**T.C.**

**TİCARET BAKANLIĞI**

**Reklam Kurulu Başkanlığı**

**BASIN BÜLTENİ**

**Toplantı Tarihi :** 12 Mayıs 2020

**Toplantı Sayısı :** 297

**KOZMETİK VE TEMİZLİK ÜRÜNLERİ**

**1)**

**Dosya No: 2018/8419**

**Şikayet Edilen: İklim İlaçlama ve Sağlık Hizmetleri San. Tic. Ltd. Şti.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: www.bilimilaclama.com adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda; *“%100 Garanti. %100 Çözüm. 7/24 Böcek İlaçlama Hizmeti. İlaçlarımız Sağlık Bakanlığı Onaylıdır.”*, *“İstanbul, Ankara, İzmir, Sakarya ve Kocaeli illeri genelinde, böcek, kemirgen ilaçlama ve dezenfekte hizmeti veren kurumsal bir şirketiz. İlaçlama çalışmalarında, insan, hayvan ve doğaya zararsız, buna karşılık böcek ve kemirgenlere karşı mücadelede kesin sonuç veren, Dünya Sağlık Örgütü (WHO) ve Sağlık Bakanlığı onaylı ilaçlar kullanmaktayız.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** www.bilimilaclama.com adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda; *“%100 Garanti. %100 Çözüm. 7/24 Böcek İlaçlama Hizmeti. İlaçlarımız Sağlık Bakanlığı Onaylıdır.”*, *“İstanbul, Ankara, İzmir, Sakarya ve Kocaeli illeri genelinde, böcek, kemirgen ilaçlama ve dezenfekte hizmeti veren kurumsal bir şirketiz. İlaçlama çalışmalarında, insan, hayvan ve doğaya zararsız, buna karşılık böcek ve kemirgenlere karşı mücadelede kesin sonuç veren, Dünya Sağlık Örgütü (WHO) ve Sağlık Bakanlığı onaylı ilaçlar kullanmaktayız.”* şeklinde ifadelere yer verildiği,

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

Ayrıca söz konusu internet sitesinde yer alan tanıtımlarda; *“İlaçlarımız Sağlık Bakanlığı Onaylıdır”* ifadeleri ve Sağlık Bakanlığı logosu kullanılmak suretiyle, söz konusu ürünün tüm etkileri ve sonuçları ile Bakanlık tarafından onaylandığı algısı oluşturularak tüketicilerin yanıltıldığı,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Biyosidal Ürünlerin Kullanım Usul ve Esasları Hakkında Yönetmeliğinin 5 inci ve 6 ıncı maddeleri,

- Biyosidal Ürünler Yönetmeliğinin 5, 7 ve 38 inci maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, **İklim İlaçlama ve Sağlık Hizmetleri San. Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**2)**

**Dosya No: 2018/8422**

**Şikayet Edilen: Enpharma Kozmetik İlaç Sağlık Ürünleri San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:**www.enpharmailac.com adresli internet sitesinde yer alan “Venoclean Varis Kremi” isimli ürüne ilişkin tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 24.01.2018

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: www.enpharmailac.com adresli internet sitesinde yer alan “Venoclean Varis Kremi” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Varis tedavisinde doğal yardımcı. Dünyanın en güçlü varis ve kılcal damar tedavisinde doğal yardımcı. Bacaklarda varis ağrısı, ödem, şişkinlik ve yorgunluk tedavisinde doğal yardımcıdır. Venoclean Kremin içerisinde bulunan; At Kestanesi: Sıkılşatırıcı, damarları ve bağ dokularını güçlendirir., kaşıntıyı azaltır, antiödematöz, mikrosirküülasyonu uyararak kan dolaşımını hızlandırır ve kalitesini artırır. Kapiller permeabiliteyi azaltmaya, kapiller direncini güçlendirmeye yardımcı olur. Üzüm Yaprağı: Anti inflamatuar, damar güçlendirici ve sıkılaştırıcı, kapiller permeabiliteyi azaltır, antiödematöz(dokularda sıvı birikmesini) önler, azaltır….”* şeklinde ifadelere,

“Bro Anrica Jel” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Antienflamatuar-Analjezik-Ödemin giderilmesine yardımcı. Morluk, ödem, ağrı tedavisinde. Morluk, incinme, ödem ve ezilme gibi yaralanmalar sonrası vücutta oluşan morluklarda etkili…”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** www.enpharmailac.com adresli internet sitesinde yer alan, “Venoclean Varis Kremi” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Varis tedavisinde doğal yardımcı. Dünyanın en güçlü varis ve kılcal damar tedavisinde doğal yardımcı. Bacaklarda varis ağrısı, ödem, şişkinlik ve yorgunluk tedavisinde doğal yardımcıdır. Venoclean Kremin içerisinde bulunan; At Kestanesi: Sıkılşatırıcı, damarları ve bağ dokularını güçlendirir., kaşıntıyı azaltır, antiödematöz, mikrosirküülasyonu uyararak kan dolaşımını hızlandırır ve kalitesini artırır. Kapiller permeabiliteyi azaltmaya, kapiller direncini güçlendirmeye yardımcı olur. Üzüm Yaprağı: Anti inflamatuar, damar güçlendirici ve sıkılaştırıcı, kapiller permeabiliteyi azaltır, antiödematöz(dokularda sıvı birikmesini) önler, azaltır….”* şeklinde ifadelere,

“Bro Anrica Jel” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Antienflamatuar-Analjezik-Ödemin giderilmesine yardımcı. Morluk, ödem, ağrı tedavisinde. Morluk, incinme, ödem ve ezilme gibi yaralanmalar sonrası vücutta oluşan morluklarda etkili…”* şeklinde ifadelere yer verildiği,

Ancak, Kozmetik Mevzuatına tabi bulunan tüm kozmetik ürünlerin, insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve etkileri geçici olan ürünler olması gerektiği; bu bağlamda, yukarıda yer verilen endikasyon belirten ifadelerin, ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği,

Açıklanan nedenlerle söz konusu tanıtımların,

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 üncü ve 10 uncu maddeleri,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, **Enpharma Kozmetik İlaç Sağlık Ürünleri 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.

**3)**

**Dosya No: 2019/1873**

**Şikayet Edilen: Dermo Grup İnternet Mağazacılık San. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:**www.dermoeczanem.com adresli internet sitesinde yer alan muhtelif kozmetik ürünlere ve gıda takviyesi ürününe ilişkin tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 22.03.2017, 14.06.2017, 2019

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: www.dermoeczanem.com adresli internet sitesinde yer alan,

“Humic Akne Kremi” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“HUMIC akne kremi genel akne görünümüne karşı yüksek emilim hızıyla cilde uygun bakım sağlar…Ürün içindeki Humic Acid ve ana aktif akne bakımı sağlar.”* ifadeleri ile ürün isminde *“Akne”* ifadesine yer verildiği,

“Avene Triacneal Expert Soin Emulsion” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Yetişkin kadınlarda görülen inatçı kusurlar ve akne izleri için geliştirilmiştir. Pierre Fabre araştırma laboratuvarları tarafından geliştirilmiş bu ürün, sivilcelerin bakımına yardımcıdır. Akne izlerinin görünümünün giderilmesine yardımcı olurken aynı zamanda yaşlanma karşıtı etki gösterir.”* ifadeleri ile ürün isminde *“Triacneal”* ifadesine yer verildiği,

“Dermoskin Ato Probiyotik Balm” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“…cildin problemli bölgelerine.”* ifadesine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** www.dermoeczanem.com adresli internet sitesinde yer alan,

“Humic Akne Kremi” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“HUMIC akne kremi genel akne görünümüne karşı yüksek emilim hızıyla cilde uygun bakım sağlar…Ürün içindeki Humic Acid ve ana aktif akne bakımı sağlar.”* ifadeleri ile ürün isminde *“Akne”* ifadesine yer verildiği,

“Avene Triacneal Expert Soin Emulsion” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Yetişkin kadınlarda görülen inatçı kusurlar ve akne izleri için geliştirilmiştir. Pierre Fabre araştırma laboratuvarları tarafından geliştirilmiş bu ürün, sivilcelerin bakımına yardımcıdır. Akne izlerinin görünümünün giderilmesine yardımcı olurken aynı zamanda yaşlanma karşıtı etki gösterir.”* ifadeleri ile ürün isminde *“Triacneal”* ifadesine yer verildiği,

“Dermoskin Ato Probiyotik Balm” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“…cildin problemli bölgelerine.”* ifadesine yer verildiği,

Ancak, Kozmetik Mevzuatına tabi bulunan tüm kozmetik ürünlerin, insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve etkileri geçici olan ürünler olması gerektiği; bu bağlamda, yukarıda yer verilen endikasyon belirten ifadelerin, ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği,

Diğer taraftan, “Meteo Kids Bebekler İçin Bitkisel Damla” isimli üründe yer alan *“bebekler için bitkisel damla”* ifadesinin kullanılmasının Türk Gıda Kodeksi Takviye Edici Gıdalar Tebliği’nin “Etiketleme” başlıklı 13 üncü maddesinin *“4 yaşın altındaki bebek, küçük çocuk ve çocuklar için takviye edici gıda üretilemez, piyasaya arz edilemez.”* hükmüne aykırı olduğu,

Açıklanan nedenlerle söz konusu tanıtımların,

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 üncü ve 10 uncu maddeleri,

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

- Türk Gıda Kodeksi Takviye Edici Gıdalar Tebliği’nin 13 üncü maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, **Dermo Grup İnternet Mağazacılık San. ve Tic. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**4)**

**Dosya No: 2019/1874**

**Şikayet Edilen: Derin Bilişim Çağrı E Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:**www.narecza.com adresli internet sitesinde yer alan muhtelif kozmetik ürünlere ilişkin tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 28.02.2017

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: www.narecza.com adresli internet sitesinde; “Humic Genital Hijyen Şampuanı” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“…enfeksiyon durumlarında…”*, “Humıc Kepek Sorunlarında Yardımcı Şampuan” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“…antifungal özelliği ve içindeki antimikrobiyal, antiviral etkisi ile kepek oluşumunu engeller…yeniden kepek oluşumunu önleyici yapısı vardır.”* , “Humıc Akne Sorunlarında Yardımcı Krem” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“…akne ve sivilce oluşumlarını giderici etkide bulunan ve yenilerinin de oluşmasını engelleyen bakım kremidir.”* , “Humıc Akne Sorunlarında Yardımcı Gece Jeli” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“…aşırı sebum üretiminin dengelenmesini sağlayarak, akne oluşumunun önlenmesine, aknelerin iyileşmesine ve akne izlerini azaltmaya yardımcı olur….cildin yenilenmesine yardımcı olur.”,* “Keramine H Saç Dökülmesine Karşı Serum” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“ African Kigelica, Clary, Cinnmon, Ginkgo Biloba, Kapilarine, saçın doğal büyüme ve gelişme ortamını düzenleyerek, yağ salgılarını destekleyerek ve kafa derisindeki kılcal damarlarda kan dolaşımı sirkülasyonunu uyararak güçlü etkisini göstermektedir. Böylece saçın, fizyolojik olarak canlanma, büyüme ve güçlenme, …girmesine yardımcı olur...Red Pepper ekstresi ise güçlendirici ve kafa derisindeki kılcal damarlarda kan dolaşımını uyarıcı etkilere sahiptir.”* ,

“Dermoskin Ato Probiyotik Balm” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Ato Probiyotik Balm 230 ml ciltte oluşan hassasiyeti azaltmaya ve cildi yenilemeye yardımcı olur. Özellikle çocuklarda ve bebeklerde oluşan cilt rahatsızlıklarında kullanılabilecek bir üründür. … atopik cilt tiplerinin kullanımına uygundur…Kızarıklık ve tahriş gibi sorunu olan ciltlerin rahatlamasına yardımcı olur. Cildin mikrobiyolojik bariyerini güçlendirmeye yardımcı olur. ... Atopik cilt tiplerinin kullanımına uygundur…Hyaluronic acid: Hücresel yenilenmeye yardımcı olur.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** www.narecza.com adresli internet sitesinde; “Humic Genital Hijyen Şampuanı” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“…enfeksiyon durumlarında…”*, “Humıc Kepek Sorunlarında Yardımcı Şampuan” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“…antifungal özelliği ve içindeki antimikrobiyal, antiviral etkisi ile kepek oluşumunu engeller…yeniden kepek oluşumunu önleyici yapısı vardır.”* , “Humıc Akne Sorunlarında Yardımcı Krem” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“…akne ve sivilce oluşumlarını giderici etkide bulunan ve yenilerinin de oluşmasını engelleyen bakım kremidir.”* , “Humıc Akne Sorunlarında Yardımcı Gece Jeli” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“…aşırı sebum üretiminin dengelenmesini sağlayarak, akne oluşumunun önlenmesine, aknelerin iyileşmesine ve akne izlerini azaltmaya yardımcı olur….cildin yenilenmesine yardımcı olur.”*, “Keramine H Saç Dökülmesine Karşı Serum” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“ African Kigelica, Clary, Cinnmon, Ginkgo Biloba, Kapilarine, saçın doğal büyüme ve gelişme ortamını düzenleyerek, yağ salgılarını destekleyerek ve kafa derisindeki kılcal damarlarda kan dolaşımı sirkülasyonunu uyararak güçlü etkisini göstermektedir. Böylece saçın, fizyolojik olarak canlanma, büyüme ve güçlenme, …girmesine yardımcı olur...Red Pepper ekstresi ise güçlendirici ve kafa derisindeki kılcal damarlarda kan dolaşımını uyarıcı etkilere sahiptir.”* ,

“Dermoskin Ato Probiyotik Balm” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Ato Probiyotik Balm 230 ml ciltte oluşan hassasiyeti azaltmaya ve cildi yenilemeye yardımcı olur. Özellikle çocuklarda ve bebeklerde oluşan cilt rahatsızlıklarında kullanılabilecek bir üründür. … atopik cilt tiplerinin kullanımına uygundur…Kızarıklık ve tahriş gibi sorunu olan ciltlerin rahatlamasına yardımcı olur. Cildin mikrobiyolojik bariyerini güçlendirmeye yardımcı olur. ... Atopik cilt tiplerinin kullanımına uygundur…Hyaluronic acid: Hücresel yenilenmeye yardımcı olur.”* ifadelerine yer verildiği,

Ancak, Kozmetik Mevzuatına tabi bulunan tüm kozmetik ürünlerin, insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve etkileri geçici olan ürünler olması gerektiği; bu bağlamda, yukarıda yer verilen endikasyon belirten ifadelerin, ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği,

Açıklanan nedenlerle söz konusu tanıtımların,

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 üncü ve 10 uncu maddeleri,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna

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

**5)**

**Dosya No: 2019/2546**

**Şikayet Edilen: ABC Deterjan Sanayi ve Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** “ABC 4L Bidon Bulaşık Deterjanı” isimli sıvı bulaşık deterjanına ait ambalaj üzerinde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj

**Tespitler:** *“ABC 4L Bidon Bulaşık Deterjanı”* isimli sıvı bulaşık deterjanına ait ambalaj üzerinde yer alan tanıtımlarda; *“Pazar liderinden daha fazla tabak yıkar”* ifadesine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** *“ABC 4L Bidon Bulaşık Deterjanı”* isimli sıvı bulaşık deterjanına ait ambalaj üzerinde yer alan tanıtımlardayer verilen *“Pazar liderinden daha fazla tabak yıkar.”* İddiasının Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin *“İspat külfeti”* başlıklı 9 uncu maddesinde yer alan esaslar çerçevesinde ispatlandığı kanaatine varıldığından, inceleme konusu reklamların 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**6)**

**Dosya No: 2019/9152**

**Şikayet Edilen: GRC Sağlık Kozmetik Hediyelik Eşya Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:**www.eczane.com.tr adresli internet sitesinde yer alan muhtelif kozmetik ürünlere ilişkin tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 14.04.2017, 17.04.2018**,** 03.07.2019

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: www.eczanem.com.tr adresli internet sitesinde; “Avoxcin Şampuan” isimli kozmetik ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“DHT Blocker…DHT’yi bloke ederek…Avoxcin genel olarak androjenler olarak da ifade edilebilen erkeklik hormonlarının kadınlar ve erkeklerde kalıtımsal ve genetik nedenlerle programlanmış olan saç kökleri üzerine, anılan hormonu bir ara metaboliti olan dihidrotestesteronlar (DHT) yoluyla etki gösterek saç köklerini tahrip etmesi aşamasında, 5-alfa-reductas enzimlerini inhibe ederek bu sebeple meydana gelen saç dökülmelerinin durdurulmasında ve saç foliküllerinin uyarılarak güçlenmesini ve aktive edilmesinde çok önemli rol oynar. ”* ifadelerine,

“Folixir Saç Dökülmesine Karşı Yoğun Terapi Formülü (Serum)” isimli kozmetik ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Dr. Meral’s Elixir® No 23 Herbal Nevasome® Complex Folixir Saç Dökülmesine Karşı Yoğun Terapi Formülü (Serum) içerisinde bulunan doğal ve bitkisel içerikli Dr. Meral’s Elixir® No 23 Herbal Nevasome® Complex (Patent Pending) Saç kökü hücrelerindeki DHT oluşumu ve DHT’nin Androjen Resptörleri’ne bağlanması ile mücadele ederek saç dökülmesini durduran, VEGF (Vascular Endothelial Growth Factor) sentezini lokal olarak artırarak saç kökündeki kılcal damarları yeniden canlandıran ve saç kökünün kılcal damarlar yoluyla beslenmesini başlatan, Saç kökü hücrelerini aktive ederek yeni saç gelişiminin başlamasınaetkili bir biçimde yardımcı olan, Saç büyüten ve uzatan (hair growth) Novasome® içerisine konulmuş çok özel bitki özleri ve doğal bileşenlerden oluşmaktadır. Folixir Serumun Etkisi: Folixir Saç Dökülmesine Karşı Yoğun Terapi Formülü (Serum), saç dökülmesi problemi yaşayan kişiler için dermatoloji profesörü ve uzman ekibi tarafından geliştirilmiş ve test edilmiştir. Folixir serum, Novasome® teknolojisinin FNDS®-Follicular Nano Delivery System adını verdiğimiz güçlü emilim sisteminin ve saç dökülmesine karşı en güçlü aktif maddelerin kullanılmasıyla maksimum etkinin sağlandığı bitkisel içerikli bir serumdur. İçeriğindeki patentli eşsiz Dr. Meral’s Elixir® No* *23 Herbal Nevasome® Complex ve doğal bileşenler sayesinde düzenli kullanıldığı takdirde: Saç dökülmesi sebepleri ile mücadele eder. Saç dökülmesini önler. Saç köklerini aktive ederek yeni ve sağlıklı saç gelişimini destekler. ”*,

“Bioxcin Quantum Kaş ve Kirpik Serumu ” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“…kaş ve kirpiklerin sağlıklı uzamasını destekler…Dökülen kaş ve kirpiklerin sağlıklı olarak tekrar çıkmasına ve uzamasına yardımcı olur.”* ifadesine yer verildiği,

“Dermoskin Keratolytic Saç ve Vücut Şampuanı ” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Pullanma, yağlanma, kızarıklık, iritasyon durumlarında güvenle kullanılabilir. Etken maddenin keratolytic ve lipofilik etkisiyle yukarıdaki belirtilerin azalmasına yardımcı olur…Vücut İçin: Yalnızca kızarıklık ve pullanmanın meydana geldiği bölgelerde, temizlik için kullanılır.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** www.eczanem.com.tr adresli internet sitesinde; “Avoxcin Şampuan” isimli kozmetik ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“DHT Blocker…DHT’yi bloke ederek…Avoxcin genel olarak androjenler olarak da ifade edilebilen erkeklik hormonlarının kadınlar ve erkeklerde kalıtımsal ve genetik nedenlerle programlanmış olan saç kökleri üzerine, anılan hormonu bir ara metaboliti olan dihidrotestesteronlar (DHT) yoluyla etki gösterek saç köklerini tahrip etmesi aşamasında, 5-alfa-reductas enzimlerini inhibe ederek bu sebeple meydana gelen saç dökülmelerinin durdurulmasında ve saç foliküllerinin uyarılarak güçlenmesini ve aktive edilmesinde çok önemli rol oynar. ”* ifadelerine,

“Folixir Saç Dçkülmesine Karşı Yoğun Terapi Formülü (Serum)” isimli kozmetik ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Dr. Meral’s Elixir® No 23 Herbal Nevasome® Complex Folixir Saç Dökülmesine Karşı Yoğun Terapi Formülü (Serum) içerisinde bulunan doğal ve bitkisel içerikli Dr. Meral’s Elixir® No 23 Herbal Nevasome® Complex (Patent Pending) Saç kökü hücrelerindeki DHT oluşumu ve DHT’nin Androjen Resptörleri’ne bağlanması ile mücadele ederek saç dökülmesini durduran, VEGF (Vascular Endothelial Growth Factor) sentezini lokal olarak artırarak saç kökündeki kılcal damarları yeniden canlandıran ve saç kökünün kılcal damarlar yoluyla beslenmesini başlatan, Saç kökü hücrelerini aktive ederek yeni saç gelişiminin başlamasınaetkili bir biçimde yardımcı olan, Saç büyüten ve uzatan (hair growth) Novasome® içerisine konulmuş çok özel bitki özleri ve doğal bileşenlerden oluşmaktadır. Folixir Serumun Etkisi: Folixir Saç Dökülmesine Karşı Yoğun Terapi Formülü (Serum), saç dökülmesi problemi yaşayan kişiler için dermatoloji profesörü ve uzman ekibi tarafından geliştirilmiş ve test edilmiştir. Folixir serum, Novasome® teknolojisinin FNDS®-Follicular Nano Delivery System adını verdiğimiz güçlü emilim sisteminin ve saç dökülmesine karşı en güçlü aktif maddelerin kullanılmasıyla maksimum etkinin sağlandığı bitkisel içerikli bir serumdur. İçeriğindeki patentli eşsiz Dr. Meral’s Elixir® No* *23 Herbal Nevasome® Complex ve doğal bileşenler sayesinde düzenli kullanıldığı takdirde: Saç dökülmesi sebepleri ile mücadele eder. Saç dökülmesini önler. Saç köklerini aktive ederek yeni ve sağlıklı saç gelişimini destekler. ”*, “Bioxcin Quantum Kaş ve Kirpik Serumu ” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“…kaş ve kirpiklerin sağlıklı uzamasını destekler…Dökülen kaş ve kirpiklerin sağlıklı olarak tekrar çıkmasına ve uzamasına yardımcı olur.”* ifadesine yer verildiği, “Dermoskin Keratolytic Saç ve Vücut Şampuanı ” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Pullanma, yağlanma, kızarıklık, iritasyon durumlarında güvenle kullanılabilir…Etken maddenin keratolytic ve lipofilik etkisiyle yukarıdaki belirtilerin azalmasına yardımcı olur…Vücut İçin: Yalnızca kızarıklık ve pullanmanın meydana geldiği bölgelerde, temizlik için kullanılır.”* ifadesine yer verildiği,

Ancak, Kozmetik Mevzuatına tabi bulunan tüm kozmetik ürünlerin, insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve etkileri geçici olan ürünler olması gerektiği; bu bağlamda, yukarıda yer verilen endikasyon belirten ifadelerin, ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği,

Açıklanan nedenlerle söz konusu tanıtımların,

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 üncü ve 10 uncu maddeleri,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna

Buna göre, **GRC Sağlık Kozmetik Hediyelik Eşya Ticaret Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**7)**

**Dosya No: 2020/180**

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

**Şikayet Edilen Reklam:**“Borline” markalı sıvı deterjan ürününe ilişkin olarak Hatay İli içerisinde yapılan tanıtım faaliyetleri ile www.twitter.com/borlinetr ve www.facebook.com/borlinetr isimli sosyal paylaşım hesaplarında yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet - Broşür

**Tespitler:** “Borline” markalı sıvı deterjan ürününe ilişkin olarak Hatay İli içerisinde yapılan tanıtım faaliyetlerinde; *“Türkiyenin Değerli Madeni Bordan Üretilen Borline Deterjanı Sizlere Sunmaktan Gurur Duyuyoruz. %100 Yerli Üretim. Borline Türkiye’nin Haklı Gururu”* ifadelerinin yer aldığı broşürler ile ücretsiz numune dağıtımının yapıldığı sırada, tüketicilere söz konusu ürünün ‘Eti Maden tarafından üretilen ürün olduğu’ yönünde bilgi verildiğinin iddia edildiği,

Diğer taraftan, www.twitter.com/borlinetr ve www.facebook.com/borlinetr isimli sosyal paylaşım hesaplarında yer alan tanıtımlarda; *“Türkiyenin İlk ve Tek Bor Mineralli, 7 Enzimli Çamaşır Deterjanı. Bor mineralinden gelen doğal antibakteriyel özellik içerir.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** “Borline” markalı sıvı deterjan ürününe ilişkin olarak Hatay İli içerisinde yapılan tanıtım faaliyetlerinde; *“Türkiyenin Değerli Madeni Bordan Üretilen Borline Deterjanı Sizlere Sunmaktan Gurur Duyuyoruz. %100 Yerli Üretim. Borline Türkiye’nin Haklı Gururu”* ifadelerinin yer aldığı broşürler ile ücretsiz numune dağıtımının yapıldığı sırada, tüketicilere söz konusu ürünün ‘Eti Maden tarafından üretilen ürün olduğu’ yönünde bilgi verildiğinin iddia edildiği,

Diğer taraftan, www.twitter.com/borlinetr ve www.facebook.com/borlinetr isimli sosyal paylaşım hesaplarında yer alan tanıtımlarda; *“Türkiyenin İlk ve Tek Bor Mineralli, 7 Enzimli Çamaşır Deterjanı. Bor mineralinden gelen doğal antibakteriyel özellik içerir.”* İfadelerine yer verildiği,

Ancak, Eti Maden İşletmeleri Genel Müdürlüğü tarafından bor madeninden üretilen “Boron” markalı temizlik ürününün %100 yerli ve milli nitelikte ilk ürün olduğu, buna karşılık “Borline” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen *“Türkiyenin İlk ve Tek Bor Mineralli, 7 Enzimli Çamaşır Deterjanı. ”* ve *“Türkiye’nin Haklı Gururu”* şeklindeki ifadeler ile “Boron” markalı ürünün taklit edilmesinin, tüketiciyi yanıltıcı, haksız rekabet yaratıcı ve marka itibarını zedeleyici olduğu,

Ayrıca, söz konusu tanıtımlarda yer verilen; *“Türkiyenin İlk ve Tek Bor Mineralli, 7 Enzimli Çamaşır Deterjanı”* ve *“Bor mineralinden gelen doğal antibakteriyel özellik içerir.”* ifadelerinin doğruluğunun ispatlanmadığı,

Açıklanan nedenlerle söz konusu tanıtımların,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna

Buna göre, **Bozoklar Makina Kimya Petrol Ürünleri Turizm İthalat İhracat Sanayi ve Ticaret A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **104.781-TL (Yüzdörtbinyediyüzseksenbir Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**8)**

**Dosya No: 2020/181**

**Şikayet Edilen: BS İlaç ve Kozmetik Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:**“BorTürk Bitkisel Bulaşık Tableti” isimli deterjan ürününe ait ambalaj ve söz konusu ürüne ilişkin olarak www.borturktr.com adresli internet sitesi ile www.facebook.com/borturktr ve www.instagram.com/borturktr adresli sosyal medya hesaplarında yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet - Ambalaj

**Tespitler:** “BorTürk Bitkisel Bulaşık Tableti” isimli deterjan ürününe ait ambalaj ve söz konusu ürüne ilişkin olarak www.borturktr.com adresli internet sitesi ile www.facebook.com/borturktr ve www.instagram.com/borturktr adresli sosyal medya hesaplarında yer alan tanıtımlarda; *“Yerli Sermaye. %100 Türk Malı. %100 Doğal Bor Mineral Katkılı Bulaşık Deterjanı.”* ifadelerine,

www.borturktr.com adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda; *“%100 Doğal bor mineral katkılı bulaşık deterjanıdır. Doğal minerallerden üretilmiştir. % 100 İade garantilidir. İnsan sağlığına zararlı kimyasallar içermez Optik beyazlatıcı, fosfat, parfüm, boya, kirlenmiş etoksilatlı yüzey aktif maddeler SLS,SLES, nanilfenol, etoksilat msds, triklozan, etanolamin, amonyak, optik ağartıcı, formaldehit, klor, kansere sebep olabilen 1,4-dioksit, etilen oksit içermez. Yağlı kurumuş ve inatçı yemek kalıntılarını kimyasal deterjanlar kadar etkili şekilde temizler, parlaklık sağlar. Doğal içeriğinden dolayı suda kolayca çözülür ve durulamadan sonra mikro düzeyde de olsa hiç atık bırakmaz.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu tanıtımlarda yer verilen;

*- “%100 Doğal bor mineral katkılı bulaşık deterjanıdır. Doğal minerallerden üretilmiştir.”*,

*-“İnsan sağlığına zararlı kimyasallar içermez Optik beyazlatıcı, fosfat, parfüm, boya, kirlenmiş etoksilatlı yüzey aktif maddeler SLS,SLES, nanilfenol, etoksilat msds, triklozan, etanolamin, amonyak, optik ağartıcı, formaldehit, klor, kansere sebep olabilen 1,4-dioksit, etilen oksit içermez.”*,

*- “Yağlı kurumuş ve inatçı yemek kalıntılarını kimyasal deterjanlar kadar etkili şekilde temizler, parlaklık sağlar. Doğal içeriğinden dolayı suda kolayca çözülür ve durulamadan sonra mikro düzeyde de olsa hiç atık bırakmaz.”* ifadelerinin doğruluğunun ispatlanmadığı,

Açıklanan nedenlerle söz konusu tanıtımların,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna

Buna göre, **BS İlaç ve Kozmetik Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **104.781-TL (Yüzdörtbinyediyüzseksenbir Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesinekarar verilmiştir.

