoasitlerden treonin, izolösin, lisin, sistin, trozin ve valin içerir. Serbest aminoasitlerden taurin bakımından zengindir. Taurinin görme, beyin ve kalp fonksiyonları üzerinde önemli etkileri vardır.Keçi sütü yüksek oranda kısa ve orta zincirli yağ asitleri bulundurması sayesinde daha kolay sindirilir. A vitamini miktarı fazladır. O yüzden keçi sütü inek sütüne göre daha beyazdır.(...)*

*Bağırsak sağlığı için de birebir.*

*Oligosakkarit içeriği bebeklerde probiyotik olarak işlev gören bifidobakterilerin gelişimini teşvik eder ve bağırsaklarda zararlı bakterilerin gelişimini engeller. Ayrıca keçiler hastalıklara dayanıklı hayvanlar olduklarından dolayı verem (tuberküloz) olmazlar. Bu nedenle keçi ürünlerinden tuberküloz bulaşma ihtimaliçok düşüktür. ayrıca İtalya'da yapılan çalışmalarda keçilerin kanser olmadığı tespit edilmiştir. Keçi sütünün bu avantajları göz önünde bulundurulduğunda, bu sütün bebek formülü ve devam formülü üretiminde değerlendirilmesi gerektiği sonucu doğmuştur.*

*Baby Goat bu eksikliği gidermek için geliştirildi.*

*Keçicik firması tarafından hazırlanan ve Adnan Menderes Üniversitesi, Ege Üniversitesi ve Yeditepe Üniversitesi danışmanlıkları ve çeşitli destekleri ile yürütülen "Keçi sütü esaslı bebek maması üretimi ve bu mamaların bağırsak hücreleri üzerine olası pozitif etkisinin belirlenmesi" konulu proje Araştırma-Geliştirme, İnovasyon ve Endüstriyel Uygulama Destek Programı tarafından desteklenen Baby Goat Türkiye'nin ilk ve tek keçi sütü bazlı bebek sütü markası”* şeklinde,

“Bebek” dergisinin Kasım 2018 tarihli sayısında yayınlanan *“Keçi Sütü Bazlı Yerli Bebek Maması”* başlıklı tanıtımlarda ise;

*“(...)Keçi sütünden üretilen Baby Goat, gaz ve sindirim sorunları yaşayan bebeklere de bu sorunun giderilmesinde yardımcı oluyor.*

*(...)Tüm tüketicilerimiz 24 saat içinde bebeklerinin gaz ve kabızlık sorunundan kurtulduklarını, uykularının düzenen girdiğini ve bebeklerinin sağlıklı gelişimini gözlemlediklerini teyit etmektedirler. Aşırı kilo aldırarak değil tamamen normal bir seyirde bebeklerimiz büyümektedirler. Bu hassas konu bir çok doktor tarafından da gözlemlenerek anne babalara aktarılmakta ve geri dönüşleri elbette bizler için paha biçilemez derecede sevindirici olmaktadır.(...)*

*Neden keçi sütü?*

*Besinsel değeri açısından anne sütüne en yakın sütlerden biri de keçi sütüdür.Keçi, beslenmesine dikkat eden ve en iyi otları yiyen hayvan türü olduğundan keçi sütünde bulunan yağ globüllerinin çapının daha küçük olması nedeniyle kolay sindiriliyor olması onu eşsiz kılar. (...)Keçi sütünde bulunan laktoferrin önemli bir biyoaktiftir ve bağışıklık sistemi fonksiyonlarının düzenlenmesine yardımcı olur. İçeriğinde bulunan nükleotitler sayesinde bağırsak florasını destekler. Oligosakkarit (prebiyotik) içeriği anne sütüne daha yakındır ve inek sütüne oranla 4-5 kat daha fazladır. (...)Anne sütüne daha yakın bir profil sergilediğinden büyüme ve gelişmeyi destekler. Omega-3 ve omega -6 yağ asitleri ile beyin ve sinir sistemini destekler.(...)*

*Tüketici Yorumları*

*-Doktorumuz önerdi. Bebeğinizin mama ile uyumu mükemmel.*

*-Hani diyorlar ya her mama aynı. Aynı değil! Keçi sütü maması diğer mamalara göre gaz çıkarmada 10 numara.*

*-24 saat olmadan bu kadar rahat bir uyku uyuyacağımızı düşünemedim. 45 gün gecemiz gündüzümüz karışmıştı. Teşekkürler Baby Goat. Gaz ve kabızlık sorunumuz bitti çok şükür.*

*-Merhaba, 2 aydır Baby Goat mamayı kullanıyorum, anne sütü çok az miktarda alıyordu bebeğim, mecbur komple mamaya döndük. Baby Goat'tan çok memnun kaldım. Gaz-kabızlık yapmadı. Kilosu da çok güzel. Prematüre doğmasına rağmen 3 ayda tombikleşti”*şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; söz konusu tanıtımlarda, "Baby Goat" markalı ürünlerin bebeklerde sindirim ve gaz sorunlarına iyi geldiği iddia edilerek mevzuatta izin verilen sağlık beyanlarının dışına çıkıldığı,

Bununla birlikte, inceleme konusu tanıtımlarda yer alan *“Anne sütünün yetmediği durumlarda en iyi alternatif keçi sütü. (...)Son 10 yılda araştırmalarla kanıtlanan, anne sütüne en yakın besin keçi sütü(...) Besinsel değeri açısından anne sütüne en yakın sütlerden biri de keçi sütüdür.(...)Oligosakkarit (prebiyotik) içeriği anne sütüne daha yakındır (...)Anne sütüne daha yakın bir profil sergilediğinden”* şeklinde ifadelerin Türk Gıda Kodeksi Bebek Formülleri ve Devam Formülleri Tebliği'nin 10/4 maddesinde yer alan *"Bebek formülleri ve devam formüllerinin etiketleme, sunum ve reklamında "insana özdeş/anne sütüne özdeş", "anne gibi", "adapte/uyarlanmış" veya benzeri ifadelerin kullanımı yasaktır."* hükmüne aykırılık teşkil ettiği,

Diğer taraftan, “Parents” dergisinin Ağustos 2019 tarihli sayısında yer alan tanıtımlarda “Baby Goat 1 Bebek Sütü” görseline yer verilmesinin anılan Tebliğin 14/1 maddesinde yer alan *"Bebek bakımına özgün bilimsel yayınlar hariç olmak üzere, bebek formüllerinin reklamı ve hiçbir şekilde tanıtımı yapılmaz."* 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,

- Türk Gıda Kodeksi Bebek Formülleri ve Devam Formülleri Tebliği'nin 10/4 ve 14/1 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, 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 **Keçicik Süt Endüstrisi ve Gıda Sanayi Ticaret A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **138.172 TL (Yüzotuzsekizbinyüzyetmişiki Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**48)**

**Dosya No: 2020/155**

**Şikayet Edilen: Safran Gıda San. Ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.aksubaharat.com](http://www.aksubaharat.com) adresli internet sitesinin 2019 tarihli görünümünde firmanın ürünlerine ilişkin reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.aksubaharat.com](http://www.aksubaharat.com) adresli internet sitesinin 2019 tarihli görünümünde Acı toz biber, Çam fıstığı, Antep fıstığı, Çörek otu gibi ürünlerin **tanıtımında***, “Acı Toz Biber “****Kalp krizi riskini azalttığı bilinir****. Araştırmalar sonucunda kırmızı biberin ishali kestiği, grip ve soğuk algınlığına çok iyi geldiği ortaya çıkmıştır.” Çam Fıstığı “Vücudu şişmanlatır, vücut gevşekliğini ve zafiyetini giderir.* ***Akciğer veremine, iltihabına kan, tükürmeye ve öksürüğe karşı çok iyi gelir.******Akciğer iltihabını ve yarasını temizler****.” Antep Fıstığı “Cinsel gücü arttırır. Karaciğerin ve bağırsakların düzenli çalışmasına faydalıdır.* ***Böbrek ağrılarını hafifletir. Kalp hastalıkları riskini azaltır.*** *Hastalarda iyileşmeyi hızlandırır. Göğsü yumuşatır ve öksürüğü hafifletir.” Çörek Otu “****Bakteri, virüs ve mantarlara karşı öldürücü etkiye sahiptir. Kansere karşı koruyucu etkisi vardır. Kan şekerini düzenler. Yorgunluk halini giderip zindelik verir. Damar hastalıklarını önler.”*** şeklinde ifadelere yer verildiğitespit 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,

Dolayısıyla, mevzuata aykırılık teşkil eden söz konusu tanıtımların,

- Sağlık Beyanı İle Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 4-c, 5-a, 5-b, 5-c, 5-ç, 5-d maddeleri,

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

Buna göre, reklam veren **Safran Gıda 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.