**SAĞLIK**

**9)**

**Dosya No: 2019/9547**

**Şikayet Edilen: Orhan TURNALI**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://orhanturnali.com/ ve www.instagram.com/orhanturnali\_sacekimi/ adresli internet sitelerinde yayınlanan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 04.02.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://orhanturnali.com/ adresli internet sitesinin 04.02.2020 tarihli görünümünde;

*"Ağrısız ve acısız. Operasyon esnasında lokal anestezi kullanılmakta ve hiç bir ağrı/acı hissetmezsiniz. 8-10 Saat Operasyon. Maksimum 8 ie 10 saat arasında operasyonunuz tamamlanacaktır... Sizi Hemen Arayalım. Sizin de memnuniyetinizi temin etmek için buradayız.Saç kaybı,saç dökülmesi veya her ne sebeple olursa olsun saç ekimi yaptırmayı düşünüyorsanız, bizimle görüşmeden karar vermeyiniz. Sağlığınız riske atacağınız bir lüks değildir. Kaybettiğiniz öz güveni uzman ellerde geri kazanın... Formumuzu doldurun sizi arayalım.*

*Micro Fue Teknigi ile Saç Ekimi. Micro Fue tekniğinde ilk amaç kafanın arka kısmındaki saç köklerinin kısa zamanda en doğal şekilde transfer edebilmektir. Bu operasyon lokal anestezi altında yapılır.Fue tekniği açılımı (Follicular Unit Extraction) dur, fut tekniği dezavantajları nedeni ile artık tercih edilmemektedir ! Micro fue tekniği ile kanama olmadan kesmeden dokuyu tahrip etmeden rahatlıkla ekilecek greftler yerinden çıkarılmaktadır... DHI Teknigi ile Saç Ekimi (Kalem Yöntemi): DHI tekniği enjeksiyon ekim veya kalem ekimi olarakta bilinir.Günümüz teknolojisinde kullanılan farklı bir ekim tekniğinir. Innovation saç ekimi ekibi olarak dünyadaki saç ekim teknolojisini yakından takip etmekte ve kendimizi güncel tutmaktayız.Yaklaşık 6 yıldır DHI tekniği ile Saç Ekimi hizmeti sunmaktayız...*

*Saç ekimi türkiye ve dünya genelinde oldukça yaygınlaşmış ve artık bilindik bir işlemdir. ANKARA saç ekimi ekibi olarak konusunda uzman kadromuzla son teknoloji PRP +MİCRO FUE/DHI sistemleriyle saç ekimi (Saç nakli) yapıyoruz. Türkiye ve bir çok ülkede saç ekimini ilk günden bu güne kadar zamanın teknolojisini kullanarak profesyonel olarak gerçekleştirmiş bir ekibiz..."* gibi ifadelerle birlikte hastalara ait tedavi öncesi ve sonrası görüntülere yer verildiği,

www.instagram.com/orhanturnali\_sacekimi/ adresli internet sitesinin 18.02.2020 tarihli görünümünde;

*"Saç Ekimi ve Simülasyonu, Buz Lazer, Garantili Hizmet, Maksimum Greft... Sincandan gelen değerli misafirimiz yasin beyin saçları hayırlı olsun güzel günlerde kullanmasını dileriz… Çorum Sungurludan gelen değerli misafirimiz Aytekin beyin saçları hayırlı olsun güzel günlerde kullanmasını dileriz..."* gibi ifadelerle birlikte hastalara ait tedavi öncesi ve sonrası görüntülere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Tanıtımlarda yer alan ve tıbbi bir işlem olan "Saç Ekimi" gibi işlemlerin tanı, tedavi ve bilgilendirmesinin ilgili alanda uzman tabiplerce ve yetkili kuruluşlarca yapılması gerektiği, anılan şahsın hekim olmadığı ve kuruluşun bu alanda bir yetkisinin bulunmadığı, söz konusu ifade ve görüntülerin tüketicileri yanıltıcı, bilgi eksikliklerini istismar edici ve ilgili mevzuata aykırı nitelikte olduğu,

Diğer taraftan anılan tanıtımlar vasıtasıyla hekimlerin ve sağlık kuruluşlarının mevzuatta izin verilen bilgilendirme ve tanıtım faaliyetleri kapsamının aşıldığı ve reklam yapıldığı; bu tanıtımların sağlık hizmetlerine ticari bir görünüm veren, talep yaratıcı ve diğer sağlık kuruluşları aleyhine haksız rekabete yol açıcı nitelikte olduğu,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna

Buna göre, reklam veren **Orhan TURNALI** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **104.781-TL (Yüzdörtbinyediyüzseksenbir Türk Lirası) idari para ve** **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**10)**

**Dosya No: 2019/9746**

**Şikayet Edilen: Körfez Estetik Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** http://korfezestetikedremit.com/ ve www.instagram.com/korfezestetikedremit adresli internet sitelerinde yayınlanan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 04.03.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** http://korfezestetikedremit.com/ adresli internet sitesinin 04.03.2019 tarihli görünümünde: *"Yaza pürüzsüz girin! Son Lazer Teknolojisi; Alexandrite hemen rezervasyon yaptırın... Hizmetler: Lazer Epilasyon, Alexandrite, Diode Lazer, Mantar Tedavisi, Q Switch Lazer; Dövme Silme..."*

www.instagram.com/korfezestetikedremit adresli internet sitesinin 04.03.2019 tarihli görünümünde örnek olarak: *"SOPRANO; Ağrısız ütüleme lazer epilasyon artık tartışılmıyor, kendini ıspat edeli uzun zaman oldu zirveden inmiyor. Alma Lasers’inpatentli ütüleme epilasyon teknolojisi Soprano diod lazer sistemi sektörde dönüm noktasını kutluyor. Ütüleme Epilasyon teknolojili Soprano ütüleme lazer, kıl folikülünü klasik lazer teknolojilerindeki tek ve yüksek enerjili atışlar yerine tedrici ısıtarak lazer epilasyonda ağrıyı kaldırıyor ve bu konfor ile Soprano diğer lazer epilasyon cihazları içinde kenini en ön sıraya taşıyor. Milyonlarca hasta tedavi eden soprano ile memnuniyet oranı 92% olarak saptandı... Ağrısız acısız lazer epilasyon... Selülit Tedavisi..."*

şeklinde doktorlar tarafından uygulanması gereken çeşitli tıbbi işlemlere ilişkin ifadelere, tıbbi işlem uygulama görüntülerine yer verildiği ve kuruluşun isminin “Körfez Estetik” 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 kuruluşun inceleme konusu internet sitesinde yapılan tanıtımlar aracılığıyla sağlık alanında faaliyet gösterdiği ve tabip tarafından yapılması gereken ve güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen tıbbi işlemleri uyguladığı yönünde bir algı oluşturduğu; anılan tıbbi işlemlerin doktor kontrolünde ve sağlık kuruluşları bünyesinde uygulanması gerektiği, ilgili mevzuatta “güzellik merkezi” şekilde bir sağlık kuruluşu türünün tanımlı olmadığı, güzellik salonlarının isminin “güzellik salonu” şekilde açıkça yazılması gerektiği,

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

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

- İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğin J-(Ek: 29/6/2010 – 2010/671 K.) Güzellik Salonları" başlıklı 16 ncı maddesi,

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna

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

**11)**

**Dosya No: 2019/9832**

**Şikayet Edilen: Biocalis Medikal Tıbbi Malzeme Pazarlama ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.biocalismedikal.com ve www.facebook.com/elipsemidebalonu adresli internet sitelerinde yayınlanan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 05.03.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.facebook.com/elipsemidebalonu adresli internet sitesinin 05.03.2020 tarihli görünümünde:

*"Dr Barış Gürsoy Elipse Yutulabilir Mide Balonu uygulamalarını Ankara'da yapmaktadır. Dünyanın en güvenli ve etkili medikal zayıflama uygulaması Elipse Mide Balonu ile ilgili bilgi almak için iletişim bilgilerimizden bizlere ulaşabilirsiniz...*

*Elipse Yutulabilir Mide Balonu, endoskopi, anestezi ya da herhangi bir cerrahi işlem gerektirmeden su ile yutularak uygulanabilen Dünyanın ilk ve tek mide balonudur. Elipse Mide Balonu Dünyanın toleransi en yuksek, en kolay uygulanan, en güvenli ve komplikasyon orani en düşük mide balonudur...*

*Diğer mide balonlarına göre %85 ince olan balon, küçük bir kapsüle sıkıştırılmıştır. Bir bardak su ile yutularak uygulanır ve 16 haftalık uygulamanın sonunda balon kendi kendine sönerek, herhangi bir işleme gereksinim duymadan doğal yollarla vücuttan atılır...*

*Elipse Mide Balonu; ameliyatsız, hızlı, etkili ve güvenli kilo vermek isteyenler icin anestezi ve endoskopi olmadan, konforlu ve guvenli bir cozum sunmaktadir...*

*Elipse Mide Balonu Uygulaması, Istanbul, Ankara, Adana Antalya, Bursa, Izmir, Trakya, Samsun ve Kıbrıs Elipse Uygulama Merkezlerinde yapılmaktadır. İletişim bilgilerimizden uygulama ve size en yakın merkezimin hakkında detaylı bilgi edinebilirsiniz*

*Elipse yutulabilir mide balonu dünyanın kullanımı en kolay, en güvenli mide balonu uygulamasıdır. Elipse Mide Balonu kullanımında diğer mide balonlarında gerekli olan anestezi ve endoskopi gerekmemektedir.*

*Elipse Mide Balonu ile fazla kilolarınızdan kolay, güvenli ve hızlıca kurtulun...*

*Elipse Yutulabilir Mide Balonu kullanımı öncesi ve sonrası. Elipse tecrübesi ile hızlı ve güvenli bir şekilde zayıflama için irtibat numaralarımızdan bizlere ulaşabilirsiniz...*

*Hastamız, aynı zamanda kendisi de hekim olan Dr. Şahin Çınar, Elipse Yutulabilir Mide Balonu kullanımının 14. gününde Elipse Mide Balonu tecrübesini paylaştı. En konforlu kilo verme sürecini seçtiği için kendisine teşekkür eder ve yine bu süreçte kendisine başarılar dileriz...*

*Hastamız, aynı zamanda kendisi de hekim olan Dr. Şahin Çınar, Elipse Yutulabilir Mide Balonu kullanımının 4. gününde Elipse Mide Balonu tecrübesini paylaştı. En konforlu kilo verme sürecini seçtiği için kendisine teşekkür eder ve yine bu süreçte kendisine başarılar dileriz..."* gibi ifadelerle birlikte hastalara ait tedavi öncesi ve sonrası görüntülere,

www.biocalismedikal.com adresli internet sitesinin 05.03.2020 tarihli görünümünde:

*"Elipse Mide Balonu: ameliyat yok, anestezi yok, endoskopi yok sadece sonuç var. Sağlığınıza yatırım yapın... Elipse Mide Balonu herhangi bir cerrahi bir işlem olmadan, endoskopi ve anestezi uygulaması yapılmadan kullanılabilen Dünyanın ilk ve tek mide balonudur... Kısa sürede ve hızlı şekilde kilo vermek isteyen bireylerde, Diyet, egzersiz ve ilaç tedavilerinden sonuç alamamış fazla kilolu kişilerde, Veya cerrahi alternatifleri tercih etmeyen, ya da cerrahi operasyon öncesi operasyon için gerekli görülen kiloya ulaşmak isteyen bireyler için ideal ve oldukça etkili bir yöntemdir..."* gibi ifadelere yer verildiğitespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Tanıtımlarda yer alan "Elipse Mide Balonu" isimli ürünün uygulanmasının tıbbi bir işlem olduğu, dolayısıyla tanı, tedavi ve bilgilendirmesinin ilgili alanda uzman tabiplerce ve yetkili kuruluşlarca yapılması gerektiği, kuruluşun bu alanda bir yetkisinin bulunmadığı, söz konusu ifade ve görüntülerin tüketicileri yanıltıcı, bilgi eksikliklerini istismar edici ve ilgili mevzuata aykırı nitelikte olduğu,

Bununla birlikte anılan tanıtımlar vasıtasıyla hekimlerin ve sağlık kuruluşlarının mevzuatta izin verilen bilgilendirme ve tanıtım faaliyetleri kapsamının aşıldığı ve reklam yapıldığı; bu tanıtımların sunulan sağlık hizmetlerine ticari bir görünüm veren, talep yaratıcı ve diğer sağlık kuruluşları aleyhine haksız rekabete yol açıcı nitelikte olduğu,

Diğer taraftan kuruluşun mevzuata aykırı biçimde, anlaşmalı hekimler ve sağlık kuruluşları lehine aracılık faaliyetinde bulunduğu,

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 **Biocalis Medikal Tıbbi Malzeme Pazarlama ve Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **104.781-TL (Yüzdörtbinyediyüzseksenbir Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**12)**

**Dosya No: 2019/9839**

**Şikayet Edilen: Dr. Neslihan AKTAŞ**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.drneslihanaktas.com, www.instagram.com/drneslihanaktas ve www.facebook.com/drneslihanaktas adresli internet sitelerinde yayınlanan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 05.03.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com/drneslihanaktas ve www.facebook.com/drneslihanaktas adresli internet sitelerinin 05.03.2020 tarihli görünümünde örnek olarak;

*"Bugünkü motivasyon kaynağımız eskilerden, sevgili Cihangir Bey! Kendisi Ortopedi hekimi, yoğun ameliyat temposu ve düzensiz çalışma saatlerine rağmen spor desteğiyle ve sağlıklı beslenerek 16 haftada tam 15 kiloya veda etti. Her zaman dediğim gibi istediğimiz zaman başaramayacağımız şey yok.️ Yoğun geçen günlerinizi bahane olarak önünüze koymayın, gelin bu yola beraber başlayalım... Eskilerden bir motivasyon fotosu gelsin o zaman bugün de! Canım Ebru’mun değişimi inanılmaz! Beraber el ele verip 14 haftada 13 kiloya elveda dedik. Kilolarla birlikte insülin direncine de veda ettik.️ Bugünün alkışları da Ebru’ya gidiyor... İşte bir kez daha kadının gücü ortada! Canım Ebru’mun değişimi inanılmaz! Beraber el ele verip 14 haftada 13 kiloya elveda dedik. Kilolarla birlikte insülin direncine de veda ettik..."* gibi ifadelerle birlikte hastalara ait tedavi öncesi ve sonrası görüntülere yer verildiği,

www.drneslihanaktas.com adresli internet sitesinin 05.03.2020 tarihli görünümünde örnek olarak; "Başarı Hikayeleri" başlığı altında hasta yorumlarına ve hastalara ait tedavi öncesi ve sonrası görüntülere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

dolayısıyla bütün bu durumların;

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

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

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

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

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi.

hükümlerine aykırı olduğuna

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

**13)**

**Dosya No: 2018/7574**

**Şikayet Edilen:** **MAY Sağlık Turizm Hizmetleri ve Medikal Cerrahi Danışmanlık Ltd. Şti. (MayClinik)**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.mayclinik.com, www.instagram.com ve www.facebook.com adresli sitelerde şahsa ait sayfalarda yapılan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 06.11.2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.tactclinic.com adresli internet sitesinin 06.11.2019 tarihli görünümlerinde;

Anasayfada; *"...Neden MAYCLINIK?Müşteri istek ve ihtiyaçlarını en iyi şekilde analiz ederek, son teknolojik gelişmeler doğrultusunda en kaliteli sağlık ve estetik hizmetleri sunmaktır. Daha fazla deneyim Her yıl binlerce kişi MAYCLINIK'e gelmektedir. Deneyimli uzmanlarımız ile başarılı sonuçlar elde etmekteyiz...Hayalinize ulaşmanızı sağlayan hem cerrahi hem de cerrahi olmayan uygulamalar sunmaktayız. MAYCLINIK, görünümünüzü her seviyede geliştirmek için ihtiyaç duyduğunuz tüm tedavi uygulamalarını sunmaktadır. Popüler hizmetlerimizden bazıları Burun Estetiği, Meme Büyütme, Liposuction ve Saç Ekimi işlemleridir..Rinoplasti ameliyatı en çok yapılan plastik cerrahi uygulamalarından birisidir...Yüz germe ameliyatları ile çok daha genç bir görünümü yakalamak mümkündür.... Doktorlarımız: Hastalarımızın estetik hayallerini gerçekleştirmelerine yardımcı olan ve yılların deneyimine sahip olan doktorlarımız, gerçek anlamda ulaşılamayacak bir hedefin olmadığını göstermektedirler...MAYCLINIK olarak hastalarımıza en üst düzey kalitede hizmet vermek esas amacımızdır. MAYCLINIK deneyimini hastalarımızdan dinleyin...MAYCLINIK'i tercih eden hastalarımıza Ücretsiz Konsültasyon, Havalimanı Transfer ve Konaklama gibi durumlarda ekstra imkanlar sunmaktayız...VIP transfer hizmetimizle İstanbul dışından gelecek hastalarımızın konforunu operasyon öncesi ve sonrası en yüksekte tutuyoruz...Estetik operasyon için uzaktan gelen hastalarımıza anlaşmalı 4 ve 5 yıldızlı otellerimizde özel indirimler sunuyoruz...",*

"Hakkımızda" başlığı altında; *"...MAYCLINIK, değişime sizin gözünüzden bakan, müşterilerine ve çalışanlarına büyük yatırımlar yapan, daima müşteri memnuniyeti ve mutluluğunu ön planda tutan kurumdur. Ülkemiz plastik cerrahi konusunda dünyanın önde gelen ülkeleriyle yarışmaktadır. Personel ve doktor kalitesi olarak üst düzey olmasına karşın, diğer pek çok..daha ekonomiktir. Bu sebeple plastik cerrahi alanında sıkça tercih edilmektedir. MAYCLINIK, yurt dışından gelen hastalarımıza kendi dilini konuşabilen sağlık personeli veya tercüman aracılığıyla yardımcı olmaktadır. MAYCLINIK, plastik cerrahi, medikal estetik, zayıfalama ve saç ekimi alanlarında gelişen teknolojiyi yakından takip ederek müşterilerine "istediği değişimi istediğinde sunan" ve müşteri memnuniyetini garanti eden bir kuruluş olarak hizmet vermektedir..."*

"Badem Göz Estetiği" başlığı altında; *"...Her güzel kadın ve erkeğin tercihleri arasında etkili*

*bakışlar da yer almaktadır. Sağlıklı göz altları, iri ve çekik göz yapısı güzelliğin simgesi durumundadır. Badem Göz Estetiği tamamen bireylerin estetik algısına hitap eden bir cerrahi operasyondur. Önemli olan yüzünüzün ve göz yapınızın estetik olarak uygun olmasıdır. Özellikle yapı açısından düşük göz yapısına sahip bireyler daha çok istemektedir. Cerrahınızla yapacağınız detaylı görüşme sonrası bu işlemi yaptırmak isteyip istemediğinize karar verebilirsiniz. MAYCLINIK olarak hastalarımıza en üst düzey kalitede hizmet vermek ve kendilerini değiştirmek için attıkları bu adımda onların her ihtiyaçlarında yanında olarak bu önemli deneyimlerini en memnun olacakları şekilde yaşatmak esas amacımızdır. MAYCLINIK deneyimini hastalarımızdan dinleyin..." ,*

"Liposuction" başlığı altında; *"...Liposuction, fazla yağları gidermek için belirli alanları şekillendirerek daha fit görünüm oluşturur. Bir çok kişi, liposuction ameliyatını tercih ederek fazla yağlardan kurtuluyor ve daha fit bir görünüme sahip oluyor....Liposuction, görünüşünüzü ve kişisel imajınızı iyileştirebilir...Liposuction işlemi esnasında yağ hücreleri kalıcı olarak alınır. Bu nedenle eğer operasyon sonrası kilo alırsanız, bu kilolar genellikle ameliyatın yapıldığı bölgelerde toplanmaz...Vücut şekillendirme uygulamlarında en çok kullanılan yöntem liposuctiondır. Estetik cerrah, sıkılaşma ve fazlalıkları alırken, liposuction kullanarak, daha iyi sonuçlar elde edebilir..Prosedür sırasında liposuction kullanımıyla daha düz ve şekilli bir karın bölgesi elde edilebilir...Doku alımı liposuction’la kombine yapıldığında, daha ince ve daha şekilli bir üst kol alanı elde edilebilir...Liposuction ameliyatının kesin sonuçları ameliyattan ancak birkaç ay sonra gözlemlenir. Liposuction operasyonu vücudu şekillendirmek amaçlıdır yani bir kilo verme seçeneği olamaz. Diyet ve egzersizle ulaşılamayan kilolara liposuction sayesinde ulaşılabilir...."* gibi bilgilendirme sınırını aşan ifadeler ile hasta öncesi ve sonrası görsellerine yer verildiği;

Ayrıca; *"...yaklaşık bir hafta önce burun ameliyatı oldum kemerli bir burnum vardı...Karaca Bey çok başarılı bir iş çıkardı ve harika bir burnum oldu. Mayclinik ailesine ve doktorum Karaca Bey'e çok teşekkür ederim...beni havaalanından karşıladılar otelime bıraktılar operasyon sonucum çok başarılı oldu çok memnun kaldım güler yüzlü ve samimi bir ekip mayclinik e çok teşekkür ediyorum...Eşim için karın germe operasyonu yaptık. Doktorları çok iyi bir iş çıkarttı. 3 aydayız herşey tam istediğimiz gibi oldu güleryüzlü ekip ve hijyen bir yer iyi ki tanıdım sizleri herkese tavsiye ederim..."* şeklinde kuruluşunuza yönelik hasta övgü, teşekkür ve onay ifadelerine yer verildiği;

www.facebook.com adresli sosyal paylaşım sitesinin 06.11.2019 tarihli görünümünde kuruluşunuza ait *“MayClinik"* kullanıcı isimli sayfada yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *"...Rinoplastide erkek burun estetiği ve tasarımı kadın burun estetiği ve tasarımından çok daha farklıdır. Erkek burun şekli ve profili, erkeksi, keskin, yüzün genel hatları ile uyumlu ve dengeli olmalıdır. Burun estetiği operasyonu sonrası, ameliyat olduğunun anlaşılmaması erkek burun estetiğinde en önemli hedef olmalıdır. Hastamıza burun estetiğinde Mayclinik ailesini tercih ettiği için çok teşekkür ederiz! Sonucumuz sizce nasıl görünüyor?...Hastamıza göz kapağı estetiği ve endoskopik orta yüz germeyi kombine olarak yaptık... 5 ay önce saç ekimini yaptığımız hastamızın 5 aylık sonucu sizlerle! Kendisine Mayclinik ailesini tercih ettiği için teşekkür ederiz! Sizler sonucumuzu nasıl buldunuz? Badem göz estetiği hastanede kalma gerekliliği duyulmayan bir işlemdir. Hasta operasyon sonrası taburcu olabilmektedir.Hastamızın badem göz estetiği sonrası 1 aylık sonucumuz sizlerle!...Burun estetiği yaptığımız hastamızın öncesi sonrası sizlerle.. Yüzün mizacı ve görünümünde burun şekli önemli bir yer tutar. İnsan yüzünün en dikkat çeken karakteristik organlarından biri olan burnun yapısındaki en küçük değişiklik dahi büyük etkiler yaratır. Dikkatli ve özenli bir cerrahi müdahale ile değişebilecek dış görünüm sayesinde hem sağlık sorunlarınızdan hem de görsel şikayetlerinizden kurtulabilirsiniz...Müşteri istek ve ihtiyaçlarını en iyi şekilde analiz ederek, son teknolojik gelişmeler doğrultusunda en kaliteli sağlık ve estetik hizmetleri sunmaktır..."* gibi ifadeler üzerinden sadece hekim tarafından uygulanabilecek rinoplasti, yüz germe vb. tıbbi işlemlere ilişkin bilgilendirme sınırını aşan tanıtımlar ile hasta öncesi ve sonrası görsellerine yer verildiği;

www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinin 06.11.2019 tarihli görünümünde kuruluşunuza ait “mayclinik" kullanıcı isimli sayfada yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *"...Güzel ve şekilli göğüslere sahip olmak şüphesiz ki birçok kadının arzu ettiği bir şeydir Bu nedenle günümüzde birçok kadın meme büyütme operasyonunu tercih eder. Meme küçüklüğünün en uygun ve sağlıklı çözümü silikon meme protezidir. Protez ile meme büyütme operasyonu 1-2 saat kadar sürer. Hasta aynı gün veya bir gece hastanede kaldıktan sonra taburcu edilir...Uzman plastik cerrahlarımız tarafından gerçekleştirilen kol germe ameliyatı ihtiyaçlarınıza etkili bir çözüm sunacaktır. Operasyon hakkında detaylı bilgi için bizimle iletişime geçebilirsiniz...Saç ekimini yaptığımız hastamızın sonucu sizlerle! Mayclinik ailesini tercih eden hastamıza çok teşekkür ediyoruz...Saç ekimi ile doğal ve güçlü saçlara kavuşmak ve detaylı bilgi almak için bizimle iletişime geçebilirsiniz!...Hastamıza endoskopik orta yüz germe, endoskopik kaş kaldırma ve yağ enjeksiyonu ameliyatı yaptık. 6. gün sonundaki değişimini sizlerle paylaşmaktan mutluluk duyuyoruz...Yüzdeki yaşlılık görüntüsünü yok etmek için tercih edilen bu yöntem yüzde görünür bir kesi izi bırakılmadan dinamik ve genç bir görünüme kavuşmanızı mümkün kılar..."* gibi bilgilendirme sınırını aşan tanıtımlar ile hasta öncesi ve sonrası görsellerine yer verildiği*;*

Bununla birlikte; inceleme konusu internet sitelerinde; kuruluşunuzun isminin “Mayclinik” 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:** Bu bağlamda; inceleme konusu internet sitelerinde yapılan tanıtımlar aracılığıyla kuruluşunuza sağlık alanında faaliyet gösterdiği yönünde bir izlenim kazandırıldığı; dolayısıyla, inceleme konusu internet sitelerinde, aracılık faaliyetinde bulunduğunuz hastaneler ve sağlık meslek mensupları lehine talep yaratmaya yönelik tanıtım yapılmasının ilgili mevzuata aykırılık teşkil ettiği ve benzer alanda faaliyet gösteren kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açtığı; tüm bu durumlarında,

- 6023 sayılı Türk Tabipleri Birliği Kanununun 64 üncü maddesi,

- 3224 sayılı Türk Dişhekimleri Birliği Kanunun 45 inci maddesi,

- Özel Hastaneler Yönetmeliğinin 60 ıncı maddesi,

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

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi.

hükümlerine aykırı olduğuna

Buna göre, reklam veren **MAY Sağlık Turizm Hizmetleri ve Medikal Cerrahi Danışmanlık Ltd. Şti. (MayClinik)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **85.480 TL (Seksenbeşbindörtyüzseksen Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**14)**

**Dosya No: 2019/8677**

**Şikayet Edilen:** **Dr. Nüket EROĞLU**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.nuketeroglu.com, www.instagram.com, www.facebook.com ve www.youtube.com adresli sitelerde şahsa ait sayfalarda yapılan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 30.05.2019 ve 04.07.2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Kuruluşa ait www.nuketeroglu.com adresli internet sayfasının 30.05.2019 ve 04.07.2019 tarihli görünümlerinde örnek olarak;

- Anasayfada; *"...3D Lazer Lipoliz vücut şekillendirmede etkili, güvenilir ve hızlıdır...Özellikle Melazma tedavisinde en yeni ve çok etkin bir lazer sistemidir...Gençleştirici Dual Lazer. İlkçağlardan beri kadınlar başta olmak üzere herkes gençlik iksirinin peşinde. Çirkinleşmiş ve kederli halde yaşlanmak, bakımsız görünmek istemiyoruz. Sabahları kendimize bakınca yüzümüze kocaman bir gülücük konsun istiyoruz. Elbette yaşlanmak doğal bir süreç ama yaş alımlarının tadını çıkarmak için kendimizi korumamız gerekiyor...Pro Yellow Lazer her tip deri rengine uygulanabilir, kalıcı bir yan etki riski yoktur, uzun iyileşme süreçleri gerektirmez, hasta açısından son derece konforludur...Vampire Face Lift, son döneminlerin en yenilikçi, en doğal ve en az müdahale içeren anti-aging yöntemidir...Thermage tedavisi, güvenli, yan etkisiz, tek seanslık medikal bir uygulama olup yüz derisinin sıkılaşmasını, şekillenmesini ve yenilenmesini sağlayarak daha genç bir görünüm yaratır...ütün kadınların kâbusu olan selülitten kurtulmak ve incelerek yaza hazırlanmak artık ONDA COOLWAVES ile çok kolay! Artık mikrodalga sadece yemekleri hızlıca ısıtmıyor, bizi de yaza hızlıca hazırlıyor!..Endopeel: Son yıllarda Avrupa ve Amerika’da kullanımı gittikçe artan yüz ve boyun bölgesi öncelikli olmak üzere vücudun çeşitli bölgelerinde de uygulanan sarkmaları azaltıcı tıbbi bir lifting yöntemidir...Vajina içine uygulanan FDI onaylı özel bir Radyofrekans tekniğidir. Yalnızca tek bir seansta vajinal daralma sağlanabilir. Böylelikle kadınların cinsel problemlerinin başında yer alan ‘orgazm olamama’ sorunu çözülebilir; orgazm süresi ve kalitesi artarak 3 ay içinde maksimuma çıkar..." ,*

- "Hakkımda" başlığı altında; *"...Dr. Nüket Eroğlu, özellikle lazer lipoliz konusunda önemli bir estetik cerrah olan Opr. Dr. Arif Eroğlu ile evlidir. İki kızı vardır. Bir oğlak olarak evlilik ve çocuk planını Opr. Dr. Arif Eroğlu’nu Ege Tıp Fakültesi koridorunda gördüğü an (25 yıl önce) yapmıştır. Opr.Dr.Arif Eroğlu İzmir’lidir ve çok yakışıklıdır, çalışkandır, ağır oturaklıdır, hükümet gibi adamdır. Büyük kız anneye küçük kız babaya benzemiştir, durum adildir ve güzeldir...Oğlak burcudur. Ölümüne çalışır. Bundan da büyük keyif alır. Hayatta en çok imrenilmesi gereken insanların işinden zevk alanlar olduğunu düşünür. Bu büyük bir zenginlik ve şanstır Dr.Nüket Eroğlu’na göre…. Yaptığı işten çok keyif alan Dr. Nüket Eroğlu işini yaparken herşeyi unuttuğu ve başka bir boyuta yükseldiği için işini meditasyon olarak görür ve her gün bunun için şükreder...Dr. Nüket Eroğlu; ilk, orta ve lise öğretiminden okul birincisi olarak mezun olmuştur. Bu yıllarda sayısız bilim ve edebiyat alanında ödül almıştır. Hayatta en konservatif bilim, din, felsefe… iddiaları dahil herşeyi sorgulayıp durur, haliyle yorulur...Dr. Nüket Eroğlu, AMWC, IMCAS, AMME, AMWC gibi her yıl tekrarlanan dünyadaki son estetik gelişmelerin takip edildiği ve tartışıldığı kongrelerde eğitim programlarına halen katılmakta ve estetik dünyasındaki gelişmeleri takip etmektedir..." ,*

- "Saç, Sakal, Kaş Ekimi" başlığı altında; *"...Estetik operasyonlar sağlık alanında uygulanan sanat olarak görülebilir. Saç ekimi genel bir doktorluk ve cerrahi bilgisi dışında özel ilgi ve uğraşı gerektiren medikal estetik alanı olabilir...Saç Sakal Kaş Ekimi, hiç kimse saçlarının ekim olduğunun anlaşılmasını istemez...FUE de verici bölgeden saç kökü elde etmek için herhangi bir kesi yapılmadığı için ensede görünür bir yara izi oluşmayabilir. Bu saç transfer tekniğinin bunun dışında da yararı olabilir. Bunların arasında tamamıyla doğala yakın sonuçlar, çok az kanama ve hastalar için kısa iyileşme süreci sayılabilir...Sakal ve bıyık kıl köklerindeki eksiklik genellikle kişide ciddi bir psikolojik baskı yaratabilir. Şu an için çözüm saç veya kıl naklidir...Kaşların bir neden olmaksızın dökülmesi; cımbızla yanlış kaş alımı sonucu kaşların seyrelmesi; yanma, kesilme veya bazı travmalara bağlı kaybolması sonrası kaşta değişik boyutlarda açılmalar meydana gelebilir. Bu eksikliği kişiler bir süre kalem ve kalıcı makyajla kapatmayı deneseler de doğru, kalıcı ve doğal çözüm kaş ekimi olabilir...Kaş ekimi işlemi kalıcı makyaj uygulaması kadar rahat uygulanabilecek bir işlem olabilir...." ,*

- "Lazer Epilasyon" başlığı altında; *"...Lazer etkisi yoğun, hızlı, acısızdır...BBL birkaç farklı lazerin toplam etkisinden fazlasını tek bir uygulamada yapabilir. Bu yüzden farklı kıl tiplerine kontrollü bir şekilde aynı anda etki edebilir. Epilasyon esnasında atışlar tek tek yapılmadığı için kılları atlama riski de yoktur...BBL epilasyon’un IPL sistemlerinden üstünlüğü nedir?: BBL de ise hedef bölgedeki kılları yok etmek için gerekli enerji otomatik olarak belirlenir. BBL, hedef enerjiyi tek seferde değil, kısa milisaniyeler de kontrollü olarak verir. Yüksek enerji dokuda hiçbir hasar oluşturmadan güvenle verilebilir...Avantajları nedir?: BBL kalıcı epilasyon sağlar. İnce ve açık renkli kıllara bile etkili olabilir. Tamamen ağrısızdır. Güvenilir bir yöntemdir, her cilt tipinde kullanılabilir. Yara ve yanık riski yoktur. Kanserojen değildir. Dünyadaki en hızlı epilasyon lazeridir. Uygulandığı dokuda elastin ve kolajen uyarımı ile anti-aging etkisi yapabilir. Ağda uygulamalarında görülebilen cilt enfeksiyonu ve bulaşıcı hastalık riski yoktur...BBL epilasyon‘un diğer lazer epilasyonlardan farklı olarak yakma ihtimali yoktur...BBL sahip olduğu teknoloji ve ileri düzey soğutma sistemi ile acısız-ağrısız epilasyonun ve konforunuzun garantisidir..."* gibi bilgilendirme sınırını aşan ifadelere yer verildiği;

www.facebook.com adresli sosyal paylaşım sitesinin 04.07.2019 tarihli görünümünde şahsa ait “Dr. Nüket Eroğlu” kullanıcı isimli sayfada yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda hasta öncesi ve sonrası görsellerine ve *"...Harika konusunda çok başarılı birisi..Mükemmel bir DR tor cana yakın güler yüzlü tavsiye ederim...Muhteşemsin ballı bademli kurabiyem...konusunda uzman bir hanımefendi..."* gibi hasta teşekkür, övgü ve onay ifadelerine yer verildiği;

Diğer taraftan, 06.12.2019 tarihli görünümde "videolar" kısmında yer alan paylaşımlar içerisinde örnek olarak; *"...yüzünüz aşağı mı düştü ve çene kontürünüzü mü özlüyorsunuz yüzünüzü böyle tutup tutup çekiyor musunuz... evet! çekiyorsunuz hepimiz aynalara bakıyoruz ve böyle üçgen bir yüz istiyoruz...şöyle gergin parlak böyle ipek bir cilt için, tabi ki ameliyatsız yüz germede, çene kontürü çıkarmada tek FDA onaylı cihaz olan Thermage'dan yararlanıyoruz. Thermage'ı çok seveceksiniz ben gerçekten ona aşık oldum natürel bir ameliyatsız yüz germe yaşadım ve halen onu kullanıyorum...Sonrasını niye saklıyorsunuz diye kızıyordunuz ama saklamıyorum çünkü ortalık birbirine karışıyor. İşte Endopeel'li popomuz. Daha önce, öncesini koymuştum Endopeel uygularken çok istek geldi..Sonrası nasıl geçmiş?..Bu popoyu gören bütün erkekler, kadınlar gözlerini buradan alamamış ve hastam çok mutlu..."* gibi bilgilendirme sınırını aşan ve talep yaratan ifadelere yer verildiği;

www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinin 04.07.2019 tarihli görünümünde şahsa ait “drnuketeroglu” kullanıcı isimli sayfada yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *"...Bir hastamı daha masseter botoks ile tanıştırıyorum. Nazlı böyle bir afet...böyle güzel güzel gülümsüyor ama her dişini sıktığında tabi ki diş minelerine zarar veriyor, çene eklemine zarar veriyor, sabahları kaskatı kalkıyor ve diş hekimi masseter botoks önermiş...masseter botoks yapınca böyle yüzümüz ovalleşiyor ince uzun görünüyor...kanülle giriyorum ve hiç acıtmıyorum hiç üzmüyorum seni...muhteşem bir bağ dokun var.. bak yüzünde hiç morarma filan olmayacak...harika angeline jolie gibi elmacıkların olacak...evet çok güzel oldu...ay ay ay gerçekten dudaklar efsane oluyor Mervecim ben bakmaya kıyamıyorum yapmaya kıyıyorum dersen ağrımadığını bildiğim için...dudak gerçekten bir genç kızda çok önemli çünkü yüzde feminenliği belirleyen en önemli organ. dolgun, nemli ve volümlü durması gerekiyor. Övünmeyi hiç sevmem ama yani çok güzel dudak yaparım hatta en iyi dudakları sanki ben mi yaparım...hayat kısa ömrümüzde geçireceğimiz kaç yaz var ve her yaz öncesi bu paniğe giriyoruz belimiz mi kalın, basenlerimiz yana mı yayık, popomuz mu düz, kollar mı sallanıyor, sırtta kanatlar mı çıktı. strese girmeyin. hemen 3D Lazer Lipoliz yaptırın şekillenin hiç korkmayın hiçbir yan etkisi yok.brezilya poponuz olsun kendinize özgevenle bikininizi giyin..."* şeklinde bilgilendirme sınırını aşan ifadeler ile hasta öncesi sonrası görsellerine ve hasta yorumlarına yer verildiği;

www.youtube.com adresli sosyal paylaşım sitesinin 04.07.2019 ve 06.12.2019 tarihli görünümlerinde şahsa ait “Dr. Nüket Eroğlu” kullanıcı isimli sayfada yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *"... yüzünüz aşağı mı düştü ve çene kontürünüzü mü özlüyorsunuz yüzünüzü böyle tutup tutup çekiyor musunuz... evet! çekiyorsunuz hepimiz aynalara bakıyoruz ve böyle üçgen bir yüz istiyoruz... şöyle gergin parlak böyle ipek bir cilt için, tabi ki ameliyatsız yüz germede, çene kontürü çıkarmada tek FDA onaylı cihaz olan Thermage'dan yararlanıyoruz. Thermage'ı çok seveceksiniz ben gerçekten ona aşık oldum natürel bir ameliyatsız yüz germe yaşadım ve halen onu kullanıyorum... şu kanatlar beni çıldırtıyor...şu beli kalın gösteren paketler bunlardan da nefret ediyorum. bu karın dümdüz olsa kum saati gibi bir vücut olsa çok güzel olmaz mı. Kader'in popoya yağ enjeksiyonu yapacağız...yukarı kalkacak...bacakları ütüleyen göbeği sıkılaştıran yeni teknolojimiz ile Kader yaza bomba gibi hazırlanacak...Betül 96'lı anniş ok baba soru işaretli ama dudakları yaptık. Çok hoşuma gitti çünkü ben de kendi kızlarıma bu yaşlarda yapmıştım... duygularını alıyoruz. acıdı mı ağrıdı mı...kesinlikle tahmin ettiğim gibi değildi. hani ben iğneden dolayı bir tık acı hisserim diyordum ama hiçbir şekilde acı yok, çok güzel uyuştu. Çok keyifliydi çok güzel oldu hissediyorum..."* bilgilendirme sınırını aşan ifadeler ile hasta öncesi sonrası görsellerine ve hasta yorumlarına yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu internet sitesinde yer alan ifadeler ve görüntülerin, 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, 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, 26 ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna

Buna göre, reklam veren **Dr. Nüket EROĞLU** 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.

**GIDA**

**15)**

**Dosya No: 2019/9799**

**Şikayet Edilen: Ticaret Ve Sanayi Kontuvarı T.A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** "Kristal" markalı "Anne ve Bebeklere Özel Naturel Sızma Zeytinyağı 250 ml." isimli ürün ambalajında ve ürüne ilişkin tanıtım broşüründe yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Yayınlandığı Mecra:** Ürün Ambalajı, tanıtım broşürü.

**Tespitler:** Söz konusu ürün ambalajında ve ürüne ilişkin tanıtım broşüründe; "Anne ve Bebeklere Özel Naturel Sızma Zeytinyağı" ürün ismi ile birlikte "*Anne ve Bebeklere Özel, Polifenol içeriği zengindir, Anne ve Bebeklere Özel Naturel Sızma Zeytinyağı bir ilaç değildir, doğal besindir, Omega 6 ve Omega 3 oranı ile de anne sütü ile benzerlik gösterir*" şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu ürün ambalajında ve ürüne ilişkin tanıtım broşüründe; "Anne ve Bebeklere Özel Naturel Sızma Zeytinyağı" ürün ismi ile birlikte "*Anne ve Bebeklere Özel, Polifenol içeriği zengindir, Anne ve Bebeklere Özel Naturel Sızma Zeytinyağı bir ilaç değildir, doğal besindir, Omega 6 ve Omega 3 oranı ile de anne sütü ile benzerlik gösterir*" şeklinde ifadelere yer verilerek adı geçen ürünün, özellikle anne ve bebek sağlığı açısından faydalı olduğu izleniminin oluşturulduğu, bu itibarla, özellikle ".....*Omega 6 ve Omega 3 oranı ile de anne sütü ile benzerlik gösterir*" şeklindeki ifadenin ilgili mevzuatta izin verilen sınırların dışına çıkan "Sağlık Beyanı" anlamına geldiği değerlendirildiğinden söz konusu tanıtımların;

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

- Türk Gıda Kodeksi Gıda Etiketleme ve Tüketicileri Bilgilendirme Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4 maddesi hükümlerine,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna

Buna göre, **Ticaret Ve Sanayi Kontuvarı T.A.Ş.** hakkında, , 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**16)**

**Dosya No: 2019/12332**

**Şikayet Edilen: Pamir Gıda San. A.Ş**.

**Şikayet Edilen Reklam:** Çocuklara yönelik "Haribo Kalem Kutusu" yanında "Haribo" markalı çeşitli şekerlemelerin hediye olarak verilmesi şeklindeki promosyon uygulaması.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Yayınlandığı Mecra:** Diğer.

**Tespitler:** Başvuru sahibinden alınan kampanya görsellerinden ve ilgili firmadan alınan açıklamalardan, Ağustos 2019 tarihlerinde “Haribo Kalem Kutusu” yanında “ Haribo Altın Ayıcık” adlı çikolata/şekerleme ürünün verilmesi şeklinde bir uygulamanın gerçekleştirildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** "Haribo Kalem Kutusu" adlı ürünün özellikle okul çağındaki çocukların ilgisine yönelik bir ürün olduğu, inceleme konusu uygulamanın aslında firmanın asıl ürünleri olan "Haribo" markalı şekerleme - çikolata ürünlerinin pazarlamasına dönük bir uygulama olduğu, dolayısıyla söz konusu uygulama ile çocukların, mevzuatımıza göre "Aşırı Tüketimi Tavsiye Edilmeyen Gıdalar" kapsamında yer alan "Haribo" markalı şekerleme - çikolata ürünlerini tüketmeye teşvik edildiği, dolayısıyla söz konusu uygulamanın, kamu sağlığının geliştirilmesi açısından son derece önemli olan "çocuklara ve gençlere sağlıklı ve dengeli beslenme alışkanlığı kazandırma" ilkesi ile uyuşmadığı değerlendirildiğinden söz konusu uygulamanın;

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

*- “*24/A maddesinin üçüncü fıkrasının; *“Aşırı tüketimi tavsiye edilmeyen gıdaların satışını artırmaya yönelik uygulamalar kapsamında, çocuklar hedef alınarak, asıl ürünün dışında çocukların ilgi alanlarına ve beğenilerine yönelik ürünler, ürünle birlikte ayrıca hediye olarak verilemez.”,*

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

hükümlerine aykırı olduğuna

Buna göre, **Pamir Gıda San. A.Ş**. hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan uygulamayı durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**17)**

**Dosya No: 2020/182**

**Şikayet Edilen: Anadolu Restoran İşletmeleri Ltd. Şti. – Tab Gıda San. Ve Tic. A.Ş. (Fast Food Firmaları)**

**Şikayet Edilen Reklam:** Mc.Donald’s ve Burger King adlı fast food restoranlarının çocuk menülerinin yanında çeşitli oyuncakların hediye edilmesi.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Yayınlandığı Mecra:** Diğer

**Tespitler:** Başvuru ekinde yer alan hediye numunelerinden ve ilgili firmaların yapmış olduğu açıklamalardan, Mc. Donald’s ve Burger King gibi fast food restoranlarında, çocuk menüleri yanında çeşitli oyuncakların hediye olarak verildiği anlaşılmıştır.