**TEKNOLOJİ**

**49)**

**Dosya No: 2019/11234**

**Şikayet Edilen: Media Markt Turkey Ticaret Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.mediamarkt.com adresli internet sitesinde satışı gerçekleştirilen “PETRIX 3001 Profesyonel Tripod” adlı ürüne ilişkin yapılan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 26.06.2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.mediamarkt.com adresli internet sitesinde satışı gerçekleştirilen “PETRIX 3001 Profesyonel Tripod” adlı ürüne ilişkin yapılan tanıtımlarda yer alan ürün özelliklerinde, bahsi geçen ürünün *"Ball Head Kafa"* özelliğine sahip olduğunun belirtildiğitespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** www.mediamarkt.com adresli internet sitesinde satışı gerçekleştirilen “PETRIX 3001 Profesyonel Tripod” adlı ürüne ilişkin yapılan tanıtımlarda yer alan ürün özelliklerinde, bahsi geçen ürünün *"Ball Head Kafa"* özelliğine sahip olduğunun belirtildiği; dolayısıyla, ürünün "oynar başlıklı" olarak nitelendirildiği;

Buna göre, söz konusu reklamlara istinaden, başvuru sahibi tüketici tarafından 26.06.2019 tarihinde yapılan alışveriş neticesinde kendisine gönderilen ürünün bu özelliği taşımadığı; adı geçen firma tarafından yapılan açıklamalarda, reklamlarda yer alan ürünün stokta bulunmadığının ifade edildiği; bu nedenle, başvuru sahibi tüketicinin cayma hakkını kullandığı; bununla birlikte, 25.07.2019 tarihinde aynı ürünün inceleme konusu internet sitesinde yeniden tanıtımının yapıldığı ve başvuru sahibi tüketici tarafından ikinci defa satın alındığı; ancak, kendisine aynı şekilde iadesi yapılmış olan sabit başlıklı ürünün tekrar gönderildiği; dolayısıyla, söz konusu reklamlarda vaat edilen ürünün gönderilmemesi nedeniyle tüketicilerin yanıltıldığı;

Bu nedenle anılan reklamların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5; 9 ve 28 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre,reklam veren **Media Markt Turkey Ticaret Limited Şirketi** isimli kuruluş hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **85.480-TL (Seksenbeşbindörtyüzseksen TürkLirası)** **idari para ve** **anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**50)**

**Dosya No: 2019/11904**

**Şikayet Edilen: Piranha Bilişim Teknolojileri A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** "Piranha Fuga 5.0 Inch" model taşınabilir araç navigasyon sistemi adlı ürüne ilişkin yapılan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2010

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj

**Tespitler:** *"Piranha Fuga 5.0 Inch"*model taşınabilir araç navigasyon sistemi adlı ürüne ilişkin ambalaj üzerinde yapılan tanıtımlarda yer alan ürün özelliklerinde; "*Ömür boyu ücretsiz harita güncelleme"* ibaresine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** *"Piranha Fuga 5.0 Inch"*model taşınabilir araç navigasyon sistemi adlı ürüne ilişkin ambalaj üzerinde yapılan tanıtımlarda, "*Ömür boyu ücretsiz harita güncelleme"* ibaresine yer verildiği; bununla birlikte “Piranha Plus hizmeti satın alan müşteriler için geçerli olduğu” şeklindeki istisnai bilgiye yer verildiği; diğer taraftan; bahsi geçen ürünün satışının en son 2013 yılında satışının yapıldığı; bu tarihten sonra da kullanıcıların tamamına ücretsiz güncelleme imkanının getirildiği dikkate alındığında; anılan reklamların; Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin ilgili hükümleri ile 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**TURİZM**

**51)**

**Dosya No: 2019/90**

**Şikayet Edilen:** **Sorgun Büyük Termal Tur. Enerji İnş. San. ve Tic. A. Ş.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 2017

**Yayınlandığı Mecra:** Haksız Ticari Uygulama

**Tespitler:** Bakanlığımıza yapılan tüketici başvurusuna ilişkin olarak yapılan inceleme sonucunda; başvuru sahibi tüketicinin Sorgun Büyük Termal Tur. Enerji İnş. San. ve Tic. A. Ş. unvanlı işletme tarafından “Sorgun Termal Otel” adlı tesise davet edildiği ve anılan tesiste düzenlenen tanıtım toplantısında tüketicilere psikolojik baskı ve zorlama yoluyla söz konusu tesisten devre tatil satışı yapıldığı, sözleşmeden dönme hakkının kullanmak isteyen tüketicinin sözleşme fesih talebinin geri çevrildiği hususları tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firma tarafından devre tatil satış ve pazarlama faaliyetleri kapsamında gerçekleştirilen ticari uygulamalarda; anket çalışmaları, soru-cevap formları ve benzeri yöntemlerle kişisel verileri toplanan tüketicilere ulaşılarak “Sorgun Termal Otel” adlı tesisten hediye tatil kazandıkları şeklinde vaatlerde bulunulduğu, ücretsiz konaklama hizmetinden yararlanılacağı düşüncesiyle firma davetine icabet eden ve toplu olarak söz konusu tesise ulaşımları sağlanan tüketicilerin anılan tesiste gerçekleştirilen tanıtım toplantısına katılımlarının zorunlu tutulduğu, bu kapsamda, firma tarafından düzenlenen toplu tanıtım organizasyonunda tüketicilere psikolojik baskı ve zorlama yoluyla söz konusu tesisten devre tatil satışı yapılmaya çalışıldığı, devre tatil satın almak istemeyen tüketicilerin yüksek müzik sesinin bulunduğu bir ortamda eşleriyle/yakınlarıyla görüşmelerine izin verilmeyerek ve baskı kullanılarak ikna edilmeye çalışıldığı, bu hususlara ek olarak, söz konusu tanıtım toplantılarında tüketicilere, *“Kampanyanın sadece o güne özel olduğu, satın alınan devre mülkün kolaylıkla kiraya verilebileceği, en az 3 katına satışının yapılabileceği, sözleşmede tüketicilere 14 günlük cayma hakkı tanınmış olmakla birlikte toplantıya katılan kişiler tesisi görerek sözleşme imzaladıkları için cayma hakkının bu kişiler için geçerli olmadığı, 400 TL fark ödemek suretiyle diğer şehirlerde bulunan tesislerde konaklama yapılarak devre mülk hakkının kullanılabileceği”* şeklinde tesis nitelikleri, sözleşme şartları ve tüketicilerin yasal haklarına ilişkin olarak gerçekleri yansıtmayan aldatıcı nitelikte bilgiler verilerek tüketicilerin tecrübe ve bilgi noksanlıklarının istismar edildiği,

Bu kapsamda, firma tarafından gerçekleştirilen söz konusu ticari uygulamaların, 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un “Haksız ticari uygulamalar” başlıklı 62 inci maddesinin “(1) Bir ticari uygulamanın; mesleki özenin gereklerine uymaması ve ulaştığı ortalama tüketicinin ya da yöneldiği grubun ortalama üyesinin mal veya hizmete ilişkin ekonomik davranış biçimini önemli ölçüde bozması veya önemli ölçüde bozma ihtimalinin olması durumunda haksız olduğu kabul edilir. Özellikle aldatıcı veya saldırgan nitelikte olan uygulamalar ile yönetmelik ekinde yer alan uygulamalar haksız ticari uygulama olarak kabul edilir. Tüketiciye yönelik haksız ticari uygulamalar yasaktır.” hükmüne aykırı, tüketicileri aldatıcı, yanıltıcı ve tüketicilerin tecrübe ve bilgi eksikliklerini istismar edici nitelikte haksız ticari uygulamalar olduğu, bu durumun 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, reklam veren **Sorgun Büyük Termal Tur. Enerji İnş. San. ve Tic. A. Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **6.034 TL (Altıbinotuzdört Türk Lirası) idari para ve anılan haksız ticari uygulamaları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**52)**

**Dosya No: 2019/9543**

**Şikayet Edilen: Şimal Yıldızı Tur. İnş. Hay. Vet. Gıda Enj. Bilg. San. Ve Tic. Ltd. Şti.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 21.10.2019

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan incelemede, “Astoria Hotel” adlı tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan “3 Yıldızlı Otel Turizm İşletmesi Belgesi” bulunmasına karşın www.tripadvisor.com.tr, www.tatilbon.com ve www.google.com.tr adresli internet sitelerinin 21.10.2019 tarihli görünümlerinde yer alan reklam ve tanıtımlarda “4 Yıldızlı Otel” olarak tanıtıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** “Astoria Hotel” adlı tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan “3 Yıldızlı Otel Turizm İşletmesi Belgesi” bulunmasına karşın www.tripadvisor.com.tr, www.tatilbon.com ve www.google.com.tr adresli internet sitelerinin 21.10.2019 tarihli görünümlerinde yer alan reklam ve tanıtımlarda “4 Yıldızlı Otel” olarak tanıtılmasının tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı olduğu, bu durumun da;

- Turizmi Teşvik Kanunu’nun 5/a maddesi,

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

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre, reklam veren **Şimal Yıldızı Tur. İnş. Hay. Vet. Gıda Enj. Bilg. 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.