**Değerlendirme/Karar:** Konuya ilişkin olarak Sağlık Bakanlığından da görüş alınmış olup bu görüş ve ilgili firmalardan alınan açıklamalar dikkate alınarak, Sağlık Bakanlığınca hazırlanan beslenme profilinin kırmızı renkli kategorisinde yer alan ve “Aşırı Tüketimi Tavsiye Edilmeyen Gıda” olarak sınıflandırılan gıda ve içeceklerden herhangi birinin çocuk menülerinin içeriğinde bulunmaması kaydıyla, fast food restoranlar tarafından sunulan çocuk menülerinin yanında çeşitli oyuncak verilmesi şeklindeki uygulamanın 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**18)**

**Dosya No: 2020/185**

**Şikayet Edilen: Behramkale Assos Çay Gevrekleri – Nihat BİLGİN**.

**Şikayet Edilen Reklam:** Behramkale Assos Çay Gevrekleri – Nihat BİLGİN tarafından piyasaya sürülen “Kavala Kurabiyesi” isimli ürünün ambalajı üzerinde ürün simi gibi bazı bilgilerin Yunanca yazılması ve ambalaj üzerinde Kavala limanı görüntüsüne yer verilmesi

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Yayınlandığı Mecra:** Diğer

**Tespitler:** “Kavala Kurabiyesi” isimli ürünün ambalajı üzerinde Türk Gıda Kodeksi Gıda Etiketleme ve Tüketicileri Bilgilendirme Yönetmeliği hükümlerine göre belirtilmesi zorunlu olan bilgilerin Türkçe olarak açıkça verildiği, bununla birlikte ambalaj üzerinde Kavala Limanı görüntüsüyle eşliğinde, ürün ismi gibi bazı bilgilerin Türkçe ile birlikte ayrıca Yunanca ve İngilizce dillerinde de yazıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** "Kavala Kurabiyesi" adlı ürünün ambalajı üzerinde, mevzuatımıza göre verilmesi zorunlu olan bilgilerin Türkçe olarak açıkça belirtilmiş olduğu görüldüğünden, Yunanistan'a bağlı Kavala şehrine ait bir görüntü eşliğinde, ürün ismi gibi bazı bilgilerin Yunanca ve İngilizce dillerinde de belirtilmiş olmasının mevzuata aykırılık oluşturmadığına, bununla birlikte adı geçen işletmeye ait www.behramkaleassos.com adlı sitenin Referanslarımız başlığı altında; Türkiye Büyük Millet Meclisi, Emniyet Genel Müdürlüğü ve Milli savunma Bakanlığı'nın isim ve logolarına yer verilmesi suretiyle adı geçen kurumların saygınlığından ve itibarından yararlanarak ticari kazanç elde edilmeye çalışıldığı, bu kurumların başka birçok işletmelerden de çeşitli mal ve hizmet tedariği gerçekleştirdiği dikkate alındığında, söz konusu uygulamanızın haksız rekabete de yol açtığı, dolayısıyla bu durumun;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna

Buna göre, **Behramkale Assos Çay Gevrekleri – Nihat BİLGİN** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan tanıtımları / uygulamayı durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**19)**

**Dosya No: 2020/186**

**Şikayet Edilen: Abdi İbrahim İlaç San. Ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Probest Defense” markalı takviye edici gıda niteliğinde olan probiyotik ürününe ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Yayınlandığı Mecra:** Radyo

**Tespitler:** “Probest Defense*”* isimli ürüne ilişkin radyo reklamlarında; bir kapı kapanması efektinin ardından " Virüslere karşı kapınızı kapatın, Probest Defense ağızdan başlayarak virüslerden korunmanıza yardımcı olur" şeklinde beyanlara yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Halihazırda geçerli olan mevzuat hükümlerine göre, çeşitli vitaminler, probiyotikler gibi insanın bağışıklık sistemine etkisi - katkısı olabilecek ürünlerin tanıtımılarında kullanılabilecek beyanlar “bağışıklık sisteminin normal fonksiyonuna katkıda bulunur.” veya “bağışıklık sistemini desteklemeye yardımcı olur. ” şeklinde sınırlandırılmış olmasına rağmen, “Probest Defense*”* isimli ürüne ilişkin radyo reklamlarında; "Virüslere karşı kapınızı kapatın, Probest Defense ağızdan başlayarak virüslerden korunmanıza yardımcı olur" şeklinde ifadelere yer verildiği, bu ifadelerin ise ilgili mevzuatta izin verilen sınırların dışına çıkan "Sağlık Beyanı" anlamına geldiği değerlendirildiğinden söz konusu tanıtımların;

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

- Türk Gıda Kodeksi Gıda Etiketleme ve Tüketicileri Bilgilendirme Yönetmeliği’nin; 7/1, 7/2, 7/3, 7/4 maddesi hükümlerine,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna

Buna göre, **Abdi İbrahim İlaç San. Ve Tic. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**20)**

**Dosya No: 2020/188**

**Şikayet Edilen: Bayer Türk Kimya San. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Redoxon Efervasan Tablet*”* ve "Redoxon Kids" markalı - isimli takviye edici gıda niteliğinde olan ürünlere ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Yayınlandığı Mecra:** Radyo

**Tespitler:** “Redoxon Efervasan Tablet C Vitamini, D Vitamini, ve Çinko İçeren Takviye Edici Gıda*”* ya ilişkin radyo ve TV reklamlarında; "Mevsim geçişleri bağışıklığınızı tehdit edebilir. Redoxonla gardını al!", " Klima rüzgarları sert eser. Bağışıklığı tehdit eder. Redoxonla Gardını al!", "Mevsim değişiyorsa eğer bağışıklığı tehdit eder. Redoxonla Gardını Al!" şeklinde, "Redoxon Kids" adlı ürüne ilşkin TV ve radyo reklamlarında da benzer şekilde; "Okul dönemi çocuklarınızın bağışıklığını tehdit edebilir. Redoxon Kidsle Gardını Al!" şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Halihazırda geçerli olan mevzuat hükümlerine göre, çeşitli vitaminler, probiyotikler gibi insanın bağışıklık sistemine etkisi - katkısı olabilecek ürünlerin tanıtımılarında kullanılabilecek beyanlar “bağışıklık sisteminin normal fonksiyonuna katkıda bulunur.” veya “bağışıklık sistemini desteklemeye yardımcı olur. ” şeklinde sınırlandırılmış olmasına rağmen, Redoxon Efervasan Tablet C Vitamini, D Vitamini, ve Çinko İçeren Takviye Edici Gıda*”* ya ilişkin radyo ve TV reklamlarında; "Mevsim geçişleri bağışıklığınızı tehdit edebilir. Redoxonla gardını al!", " Klima rüzgarları sert eser. Bağışıklığı tehdit eder. Redoxonla Gardını al!", "Mevsim değişiyorsa eğer bağışıklığı tehdit eder. Redoxonla Gardını Al!" şeklinde ve "Redoxon Kids" adlı ürüne ilşkin TV ve radyo reklamlarında da benzer şekilde; "Okul dönemi çocuklarınızın bağışıklığını tehdit edebilir. Redoxon Kidsle Gardını Al!" şeklinde ifadelere yer verildiği, böylece söz konusu ürünlerin bağışıklık sistemini güçlendirerek hastalıklara karşı koruduğu yönünde bir mesaj verildiği, bu durumun ise ilgili mevzuatta izin verilen sınırların dışına çıkan "Sağlık Beyanı" anlamına geldiği değerlendirildiğinden söz konusu tanıtımların;

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

- Türk Gıda Kodeksi Gıda Etiketleme ve Tüketicileri Bilgilendirme Yönetmeliği’nin; 7/1, 7/2, 7/3, 7/4 maddesi hükümlerine,

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin; 5/1-b, 7/1, 7/2, 7/3 7/4 ve 26 ncı maddesi

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

hükümlerine aykırı olduğuna

Buna göre, **Bayer Türk Kimya San. 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: 2020/190**

**Şikayet Edilen: SBS Bilimsel Bio Çözümler San. Ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Bee'O*”* markalı takviye edici gıda niteliğinde olan propolis ürününe ilişkin tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ait www.beeo.com.tr isimli internet sitesinde kayan banner tanıtımlarında; "(…) yorgunluk ve bitkinliğin azalmasına, bağışıklık sisteminin normal fonksiyonuna katkıda bulunur" şeklinde beyanlara, diğer taraftan firmanın resmi facebook hesaplarında (www.facebook.com/224898874552025/posts/988763218165583/?d=n, www.facebook.com/224898874552025/posts/997834253925146?sfns=mo, www.facebook.com/224898874552025/posts/997834253925146?sfns=mo, www.facebook.com/BEEOAriUrunleri/videos/188340642231187/?vh=e&d=n, www.facebook.com/BEEOAriUrunleri/videos/188340642231187/?vh=e&d=n,) söz konusu propolis ürünlerinin "çok kuvvetli bir antioksidan" olduğu, ayrıca "Propolisin Virüslere Etkisi" ve "Virüslere Karşı Bariyer Oluşturun" başlıkları altında, 2008 yılında Kyushu Üniversitesi denilen bir kurumda yapılan araştırmaya atıfta bulunularak söz konusu ürünlerin Coronavirus ve İnfluenza gibi virütik enfeksiyonların semtomplarının azalmasına katkı sağladığı yönünde açıklamalara ve www.instagram.com/beeoariurunleri adlı instagram hesabınızda "TV Programları" başlığı altında yayınlan videolarda söz konusu propolis ürünlerinin nar suyundan bile 80 kat daha güçlü bir antioksidan olduğu şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Halihazırda geçerli olan mevzuat hükümlerine göre, çeşitli vitaminler, probiyotikler gibi insanın bağışıklık sistemine etkisi - katkısı olabilecek ürünlerin tanıtımılarında kullanılabilecek beyanlar “bağışıklık sisteminin normal fonksiyonuna katkıda bulunur.” veya “bağışıklık sistemini desteklemeye yardımcı olur. ” şeklinde sınırlandırılmış olmasına rağmen, Firmaya ait www.beeo.com.tr isimli internet sitesinde kayan banner tanıtımlarında; " .... yorgunluk ve bitkinliğin azalmasına, bağışıklık sisteminin normal fonksiyonuna katkıda bulunur" şeklinde beyanlara, diğer taraftan firmanın resmi facebook hesaplarında; (www.facebook.com/224898874552025/posts/988763218165583/?d=n, www.facebook.com/224898874552025/posts/997834253925146?sfns=mo, www.facebook.com/224898874552025/posts/997834253925146?sfns=mo, www.facebook.com/BEEOAriUrunleri/videos/188340642231187/?vh=e&d=n, www.facebook.com/BEEOAriUrunleri/videos/188340642231187/?vh=e&d=n,)

söz konusu propolis ürünlerinin "çok kuvvetli bir antioksidan" olduğu, ayrıca "Propolisin Virüslere Etkisi" ve "Virüslere Karşı Bariyer Oluşturun" başlıkları altında, 2008 yılında Kyushu Üniversitesi denilen bir kurumda yapılan araştırmaya atıfta bulunularak söz konusu ürünlerin Coronavirus ve İnfluenza gibi virütik enfeksiyonların semtomplarının azalmasına katkı sağladığı yönünde açıklamalara ve www.instagram.com/beeoariurunleri adlı instagram hesabınızda "TV Programları" başlığı altında yayınlan videolarda söz konusu propolis ürünlerinin nar suyundan bile 80 kat daha güçlü bir antioksidan olduğu şeklinde ifadelere yer verildiği, bu ifadelerin ise ilgili mevzuatta izin verilen sınırların dışına çıkan "Sağlık Beyanı" anlamına geldiği değerlendirildiğinden söz konusu tanıtımların;

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

- Türk Gıda Kodeksi Gıda Etiketleme ve Tüketicileri Bilgilendirme Yönetmeliği’nin; 7/1, 7/2, 7/3, 7/4 maddesi hükümlerine,

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin; 5/1-b, 7/1, 7/2, 7/3 7/4 ve 26 ncı maddesi

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

hükümlerine aykırı olduğuna

Buna göre, **SBS Bilimsel Bio Çözümler San. Ve Tic. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**22)**

**Dosya No: 2018/7706**

**Şikayet Edilen:** **Akdeniz Baharat Gıda ve Bitkisel Sağlık Ürünl. San. Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** "Akzer" markalı ürün tanıtımları

**Reklam Yayın Tarihi:** 03.04.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.akzersanal.com adresli internet sitesinin 03.04.2020 tarihli görünümünde; *“Defans Hattınızı güçlendirin”* ifadeleri ile birlikte maske görseline yer verildiği,

https://www.akzersanal.com/urun/akzer-sivi-propolis/ adresli internet sayfasının 03.04.2020 tarihli görünümünde; *“Propolisin düzenli ve sürekli kullanılması durumunda sindirim, solunum ve dolaşım sisteminde ve tüm vücuttaki hastalık etkenlerine karşı (patojıenlere)etkin bir savunma gerçekleştirildiğini belirlenmiştir. Sentetik antibiyotiklerin aksine uzun süre propolis kullanımı zararlı bakteriyelerde direnç oluşturmamakta, yararlı bakterilerde de olumsuz etkilememektedir. Propolisin insanlar üzerinde olumlu etki gösterdiği hastalıklar; Beriberi: (B1 vitamin eksikliği) deri ülserinde ağız yaralarında, diş ağrısı, burun akıntısı, burun iltihabı, mide ülseri böbrek bozukluğu ,idrar yolları, enfeksiyonları, damar sertliği hastalıkları, üst deri üremesi, diabet, kemik hastalıkları, kırılma kaynama vs. cilt kanseri menopoz astım bronşit, romatizmal ağrılar, eklem hastalıkları, verem mikrobik hastalıklar parkinson, beyin hastalığı, hemoroit, akciğer kanseri, grip etmeni, virüs türleri, uçuklar mide gastiriti, 12 parmak ülseri, kulak iltihabı, üst solunum yolları, baş ağrısı olarak sıralandırılır. Vücuttaki bağışıklık sisteminin güçlenmesine ve sizi hastalıklardan korumaya yardımcıdır.”* şeklinde,

https://www.instagram.com/akzerdogal/ ve https://www.facebook.com/akzerdogal adresli internet sayfalarının 03.04.2020 tarihli görünümlerinde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda; *“Defans Hattınızı güçlendirin. Sağlığınızı tehdit eden virüslere karşı defans hattınızı güçlendirin!”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna

Buna göre, reklam veren **Akdeniz Baharat Gıda ve Bitkisel Sağlık Ürünl. San. Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**23)**

**Dosya No: 2018/7707**

**Şikayet Edilen:** **Aslı Tuba Güneş Metin Aslı Bu Doğallığın Adı**

**Şikayet Edilen Reklam** https://aslibu.net/, www.instagram.com/aslibu.nett/ ve www.facebook.com/aslibu.net adresli internet sitelerinde yer alan muhtelif takviye edici gıda ve kozmetik ürün tanıtımları

**Reklam Yayın Tarihi:** 03.04.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://aslibu.net/ adresli internet sitesinin 03.04.2020 tarihli görünümünde; *“Eğriçayır Zerdeçal Propolis Ampül. Kanser karşıtı. Bağışıklık. Soğuk algınlığı. Gribal enfeksiyon. Karaciğer sağlığı. Kalp-damar sağlığı. (…)Curcumin 500. Altın yoğurt kürü ile zayıflayın. (…) Zeytin Yaprağı sıvı Ekstraktı ile bağışıklık sisteminizi güçlendirin. (…) Ağrıları Yok Eden Söğüt Kremi”* şeklinde,

https://www.instagram.com/aslibu.nett/ ve https://www.facebook.com/aslibu.net/ adresli internet sayfalarının 03.04.2020 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda; *“Awe Cemre Kekik Yağı, kekik mikrop öldürücü özelliği ile antiseptik ve antimikrobik bir bitkidir. Öksürük, bronşit, soğuk algınlığı ve boğaz ağrısı gibi solunum yolları için etkili bir ilaçtır. Tüm enfeksiyonlar için, mikrop öldürücü ve dezenfektan olarak kullanabilirsiniz. Bağışıklık sistemi üzerindeki uyarıcı etkisi nezle, grip, soğuk algınlığı ve öksürükleri yumuşatmada etki sağlar. (…)Aslı Bu Zerdeçal Sıvı Ekstratı. Zerdeçal Ekstraktı; vücudunuzun yabancı istilacılarla savaşmasına yardımcı olur ve zaralı mikroorganizmaların veridği hasarın onarılmasında da rol oynar. İçerdiği curcumin sayesinde enflamasyonu önler ve çok güçlü bir antioksidandır. (…)Antibakteriyel, antiviral ve antifungal etki yaratır. Mideyi korumaya yardımcıdır. Bazı tip kanser hücrelerinin ölümünü sağlar. Beyin tedavisinde etkilidir ve Alzheimer konusunda önemli katkı sağlar. Obeziteye karşı etkilidir. (…) Zencefil ve Damar Otu Sıvı Ekstratı alana propolis hediye! Son günlerde bağışıklık sistemimizi desteklememiz gerektiğini artık hepimiz biliyoruz. Güçlü bir bağışıklık sistemi için bu ekstraktları kullanmanız yeterli olacaktır. (…)Ayhan Ercan Camu Camu Powder (…)beta-karoten ve fitokimyasallar gibi önemli antioksidan bileşikler ile bağışıklık sistemini güçlendirir. (…)Aslı Bu Zencefilli Bitkisel Macun. Grip, nezle, soğuk algınlığı hallerinde astım, bronşit, faranjit, nefes darlığı, boğaz enfeksiyonları ve bademciklerin şişmesi gibi birçok hastalıkta kullanabilirsiniz.(…)sumak. Üst solunum yolları enfeksiyonu, ateş düşürme, iştahsızlık, sindirim sisteminin kuvvetlenmesi, kandaki insülin oranının dengelenmesi gibi özellikleriyle doğal bir şifa kaynağı. Antioksidan etkisi sayesinde doğal bir şifa kaynağı.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Diğer taraftan, https://aslibu.net/ adresli internet sitesinin 03.04.2020 tarihli görünümünde*“Ağrıları Yok Eden Söğüt Kremi”*şeklinde ifadelere yer verildiği, ancak Kozmetik Mevzuatına tabi bulunan tüm kozmetik ürünlerin, insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve etkileri geçici olan ürünler olması gerektiği; bu bağlamda inceleme konusu tanıtımlarda yer alan tedaviye yönelik ve endikasyon belirten ifadelerin ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği; ayrıca şayet anılan ürünler söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “kozmetik ürün” veya "gıda takviyesi" kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilmesi gereken ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuata uygun olmadığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/c, 5/ç, 5/d ve 7/1 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 ve 17 nci maddeleri,

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 ve 10 uncu maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna

Buna göre, reklam veren **Aslı Tuba Güneş Metin Aslı Bu Doğallığın Adı** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**24)**

**Dosya No: 2018/7760**

**Şikayet Edilen:** **Pharmafit İlaç Sağlık ve Eczacılık Ürünleri San. Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** "Arkopharma"markalı takviye edici gıdatanıtımları

**Reklam Yayın Tarihi:** 19.12.2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.instagram.com/arkopharmaturkiyeofficial/ adresli internet sayfasının 19.12.2019 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda; *"AYAKTA DUR, GÜÇLÜ KAL! Arkopharma VITIVEN; içeriğindeki tanen ve antosiyanozitler ile Damar yapısının güçlenmesini ve damar geçirgenliğinin azalmasını destekler. (...) Doygunluk hissi veren Fucus, vücuttan toksinlerin ve ödemin atılmasına yardımcı olan Java Çayı, Antioksidan özelliğine sahip yeşil çay, diüretik özelliğine ve aynı zamanda yağ yakımına yardımcı Ananas içeren Arkopharma SHAPE UP tüm seçkin eczanelerde! (...)Protein sindirimine yardımcı olan bromelain enzimi, yağların sindirimi sırasında kullanılan lipaz enzimi ile birlikte çalışarak gıdalar yoluyla alınan yağların vücutta birikmesini önleyen Arkopharma ANANAS ile tatil bitse de formda kalmaya devam edin. (...)Saf arı sütü sayesinde çocuklarda bağışıklık sistemini destekleyen Arkopharma Arko Royal 500 , fiziksel ve zihinsel gelişime katkı sağlar. Çocukların okul ortamında zinde kalmasına destek sağlayan Arkoroyal 500 ile şimdi daha enerjik olma zamanı! (...)Vücuttaki yağ yakımına ve kilo vermeye yardımcı Arkopharma SHAPE UP ile tanışma zamanı! (...)Arkopharma VITIVEN içerdiği tanen ve antosiyanozitler ile damar yapısının güçlenmesini ve damar geçirgenliğinin azalmasını destekler. Böylece bacaklardaki şişkinliği ve ağırlık hissini gidermeye, varis ve damar çatlağı oluşumunu önlemeye yardımcı olur. (...)Mide ve bağırsak problemlerine bağlı olarak kilo alıyor ve kilo vermekte Zorlanıyorsanız LIPOFEINE SLIM EXPERT 30 günlük program ile size yardımcı olacak. (...)Damar çatlaklarını önlemek için doğal yolların olduğunu biliyor muydunuz? %100 bitkisel içeriğe sahip Horse Chestnut, damarların çatlamasını engellemeye, aynı zamanda damar geçirgenliğini azaltmaya ve ödemi engellemeye yardımcı olur. (...)Metabolizmayı hızlandırırken aynı zamanda vücuttaki depolanmış yağların atılımına yardımcı Arkopharma GUARANA ile renkli kıyafetlere MERHABA! (...)"* şeklinde,

https://www.instagram.com/turkiyearkopharma/ adresli internet sayfasının 19.12.2019 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda; *"Ananas Takviye Edici Gıda. Selülit, ödem ve bölgesel yağların azalmasına yardımcı olur. (...)Artichoke Takviye Edici Gıda. Sindirim yetersizliği ve kabızlık durumlarına enginar desteği. (...)Fenugreek Takviye Edici Gıda. Süt oluşumunu destekler!. (...)vücudu, bakterilere, virüslere ve mantarlara karşı korur! Ekinezya, bağışıklık sistemini güçlendirir. Üst solunum yolu rahatsızlıklarına karşı, bağışıklık güçlendirmeye yardımcıdır. Akyuvarların miktarını ve immün sistemin en önemli bileşeni interferonun sentezini arttırmada destekleyici rol oynar. (...) Drain. Kilo kaybına yardımcı, güçlü yağ yakıcı ve enerji verici olarak destekleyicidir."* şeklinde,

Diğer taraftan, inceleme konusu tanıtımlarda*; "Arko Royal Arı Sütü. Royal Jelly Organik"* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Diğer taraftan, inceleme konusu tanıtımlarda yer alan "Arko Royal Arı Sütü Royal Jelly Organik" isimli ürünün organik ürün sertifikası bulunduğu iddiasının ispatlanamadığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

- 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 **Pharmafit İlaç Sağlık ve Eczacılık Ürünleri San. Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**25)**

**Dosya No: 2019/31**

**Şikayet Edilen:** **Furkan Doğal Ürünler Ticaret ve Sanayi Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** "Furkan" markalı takviye edici gıda ve kozmetik ürün tanıtımları

**Reklam Yayın Tarihi:** 02.04.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.efurkan.com/blog/post/propolis-sivi-ekstrakti/ adresli internet sayfasının 02.04.2020 tarihli görünümünde; *“Propolis son senelerde özellikle kanser tedavisine olan desteği yönüyle anılan ve bu konuda binlerce üniversite araştırmasına konu olan arı ürünüdür. (…)”* şeklinde,

https://www.facebook.com/furkandogalurunler/ ve https://www.instagram.com/furkan\_ dogal\_urunler/ adresli internet sayfalarının 02.04.2020 tarihli görünümlerinde; *“Yeşil Kahve Çayı; Vücuttaki yağ yakımına yardım ederek kilo vermenize yardımcı olur. (…)Yakı Otlu Bitkisel Karışımlı Çay; Prostatın giderilmesinde doğal destek. (…)Hibisküs & Tarçın Karışımlı Ekstraktı Kullanın. Diyabetinizi Kontrol Altına Alın. Diyabetten Korunun. (..)Biberiye Bitki Çayı; Kabız, hazım sistemi uyarıcı, safra arttırıcı, idrar söktürücü ve hafızayı güçlendirir. (…)Zeytin Yaprağı Karışımlı Ekstrakt; Vücudun daha fazla yağ hücresi üretmesini önleyerek kan şekerini düzenler, obezite ve diyabet ile mücadeleye yardımcı olur. (…)Zerdeçal Ekstraktı; antioksidan özelliği sayesinde hücrelere zarar veren serbest radikalleri yok eder. (…)Zencefil Karışımlı Ekstrakt; Astım hastalığının tedavisinde destek olarak kullanılır. (…)Çakşır Ekstraktı; Cinsel gücü ve isteği artırıcı, sperm sayısının ve hareketliliğini artırıcı etkilere sahip (…)Propolis Eskrakt; Doğal antibiyotik. Vücudun enfeksiyonlara karşı doğal savunma mekanizmasını arttırır. (…)Deve sütlü sabun; (…)hücreleri yeniler.”* şeklinde ifadelere yer verildiği,

Diğer taraftan, "Furkan Propolis Ekstraktı" isimli ürün ambalajı üzerinde "Alcohol Free" ibaresinin yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; www.efurkan.com/blog/post/ propolis-sivi-ekstrakti/ adresli internet sayfasının 02.04.2020 tarihli görünümünde; *“Propolis son senelerde özellikle kanser tedavisine olan desteği yönüyle anılan ve bu konuda binlerce üniversite araştırmasına konu olan arı ürünüdür. (…)”* şeklinde,

https://www.facebook.com/furkandogalurunler/ ve https://www.instagram.com/furkan\_ dogal\_urunler/ adresli internet sayfalarının 02.04.2020 tarihli görünümlerinde; *“Yeşil Kahve Çayı; Vücuttaki yağ yakımına yardım ederek kilo vermenize yardımcı olur. (…)Yakı Otlu Bitkisel Karışımlı Çay; Prostatın giderilmesinde doğal destek. (…)Hibisküs & Tarçın Karışımlı Ekstraktı Kullanın. Diyabetinizi Kontrol Altına Alın. Diyabetten Korunun. (..)Biberiye Bitki Çayı; Kabız, hazım sistemi uyarıcı, safra arttırıcı, idrar söktürücü ve hafızayı güçlendirir. (…)Zeytin Yaprağı Karışımlı Ekstrakt; Vücudun daha fazla yağ hücresi üretmesini önleyerek kan şekerini düzenler, obezite ve diyabet ile mücadeleye yardımcı olur. (…)Zerdeçal Ekstraktı; antioksidan özelliği sayesinde hücrelere zarar veren serbest radikalleri yok eder. (…)Zencefil Karışımlı Ekstrakt; Astım hastalığının tedavisinde destek olarak kullanılır. (…)Çakşır Ekstraktı; Cinsel gücü ve isteği artırıcı, sperm sayısının ve hareketliliğini artırıcı etkilere sahip (…)Propolis Eskrakt; Doğal antibiyotik. Vücudun enfeksiyonlara karşı doğal savunma mekanizmasını arttırır. (…)”* şeklinde endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç ifadeler kullanılarak mevzuatta izin verilen sağlık beyanlarının dışına çıkan tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği, böylelikle söz konusu ürünlerin insan fizyolojisine ve/veya metabolizmasına etki eden bir “tıbbi ürün” gibi tanıtıldığı,

Diğer taraftan, inceleme konusu tanıtımlarda; *“Deve sütlü sabun; (…)hücreleri yeniler. (…)”* şeklinde ifadelere yer verildiği, ancak Kozmetik Mevzuatına tabi bulunan tüm kozmetik ürünlerin, insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve etkileri geçici olan ürünler olması gerektiği; bu bağlamda inceleme konusu tanıtımlarda yer alan tedaviye yönelik ve endikasyon belirten ifadelerin ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği; ayrıca şayet anılan ürünler söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “kozmetik ürün” veya "gıda takviyesi" kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilmesi gereken ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuata uygun olmadığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/c, 5/ç, 5/d ve 7/1 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 ve 17 nci maddeleri,

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 ve 10 uncu maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna

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

**26)**

**Dosya No: 2019/948**

**Şikayet Edilen:** **Orhan Eren Ceylan Ceylan Arıcılık**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.sultanveli.com adresli internet sitesinde yer alan "Sultanveli Propolis" isimli takviye edici gıda tanıtımları

**Reklam Yayın Tarihi:** 30.12.2019, 02.04.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.sultanveli.com/ adresli internet sitesinin 30.12.2019 ve 02.04.2020 tarihli görünümlerinde; *“Propolis dünyada bilinen en güçlü antioksidanlar arasında yer alıyor. Propolis, arıların bitki sap, yaprak ve tomurcuklarından topladığı güçlü antibakteriyel ve antioksidan etkilere sahip bir ürün.”*şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

- Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliğinin 5, 7, 8, 9, 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 **Orhan Eren Ceylan Ceylan Arıcılık** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**27)**

**Dosya No:2019/1640**

**Şikayet Edilen:** **Madeva Doğal Sağlık Ürünleri Üretim A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://madevapropolis.com.tr/ adresli internet sitesinde yer alan "Madeva" markalı takviye edici gıda ve kozmetik ürün tanıtımları