**53)**

**Dosya No: 2019/9715**

**Şikayet Edilen: Hazan Seyahat Otel. Tur. Yat. İnş. Ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından “Sultan of Side Resort&SPA” adlı tesise yönelik olarak tesis tabelasında, tesise ait Facebook kurumsal sosyal medya hesabında, odalarda bulunan buklet malzemeleri üzerinde ve muhtelif internet sitelerinde yer verilen reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, Tabela, Buklet Malzemesi

**Tespitler:** Yapılan incelemede, “Sultan of Side Resort&SPA” adlı tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan “4 Yıldızlı Otel Turizm İşletmesi Belgesi” bulunmasına karşın tesis tabelasında, tesise ait Facebook kurumsal sosyal medya hesabında, odalarda bulunan buklet malzemeleri üzerinde ve www.agoda.com ve www.google.com.tr adresli internet sitelerinin 18.10.2019 tarihli görünümlerinde yer alan reklam ve tanıtımlarda, “5 Yıldız” görsellerine yer verilmek suretiyle “5 Yıldızlı Otel” olarak tanıtıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** “Sultan of Side Resort&SPA” adlı tesis mahallinde 27.07.2019 tarihinde Kültür ve Turizm Bakanlığınca bir denetim yapıldığı, yapılan denetimde tesisin, Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan “4 Yıldızlı Otel Turizm İşletmesi Belgesi” bulunmasına karşın tesis tabelasında, tesisin çeşitli kısımlarında ve odalarda bulunan buklet malzemeleri üzerinde “5 Yıldız” görsellerine yer verilmek suretiyle “5 Yıldızlı Otel” olarak tanıtıldığının tespit edildiği, Bakanlığımızca yapılan incelemelerde ise, “Sultan of Side Resort&SPA” adlı tesisin, tesise ait Facebook kurumsal sosyal medya hesabında ve www.agoda.com ve www.google.com.tr adresli internet sitelerinin 18.10.2019 tarihli görünümlerinde “5 Yıldızlı Otel” olarak tanıtımlarına yer verildiğinin görüldüğü, bu itibarla, Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan “4 Yıldızlı Otel Turizm İşletmesi Belgesi” bulunan tesisin firma tarafından çeşitli mecralarda yer alan tanıtımlarda “5 Yıldız” görsellerine yer verilmek suretiyle “5 Yıldızlı Otel” olarak tanıtılmasının tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı olduğu, bu durumun da;

- Turizmi Teşvik Kanunu’nun 5/a maddesi,

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

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna ,

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

**54)**

**Dosya No: 2019/10200**

**Şikayet Edilen: Kor Mes Turistik Tesisler İşletmeciliği A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından “Ariana Sustainable Luxury Lodge” adlı tesise yönelik olarak tesise ait Instagram kurumsal sosyal medya hesabı ile www.agoda.com adresli internet sitesinde yer verilen reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan incelemede, “Ariana Sustainable Luxury Lodge” adlı tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan “Özel Konaklama Tesisi Turizm İşletmesi Belgesi” bulunmasına karşın tesise ait Instagram kurumsal sosyal medya hesabında “Butik Otel” olarak, www.agoda.com adresli internet sitesinin 15.10.2019 tarihli görünümünde yer alan reklam ve tanıtımlarda ise, “5 Yıldız” görselleri ile “5 Yıldızlı – Special Category” ibarelerine yer verilmek suretiyle “5 Yıldızlı Otel” olarak tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** “Ariana Sustainable Luxury Lodge” adlı tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan “Özel Konaklama Tesisi Turizm İşletmesi Belgesi” bulunmasına karşın tesise ait Instagram kurumsal sosyal medya hesabında “Butik Otel” olarak, www.agoda.com adresli internet sitesinin 15.10.2019 tarihli görünümünde yer alan reklam ve tanıtımlarda ise, “5 Yıldız” görselleri ile “5 Yıldızlı – Special Category” ibarelerine yer verilmek suretiyle “5 Yıldızlı Otel” olarak tanıtılmasının tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı olduğu, bu durumun da;

- Turizmi Teşvik Kanunu’nun 5/a maddesi,

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

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre, reklam veren **Kor Mes Turistik Tesisler İşletmeciliği A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**55)**