**Reklam Yayın Tarihi:** 02.04.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://madevapropolis.com.tr/ adresli internet sitesinin 02.04.2020 tarihli görünümünde; *“Propolis Nedir?; Anıların, bitkilerden toplamış olduğu reçinemsi maddeleri kendi salgıları ile harmanlayarak yaptığı, yuvalarını mikroorganizmalardan ve diğer zararlılardan korumak amaçlı kullandığı güçlü anti bakteriyel özelliği olan maddedir. (…)Propolisin Faydaları Nelerdir? Propolis, insan sağlığı için alınması gereken önemli birçok bileşeni içermesi açısından içinde bulunduğumuz yüzyılda keşfedilen, mükemmel doğal ürün özelliği ile de önem kazanmıştır. Propolisin çok eski yıllardan beri geleneksel tıpta çeşitli hastalıkların tedavisinde kullanıldığı ve antimikrobiyal, antioksidan, antitümör, antienflamatuar gibi biyolojik aktivitelere sahip olduğu birçok bilimsel çalışma ile gösterilmiştir. (…)Propolis & Karabiber Özlü Pastil; PROPOLİS-POLEN pastilleri içerisindeki bileşenlerin anbakteriyel, anfungal, anviral, aninflammatuar, anülser, lokal anestezik özellikleri sayesinde ağrı*.(…)*Propolis Özlü Yoğun Bakım Kremi; Propolisin etkisi ile mantar ve bakterilere karşı cildinizi korur. (…)Madeva Propolis Özlü Şampuan; (…)Kepek, saç dökülmesini önleyici, anti-egzama, anti-mikrobik, anti-mantar etkilere sahiptir. Propolis saçlardaki mikro-çatlakları doldurur ve fiziksel, kimyasal darbelere ve mikro organizmalara karşı direnç sağlar, saçları güçlendirir, saç dökülmesini azaltır."* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda;madevapropolis.com.tr/ adresli internet sitesinin 02.04.2020 tarihli görünümünde;*“Propolis Nedir?; Anıların, bitkilerden toplamış olduğu reçinemsi maddeleri kendi salgıları ile harmanlayarak yaptığı, yuvalarını mikroorganizmalardan ve diğer zararlılardan korumak amaçlı kullandığı güçlü anti bakteriyel özelliği olan maddedir. (…)Propolisin Faydaları Nelerdir? Propolis, insan sağlığı için alınması gereken önemli birçok bileşeni içermesi açısından içinde bulunduğumuz yüzyılda keşfedilen, mükemmel doğal ürün özelliği ile de önem kazanmıştır. Propolisin çok eski yıllardan beri geleneksel tıpta çeşitli hastalıkların tedavisinde kullanıldığı ve antimikrobiyal, antioksidan, antitümör, antienflamatuar gibi biyolojik aktivitelere sahip olduğu birçok bilimsel çalışma ile gösterilmiştir. (…)Propolis & Karabiber Özlü Pastil; PROPOLİS-POLEN pastilleri içerisindeki bileşenlerin anbakteriyel, anfungal, anviral, aninflammatuar, anülser, lokal anestezik özellikleri sayesinde ağrı(…)”*şeklinde endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç ifadeler kullanılarak mevzuatta izin verilen sağlık beyanlarının dışına çıkan tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği, böylelikle söz konusu ürünlerin insan fizyolojisine ve/veya metabolizmasına etki eden bir “tıbbi ürün” gibi tanıtıldığı,

Diğer taraftan, inceleme konusu tanıtımlarda; *"Propolis Özlü Yoğun Bakım Kremi; Propolisin etkisi ile mantar ve bakterilere karşı cildinizi korur. (…)Madeva Propolis Özlü Şampuan; (…)Kepek, saç dökülmesini önleyici, anti-egzama, anti-mikrobik, anti-mantar etkilere sahiptir. Propolis saçlardaki mikro-çatlakları doldurur ve fiziksel, kimyasal darbelere ve mikro organizmalara karşı direnç sağlar, saçları güçlendirir, saç dökülmesini azaltır."*şeklinde ifadelere yer verildiği, ancak Kozmetik Mevzuatına tabi bulunan tüm kozmetik ürünlerin, insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve etkileri geçici olan ürünler olması gerektiği; bu bağlamda inceleme konusu tanıtımlarda yer alan tedaviye yönelik ve endikasyon belirten ifadelerin ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği; ayrıca şayet anılan ürünler söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “kozmetik ürün” veya "gıda takviyesi" kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilmesi gereken ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuata uygun olmadığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/c, 5/ç, 5/d ve 7/1 maddeleri,

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

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

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

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 ve 10 uncu maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna

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

**28)**

**Dosya No: 2019/2280**

**Şikayet Edilen:** **Laya Organizasyon Danışmanlık ve Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.laya.istanbul/ adresli internet sitesinde yer alan "Eğriçayır Su Bazlı Organik Propolis"isimli ürün tanıtımları

**Reklam Yayın Tarihi:** 01.04.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.laya.istanbul/ye/ari-urunleri-ve-ballar/organik-propolis-ekstrakti-cocuklar-icin adresli internet sayfasının 01.04.2020 tarihli görünümünde, "Eğriçayır Su Bazlı Organik Propolis (Çocuklar için)" isimli ürüne yönelik olarak; *"Güçlü antimikrobiyal aktivitesinden dolayı doğal antibiyotik olarak adlandırılır."* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

- Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliğinin 5, 7, 8, 9, 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 **Laya Organizasyon Danışmanlık ve Ticaret A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**29)**

**Dosya No: 2019/2450**

**Şikayet Edilen:** **Seyhan AYDOĞDU**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.facebook.com/Ersagdan/, www.facebook.com/Önce-Sağlık-Ritha-306475599478474/, www.facebook.com/ersagmalatya44444/ ve www.facebook.com/ ersagmalatyaburo/ adresli internet sayfalarında yer alan "Ersağ" markalı takviye edici gıda ve kozmetik ürün tanıtımları

**Reklam Yayın Tarihi:** 27.12.2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.facebook.com/Ersagdan/, www.facebook.com/Önce-Sağlık-Ritha-306475599 478474/, www.facebook.com/ersagmalatya44444/ ve www.facebook.com/ ersagmalatyaburo/ adresli internet sayfalarının 27.12.2019 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda; *“Ersağ Omega3; (…)Bazı çalışmalarda balık yağı desteklerle tedavi sağlanabilmiştir. Destek alanlarda davranışlarda düzelme, hiperaktivitede azalma, dikkat süresinde artma gözlenmiş. DEPRESYON: Omega 3 erişkinlerde depresyon tedavisinde sıkça kullanılır. (…)MAGNEZYUM DEYİP GEÇMEYİN ! Magnezyum eksikliğinin giderilmesi sadece aşağıda sayılanların değil daha birçok hastalığın semptomlarının azaltılmasında, giderilmesinde km zaman da önlenmesinde önemli rol oynar: Anksiyete ve panik atak: Magnezyum adreanal stres hormonunu kontrol altında tutar. Astım: Hem histamin salınımı hem de bronş spazmı magnezyum eksikliğinde artış gösterir. Kan pıhtıları: Magnezyum kan pıhtılarının önlenmesinde ve kanın yan etkisiz bir şekilde (…)ERSAĞ ASTRAGALUS (ÇİN GEVENİ) TAKVİYE EDİCİ GIDA Geven otu (Astragalus), alternatif tıpta kullanılan önemli bitkilerden biridir. Anavatanı Asya ülkeler olan bu bitki, baklagiller ailesine aittir. Geleneksel tıpta birçok hastalıkla mücadele etmede yardımcı olarak kullanılır. Geven otunun, bilinen en yaygın özelliği yaşlanmayı geciktirmesidir. Çeşitli amaçlar için kullanılan bitki, vücuttaki hücrelerin sağlıklı ve uzun ömürlü olmasını sağlar. (…)PROPOLİS NEDİR? PROPOLİS'İN 100 KAT ANTİBİYOTİK ETKİSİ! Propolis son yıllarda özellikle kanser tedavisine olan desteği yönüyle anılan ve bu konuda binlerce üniversite araştırmasına konu olan arı ürünüdür. (…) Antibiyotik olmadığı halde çok yüksek antibiyotik etkiler gösterebilmesi ve bu etkileri sadece enfeksiyona ya da hastalıklı dokuya yöneltmesi en dikkat çekici özelliklerindendir. Propolis antiviral ve anti bakteriyeldir. Diş sağlığı, deri hastalıkları, sindirim sistemi sorunlarının çözülmesine katkıları vardır. Pek çok zararlı bakteri ve mantar çeşidini engelleyici özelliktedir.(…)ERSAĞ SÖĞÜT ÖZLÜ KREM; Aspirin, Söğüt kabuğundan elde edilmiştir. Daha doğrusu, söğüt kabuğundan icat edilmiştir. Salsilik ast, söğüt kabuğunda bol olarak bulunur. Şu anda aspirin kimyasal olarak yapılıyor. Hipokrat zamanında (M.Ö 400) yüksek ateş ve romatizması olan hastalara söğüt kabuğu çiğnemesi tavsiye edildiği biniyor. Söğüt kabuğu günümüzde osteoartirit ve bel ağrısı tedavisinde, romatizma ve baş ağrısı tedavisinde yardımcı doğal ürün olarak kullanılıyor.”*şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; www.facebook.com/Ersagdan/, www.facebook.com/Önce-Sağlık-Ritha-306475599478474/, www.facebook.com/ersag malatya44444/ ve www.facebook.com/ ersagmalatyaburo/ adresli internet sayfalarının 27.12.2019 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda; *“Ersağ Omega3; (…)Bazı çalışmalarda balık yağı desteklerle tedavi sağlanabilmiştir. Destek alanlarda davranışlarda düzelme, hiperaktivitede azalma, dikkat süresinde artma gözlenmiş. DEPRESYON: Omega 3 erişkinlerde depresyon tedavisinde sıkça kullanılır. (…)MAGNEZYUM DEYİP GEÇMEYİN ! Magnezyum eksikliğinin giderilmesi sadece aşağıda sayılanların değil daha birçok hastalığın semptomlarının azaltılmasında, giderilmesinde km zaman da önlenmesinde önemli rol oynar: Anksiyete ve panik atak: Magnezyum adreanal stres hormonunu kontrol altında tutar. Astım: Hem histamin salınımı hem de bronş spazmı magnezyum eksikliğinde artış gösterir. Kan pıhtıları: Magnezyum kan pıhtılarının önlenmesinde ve kanın yan etkisiz bir şekilde (…)ERSAĞ ASTRAGALUS (ÇİN GEVENİ) TAKVİYE EDİCİ GIDA Geven otu (Astragalus), alternatif tıpta kullanılan önemli bitkilerden biridir. Anavatanı Asya ülkeler olan bu bitki, baklagiller ailesine aittir. Geleneksel tıpta birçok hastalıkla mücadele etmede yardımcı olarak kullanılır. Geven otunun, bilinen en yaygın özelliği yaşlanmayı geciktirmesidir. Çeşitli amaçlar için kullanılan bitki, vücuttaki hücrelerin sağlıklı ve uzun ömürlü olmasını sağlar. (…)PROPOLİS NEDİR? PROPOLİS'İN 100 KAT ANTİBİYOTİK ETKİSİ! Propolis son yıllarda özellikle kanser tedavisine olan desteği yönüyle anılan ve bu konuda binlerce üniversite araştırmasına konu olan arı ürünüdür. (…) Antibiyotik olmadığı halde çok yüksek antibiyotik etkiler gösterebilmesi ve bu etkileri sadece enfeksiyona ya da hastalıklı dokuya yöneltmesi en dikkat çekici özelliklerindendir. Propolis antiviral ve anti bakteriyeldir. Diş sağlığı, deri hastalıkları, sindirim sistemi sorunlarının çözülmesine katkıları vardır. Pek çok zararlı bakteri ve mantar çeşidini engelleyici özelliktedir.”* şeklinde yukarıda belirtilen gıda takviyesi ve benzer diğer birçok gıda takviyesi ile ilgili olarak 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,

Diğer taraftan, inceleme konusu tanıtımlarda; *“ERSAĞ SÖĞÜT ÖZLÜ KREM; Aspirin, Söğüt kabuğundan elde edilmiştir. Daha doğrusu, söğüt kabuğundan icat edilmiştir. Salsilik ast, söğüt kabuğunda bol olarak bulunur. Şu anda aspirin kimyasal olarak yapılıyor. Hipokrat zamanında (M.Ö 400) yüksek ateş ve romatizması olan hastalara söğüt kabuğu çiğnemesi tavsiye edildiği biniyor. Söğüt kabuğu günümüzde osteoartirit ve bel ağrısı tedavisinde, romatizma ve baş ağrısı tedavisinde yardımcı doğal ürün olarak kullanılıyor.”* şeklinde ifadelere yer verildiği, ancak Kozmetik Mevzuatına tabi bulunan tüm kozmetik ürünlerin, insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve etkileri geçici olan ürünler olması gerektiği; bu bağlamda inceleme konusu tanıtımlarda yer alan tedaviye yönelik ve endikasyon belirten ifadelerin ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği; ayrıca şayet anılan ürünler söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “kozmetik ürün” veya "gıda takviyesi" kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilmesi gereken ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuata uygun olmadığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/c, 5/ç, 5/d ve 7/1 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 ve 17 nci maddeleri,

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 ve 10 uncu maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna

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

**30)**

**Dosya No: 2019/2822**

**Şikayet Edilen:** **Ergün Koç Apitürk Arı Ürünleri**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.instagram.com/apiterapiturkiye/ ve www.instagram.com/sifadogadasakli/ adresli internet sayfalarında yer alan "Apitürk"markalı bal ve arı ürünleri tanıtımları

**Reklam Yayın Tarihi:** 27.03.2019, 02.04.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com/apiterapiturkiye/ adresli internet sayfasında yer alan tanıtımlarda;

- https://www.instagram.com/p/BvRyRXxFdZC/ adresli internet sayfasının 27.03.2019 tarihli görünümünde; "*Başta antibiyotik ve buna benzer ilaçların kullanımını en az yüzde 80 oranında düşürmek ve bununla birlikte çocuk mutlaka okuldan yada başka yerden mikrop alacak bu dönemde ilaç olmadan doğal ürünler ile vücudu destekleyip ilaç almadan hastalığı atlatmak işte"* şeklinde,

- https://www.instagram.com/p/BvHv\_5TFiIT/ adresli internet sayfasının 27.03.2019 tarihli görünümünde; "*Apiterapi ürünlerini araştırmaya başladım, karar verdim almaya, çünkü astım ilaçları kızımın kalbinde sorun oluşturdu. Ve tam 2 ay oldu ürünü alalı, ve biz iki aydır, çok şükür elhamdülillah bir kere hastalanmadık, ve hiç iki aydır ilaç kullanmadık." ş*eklinde,

- https://www.instagram.com/p/BvCpWuGl\_e8/ adresli internet sayfasının 27.03.2019 tarihli görünümünde; "*Bağışıklık sisteminin geliştiği Aralık olan 1 ile 7 yaş gruplarında ürünlerin kullanılması daha da etkilidir çünkü en fazla hastalığa maruz kalınan yaş aralığı bu aralık olduğundan bu dönemde çok fazlaca antibiyotik ve buna benzer bir çok ürün kullanılmakta ve kullanılan her ilaç bağışıklık sistemini yavaşlatıp antibiyotik direnci oluşturmaktadır buda ilerleyen dönemlerde giderek vücudun savunma sistemine zarar vermektedir ayrıca beşli etki içeriğinde 21 tane vitamin, mineral, aminoasit, ve faydalı bileşenler içerdiğinden gelişim olarak vücuda destek sağlar ve arı ürünleri kullanan kişilerde ilaç kullanma oranı yüzde 85 oranında düştüğü yapılan araştırmalarda ortaya çıkmıştır faydaları saymakla bitmeyen arı ürünleri hakkında internet üzerinden daha ayrıntılı bilgilerine" .* şeklinde,

- https://www.instagram.com/p/Bu3ox4\_FWfp/ adresli internet sayfasının 27.03.2019 tarihli görünümünde;"*#buruntıkanıklığı#iltihap#kulaktasıvıbirikimi#ortakulakiltihabı#öksürük#genizakıntısı#genizeti#genizetiameliyatı#faranjit#bronşit#laranjit#üstsolunumyoluenfeksiyonu#iltihapgiderici#grip#gribalenfeksiyon#astım#alerjikastım#alerjikrinit#helicobakter#ülser#zona#krup#propolis#polen#arısütübalpolen#iştah#iştahaçıcı#kilo#boğazağrı"* şeklinde,

- https://www.instagram.com/p/BuMg6H1lnkY/ adresli internet sayfasının 27.03.2019 tarihli görünümünde; "*apiterapiturkiye Arı ürünleri bağışıklık sistemini yeniler ve destekler böyle olunca bağışıklık sistemi hastalıklara karşı güçlenir işte bunun en güzel yaşanmış örneği." ş*eklinde,

- https://www.instagram.com/p/BuCPBx-lrwk/ adresli internet sayfasının 27.03.2019 tarihli görünümünde; "*#nezle#grip"* şeklinde,

- https://www.instagram.com/p/BtwNWGolq1m/ adresli internet sayfasının 27.03.2019 tarihli görünümünde; *"her yaş grubu için mucize bir ürün kilo anlamında ve boy ve gelişim anlamında vücuda lazım olan ne varsa içeriğinde fazlaca var Ayrıca yoğun çalışan kişiler ve sporcuların özellikle aldığı bir üründür herkesin mutlaka evinde bulundurması gereken bir üründür." ş*eklinde,

- https://www.instagram.com/p/BttpVc6FVvO/ adresli internet sayfasının 27.03.2019 tarihli görünümünde; "*Sarı kantaron yağı faydaları sayesinde romatizmal rahatsızlıklar, sırt, bel ve adele (kas) ağrıları iyileştirilebilir. Vücutta açılan yaraların ve yanıkların tedavisinde de sarı kantaron yağı kullanılır. Kan dolaşımını sıkılaştırır ve arttırır. Vücuttaki morarmalar için fayda sağlar. İşte sarı kantaron yağının şaşırtan faydaları."* şeklinde

- https://www.instagram.com/p/BtoiK73lktL/ adresli internet sayfasının 27.03.2019 tarihli görünümünde; "*#helikobakteri#ülser#mide# "* şeklinde,

- https://www.instagram.com/p/Btn6MVzFDhj/ adresli internet sayfasının 27.03.2019 tarihli görünümünde; *"Gebelik ile ilgili yurdışında arı ürünleri ile ilgili yapılan sayısız araştırmada polen,arı sütü, ve apilernil gibi ürünlerin erkeklerde sperm azlığı bayanlarda ise yumurta sayılarını artırdığı binlerce deneyde kanıtlanmıştır özellikle son yıllarda bir çok haberce konu olmuştur."* şeklinde,

- https://www.instagram.com/p/Btlf8ykleB6/ adresli internet sayfasının 27.03.2019 tarihli görünümünde; *"#reflü#gastrit#ülser#helikobakteri# "* şeklinde,

- https://www.instagram.com/p/Bu1vmmqFlHH/ adresli internet sayfasının 27.03.2019 tarihli görünümünde; *"ürünleri kullanmaya başladığımızda kızımın kulak ağrısı başlamıştı, en ufak üşütme orta kulak iltihabı oluyordu. Ürünleri kullanmaya başlayınca ne ateş ne kulak ağrısından eser kalmadı."* şeklinde,

- https://www.instagram.com/p/Bus52D2FS3r/ isimli internet adresinde; "*Tüm alerjik ve geniz eti geniz akıntısı rahatsızlığı olan çocuklara tavsiyem."* şeklinde,

www.instagram.com/sifadogadasakli adresli internet sayfasında yer alan tanıtımlarda;

- https://www.instagram.com/p/B9iFwZ5j7MT/ adresli internet sayfasının 02.04.2020 tarihli görünümünde; *“Maalesef dünya genelinde çok büyük bir sıkıntı artık ülkemizde nefes alır verir hale geldi inşallah en kısa zamanda en az sorun ve sıkıntı ile geçmesi en büyük temennimiz malum durumlar üzerine her gün gerek telefon gerek instagram gerek iş yerinize gelen herkes aynı şeyleri soruyor ne yapmamız gerekli gerek dünyadaki uzman açıklamaları gerek ülkemizde yapılan açıklamalarda ortaya çıkan bir gerçek var oda #bağışıklıksistemi# güçlendirilmeli çünkü iyileşen hastaların ortak özelliği bağışıklık sisteminin güçĺü olduğu biline bilimsel bir gerçek bugüne kadar binlerce kişiye arı ürünleri yolladık geri dönüşlerin tamamına yakını aynı şeylerden bahsediyor bağışıklık sistemi güçlendi ve artık kolay kolay hasta olmuyoruz peki ne yapmak ne kullanmak gerekli Lütfen tanıdık arıcılar var ise Aktarlar Eczaneler Arı ürünleri üzerine ürün bilgisi olan kişilere yani neresi olur ise olsun güvenilir olsun Buralardan aile boyu olacak şekilde Bal polen propolis arı sütü arı ekmeği karışımı yaptırın yada alın sıvı propolis olmazsa olmaz propolis özlü boğaz spreyi Varsa ilave olarak saf arı sütü Özellikle 60 yaş üzeri kimselere sabah öğlen akşam 1 yemek kaşığı karışımdan verin sıvı propolis tavsiye oranına göre verin boğaz spreyini çocuklardan daha fazla yetişkinlerde fazla fazla kullanılması ağız yolunu steril etmekte çok fazlaca faydası var bunları lütfen nerden alırsanız alın nerden yatırırsanız yaptırın evinizden adla eksik etmeyin #corona#koronavirüsü*#” şeklinde,

- https://www.instagram.com/p/B9ydDoRpsHx/adresli internet sayfasının 02.04.2020 tarihli görünümünde; *“Propolis, arıların bitkilerin yaprak, sap ve tomurcuklarından topladığı güçlü antioksidan ve antimikrobiyal etkilere sahip doğal bir arı ürünü. (…) Propolis, antioksidan ve antibakteriyel etkisinin yanı sıra antifungal, antiviral, antienflamatuvar, antitümör ve ayrıca antialerjik etkilere sahip. Uzmanlar propolisin bu faydalarından dolayı düzenli kullanımını öneriyor. Özellikle mevsim geçişi dönemlerinde, vücudumuzu hastalık yapıcı dış etmenlere karşı güçlendirmek önem taşıyor. ÇOCUKLAR İÇİN ÇOK FAYDALI Çocuk Sağlığı ve Hastalıkları Uzmanı Prof. Dr. Ateş Kara propolis ile ilgili şunları aktarıyor: “Mevsim geçişlerinde, çocuklarda en sık rastladığımız sorunlardan biri öksürük, boğaz ağrısı, boğaz kaşıntısı ve burun akıntısı gibi şikayetler. Bu gibi şikayetlerin daha kolay atlatılması için çocukların bağışıklığının güçlü olması çok önemli. Bir hekim olarak, çocuklarda propolis kullanımını özellikle mevsim geçişlerinde öneriyorum. Bilimsel yayınlara göre propolis vücutta B ve T lenfositlerini aktive ederek antikor üretimini artırıyor, doğrudan bağışıklığın güçlenmesine yardımcı oluyor, mevsim geçişlerinde çocukların hastalıklara yakalanma sıklığını azaltıyor. Bunu hem literatürdeki bilimsel araştırmalarda hem de klinikte hastalarımız üzerinden birebir gözlemliyoruz.” diye belirtti. (…)”*şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

- Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliğinin 5, 7, 8, 9, 13 ve 15/1 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 **Ergün Koç Apitürk Arı Ürünleri** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**31)**

**Dosya No: 2019/3062**

**Şikayet Edilen:** **Hatice BİLGİÇ**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.facebook.com/haticebilgic.karaman adresli internet sayfasında yer alan "Ersağ"markalı takviye edici gıda ve kozmetik ürün tanıtımları

**Reklam Yayın Tarihi:** 27.12.2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.facebook.com/haticebilgic.karaman/ adresli internet sayfasının 27.12.2019 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda; *“UNUTKANLIK VE ALZHEİMER'A BİTKİSEL ÇÖZÜM Ginseng 5000 yıllık geçmiş olan, kökler insan vücuduna benzediğinden "insan otu" ismini almış, çok yıllık (perennal) bitki türlerinden biridir. Güçlü iyileştirme özelliklerinden dolayı botanik ismi yunancada "Panax" yan "tam iyileştirme" adını almıştır. GİNSENGİN FAYDALARI çok kuvvetli bir antioksidan olmasıdır, bu sayede yaşlanmayı geciktirici bir ilaç olarak da kullanılmaktadır. (…)MUCİZE BİTKİ MORİNGA Artık güvenli bir şekilde ayda 7-10 kg vermek mümkün. Prof. Dr. Mine Kayalar : "Moringa" tıp tarihinde adını altın harfler le yazdırmış dünyanın en güçlü Anti-Oksidan Bitkisidir. Moringa en yakın antioksidan bitkiden tam 94 kat daha fazla besleyici madde içerir. Moringa bitkisi insan vücudunda tam bir arındırma ve yenileme sağlar. (…)MAGNEZYUM DEYİP GEÇMEYİN. Magnezyum eksikliğinin giderilmesi sadece aşağıda sayılanların değil daha birçok hastalığın semptomlarının azaltılmasında, giderilmesinde kimi zaman da önlenmesinde önemli rol oynar: Anksiete ve panik atak: Magnezyum adreanal stres hormonunu kontrol altında tutar. Astım: Hem histamin salınımı hem de bronş spazmı magnezyum eksikliğinde artış gösterir. (…)HAYIT İdrar söktürür. Sancıları keser, Hazımsızlığı giderir. Anne sütünü artırır, Karın ağrısını ve ishali keser. Ayak şişlerini indirir. Akrep ve arı sokmalarında faydalıdır. Mide ve bağırsak gazlarını giderir. Karaciğer ve dalak tıkanıklıklarını giderir, Kalp çarpıntısına, baş dönmesine, uykusuzluğa faydalıdır. Yüksek ateşe, adet sancısına, gaz sorununa iyi gelir. (…)REİSHİ MANTARINI TANIYALIM. Bağışıklık sistemini güçlendirici etkisi bulunmaktadır. Yüksek tansiyon, kolesterol, diyabet gibi problemlerle savaşmaya yardımcıdır. Kan dolaşımını düzenleyerek, kalp-damar hastalıklarına karşı koruyucudur. Toksinler vücuttan atmaya yardımcıdır. Meme, prostat, akciğer kanser başta olmak üzere kanser türlerine karşı koruyucu etki gösterir. (…)PROPOLİS NEDİR? PROPOLİS'İN 100 KAT ANTİBİYOTİK ETKİSİ! Propolis son yıllarda özellikle kanser tedavisine olan desteği yönüyle anılan ve bu konuda binlerce üniversite araştırmasına konu olan arı ürünüdür. Antibiyotik olmadığı halde çok yüksek antibiyotik etkiler gösterebilmesi ve bu etkileri sadece enfeksiyona ya da hastalıklı dokuya yöneltmesi. (…)6 senedir babamın ayağında egzama mantar gibi yaralar oluşmuştu. Cilt doktoruna gitti fakat verdiği krem durumunu daha da kötüleştirdi. 1aydan beri çörekotu krem ve gıda takviyelerden. Akgünlük,resh mantarı,oméga 3,calcum magnésum cınko de vitamn ve zeytni yaprağı ekstratı.hem iç hemde dışdan tedavi ediyoruz ve şimdi banyo wc lı suda bekletyoruz.ve sonuç mükemmel. (…)Ersağ Duş Jelleriyle Egzamaya ve Sedefe Son. Egzama, Mantar ve Topuk Çatlaklarına Son.”* şeklinde ifadelere,