**Dosya No: 2019/12493**

**Şikayet Edilen: Lims Turizm İnşaat Kuyumculuk San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından “Lims Bona Dea Beach Hotel” adlı tesise yönelik olarak www.limsbonadea.com adresli internet sitesi ile otel rezervasyon hizmeti sağlayan muhtelif internet sitelerinde yer verilen reklam ve tanıtımlarda.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan incelemede, “Lims Bona Dea Beach Hotel” isimli otelin “4 Yıldızlı Otel Turizm Yatırımı Belgesi” nin 15/6/2015 tarih ve 116976 sayılı Kültür ve Turizm Bakanlığı Makam Oluru ile iptal edildiği, tesisin halihazırda Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan alınmış “Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi” bulunmamasına karşın www.limsbonadea.com adresli internet sitesi ile www.tripadvisor.com.tr, www.trivago.com.tr, www.skyscanner.com.tr ve www.google.com.tr adresli internet sitelerinin 23.10.2019 tarihli görünümlerinde yer alan reklam ve tanıtımlarda “4 Yıldızlı Otel” olarak tanıtıldığı hususları tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** “Lims Bona Dea Beach Hotel” adlı tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan “Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi” bulunmamasına karşın www.limsbonadea.com adresli internet sitesi ile www.tripadvisor.com.tr, www.trivago.com.tr, www.skyscanner.com.tr ve www.google.com.tr adresli internet sitelerinin 23.10.2019 tarihli görünümlerinde yer alan reklam ve tanıtımlarda “4 Yıldızlı Otel” olarak tanıtılmasının tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı olduğu, bu durumun da;

- Turizmi Teşvik Kanunu’nun 5/a maddesi,

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

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre, reklam veren **Lims Turizm İnşaat Kuyumculuk 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.

**DİĞER**

**56)**

**Dosya No: 2020/156**

**Şikayet Edilen: Mustafa BAYLAN**

**Şikayet Edilen Reklam:** İlgili şahıs tarafından üretilen “Sürmene Tarihi El Dövmesi Mustafa Baylan” bıçaklarının ambalajında/üzerinde yer alan reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj,internet

**Tespitler:** Reklam Kurulu’nun 18.06.2019 tarih ve 285 sayılı toplantısında, Mustafa Baylan 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 ve bu nedenle mevzuata aykırı duğu gerekçesiyle söz konusu reklam ve tanıtımların durdurulmasına karar verilmesine karşın Denizli Ticaret İl Müdürlüğü tarafından 06.11.2019 tarihinde yapılan denetimlerde ilgili şahısça söz konusu bıçakların satışının devam ettiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Reklam Kurulu’nun 18.06.2019 tarih ve 285 sayılı toplantısında, Mustafa BAYLAN 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=3360433247361932&set=pcb.3360435767361680&type=3&theater,https://www.facebook.com/photo.php?fbid=3344938442244746&set=pcb.3344940788911178&type=3&theater,https://www.facebook.com/pages/Baylan-b%C4%B1%C3%A7ak-k%C4%B1l%C4%B1%C3%A7-san-Imalatve-%C3%9Cretim-Merkezi/940602869407950 gibi 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 aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiştir.

Bu nedenle, inceleme konusu reklamların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/3, 7/4, 7/5-a, 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 **Mustafa BAYLAN** 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.

**57)**

**Dosya No: 2020/157**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait indirimli satış reklamları

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Yayınlandığı Mecra:** Afiş

**Tespitler:** Firma tarafından gerçekleştirilen ilanlarda %70 indirim ifadesine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İlgili firmacadüzenlenen indirimli satış kampanyası kapsamında satışa sunulan takım elbiseleri firmanın, makul sayılabilecek bir süre ve miktarda ilan edilen fiyattan sunamayacağına veya başka bir yerden tedarik edemeyeceğine ilişkin yeterli bilgi sahibi olmasına rağmen, tüketiciyi bu konuda uyarmaksızın mal veya hizmetleri o fiyattan edinmeye davet etttiği ve söz konusu indirimli satış reklamlarında indirimli satış başlangıç ve bitiş tarihleri ile ürüne ilişkin stok bilgilerine yer verilmediği, bu durumun da tüketicilerin satın alma davranışını olumsuz etkilediği değerlendirilmiştir.

Bu nedenle, inceleme konusu reklamların;

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre,reklam verenİGS Mağazacılık A.Ş. 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.

**58-70)**

**Dosya No: 2020/158-169, 171**

**Şikayet Edilen:** Dünya Dış Tic. Paz. ve Müh. Hiz. Ltd. Şti., Canok Medikal Sağlık Tekstil İnşaat ve Gıda Tic. Ltd. Şti., İnan Alver, Sedat ÇOŞKUN, Arel Ambalaj Temizlik Gıda Reklam Paz. San. ve Tic. Ltd Şti., Mervem İşçi Güvenlik Malzemeleri Sosyal Hizmetler Tekstil İnşaat Sanayi Ve Ticaret Limited Şirketi, ADSM Sağlık Gereç. San. ve Tic. Ltd. Şti, Üstek Gıda Otom. İnş. Tur. Pet. Rent. Car San. Tic. Ltd. Şti., Çağrı Emre Karakoçluoğlu, Yavuz Biomedikal Hastane Malzemeleri ve Oto. Bil. Hırd. San. Tic. Ltd. Şti., Yaşam Tıp Sağlık Gereçleri-Derya Bulut Karaönü, Güldane GENEŞ-Mert Tedarik, SESAM Grup Tekstil Ambalaj Reklam Matbaa Hırdavat Ürünleri İml.Paz.San.Tic. A.Ş**.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma/şahıslar tarafından gerçekleştirilen fiyat uygulamaları

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmalar tarafından çeşitli internet siteleri üzerinden maske satışında bulunulduğu veya Sağlık Bakanlığı Devlet Hastanesine ihale üzerinden teklif verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 62’nci maddesinde haksız ticari uygulamalar şu şekilde tanımlanmıştır:

“ (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.”

Söz konusu tanımda da ifade edildiği üzere, bir ticari uygulamanın haksız olarak nitelendirilebilmesi için bu uygulamanın, mesleki özeninin gereklerine uymama ve tüketicinin ekonomik davranış biçimini bozacak bir etkide bulunma şeklindeki iki unsuru bir arada taşıması gerekmektedir.

Mesleki özen kavramına ilişkin olarak 6502 sayılı Kanun ve Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinde açık bir tanıma yer verilmemekle birlikte, özellikle Yönetmeliğin Doğruluk ve dürüstlük başlıklı 7 nci maddesinin;

“*(2) Reklamlar, ekonomik ve sosyal sorumluluk bilinci içinde ve haksız rekabete yol açmayacak şekilde hazırlanmalıdır.*

*(4) Reklamlar, tüketicinin güvenini kötüye kullanamaz ya da onun tecrübe ve bilgi eksikliklerini istismar edemez.*

*(5) Reklamlar, aşağıda sayılan haller başta olmak üzere, hiçbir konuda tüketiciyi doğrudan veya dolaylı olarak yanıltabilecek ifade ya da görüntüler içeremez:*

1. *Malın; yapısı, bileşimi, tedariki, faydası, riski, aksesuarları, üretim yöntemi ve tarihi, amaca uygunluğu, kullanım şekli, kullanım ömrü ve alanları, teknik özellikleri, verim ve performansı, miktarı, menşei, çevreye etkisi gibi özellikleri*

 *ç) Mal veya hizmetin değeri ve ödenecek gerçek toplam fiyatı*,”

hükümlerinden görüleceği üzere haksız rekabete yol açan, tüketicilerin bilgi ve tecrübe eksikliklerinden faydalanmaya çalışan, tüketicileri özellikle satın alacakları malların niteliği ve değeri konusunda yanıltan uygulamaların mesleki özene aykırı eylemler olduğu açıktır.

 Diğer taraftan, özellikle malların fiyatlarının etkilenmesi suretiyle tüketicilerin ekonomik davranışlarını bozucu eylemler ise; Yönetmeliğin, Haksız Ticari Uygulama Olarak Kabul Edilen Örnek Uygulamalar başlıklı ekinin 19 uncu maddesinde *“Girdi maliyeti ve döviz kuru artışı gibi fiyat değişimlerinden etkilenmemesine rağmen bu durumlardan etkileniyormuş gibi hareket ederek tüketiciye sunulan mal veya hizmetin satış fiyatında haklı bir gerekçe olmaksızın artış yapmak.”* şeklinde belirtilmektedir.

 COVID-19 salgını ile birlikte kamuoyunun dikkatinin virüs ve etkileri üzerinde yoğunlaştığı göz önüne alındığında tüketicilerin salgın ile bireysel mücadele kaygısıyla özellikle maske gibi temel ihtiyaç haline gelen tıbbi malzemelere yönelik yoğun bir şekilde talep göstermeleri doğal bir tepki halini almıştır.

Diğer taraftan, gösterilen bu talebe karşılık olarak kimi satıcıların fiyatları maliyetlerin ötesinde arttırma yoluna gitmeleri ve bu şekilde arz yönünde rakiplerinin makul fiyatlar ile mal edinmesi ve edindikleri bu malları tüketicilere piyasanın normal işleyişi içerisinde sunmalarını engellemiştir. Talep yönünde ise, bu faaliyetlerin, tüketicilerin özellikle gelirleri ve ileriye dönük harcama beklentileri üzerinde bir baskının bulunduğu bu gibi durumlarda rasyonel bir biçimde fiyatların oluşmasına katkıda bulunmalarının önüne geçtiği ortadadır.

Söz konusu eylemlerin diğer bir etkisi de, tüketiciler nezdinde anılan ürüne aşırı talep olması dolayısıyla ürün fiyatlarının yükseldiği dolayısıyla gelecekte temel ihtiyaç haline gelen bu ürünlerin temininin zor ya da aşırı pahalı olabileceği şeklinde intiba uyandırılmasıdır. Satıcılar tarafından, bu intiba ürün fiyatlarının gerçeğe aykırı bir biçimde yüksek gösterilip daha sonra bu yüksek bedeller üzerinden indirim yapılması yoluyla da yaratılmaktadır.