Bununla birlikte, inceleme konusu tanıtımlarda hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait ifade ve görüntülerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; https://www.facebook.com/ haticebilgic.karaman/ adresli internet sayfasının 27.12.2019 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda; *“UNUTKANLIK VE ALZHEİMER'A BİTKİSEL ÇÖZÜM Ginseng 5000 yıllık geçmiş olan, kökler insan vücuduna benzediğinden "insan otu" ismini almış, çok yıllık (perennal) bitki türlerinden biridir. Güçlü iyileştirme özelliklerinden dolayı botanik ismi yunancada "Panax" yan "tam iyileştirme" adını almıştır. GİNSENGİN FAYDALARI çok kuvvetli bir antioksidan olmasıdır, bu sayede yaşlanmayı geciktirici bir ilaç olarak da kullanılmaktadır. (…)MUCİZE BİTKİ MORİNGA Artık güvenli bir şekilde ayda 7-10 kg vermek mümkün. Prof. Dr. Mine Kayalar : "Moringa" tıp tarihinde adını altın harfler le yazdırmış dünyanın en güçlü Anti-Oksidan Bitkisidir. Moringa en yakın antioksidan bitkiden tam 94 kat daha fazla besleyici madde içerir. Moringa bitkisi insan vücudunda tam bir arındırma ve yenileme sağlar. (…)MAGNEZYUM DEYİP GEÇMEYİN. Magnezyum eksikliğinin giderilmesi sadece aşağıda sayılanların değil daha bir çok hastalığın semptomlarının azaltılmasında, giderilmesinde kimi zaman da önlenmesinde önemli rol oynar: Anksiete ve panik atak : Magnezyum adreanal stres hormonunu kontrol altında tutar. Astım: Hem histamin salınımı hem de bronş spazmı magnezyum eksikliğinde artış gösterir. (…)HAYIT İdrar söktürür. Sancıları keser, Hazımsızlığı giderir. Anne sütünü artırır, Karın ağrısını ve ishali keser. Ayak şişlerini indirir. Akrep ve arı sokmalarında faydalıdır. Mide ve bağırsak gazlarını giderir. Karaciğer ve dalak tıkanıklıklarını giderir, Kalp çarpıntısına, baş dönmesine, uykusuzluğa faydalıdır. Yüksek ateşe, adet sancısına, gaz sorununa iyi gelir. (…)REİSHİ MANTARINI TANIYALIM. Bağışıklık sistemini güçlendirici etkisi bulunmaktadır. Yüksek tansiyon, kolesterol, diyabet gibi problemlerle savaşmaya yardımcıdır. Kan dolaşımını düzenleyerek, kalp-damar hastalıklarına karşı koruyucudur. Toksinler vücuttan atmaya yardımcıdır. Meme, prostat, akciğer kanser başta olmak üzere kanser türlerine karşı koruyucu etki gösterir. (…)PROPOLİS NEDİR ? PROPOLİS'İN 100 KAT ANTİBİYOTİK ETKİSİ! Propolis son yıllarda özellikle kanser tedavisine olan desteği yönüyle anılan ve bu konuda binlerce üniversite araştırmasına konu olan arı ürünüdür. Antibiyotik olmadığı halde çok yüksek antibiyotik etkiler gösterebilmesi ve bu etkileri sadece enfeksiyona ya da hastalıklı dokuya yöneltmesi. (…)6 senedir babamın ayağında egzama mantar gibi yaralar oluşmuştu. Cilt doktoruna gitti fakat verdiği krem durumunu daha da kötüleştirdi. 1aydan beri çörekotu krem ve gıda takviyelerden. Akgünlük,resh mantarı,oméga 3,calcum magnésum cınko de vitamn ve zeytni yaprağı ekstratı.hem iç hemde dışdan tedavi ediyoruz ve şimdi banyo wc lı suda bekletyoruz.ve sonuç mükemmel.”* şeklinde endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç ifadeler kullanılarak mevzuatta izin verilen sağlık beyanlarının dışına çıkan tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği, böylelikle söz konusu ürünlerin insan fizyolojisine ve/veya metabolizmasına etki eden bir “tıbbi ürün” gibi tanıtıldığı,

Diğer taraftan, inceleme konusu tanıtımlarda; *“Ersağ Duş Jelleriyle Egzamaya ve Sedefe Son. Egzama, Mantar ve Topuk Çatlaklarına Son.”* şeklinde ifadelere yer verildiği, ancak Kozmetik Mevzuatına tabi bulunan tüm kozmetik ürünlerin, insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve etkileri geçici olan ürünler olması gerektiği; bu bağlamda inceleme konusu tanıtımlarda yer alan tedaviye yönelik ve endikasyon belirten ifadelerin ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği; ayrıca şayet anılan ürünler söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “kozmetik ürün” veya "gıda takviyesi" kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilmesi gereken ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuata uygun olmadığı,

Bununla birlikte, inceleme konusu tanıtımlarda hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait ifade ve görüntülerine yer verilmesinin mevzuata aykırı olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/c, 5/ç, 5/d, 5/e ve 7/1 maddeleri,

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

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

- Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliğinin 5, 7, 8, 9, 13, 15/1-b ve 17 nci maddeleri,

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 ve 10 uncu maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna

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

**32)**

**Dosya No: 2019/8510**

**Şikayet Edilen:** **Gökhan METE**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.facebook.com/bodyfit.flptrcom/ adresli internet sayfasında yer alan "Foreverliving"markalı takviye edici gıda ve kozmetik ürün tanıtımları

**Reklam Yayın Tarihi:** 27.11.2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.facebook.com/bodyfit.flptrcom/ adresli internet sayfasının 27.11.2019 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda; *“Forever Aloe Bits N’ Peaches; (…) Sindirim sistemini düzenler, mide ve bağırsak hastalıkları. Reflü, gastrit, hazımsızlık, mide ülseri, mide yanması, şişkinlik. Kabızlık-ishal, hemoroid. (…)Forever Aloe Berry Nectar; (…)Kansızlık, akdeniz anemisi. Hepatit hastalıkları A-B-C. Astım, bronşit, KOAH, alerji. Karaciğer yağlanması. Akciğer problemleri. (…)Forever Bee Propolis; (…)Doğal bağışıklık desteğidir. (…) Forever Living Propolis; Kansere karşı direnci arttırır. Prostat. Meme kanseri. Mide ülseri. Karaciğer yağlanması. Majör depresyon. Doğal antibiyotik. Kalp ve damar sağlığı(…)Aloe Propolis Creme; (…)Şeker hastalarının geç iyileşen yaralarında, yatalak hastaların yatak yaralarında, açık yaralarda, iltihaplı yaralarda, cilt hastalıklarında fayda sağlayacaktır.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; https://www.facebook.com/ bodyfit.flptrcom/ adresli internet sayfasının 27.11.2019 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda; *“Forever Aloe Bits N’ Peaches; (…) Sindirim sistemini düzenler, mide ve bağırsak hastalıkları. Reflü, gastrit, hazımsızlık, mide ülseri, mide yanması, şişkinlik. Kabızlık-ishal, hemoroid. (…)Forever Aloe Berry Nectar; (…)Kansızlık, akdeniz anemisi. Hepatit hastalıkları A-B-C. Astım, bronşit, KOAH, alerji. Karaciğer yağlanması. Akciğer problemleri. (…)Forever Bee Propolis; (…)Doğal bağışıklık desteğidir. (…) Forever Living Propolis; Kansere karşı direnci arttırır. Prostat. Meme kanseri. Mide ülseri. Karaciğer yağlanması. Majör depresyon. Doğal antibiyotik. Kalp ve damar sağlığı.”* şeklinde endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç ifadeler kullanılarak mevzuatta izin verilen sağlık beyanlarının dışına çıkan tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği, böylelikle söz konusu ürünlerin insan fizyolojisine ve/veya metabolizmasına etki eden bir “tıbbi ürün” gibi tanıtıldığı,

Diğer taraftan, inceleme konusu tanıtımlarda; *“Aloe Propolis Creme; (…)Şeker hastalarının geç iyileşen yaralarında, yatalak hastaların yatak yaralarında, açık yaralarda, iltihaplı yaralarda, cilt hastalıklarında fayda sağlayacaktır.”*şeklinde ifadelere yer verildiği, ancak Kozmetik Mevzuatına tabi bulunan tüm kozmetik ürünlerin, insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve etkileri geçici olan ürünler olması gerektiği; bu bağlamda inceleme konusu tanıtımlarda yer alan tedaviye yönelik ve endikasyon belirten ifadelerin ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği; ayrıca şayet anılan ürünler söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “kozmetik ürün” veya "gıda takviyesi" kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilmesi gereken ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuata uygun olmadığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/c, 5/ç, 5/d ve 7/1 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 ve 17 nci maddeleri,

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 ve 10 uncu maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna

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

**33)**

**Dosya No: 2019/9625**

**Şikayet Edilen:** **Çiğdem DURSUN**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.ersag.com/ adresli internet sitesinde yer alan "Ersağ" markalı takviye edici gıdatanıtımları

**Reklam Yayın Tarihi**: 06.08.2019, 21.11.2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.ersag.com adresli internet sitesinin 06.08.2019 ve 21.11.2019 tarihli görünümlerinde; *“Ersag hayıt Hamilelik: Yumurtlama periyodunu düzenler ve hamile kalma şansını artırır. Rahim kanserine dönüşen rahim içi aşırı hücre büyümesini de engeller. Hayıt kadınlarda hem cinsel istek azaltıcı ve arttırıcı özelliği vardır. Hayıt adet düzensizliğine ve ağrılarına iyi gelir. Ersag demir dikeni ne işe yarar? Testesteron seviyesini artırır. Kadınların yumurtlama problemlerini düzenler. Erkeklerde sperm sayısı miktarını, hareketliliğini ve verimliliğini artırır. Cinsel güç artırır. Kan şekeri ve Kolesterolü düzenler. Sağlığa altın dokunuş zerdeçal. Zerdeçal, mikrop, mantar ve virüs öldürücü, gaz giderici, safra salınımı arttırıcı, vücudu temizleyici ve karaciğer dostu. Ayrıca, dünyanın birçok yerinde kurkuminin kolorektal, pankreas kanseri, Alzheimer, sedef hastalığı, eklem iltihabına karşı etkileri üzerine çalışmalar yapılmaktadır. Pankreas kanseri teşhisi konulmuş deneklere zerdeçalın etken maddesi olan kurkuminoit karışımı verilmiş ve sonuçlar incelenmiştir. Araştırma sonucunda bazı hastalarda kanser gelişiminin yavaşladığı yada durduğu gözlemlenmiştir. Moringa’nın Faydaları nelerdir? Göz rahatsızlıklarının giderilmesi ve görme kalitesini artırır. Sindirim sistemi ve bağırsak hareketini kolaylaştırma ve mide ağrısı için alternatif tedavi olarak kullanılır. Astım, kulak ağrısı, ve baş ağrılarının hafifletmeye yardımcı olur. Moringa’nın yağ yakıcı etkisi. Ritha bitkisinin yetiştiği yer. Kansere yakalanma riskini azaltır. Tümörlerdeki büyümeyi durdurmaya yardımcı olur. Vücuda alınan kanserojenlerin zararlı etkilerini gidermeye yardımcı olur. Kalp rahatsızlığı ve felce karşı korumaya yardım eder. Ersağ hayıt ekstratı: Yumurtlama periyodunu düzenler ve hamile kalma şansını artırır. Rahim kanserine dönüşen rahim içi aşırı hücre büyümesini de engeller. Hayıt kadınlarda hem cinsel istek azaltıcı ve arttırıcı özelliği vardır. Hayıt adet düzensizliğine ve ağrılarına iyi gelir. Ersağ çörek otu yağı (jel kapsül): Mide bulantısı ve mide ağrıları için bire birdir. Kalbi korur. Kansere karşı koruma sağlar. Sinüzite iyi gelir. Diyabet diğer adıyla şeker hastalığı içinde faydalıdır. Sinir, depresyon ve gerginlikten uzaklaştırır.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; inceleme konusu tanıtımlarda endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç ifadeler kullanılarak mevzuatta izin verilen sağlık beyanlarının dışına çıkan tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği, böylelikle söz konusu ürünlerin insan fizyolojisine ve/veya metabolizmasına etki eden bir “tıbbi ürün” gibi tanıtıldığı, tıp literatüründe hastalık olarak tanımlanan ve hekim kontrolünde tedavi edilmesi gereken bazı sağlık sorunlarının anılan 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 **Çiğdem DURSUN** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**TEKNOLOJİ**

**34)**

**Dosya No: 2017/4825**

**Şikayet Edilen: Kanal Yalova Televizyon ve Yayıncılık A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Kanal Yalova isimli televizyon kanalında yayınlanan “Uydu Alıcısı” adlı ürüne ilişkin reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 24.09.2017

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** Kanal Yalova logolu televizyon kanalında 24.09.2017 tarihinde yayınlanan uydu alıcısı reklamında; *"Şifreli Kanalları Şifresiz Yapan Uydu Alıcı, Fabrika Sipariş Hattı 0216 277 72 12, Sadece 59 TL, Kargo KDV Yok!, Şimdi Arayanlara Kargo Ücreti Bizden"* ifadeleri ile "CANLI" ibaresinin reklam süresince ekranda yer aldığı, bu ifadelerden anlaşılacağı üzere reklamı yapılan uydu alıcısının şifreli kanalları şifresiz yaptığı ve reklam yayının canlı olduğunun iddia edildiği, söz konusu yayında sunucu tarafından;

*“... İşte şimdi bu mükemmel canlı yayınımızda canlı canlı muhteşem bir kampanyadan bahsediyoruz. Sizden özellikle bir ricam var bakın ekranda efendim şu an beni görüyorsunuz ve beni ne zaman görürseniz görün bunu bir reklam olarak düşünmeyin sevgili izleyenler, reklam amaçlı buraya çıkıp sizlerle bir şey paylaşmıyorum. ... Sevgili izleyenler şifreli kanalları şifresiz yapan mükemmel bir uydu alıcımızdan bahsedeceğiz sizlere ve bu mükemmel uydu alıcımız bütün sevenlere canlı yayında, evet hafta sonu kampanyasıyla canlı yayında tanıtmaya geldim... (Ekrana VTR girmektedir ve "+ 18 Kanallar - Futbol Kanalları - Sinema Belgesel Kanalları Şifresiz!!!" yazısı ve futbol müsabakalarından görüntüler ekrana yansımaktadır.)*

*... Şu an ekranda gördüğümüz muhteşem uydu alıcımızın özelliklerinden bahsediyoruz ki evet bugün zaten derbi bir maç var. Beşiktaş - Fenerbahçe maçı var bugün ve bu maçı bugün para verip izleyenler de var tabi ki di mi? İşte onlar için buradayız. Evet, bugün artık geçti ama bundan sonraki derbi maçlarda artık efendim para verip maç izlemeyeceksiniz. Derbi maç olarak da sınırlandırmamak lazım bütün maçlar adına konuşuyorum. Artık para verip maç izlemeye son. Sevgili izleyenler şu an size ekranda sizlere bahsettiğimiz uydu alıcısı işte o efendim para verip izlediğiniz kanalları bedava yapıyor, ücretsiz yapıyor. Çünkü onların şifresini kırıyor. Evet, çünkü onların şifresini kırıyor...*

*...Ben bu ürünün orijinalini gönderiyorum sizlere, evet orijinal. Sevgili izleyenler Avrupa'dan ithal edildi bu... Gittiler bunun Çin malını yaptılar... Arkadaşlar bakın, başka kanallarda yapılan uydu reklamlarına sakın ama sakın itibar etmeyin. Bakın bizim üzerimizden prim yapıyorlar. Benim reklamlarımı çalıp, kaydedip efendim bu uydu alıcısını gönderiyormuş gibi yapıp, ne yapıyorlar biliyo musunuz? Çin malı uydu alıcısını gönderiyorlar. Hiçbir garanti kapsamı da yok. Şimdi şunu söyleyeceğim ben şu an canlı yayındayım. Artık bakın arkadaşlar bant reklam olarak çıkmak istemiyorum. Niye çünkü bunu taklit ettiler. Gittiler başka kanallardan benim reklamımı çaldılar efendim size bunu gösterip, yani daha Türkçesi sağ gösterip sol vurdular... Burada güzel bir kampanya yapıyoruz ve bunu artık ben canlı canlı yapmak istiyorum. Canlı yayında evet canlı canlı... 0216 277 72 12 numaralı telefonumuzdan işte bugüne özel hafta sonuna özel bu kampanyamızdan faydalanın istiyoruz. ... Erotik kanallardan tutun sinema kanallarına kadar, sinema kanallarından tutun belgesel, haber, müzik, kanallarına kadar, bakın bugün bu kanalları izlemek için arkadaşlar aylık 100 lira 120 lira para ödeyenler var... Bu ürünü bizzat gittim fabrikasında kendim anlaştım. Bire bir fabrikadan halka ulaştırmak için buradayız... Bakın bu ürün dışarda, herhangi bir elektronik markette gidin arkadaşlar, orda da var bakın orda da onlar da orijinal, bunun gibi onlar da orijinal. Şimdi şunu söyleyeceğim size sevgili izleyenler bu kampanya bittikten sonra o fiyatlar farklı olacak. Gidip gördüğünüz zaman anlayacaksınız 250 - 300 lira para isteyecekler sizden... Paranızı çöpe atmıyorsunuz arkadaşlar. 250 - 300 liraya dahi bulsanız gidin bunu alın. Çünkü bugün maç izlemek için bile aylık 100 lira para ödeyen izleyenlerimiz var...*

*Siz de bu uydu alıcısını alan herkes gibi... Sevgili izleyenler sizde o kişiler gibi, bizi izleyip bu uydu alıcısını alanlar gibi bugünkü maçı bedava izleyin diyorum ben size. Evet, ben de zaten evet ne yapacağım gideceğim bedavaya bugün maçımı izleyeceğim, maçlarımı izleyeceğim, yarın da izleyeceğim, öbür gün de izleyeceğim bundan sonra hep bedavaya izleyeceğim. Sinema kanallarını da, belgesel kanalları da aramızda kalsın erotik kanalları da bakın bu da var yani onu da söyleyeyim size aramızda kalsın ama anlatabiliyor muyum? Bunu çok fazla abartmayalım yani... Erotik kanallara isterseniz kendiniz şifre koyabilirsiniz. ...10 dakika daha kampanya devam ediyor, 10 dakikanın sonunda kampanya bitecek ve fiyatlarımızı arttıracağız.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu tespitler ve deşifre metninden anlaşılacağı üzere yayında; reklamı yapılan uydu alıcısının şifreli kanalları herhangi bir ücret ödemeksizin şifresiz yaptığı, reklam yayınının canlı olduğu ve bu ürünün fiyatının 250-300 TL civarında olduğu ancak kampanya ile 59 TL'ye satıldığının iddia edildiği,

Reklam yayının canlı olduğunun ekranda belirtilmesine ve yayın içinde defalarca vurgulanmasına karşın 24.09.2017 tarihinde yayınlanan inceleme konusu reklam yayının 23.09.207 ve 25.09.2017 tarihlerinde de aynı şekilde "canlı" olduğu ifade edilerek yayınlandığının tespit edildiği, bu nedenle söz konusu reklam yayınının "canlı" olduğu ifadesinin ve kampanyanın 10 dakika devam edeceği, 10 dakikanın sonunda biteceği ve fiyatların artacağı ifadesinin yanıltıcı olduğunun anlaşıldığı,

Reklamda uydu alıcısının şifreli kanalları herhangi bir ücret ödemeksizin şifresiz yaptığı ve bu uydu alıcısını alanların 23.09.2017 tarihinde yayınlanan Fenerbahçe - Beşiktaş maçına atıfta bulunularak bu maçı ve bütün maçları para vermeden izleyeceği ve uydu alıcısının para verilerek izlenen kanalların şifresini kırarak bu kanalları ücretsiz hale getirdiğinin belirtildiği, bahse konu Fenerbahçe - Beşiktaş futbol karşılaşmasının bir Süper Lig karşılaşması olduğu, TFF Süper Lig ve TFF 1. Lig müsabakaları medya haklarının Digitürk şirketinde bulunduğu ve şifreli olarak yayınlandığı, müsabakaların reklam yayınında da ifade edildiği üzere belirli bir ücret karşılığında abonelerce izlenebildiği, 59 TL'ye satılan bir uydu alıcı cihazının şifre kırma özelliği ile şifreli maçları ücretsiz izletme imkanının teknik olarak mümkün olup olmadığı bilinmemekle birlikte hukuki olarak bu durumun mümkün olmadığı ve tüketicilerin yanıltıldığı,

Reklam yayınında uydu alıcısının markası belirtilmemekle birlikte satışı yapılan ürünün kutusu üzerinde "Kennon" markasının yer aldığının görüldüğü, reklamda ürünün gerçek fiyatının 250-300 TL olduğunun ancak 59 TL'ye satıldığının belirtildiği, yapılan araştırmada "Kennon" marka uydu alıcılarının reklamın yayınlandığı tarih itibariyle piyasa fiyatının 29 ile 45 TL arasında olduğunun görüldüğü, ürünün marka ve modelinin dahi yayında ifade edilmediği dikkate alındığında ürünün fiyatı konusunda da tüketicileri yanıltıcı bilgi verildiği,

Yukarıda yer alan tespitler ile ilgili olarak firmadan yazılı savunma istendiği ancak yanıt alınamadığı, iddia edilen hususların aksini kanıtlayacak bilgi ve belge sunulamadığı, bu nedenle söz konusu reklamların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna

Buna göre, mecra kuruluşu sıfatıyla **Kanal Yalova Televizyon ve Yayıncılık A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **12.070,00 TL (Onikibinyetmiş Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**35)**

**Dosya No: 2017/4838**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** Sıla TV isimli televizyon kanalında yayınlanan “Rowell Uydu Alıcısı” adlı ürüne ilişkin reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 12.09.2017

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** Sıla TV logolu televizyon kanalında 12.09.2017 tarihinde yayınlanan “Rowell Uydu Alıcısı” adlı ürüne ilişkin reklamlarda, piyasa değerinin 700 TL olduğu ve şifre çözebilme özelliğinin bulunduğu iddia edilen uydu alıcısının arayan ya da çağrı atan herkese hediye edileceğinin belirtildiği, ayrıca söz konusu reklamda;

*"(...) Avrupa'da 700 TL Yani Avrupa'daki satış fiyatı Türkiye'deki 700 TL'ye tekabül ediyor... Şu anda arayanlara sadece 79 TL'lik vergisini ve kargosunu ödeyen herkese cihaz ücretsiz... Şimdi birazdan numara gelecek. Arayanlara hediye edeceğiz. Bedava göndereceğiz. Yazılım ve kargo ücreti hariç... Çağrı attınız hat düştü. Kapatıyorsunuz, bekliyorsunuz... Yarım saat, bilemediniz 45 dakikada sizleri arayacağız ve sizleri bu kampanyadan faydalandıracağız. 59 TL ödeyip sahip oluyorsunuz. Onlar da vergiler, kargolar bandroller her şey içinde... Arayan hatta çağrı atanlara bu cihaz ücretsiz olarak gidecek. Yani beleş, yani bedava... Yazılım ve kargo ücreti hariç... Şimdi bazı izleyicilerimiz diyebilirler ki ücretsiz diyorsunuz yine para alıyorsunuz. Gönderim ücreti ve vergiler için alıyoruz... Kampanyamıza katılan herkes bu cihaza ücret ödemiyorlar. Sadece yazılım ve kargo ücreti. Bunların içinde TRT bandrolü de var. TRT bandrolsüz ürün göndermiyoruz. Kargo, KDV her şey dahil, bütün vergiler 79 TL'yi geçmeyecek... Kar yağar yağmur yağar, çamur olur... O "sinyal yok" yazısını bu cihazda görmeyeceksiniz... "* şeklinde ifadelere yer verildiği,

Reklamda yazılı olarak da, *"Mini Scart Dijital Uydu Alıcısı. Sipariş Hattı 0 216 235 05 95. 59 TL"* şeklinde bir ifadenin yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Reklamda tanıtımı yapılan Rowell marka dijital uydu alıcısının piyasa fiyatının 700 TL olduğunun belirtildiği, ancak reklamın yayınlandığı tarihte online alışveriş sitelerindeki fiyatlar incelendiğinde benzer mini scart dijital uydu alıcılarının fiyatlarının iddia edildiği gibi 700 TL değil, 33-85 TL gibi düşük fiyat aralığında olduğunun görüldüğü,

Yine arayan ve çağrı atan herkese cihazın hediye edileceğinin, bedava, ücretsiz gönderileceğinin belirtildiği, ancak kargo ve bandrol ücretinin 59 TL olduğu, ekranda sabit yazıyla 59 TL ifadesinin yer aldığı dolayısıyla cihazın ücretsiz, bedava olmadığı, bu durumun tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu,

Ayrıca sunucu tarafından kargo, KDV her şey dahil bütün vergilerin 79 TL'yi geçmeyeceğinin belirtildiği, ancak ekranda sabit yazıyla 59 TL ifadesinin yer aldığının görüldüğü, böylelikle ürünün fiyatı konusunda çelişkili bilgiler verildiği, kafa karışıklığı yaratıldığı ve tüketicilerin yanıltıldığı,

Diğer taraftan kar, yağmur gibi doğa olaylarında cihazın görüntü kalitesinin etkilenmeyeceğinin, sinyal yok yazısının görülmeyeceğinin iddia edildiği dikkate alındığında bu durumun bilimsel olarak ispatlanması gerektiği,

Sonuç olarak piyasada emsalleri 59 TL'den daha düşük fiyatlara alınabilmesi mümkün olan uydu alıcısının 59 TL'ye (ya da 79 TL'yi geçmeyen bir bedelle) sanki hediye ediliyormuş gibi sunulduğu, ayrıca kargo ve vergi ücreti olarak alındığı belirtilen ve aslında cihaz bedeli olarak adlandırılabilecek bedel konusunda tüketicilerde kafa karışıklığı yaratıldığı, tüketicilerin eksik bilgilendirildiği ve yanıltıldığı,

Yukarıda yer alan tespitler ile ilgili olarak firmadan yazılı savunma istendiği ancak yanıt alınamadığı, iddia edilen hususların aksini kanıtlayacak bilgi ve belge sunulamadığı, bu nedenle söz konusu reklamların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7/1-2-3-4 7/5/a-ç, 7/6, 9/1-2, 11/1, 13/1-2-5, 14/1-2-3-4 maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna

Buna göre, mecra kuruluşu sıfatıyla **Derece Radyo ve Televizyon Yayıncılık A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **12.070,00 TL (Onikibinyetmiş Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**36)**

**Dosya No: 2017/4851**

**Şikayet Edilen: Barış Radyo ve Televizyon Yayıncılık Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Seymen Radyo isimli radyo kanalında yayınlanan “Nokia” cep telefonu reklamları

**Reklam Yayın Tarihi:** 26.09.2017

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** Seymen Radyo isimli radyo kanalında 26.09.2017 tarihinde yayınlanan “Nokia” cep telefonu reklamında sunucu tarafından;

*“Merhaba sevgili dinleyenler. Harika, süper, olağanüstü bir kampanyayla sizlerle birlikteyiz. Evet, efsane geri döndü. Nokia. Nokia’yı bilmeyeniniz var mı? Çevrenize bir sorun bakalım. Yaşlısı, genci, orta yaşlısı, bayanı, erkeği, herkesin kullanmış olduğu, hepimizin kullanmış olduğu Nokia cep telefonlar, efsane geri döndü. Peki, bu efsaneyi kaç paraya alacağız, nasıl alacağız, neler yapacağız şimdi anlatacağım. Bu süre içerisinde, tanıtımımız esnasında bizleri aradığınızda orijinal Nokia cep telefonlarımızı sizlere çok uygun fiyatlara göndereceğiz. Hem de Nokia’nın çok özel bir serisini göndereceğiz. Bas-konuşlu olanını göndereceğiz. Bas-konuşlu dediğimiz özellikle taksiciler ve minibüsçüler çok iyi bilirler... Çünkü bunlar Nokia’nın bir tık daha üst serisi oluyor sevgili dinleyenler... Bas konuş sayesinde sevdiklerinizle daha hızlı daha kolay konuşabiliyorsunuz. Üstelik Nokia’nın yenilenen modelinde, Nokia’nın efsane model telefonunda yemlenen modelinde artık şarj problemi yaşamıyoruz... Telefonunuzu en az on gün on beş gün kullanabileceksiniz. Birazdan telefon numarası geliyor. Peki, kaç paraya alacaksınız? Kaç paraya sizlerin olacak bu cep telefonu? Sevgili dinleyenler sıkı durun, şok fiyat söylüyorum. Sadece ve sadece 89 liraya sizlere ulaşıyor. 89 liraya. Şimdi diyeceksiniz ki, hemen numarayı bir an önce söyleyin de, arayalım. Sadece İstanbul 'dan mı alınıyor, sadece Ankara 'dan mı alınıyor? İlk biz alalım diyeceksiniz. Hayır. Birazdan numarayı söyleyeceğim. Numarayı arıyorsunuz, hattı düşürüyorsunuz, adresinizi veriyorsunuz, kargoyla kapınıza kadar gönderiyoruz. Kapıda al gülüm, ver gülüm. Evet, orijinal Nokia, bas-konuşlu Nokia birazdan 89 liraya sizin olacak sevgili dinleyenler. Hazır mıyız, numarayı söyleyeyim mi? 02162350083... çağrı da atabilirsiniz. Çağrı atın, biz sizi arayalım... Evet, orijinal Nokia ’ya 89 liraya sahip olmak istiyorsanız hemen 02162350083 ’ü arıyorsunuz. Şimdi Nokia’nın özelliklerini çok fazla da burada anlatmak istemiyorum. Yani Nokia’yı bilen biliyor zaten. Nokia dünyaca ünlü zaten... Tuşlu cep telefonu, evet telefonumuz tuşlu onu söyleyelim, çünkü çağrı merkezimizi arayıp dokunmatik mi diye soranlar var. Nokia deyince akla zaten tuşlu cep telefonu geliyor... Tam takım geliyor. İki yıl da Nokia garantisi var sevgili dinleyenler... Facebook, twitter, instagram, youtube gibi sosyal medyayı da kullanabileceğiniz Nokia cep telefonlarına 89 liraya sahip oluyorsunuz. Şimdi diyeceksiniz ki, ya ben bu tuşlu cep telefonunu aldım, ama ben dokunmatikten vazgeçemem. Niye vazgeçemezsin? E ben ondan resim çekiyorum. Bundan da çek? Haydaaa diyeceksiniz. Kamerası var mı? Evet. Nokia’nın yenilenen serisinde, bu modelinde kamera var. Resimler çekebilirsiniz. Sosyal medyaya girebilirsiniz. Şimdi birçoğunuz bas-konuşun ne olduğunu bilmiyor. Ama şu anda aldığınızda ne kadar güzel bir özellik olduğunu bileceksiniz... Taksiciler sizler duyuyor musunuz beni? Bas-konuş özelliği olan Nokia, kameralı Nokia bu kez ve şaka gibi bir fiyata. 89 liraya sizlere ulaştırıyoruz... Yönetmenim sen memnun muydun Nokia’dan? Çok memnun yani de mi? Direk el, başparmağını gösteriyor. Harikaydı ikisini birden sallıyor, harikaydı diyor...”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Reklamın başlangıcında reklamlara geçişi belirten bir cingıl ya da kapağın kullanılmadığının görüldüğü, bu durumun reklamların ayırt edilmesi ile ilgili mevzuat hükümlerine aykırılık teşkil ettiği, reklamda Nokia'nın hangi modelinin tanıtımının yapıldığının belirtilmediği, bu durumun tüketicilerde kafa karışıklığına yol açtığı ve ürünün piyasa fiyatını öğrenmenin ve değerlendirme yapmanın imkansız hale getirildiği, ayrıca reklamın yayınlandığı tarihte Nokia markalı orijinal hiçbir cep telefonunun piyasa fiyatının 89 TL düzeyinde olmadığı,

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

Yukarıda yer alan tespitler ile ilgili olarak firmadan yazılı savunma istendiği ancak yanıt alınamadığı, iddia edilen hususların aksini kanıtlayacak bilgi ve belge sunulamadığı, bu nedenle söz konusu reklamların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 6/1-3, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5/a-ç, 9/1, 11/1, 12/2, 13/1 maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna

Buna göre, mecra kuruluşu sıfatıyla **Barış Radyo ve Televizyon Yayıncılık Ticaret A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **6.034,00 TL (Altıbinotuzdört Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**37)**

**Dosya No: 2018/8405**

**Şikayet Edilen: Alyanak Yayıncılık Tic. San. ve Paz. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Doğu TV isimli televizyon kanalında yayınlanan “Galaxy S5 Cep Telefonu” adlı ürüne ilişkin reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 31.10.2017

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** Doğu TV logosuyla yayın yapan televizyon kanalında 31.10.2017 tarihinde ve yine 2017 yılı Ekim - Kasım aylarında muhtelif defalar yayınlanan Samsung marka "Galaxy S5" model akıllı cep telefonunun tanıtımına ve satışına yönelik reklamda, "Spor Ayakkabısı Adidas Hediye / Galaxy S5 Akıllı Telefon 850 TL yerine (üzeri çizilmiş şekilde) 149 TL+Kargo / Hemen Arayın 0212 700 13 16" şeklindeki ifadeler ile telefonun görüntüsüne ekranda yer verildiği, diğer taraftan söz konusu reklamda;

"*Merhabalar sevgili izleyenler, merhabalar tüm Türkiye. Teknoloji Pazarı adlı programla karşınızdayız sevgili izleyenler. Şimdi beni ekranlardan tanıyanlar çok iyi tanırlar. Reklamlardan, satışlardan diyeceksiniz ki Çağrı Öztürk artık programa mı başladın. Yeni kararlar aldım sevgili izleyenler. Artık teknolojik programlan yapacağım. Programlarımın içerisinde teknolojiyi bilmeyenlere teknolojiyi öğreteceğim, eksik kalan noktaları tamamlayacağız, aynı zamanda doğrudan satış ile ilgili biz teknolojik ürün satın almak istediğinizde, gerçek, dürüst alış verişi nereden yapabiliriz? Nasıl yapabiliriz? En azami zararı nasıl görürüz bunları anlatmak, sizlere tüyo vermek adına böyle bir program yapmayı tercih ettim. Birazdan size bir telefon söyleyeceğim, bir telefon markasından bahsedeceğim, reklam anlaşmamız sayesinde oldu bu. Reklam anlaşmamız sayesinde böylesi bir fiyat aldık. Ben teknolojiyi anlatırken size bildiğiniz, tüm dünyanın bildiği, hepinizin yakından tanıdığı ve şu anda kullandığı Samsung Galaxy S5 sevgili izleyenler bu telefonun fiyatını kullananlar bilir. Kullanmayanlar varsa, hemen önünüzde internet var açın bakın. Gerçek ana fiyatına bakın Samsung Galaxy S5. Fiyatını hemen söyleyeyim size, siz de göreceksiniz zaten interneti açtığınızda 850TL'dir, sevgili izleyenler. Şimdi diyeceksiniz ki sevgili izleyenler ya Çağrı sen şaka mı yapıyorsun yani acaba bir şüpheye mi düşmeliyiz? Gerçekten şimdi sen evet önündekiler S5. Bu telefon mu gelecek bize de. Sevgili izleyenler benim adım Çağrı Öztürk, bu zamana kadar bu ülkede en dürüst teknolojik ürünleri satmış bir insanım. Sevgili izleyenler ben kendi sektörümde ki yalan dolan ürünlerin satılmasından dolayı ne yazık ki töhmet altında kalıyorum. Ben insanlar tarafından dışarıda görüldüğüm zaman merhaba Çağrı yerine, gerçek mi senin sattığın ürünler diye sorulan cevaplamak zorunda kalıyorum. İşte bunları bu ekrandan cevaplandırmak adına bu programı yapıyorum. Hiç başka yerlerden almayın 850 TL yerine gerçek Samsung Galaxy S5. Şimdi ben telefonla ilgili teknolojiden konuşmadan önce bu telefonla ilgili bir şeyler göstereceğim size gerçek mi diye kullananlar var çünkü. Sevgili izleyenler Samsung Galaxy S5'dir. Android işletim sistemine sahiptir ve gerçekten şık bir telefondur. Özellikle de bu rengi seçtim. Çünkü bu renk artık sadece bayanlar değil, erkekler de çok fazlasıyla beyaz rengi tercih ediyor diye bu rengi göndereceğim size. Burada uygulamaları görüyorsunuz sevgili izleyenler zaten içinde çoğu yüklü, dokunmatiğini göstermek istiyorum, buyurun dokunmatik ne kadar rahat...*

*Kapına gelen ve kargonun içinden bu telefon çıkmazsa, benim yerim de belli, yurdum da belli, adresim de belli, ekranım da belli sevgili izleyenler. Birebir değil paranızı bakın, birebir değil 5 katı ile geri alırsınız. Çünkü biz yaptığımız hatanın bedelini, parayı iade etmekle ödemeyiz. Mahcubiyetimizi de ödemek zorundayız. Ya da size yalan konuştuğumuzu zannettiğiniz için, yalanımızı da ödemek zorundayız. O yüzden gönlümüz o kadar rahat ki hiçbir kargo poşeti göstermeye gerek duymuyorum. Çünkü kapınıza birebir burada anlattığım gelecek...*

*850TL'Iik Samsung Galaxy S5 bakın sevgili izleyenler. Gerçek bir telefon veriyorum ben size. Gerçekten elimde tutuyorum gösteriyorum ve bu gösterdiğim gelecek. Gerçek Samsung Galaxy S5, şu an telefonu görüyorsunuz. Hepiniz diyorsunuz ki ya bu Samsung Galaxy S5 Çağrı. Evet ama bu gelecek de mi? Ben ne gösterdiysem hayatım boyunca, kapısına da onu göndermişimdir. Bu konuda aramızda hiçbir güven sorununun olduğunu inanmıyorum. Çünkü ben hep güvenilir işlere imza attım...*

*Samsung Galaxy S5 gönderiyorum. Gerçek bir telefon gönderiyorum. İşte size fırsat. Samsung Galaxy S5 diyorsunuz ya, biz gerçekten gerçek telefonu nereden alabiliriz? Keşke şunlar gerçek olsa? Alın, gerçek. 5-10 tane isteyenler varmış. Böyle bir şeye asla izin vermeyeceğiz sevgili izleyenler, çünkü bu ticarete girecek. Çünkü bu gerçek Galaxy S5 olduğu için bunu alıp satmayı düşünecekler büyük ihtimalle...*

*Çağrı atıyorsun sadece ya bu kadar basit. Yapman gereken sadece numarayı, ekrandaki numarayı hazır tutup, pat çağrı atmak bu kadar. Ve bunun yanı sıra da 1 kişiye 1 taneden de fazla vermiyoruz. Çünkü bunu satacağına inanıyoruz o zaman. Biz istiyoruz ki ihtiyaç sahipleri kullansın. Biz istiyoruz ki Anadolu'da hala köylerde, ilçelerde, kasabalarda telefonu kullanmayan, telefon görmemiş, eline telefon almamış insanlar var. Öyle çocuklar var ki rüyamda telefon görüyorum, bir gün benim de telefonum olacak mı acaba diye. Bana mail'ler atan kardeşlerim var. Benim, onların da telefonu olsun diye yapıyorum ben bu kampanyayı. Onlar arasın yeter ki onlar gibiler çağrı atsın, onlar alsın ve faydalansın istiyorum, 850 TL'lik Samsung Galaxy S5. İşte hiçbir zaman da başka adrese gitmeye gerek yok. Bu teknoloji pazarı, ara ara gelecek, ara ara yapılacak hiç başka yere gitmeyin, alış verişin gerçek adresi Çağrı Öztürk'tedir..."* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Reklama ait deşifre metinden de anlaşılacağı üzere; tanıtım süresince Sunucu Çağrı Öztürk tarafından, "Samsung Galaxy S5 Akıllı" telefonun android işletim sistemine sahip, orijinal ve gerçek olduğu; internetten bakıldığında fiyatının 850 TL değerinde olduğu ve Samsung Galaxy S5 Akıllı Telefonun yapılan reklam anlaşması sayesinde değerinin çok altında verileceğinin beyan edildiği, ayrıca, tanıtılan "Samsung Galaxy S5 Akıllı Telefonu" sipariş verenlere bu orijinal telefon gelmediği taktirde, ödedikleri paranın 5 katının iade edileceği, oysa tanıtım süresince ekranın sağ köşesinde sürekli olarak dönmekte olan telefonun arka ve ön kapağında basılı "Samsung" markası bulunmasına rağmen; Sunucunun, *"Sevgili izleyenler Samsung Galaxy S5' dir. Android işletim sistemine sahiptir ve gerçekten şık bir telefondur. Özellikle de bu rengi seçtim. Çünkü bu renk artık sadece bayanlar değil, erkekler de çok fazlasıyla beyaz rengi tercih ediyor diye bu rengi göndereceğim size."* ifadeleriyle elinde tutarak özelliklerini tanıttığı beyaz renkli telefonun ön ve arka kapağında herhangi bir marka adının bulunmadığı,

Yapılan bu tespitlerden hareketle,"Samsung Galaxy S5 Akıllı Telefon" şeklinde yapılan tanıtımda; piyasa değeri reklamın yayınlandığı tarih itibarıyla 850 TL olarak belirtilen akıllı telefonun, arayan herkese "149 TL'ye gönderileceği ve yanında Adidas gibi pahalı bir marka spor ayakkabısı hediye edileceği" şeklinde gerçeklikle bağdaşmayan beyanlarla ürün pazarlamasının yapıldığı,

Öte yandan, 4760 sayılı Özel Tüketim Vergisi Kanunu'nun Geçici 6. maddesi ve bu Kanuna ekli (IV) sayılı liste incelendiğinde görüleceği üzere; cep telefonları için oransal olarak (%25) hesaplanan verginin 160 Türk Lirasından az olması halinde, orana göre hesaplanan vergi yerine her bir adet için 160 Türk Lirası vergi alınacağı hüküm altına alınmış olduğu, bu bakımdan bir cep telefonunun minumum Özel Tüketim Vergisinin (ÖTV) 160 Türk Lirası olarak belirlendiği ve bu rakama telefonun fiyatı, KDV ve benzeri yükümlülükler eklendiğinde telefonun nihai satış fiyatının ortaya çıktığı dikkate alındığında, mali yükümlülüklerini yerine getiren distribütör firma tarafından dahi 149 TL'ye cep telefonu satışının yapılmasının mümkün olmadığı,dolayısıyla ürünün markası, özellikleri, satışın gerçekleşme şekli hakkında tüketicilere eksik, yanlış ve çelişkili bilgiler verilerek kamuoyunun yanıltıldığı,

Yukarıda yer alan tespitler ile ilgili olarak firmadan yazılı savunma istendiği ancak yanıt alınamadığı, iddia edilen hususların aksini kanıtlayacak bilgi ve belge sunulamadığı, bu nedenle söz konusu reklamların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7/1-2-3-4 7/5/a-ç, 9/1, 11/1, 12/2, 13/1-2, 15/1 maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna

Buna göre, mecra kuruluşu sıfatıyla **Alyanak Yayıncılık Tic. San. ve Paz. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **12.070,00 TL (Onikibinyetmiş Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**DAYANIKLI TÜKETİM MALLARI**

**38)**

**Dosya No: 2017/3816**

**Şikayet Edilen: Sistem İletişim Elektronik Gıda Taah. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** http://servismerkezi-ankara.com/ adresli internet sitesinde yer alan "Samsung yetkili servisi" şeklindeki tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 30.01.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** http://servismerkezi-ankara.com/ adresli internet sitesinde, Samsung firmasının logosuyla birlikte; *"Samsung Yetkili Servis Ankara"* ifadesine ve *"Dünyadaki teknolojik gelişmeleri takip etmekte öncü olmanın yanı sıra yurt içi teknik servis ihtiyacını gidermekte güvenilir isim haline gelen Sistem Elektronik, dünya devi Samsung markasının; Televizyon, Telefon, Tablet, Beyaz Eşya ve Bilgisayar ürünlerinde 700 metrekarelik atölyemizde profesyonel ekibimiz ve son teknoloji ekipmanlarımızla yetkili servis hizmeti vermekteyiz."* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnternet sitesinde yetkili servis olarak hizmet verildiği beyan edilmesine karşın gerçekte firmanın Samsung firmasının yetkili servisi olmadığı, dolayısıyla verilen bilgilerin gerçeği yansıtmadığı ve anılan reklamların tüketicileri aldatıcı nitelikte olduğu,

Yukarıda yer alan tespitler ile ilgili olarak firmadan yazılı savunma istendiği ancak yanıt alınamadığı, iddia edilen hususların aksini kanıtlayacak bilgi ve belge sunulamadığı, bu nedenle söz konusu reklamların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5/b-c-e-g-h, 9/1, 11/1, 12/2 maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna

Buna göre, reklam veren **Sistem İletişim Elektronik Gıda Taah. ve Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir,

**39)**

**Dosya No: 2017/4837**

**Şikayet Edilen: Alyanak Yayıncılık Tic. San. ve Paz. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Doğu TV isimli televizyon kanalında yayınlanan “Stil MSC 230 Benzinli Testere” adlı ürüne ilişkin reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 14.09.2017

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** Doğu TV logosuyla yayın yapan televizyon kanalında 14.09.2017 tarihinde yayınlanan Stil MSC 230 benzinli testere isimli ürüne ilişkin reklamda;

*"Tüm dünyada profesyonellerin tercih ettiği günlük değil ömürlük testere. Stil MSC 230 yeni nesil benzinli testere. Stil MSC 230 yeni nesil benzinli testere ile en kalın ve en sert ağaçları kolaylıkla kesebilirsiniz, kalın ve sert ağaçlar kesebilmeniz için, orijinal Alman zincir ve pala ile donatılmıştır. Üzerinde 3.25 rapidmicro zincir ve 45cm orijinal pala bulunmaktadır. Stil MSC 230 benzinli testereyi başkaları gibi kavak dallarında değil, karaçam ormanında test ediyoruz. Testeremiz güçlü motoru sayesinde en kaim dallan bile saniyeler içerisinde hiç zorlanmadan keser. Tüm dünyada profesyonellerin tercihi olan benzinli testere ergonomik yapısı sayesinde kullanıcısına rahat hareket etme olanağı sağlar. Stil MSC 230 motorlu testere en zor işleri bile başarabilmeniz için Alman mühendisler tarafından özel olarak tasarlanmıştır. Kolay çalıştırma özelliği sağlayan cilde kolu sayesinde kışın karlı havalarda bile testeremizi kolaylıkla çalıştırabiliriz. Çift eksoz çıkışı ile kendi kendine soğutma özelliğine sahiptir. Aşın yüklenme ve uzun çalışmalardan dolayı motorunuz yanmaz. Soğutma özelliği sayesinde motor gücünde düşme olmaz. Güvenlik freni sayesinde anında durdurulabilir, istenmeyen kazalara sebep vermeden güvenle çalışırsınız. Zincir kopmalarına ve zincir atmalarına karşı zincir koruyucu sayesinde kullanıcısının güvenliğini en üst seviyede tutar. Açılan hava filtre kapağı sayesinde hava filtresinin bakımını kolaylıkla yapabilirsiniz. Çift kaplamalı kılavuz tutucu, sağlam şasesi ve ergonomik tasarımıyla sizin tüm ihtiyaçlarınızı rahatlıkla karşılar Stil MSC 230 yeni nesil benzinli testere sadece televizyonda ve internetten satılmaktadır. Bu testereleri dükkan ve mağazalarda bu fiyata bulamazsınız. Şimdi sıkı durun birazdan hayretler içerisinde kalacaksınız. İşte güç, dayanıklılık ve performans testi. Stil MSC 230 yeni nesil benzinli testere kütüğe çakılan çivileri hiç zorlanmadan kolaylıkla kesiyor. Ne zinciri nede palası en ufak bir şekilde etkilenmiyor... Stil MSC 230 motorlu testerenin yanında, karıştırma ölçü bidonu, anahtar takımı, iş eldiveni, koruyucu gözlük, kullanım kılavuzu, garanti belgesi ve servis broşürünü bulabilirsiniz. Stil MSC 230 motorlu testere 2 yıl garantilidir ve Türkiye'nin her yerinde servis noktası mevcut. Tüm yedek parçalarını kolaylıkla temin edebilirsiniz. Ürünümüz özel kutusu içerisinde evinizin kapısına kadar gelir ve ödemesini teslim alırken yapabilirsiniz... Bu fırsattan yararlanmak için tek yapmanız gereken ekranda gördüğünüz telefon numaramızdan bize ulaşarak siparişlerinizi vermek. Hemen arayın fırsatı yakalayın..."*

şeklinde ifadelere yer verildiği, ayrıca ekranda, "NEWSTIL GERMANY Benzinli Motorlu Testere/ 3.25 Rapidmicro Zincir/ 45 cm Pala Boyu/ 45 cm Motor Hacmi/ 2 Yıl Garantili/ Yaygın Servis Ağı/ 40 Parça Lokma Takım Hediye/ 199 TL+Kargo/ Sipariş Hattı: 0212 700 15 23-+994 055 477 22 77-+359988773517" şeklinde yazılı ifadelerin yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemede Sadal Tarım Mak. Dış. Tic. A.Ş. isimli firmanın, motorlu testere ürünlerinde ve tanıtımlarında "STİL" markasının kullanılmaması konusunda İstanbul Bölge Adliye Mahkemesi 16. Hukuk Dairesinin 18.07.2017 tarih ve 2017/3388 Esas ve 2017/2504 Karar sayılı ilamı ile tedbir kararı aldırdığının anlaşıldığı, ancak buna rağmen "STİL" markasının kullanıldığının ve anılan Mahkeme kararına uyulmadığının anlaşıldığı, ayrıca reklamda Sadal Tarım Mak. Dış. Tic. A.Ş.'ye ait "STIHL" markalı ürün görüntülerinin kullanıldığı, böylelikle reklamda başka bir firmanın ürününün gösterilerek tüketiciye farklı bir ürün göndermek suretiyle tüketicinin yanıltıldığı, reklamlarda başka bir firmaya ait bulunan fikri ve sınai haklardan haksız yararlanıldığı,

Yukarıda yer alan tespitler ile ilgili olarak firmadan yazılı savunma istendiği ancak yanıt alınamadığı, iddia edilen hususların aksini kanıtlayacak bilgi ve belge sunulamadığı, bu nedenle söz konusu reklamların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna

Buna göre, mecra kuruluşu sıfatıyla **Alyanak Yayıncılık Tic. San. ve Paz. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **12.070,00 TL (Onikibinyetmiş Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**40)**

**Dosya No: 2017/4843**

**Şikayet Edilen Reklam:** Yurdum TV isimli televizyon kanalında yayınlanan “Akülü Motosiklet”

adlı ürüne ilişkin reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 22.09.2017

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** Yurdum TV logosuyla yayın yapan kanalda, 22.09.2017 tarihinde yayınlanan “Akülü Motosiklet” isimli ürün reklamında sunucu tarafından;