Sonuç olarak, belirtilen satıcılar yukarıda yer verilen ürün gruplarının gerek arz zinciri güvenliğini gerekse fiyatlarını olumsuz bir biçimde etkileyecek piyasa bozucu uygulamalarda bulunmuşlardır.

Bu çerçevede,

• Dünya Diş Tic. Paz. ve Müh. Hiz. Ltd. Şti.

• Canok Medikal Sağlık Tekstil İnşaat ve Gıda Tic. Ltd. Şti.

• Arel Ambalaj Temizlik Gıda Reklam Paz. San. ve Tic. Ltd. Şti.

• Mervem İşçi Güvenlik Malzemeleri Sosyal Hizmetler Teks. İnşaat San. Ve Tic. Ltd. Şti.

• ADSM Sağlık Gereç. San. ve Tic. Ltd. Şti.

• Üstek Gıda Otom. İnş. Tur. Pet. Rent. Car san. Tic. Ltd. Şti.

• SESAM Grup Tekstil Ambalaj Reklam Matbaa Hırdavat Ürün. İml. Paz. San. Tic. A.Ş.

unvanlı firmalar ile

• İnan Alver

• Çağrı Emre Karakoçluoğlu

adlı şahısların mesleki özenin gereklerine aykırı olarak COVID-19 salgınının tüketiciler nezdinde yarattığı olumsuz etkiden faydalanmak suretiyle maske fiyatlarını piyasa mekanizmasının normal işleyişi dışında ve tüketicinin satın alma davranışını olumsuz etkileyecek şekilde arttırmasının

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin “Haksız Ticari Uygulama Olarak Kabul Edilen Örnek Uygulamalar” başlıklı ekinin A/19 maddesi,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, haksız ticari uygulamada bulunan bu firma/şahıslar hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri dahilinde belirtilen hususlara ilişkin olarak, her bir firma/şahıs için, **104.781 TL (Yüzdörtbinyediyüzseksenbir Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine **,**

* Yavuz Biomedikal Hastane Malzemeleri ve Oto. Bil. Hırd. San. Tic. Ltd. Şti.,
* Yaşam Tıp Sağlık Gereçleri-Derya Bulut Karaönü,
* Güldane GENEŞ-Mert Tedarik

unvanlı firmaların Sağlık Bakanlığı Fethiye Devlet Hastanesi ile kurduğu sözleşme ilişkisinin 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun kapsamı dışında olduğu gerekçesiyle, 6502 sayılı Kanun’un 61 ve 62 nci maddelerine **aykırı olmadığı** görüş ve kanaatine **,**

Sedat Çoşkun isimli şahsın ise uygulamalarının ise 6502 sayılı Kanun’un 61 ve 62 nci maddelerine **aykırı olmadığı** görüş ve kanaatine karar verilmiştir.

**4. Diğer Konuların Konuşulması**

**4.1.)**

**Dosya No: 2018/8091**

**Apamer Aktüel Psikolojik Araştırma Eğitim Danışmanlık ve Organizasyon Ltd. Şti.**’isimli kuruluşa ait **www.apamer.com.tr** adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlara yönelik olarak 286. Reklam Kurulu toplantısında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca verilen **anılan reklamları** **durdurma ve 85.480-TL (Seksenbeşbindörtyüzseksen Türk Lirası)** idari para cezalarına ilişkin kuruluş tarafından yapılan itiraza istinaden, inceleme konusu reklamlar yeniden görüşülmüş olup, söz konusu ***itirazın reddine***  karar verilmiştir.

**4.2.)**

**Dosya No: 2018/7774**

**Kaplan Group San. Tic. Ltd. Şti.**’ye ait "https://eczanemizde.com.tr" adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar hakkında 14.05.2019 tarih ve 284 sayılı toplantıda verilen idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları uygulanması kararına ilişkin itirazın görüşülmesi neticesinde, ***itirazın reddine*** karar verilmiştir.

**4.3.)**

**Dosya No: 2019/2551**

www.besttem.com.tr adresli internet sitesinin Mayıs 2019 tarihli görünümünde yer alan muhtelif kozmetik ürünlere ilişkin tanıtımlara ilişkin Reklam Kurulu’nun 20.08.2019 tarih ve 287 sayılı toplantısında verilen idari para ve durdurma cezalarına ilişkin ***itirazın reddine***  karar verilmiştir.