*"Türkiye'nin her yerinden ekran altındaki numarayı arayan ilk yüz izleyicimizi belirlemek üzere kampanyamızı başlattık... (Oyuncak mağazalarında 400 liraya 500 liraya satıldığı belirtilen akülü motosikletin özellikleri tanıtıldıktan sonra) gönül isterdi bütün çocuklara verelim ama maalesef yüz kişilik bir kontenjanımız olacak, yani biraz hızlı olmanız, parmaklarınızı hızlı çalıştırmanız ve ekran altındaki numarayı bir an önce aramanız gerekiyor"*

*"Evet, süremiz hızlı bir şekilde ilerliyor arkadaşlar. Ekran altındaki numarayı görüyorsunuz, bu numarayı arayacaksınız. Türkiye'nin neresinde olduğunuz önemli değil. Özel bir kuryeyle kapınıza, adresinize ulaştıracağız. Çocuklarımızı hayalleriyle buluşturacağız. Haydi Türkiye bu fırsat kaçmaz! Çocuklarımızın gözü mağaza vitrinlerinde kalmayacak. Ya da sizler bütçenizi zorladığı için alamadığınızdan dolayı çocuğunuza karşı mahcup olmayacaksınız. 400 lira 500 lira belki bütçenizi yorabilir ama bu kampanyada biraz hızlı olur da parmaklarınızı çalıştırırsanız ekran altında numaramızı görüyorsunuz, bu numarayı arıyorsunuz, hattı düşürmeyi başarırsanız zaten siz bu kampanyadan faydalanmış olacaksınız..."*

*"Haydi Türkiye süremiz giderek daralıyor: Son yedi kişi! Yedi kişilik bir kotamız kaldı. Şu ana kadar doksan üç izleyicimizi bu muhteşem kampanyayla bu güzel akülü motosikletle buluşturduk. Doksan üç çocuğumuzu hayalleriyle buluşturduk son yedi kişilik kontenjanımız kaldı. Biraz daha acele etmeniz gerekiyor..."* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yayında başlangıç ve bitiş süresi belli olmayan bir kampanyada tanıtımı yapılan ürünün hızla tükendiği ve hatta son yedi adet kaldığı ifade edilerek izleyicilerin hızla alışveriş yapmaya yönlendirildiği, ancak yayıncı kuruluşun bu tanıtımın aynısını ertesi gün de yaptığının tespit edildiği, böylelikle tüketicinin ani bir karar vermesini sağlamak ve bilinçli bir tercih yapması için gerekli fırsat veya zamandan mahrum bırakmak amacıyla, gerçeğe aykırı olarak reklamı yapılan ürünün sadece çok kısıtlı bir süre içerisinde ve sınırlı sayıda sunulabileceği belirtilmek suretiyle tüketicilerin yanıltıldığı ve haksız ticari uygulamada bulunulduğu, yine reklamı yapılan ürünü normal piyasa şartlarından daha elverişsiz koşullarda almaya ikna etmek amacıyla, anılan ürünün piyasa koşulları veya piyasada bulunma olasılığı hakkında tüketicilerin yanlış bilgilendirildiği,

Reklamda ürün fiyatı belirtilirken 649 TL ibaresinin üstünün çizildiği ve 649 TL yerine 169,90 TL ibaresine yer verildiği, dolayısıyla ürün fiyatında indirim yapıldığının belirtildiği, bu nedenle ürünün daha önce 649 TL'den satışa sunulduğunun ispatlanması gerektiği, ayrıca markası dahi anılmayan akülü motosiklet ürünün piyasa fiyatının reklamda belirtildiği üzere 500-600 TL ya da ekranda görüldüğü gibi 649 TL olmadığı, bu hususun da tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu, diğer taraftan söz konusu ürün satışının indirimli satış olduğu dikkate alındığında mevzuat gereği belirtilmesi gereken indirimli satışın başlangıç ve bitiş tarihlerinin belirtilmediği, ayrıca reklam altyazısında küçük harf düzeni kullanılması gerekirken büyük harf düzeninin kullanıldığı,

Yukarıda yer alan tespitler ile ilgili olarak firmadan yazılı savunma istendiği ancak yanıt alınamadığı, iddia edilen hususların aksini kanıtlayacak bilgi ve belge sunulamadığı, bu nedenle söz konusu reklamların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7/1-2-3-4 7/5/a, 9/1, 14/1-2-3-4, 28/1-2-4, Ek-A/7-14 maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna

Buna göre, mecra kuruluşu sıfatıyla **Yurdum Anadolu Televizyon Yayıncılık A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **12.070,00 TL (Onikibinyetmiş Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**TURİZM**

**41)**

**Dosya No: 2018/2671**

**Şikayet Edilen: Deluxecaprice Turizm Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** ***“Caprice Deluxe Wellness & Spa”*** isimli tesise ilişkin olarak ***“Yeni Akit”*** logosuyla yayın yapan gazetede yayınlanan ***“15 Temmuz Demokrasi Zaferi Şerefine Caprice’ten Sadece 3 Yıl Tatil Alana 15 YIL TATİL HEDİYE”*** ibareli reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 12.07.2018

**Yayınlandığı Mecra:** Gazete

**Tespitler:** Deluxecaprice Turizm Ltd. Şti. tarafından *“Caprice Deluxe Wellness & Spa”* isimli tesise ilişkin olarak *“Yeni Akit”* logosuyla yayın yapan gazetenin 12.07.2018 tarihli nüshasında yayınlanan reklamlarda, *“15 Temmuz Demokrasi Zaferi Şerefine Caprice’ten Sadece 3 Yıl Tatil Alana 15 YIL TATİL HEDİYE”* şeklinde ifadelere yer verildiği; diğer taraftan, söz konusu firmadan, *“(…) Caprice’ten Sadece 3 Yıl Tatil Alana 15 YIL TATİL HEDİYE”* ifadeleriyle tanıtımı yapılan kampanyadan kaç tüketicinin faydalandığı bilgisi ile tüketicilerin söz konusu kampanyadan faydalandıklarını ispatlayacak nitelikte bilgi ve belgeler istenmiş olmasına karşın, söz konusu iddianın doğruluğunu kanıtlayacak nitelikte herhangi bir bilgi ya da belgenin gönderilmediği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Deluxecaprice Turizm Ltd. Şti. tarafından *“Caprice Deluxe Wellness & Spa”* isimli tesise ilişkin olarak *“Yeni Akit”* logosuyla yayın yapan gazetenin 12.07.2018 tarihli nüshasında yayınlanan reklamlarda, *“15 Temmuz Demokrasi Zaferi Şerefine Caprice’ten Sadece 3 Yıl Tatil Alana 15 YIL TATİL HEDİYE”* şeklindetüketicilerin milli duygularını istismar edici nitelikte ifadelere yer verilmek suretiyle ticari fayda elde edilmeye çalışıldığı, ayrıca yüzlerce insanın hayatını kaybettiği, binlerce insanın ise yaralandığı 15 Temmuz başarısız darbe girişimi ile herhangi bir ticari faaliyetin bir arada anılmasının şehit yakını, gazi ve gazi yakınları üzerinde travmatik etki yaratıcı mahiyette olduğu;

Diğer taraftan, inceleme konusu reklamlarda yer alan iddianın doğruluğunun tespiti açısından söz konusu firmadan, *“(…) Caprice’ten Sadece 3 Yıl Tatil Alana 15 YIL TATİL HEDİYE”* ifadeleriyle tanıtımı yapılan kampanyadan kaç tüketicinin faydalandığı bilgisi ile tüketicilerin söz konusu kampanyadan faydalandıklarını ispatlayacak nitelikte bilgi ve belgeler istenmiş olmasına karşın, söz konusu iddianın doğruluğunu kanıtlayacak nitelikte herhangi bir bilgi ya da belgenin gönderilmediği, dolayısıyla söz konusu reklamda yer alan ifadelerin gerçeği yansıtmadığı, tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu, tüm bu durumların da;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/1, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5, 9/1, 9/5, 28, 29, 31 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Deluxecaprice Turizm Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12-13 üncü maddeleri uyarınca **138.172.TL (Yüzotuzsekizbinyüzyetmişiki Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**42)**

**Dosya No: 2018/7512**

**Şikayet Edilen: Asmalı Bahçe Pansiyon**

**Şikayet Edilen Reklam:** ***“****Asmalı Bahçe Pansiyon”* isimli tesise ilişkin olarak https://tr.hotels.com, www.tripadvisor.com.tr ve www.trivago.com.tr adresli internet sitelerinde yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 10.11.2019

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan Butik Otel Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi bulunmayan *“Asmalı Bahçe Pansiyon”* isimli tesise ilişkin olarak https://tr.hotels.com, www.tripadvisor.com.tr ve www.trivago.com.tr adresli internet sitelerinde yayınlanan reklamlarda *“Asmalı Bahçe Butik Otel”* ibarelerine yer verilmek suretiyle *“Butik Otel”* şeklinde tanıtım yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan Butik Otel Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi bulunmayan *“Asmalı Bahçe Pansiyon”* isimli tesise ilişkin olarak https://tr.hotels.com, www.tripadvisor.com.tr ve www.trivago.com.tr adresli internet sitelerinde yayınlanan reklamlarda *“Asmalı Bahçe Butik Otel”* ibarelerine yer verilmek suretiyle *“Butik Otel”* şeklinde tanıtım yapılmasının tüketiciyi aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu, bu durumun da;

- Turizmi Teşvik Kanunu’nun 5/a maddesi,

- Turizm Tesislerinin Niteliklerine İlişkin Yönetmeliğin 16 ncı maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**43)**

**Dosya No: 2018/7517**

**Şikayet Edilen: Corner Otel**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Corner Otel”*isimli tesise ilişkin olarak https://tr-tr.facebook.com, www.otelpuan.com, www.odamax.com, www.etstur.com ve http://sarimsakliotelleri.balnet.net adresli internet sitelerinde yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 31.12.2018

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan Butik Otel Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi bulunmayan *“Corner Otel”* isimli tesise ilişkin olarak https://tr-tr.facebook.com, www.otelpuan.com, www.odamax.com, www.etstur.com ve http://sarimsakliotelleri.balnet.net adresli internet sitelerinin 31.12.2018 tarihli görünümlerinde yayınlanan reklamlarda *“Corner Butik Otel”* ibaresine yer verilmek suretiyle *“Butik Otel”* şeklinde tanıtım yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan Butik Otel Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi bulunmayan *“Corner Otel”* isimli tesise ilişkin olarak https://tr-tr.facebook.com, www.otelpuan.com, www.odamax.com, www.etstur.com ve http://sarimsakliotelleri.balnet.net adresli internet sitelerinin 31.12.2018 tarihli görünümlerinde yayınlanan reklamlarda *“Corner Butik Otel”* ibaresine yer verilmek suretiyle *“Butik Otel”* şeklinde tanıtım yapılmasının tüketiciyi aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu, bu durumun da;

- Turizmi Teşvik Kanunu’nun 5/a maddesi,

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**44)**

**Dosya No: 2019/343**

**Şikayet Edilen: Kadir Can DÜNDAR**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Uşak Esila Hotel”* isimli tesise ilişkin olarak, www.airbnb.com.tr ve www.otelz.com adresli internet sitelerinde yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 21.11.2019

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Kadir Can DÜNDAR’a ait olup, Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan Butik Otel Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi bulunmayan *“Uşak Esila Hotel”* isimli tesise ilişkin olarak www.airbnb.com.tr ve www.otelz.com adresli internet sitelerinin 21.11.2019 tarihli görünümlerinde yayınlanan reklamlarda *“Hotel Esila olarak Uşak Merkezinde Butik otel arayanlar için ideal bir konaklama imkânı sunuyoruz.”* ifadelerine yer verilmek suretiyle *“Butik Otel”* şeklinde tanıtım yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Kadir Can DÜNDAR’a ait olup, Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan Butik Otel Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi bulunmayan *“Uşak Esila Hotel”* isimli tesise ilişkin olarak www.airbnb.com.tr ve www.otelz.com adresli internet sitelerinin 21.11.2019 tarihli görünümlerinde yayınlanan reklamlarda *“Hotel Esila olarak Uşak Merkezinde Butik otel**arayanlar**için ideal bir konaklama imkânı sunuyoruz.”* ifadelerine yer verilmek suretiyle *“Butik Otel”* şeklinde tanıtım yapılmasının tüketiciyi aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu, bu durumun da;

- Turizmi Teşvik Kanunu’nun 5/a maddesi,

- Turizm Tesislerinin Niteliklerine İlişkin Yönetmeliğin 16 ncı maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**45)**

**Dosya No: 2019/1744**

**Şikayet Edilen: Koşar İnş. Tur. Teks. San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Lavin Otel”* isimli tesise ilişkin olarak, www.trivago.com.tr ve https://lavin-otel-denizli.bookeder.com adresli internet sitelerinde yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 26.02.2019, 25.11.2019

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Koşar İnş. Tur. Teks. San. ve Tic. Ltd. Şti.’ye ait olup, Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından *“3 Yıldızlı Otel Turizm İşletmesi Belgesi”* ile belgelendirilmiş *“Lavin Otel”* isimli turizm işletmesine ilişkin olarakwww.trivago.com.tr adresli internet sitesinin 26.02.2019 tarihli görünümünde yayınlanan reklamlar ile https://lavin-otel-denizli.bookeder.com adresli internet sitesinin 25.11.2019 tarihli görünümünde yayınlanan reklamlarda *“4 Yıldızlı Otel”* şeklinde tanıtım yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Koşar İnş. Tur. Teks. San. ve Tic. Ltd. Şti.’ye ait olup, Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından *“3 Yıldızlı Otel Turizm İşletmesi Belgesi”* ile belgelendirilmiş *“Lavin Otel”*isimli turizm işletmesine ilişkin olarakwww.trivago.com.tr adresli internet sitesinin 26.02.2019 tarihli görünümünde yayınlanan reklamlar ile https://lavin-otel-denizli.bookeder.com adresli internet sitesinin 25.11.2019 tarihli görünümünde yayınlanan reklamlarda *“4 Yıldızlı Otel”* şeklinde tanıtım yapılmasınıntüketiciyi aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu, bu durumun da;

- Turizmi Teşvik Kanunu’nun 5/a maddesi,

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Koşar İnş. Tur. Teks. San. ve Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **85.480.TL (Seksenbeşbindörtyüzseksen Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**46)**

**Dosya No: 2019/1749**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** www.flypgs.com adresli internet sitesinde yayınlanan *“Uçuran Cuma ile Yurt Dışı %50 İndirimli!”* başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Pegasus Hava Taşımacılığı A.Ş.’ye ait www.flypgs.com adresli internet sitesinde yayınlanan *“Uçuran Cuma ile Yurt Dışı %50 İndirimli!”* başlıklı reklamlarda, *“Yurt dışına indirimli uçmak istiyorsan Uçuran Cuma’yı kaçırma! 24 Kasım'a kadar tüm yurt dışı uçak biletleri, vergiler hariç taşıma ücreti üzerinden %50 indirimli! Hadi o zaman, biletini hemen al, 16 Ocak - 23 Mart 2019 tarihleri arasında yurt dışında dilediğin yere %50 indirimli uç.”* , *“Kampanyanın Geçerli Olduğu Hatlar: Kıbrıs hariç tüm yurt dışı uçuşlarında geçerlidir.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Pegasus Hava Taşımacılığı A.Ş.’ye ait www.flypgs.com adresli internet sitesinde *“Uçuran Cuma ile Yurt Dışı %50 İndirimli!”, “Kıbrıs hariç tüm yurt dışı uçuşlarında geçerlidir.”* ifadeleriyle tanıtımı yapılan kampanyaya ilişkin tüketici şikâyetleri ve firma tarafından gönderilen bilgi ve belgeler doğrultusunda yapılan inceleme ve değerlendirmeler neticesinde; söz konusu firmanın dinamik fiyatlama politikasına göre her bir Tarifeli Uçuş için belirli koltuk sayısı üzerinden farklı Baz Ücret sınıfları belirlendiği, envanter ve ücret yönetiminin Tarifeli Uçuşa kalan süre, talep ve rekabet şartlarına göre bu uygulamaya özel yazılımlara tanımlanan kural setleri ve analizler doğrultusunda gerçekleştirildiği, dolayısıyla Baz Ücretin ve buna bağlı olarak Taşıma Ücretinin farklı zamanlarda, değişen şartlara göre farklı şekilde oluştuğu, başvuru sahibi tüketicinin bilet fiyatlarını ilk görüntülediği 22.11.2018 tarihinde, saat 21:22'de en düşük ücret sınıfı olan "G" sınıfındaki biletlerin satışta olduğu, kampanya başladıktan 24 dakika sonra, 00:24'de yapılan kontrol esnasında ise yoğun talebin bir sonucu olarak "G" ücret sınıfındaki biletlerin satın alındığı veya opsiyonlandığı, dolayısıyla şikayetçi tarafından kontrol edilen biletlerin "G" ücret sınıfından daha yüksek fiyatlı "U" ücret sınıfındaki biletlerden olduğu, dolayısıyla fiyatlardaki artışın ücret sınıfına bağlı dinamik fiyatlandırma kaynaklı olduğu; diğer taraftan sistemsel bir hata nedeniyle kampanya başlangıcında Kıbrıs hattı uçuşlarının kampanya sisteminde tanımlandığı, hatanın tespit edilmesi üzerine kampanya tanımının kaldırıldığı, ancak bu süre zarfında Kıbrıs bileti almış bulunan 352 yolcunun bu hatadan dolayı mağdur olmamaları için kampanyadan yararlandırıldığı anlaşılmış olup, inceleme konusu reklamlarda tüketiciyi aldatıcı ve tüketici mağduriyetine yol açıcı herhangi bir unsura yer verilmediği ve toplam 47.348 tüketicinin kampanya kapsamında vaat edilen indirimden faydalandığı tespit edildiğinden, inceleme konusu reklamların 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**47)**

**Dosya No: 2019/8925**

**Şikayet Edilen: Mehmet Bulut Turizm Sey. Taş. Soğuk Hava Deposu Gıda Oto. Pet. San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Bulut Hotel”*isimli tesise ilişkin olarak www.trivago.com.tr, www.tripadvisor.com.tr, http://bulut-hotel.denizli.hotels-tr.net/tr/, https://bookeder.com, www.agoda.com ve www.google.com adresli internet sitelerinde yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 26.02.2019, 25.11.2019

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Mehmet Bulut Turizm Sey. Taş. Soğuk Hava Deposu Gıda Oto. Pet. San. ve Tic. Ltd. Şti.’ye ait olup, Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi bulunmayan *“Bulut Hotel”* isimli tesise ilişkin olarakwww.trivago.com.tr adresli internet sitesinin 26.02.2019 tarihli görünümünde yayınlanan reklamlar ile www.tripadvisor.com.tr, http://bulut-hotel.denizli.hotels-tr.net/tr/, https://bookeder.com, www.agoda.com ve www.google.com adresli internet sitelerinin 25.11.2019 tarihli görünümlerinde yayınlanan reklamlarda *“3 Yıldızlı Otel”*şeklinde tanıtım yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Mehmet Bulut Turizm Sey. Taş. Soğuk Hava Deposu Gıda Oto. Pet. San. ve Tic. Ltd. Şti.’ye ait olup, Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi bulunmayan *“Bulut Hotel”* isimli tesise ilişkin olarakwww.trivago.com.tr adresli internet sitesinin 26.02.2019 tarihli görünümünde yayınlanan reklamlar ile www.tripadvisor.com.tr, http://bulut-hotel.denizli.hotels-tr.net/tr/, https://bookeder.com, www.agoda.com ve www.google.com adresli internet sitelerinin 25.11.2019 tarihli görünümlerinde yayınlanan reklamlarda *“3 Yıldızlı Otel”* şeklinde tanıtım yapılmasınıntüketiciyi aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu, bu durumun da;

- Turizmi Teşvik Kanunu’nun 5/a maddesi,

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Mehmet Bulut Turizm Sey. Taş. Soğuk Hava Deposu Gıda Oto. Pet. San. ve Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **85.480.TL (Seksenbeşbindörtyüzseksen Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**48)**

**Dosya No: 2019/8927**

**Şikayet Edilen: Lider Muştur Turizm İnş. ve Uluslararası Taş. Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Söz konusu firmaya ait taşımacılık hizmetine ilişkin olarak gerçekleştirilen ticari uygulamalar

**Reklam Yayın / Ticari Uygulama Tarihi:** 2018

**Yayınlandığı Mecra:** -

**Tespitler:** Bakanlığımıza yapılan bir başvuruya ilişkin olarak; başvuru sahibi tüketici tarafından Lider Muştur Turizm İnş. ve Uluslararası Taş. Tic. Ltd. Şti.’ye ait 18 Ocak 2019 tarihli Bulanık**-**Malatya seferi için 4Q200CI Pnr Kodu ile rezervasyon yapıldığı ve rezervasyon bilgileri kısmında opsiyon tarihinin 31 Aralık 2018 olarak belirtildiği hususları tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Bakanlığımıza yapılan bir başvuruya ilişkin olarak; başvuru sahibi tüketici tarafından Lider Muştur Turizm İnş. ve Uluslararası Taş. Tic. Ltd. Şti.’ye ait 18 Ocak 2019 tarihli Bulanık**-**Malatya seferi için 12 Aralık tarihinde internet üzerinden 4Q200CI Pnr Kodu ile rezervasyon yapıldığı, ancak rezervasyon bilgileri kısmında opsiyon tarihi 31 Aralık olarak belirtilmesine karşın, ertesi gün Lider Muş Tur satış danışmanı tarafından tüketicinin arandığı ve kendisine biletinin satıldığı bilgisinin verildiği, dolayısıyla internet üzerinden gerçekleştirilen rezervasyon işlemi esnasında rezervasyon opsiyon tarihine ilişkin olarak gerçeği yansıtmayan bilgilere yer verilmek suretiyle tüketicinin yanıltıldığı ve söz konusu firma tarafından haksız ticari uygulamada bulunularak tüketici mağduriyetine sebebiyet verildiği, tüm bu durumların da;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/1, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5, 9/1, 9/5, 28, 29, 30, 31 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Lider Muştur Turizm İnş. ve Uluslararası Taş. Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12-13 üncü maddeleri uyarınca **anılan ticari uygulamaları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**49)**

**Dosya No: 2019/9928**

**Şikayet Edilen: Deluxecaprice Turizm Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Caprice Thermal Palace Otel”* isimli tesise ilişkin olarak http://capricewellnessandspa.com ve www.caprice.com.tr adresli internet sitelerinde yayınlanan reklamlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 20.12.2019

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Deluxecaprice Turizm Ltd. Şti.’ye ait olup, Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan *“4 Yıldızlı Otel Turizm İşletmesi Belgesi”* bulunan *“Caprice Thermal Palace Otel”* isimli tesisin, http://capricewellnessandspa.com ve www.caprice.com.tr adresli internet sitelerinin 20.12.2019 tarihli görünümlerinde yayınlanan reklamlarda *“Caprice Deluxe Wellness & Spa”* adı altında tanıtımının yapıldığı; bununla birlikte inceleme konusu http://capricewellnessandspa.com adresli internet sitesinde, tesiste bulunan odalara ilişkin gerçeği yansıtmayan proje 3D resimlerine yer verildiği ve söz konusu oda görsellerinin mevcut durumu yansıtmadığı, adı geçen internet sitesinde yer alan fotoğraf ve proje resimlerinden tesiste bulunan odaların tümünün büyük ve standartlara uygun olduğu hususunun algılandığı, ancak gerçekte tesisin büyük bir bölümünün standart dışı ve küçük odalardan oluştuğu hususları tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Deluxecaprice Turizm Ltd. Şti.’ye ait olup, Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan *“4 Yıldızlı Otel Turizm İşletmesi Belgesi”* bulunan *“Caprice Thermal Palace Otel”* isimli tesisin, http://capricewellnessandspa.com ve www.caprice.com.tr adresli internet sitelerinin 20.12.2019 tarihli görünümlerinde yayınlanan reklamlarda *“Caprice Deluxe Wellness & Spa”* adı altında tanıtımının yapıldığı, ancak Kültür ve Turizm Bakanlığı uygulamaları gereğince tüketicilerin yanıltılmaması amacıyla yalnızca 5 yıldızlı otellere ilişkin tanıtımlarda *“Deluxe”* ibaresinin kullanımına izin verildiği, dolayısıyla *“Caprice Thermal Palace Otel”* isimli tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığından *“5 Yıldızlı Otel Turizm İşletmesi Belgesi”* bulunmamasına karşın söz konusu internet sitelerinde *“Deluxe”* ibaresiyle tanıtımının yapılmasının tüketiciyi yanıltıcı olarak değerlendirildiği; bununla birlikte inceleme konusu http://capricewellnessandspa.com adresli internet sitesinde, tesiste bulunan odalara ilişkin gerçeği yansıtmayan proje 3D resimlerine yer verildiği ve söz konusu oda görsellerinin mevcut durumu yansıtmadığı, adı geçen internet sitesinde yer alan fotoğraf ve proje resimlerinden tesiste bulunan odaların tümünün büyük ve standartlara uygun olduğu hususunun algılandığı, ancak gerçekte tesisin büyük bir bölümünün standart dışı ve küçük odalardan oluştuğu, sonuç olarak söz konusu internet sitesinde yer alan ifade ve görsellerin gerçeği yansıtmadığı, tüketiciyi aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu, tüm bu durumların da;

- Turizmi Teşvik Kanunu’nun 5/a maddesi,

- Turizm Tesislerinin Niteliklerine İlişkin Yönetmeliğin 16 ncı maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**DİĞER**

**50)**

**Dosya No: 2019/2748**

**Şikayet Edilen: İsmet ALKAYA**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Platin AVM”* isimli işletmenin dış cephesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Yayınlandığı Mecra:** Dış cephe reklamları

**Tespitler:** İsmet ALKAYA’ya ait *“Platin AVM”* isimli işletmenin dış cephe tanıtımlarında yer alan *“Kapatiyoruz”*, *“Herşeyde Etiketin Yarisi”, “Büyük İndirim”* ibareli reklamlarda, söz konusu indirimli satışın başlangıç ve bitiş tarihleri ile indirimli olarak satışa sunulan ürünlerin miktarına ilişkin bilgilere yer verilmediği; diğer taraftan, inceleme konusu reklamlarda yer alan iddiaların doğruluğunun tespiti açısından firmadan, söz konusu kampanya kapsamında hangi tarihler arasında kaç adet ürün satışının gerçekleştirildiği ve firma tarafından satışı yapılan ürünlerin etiket fiyatının yarısından satıldığını kanıtlayan fiş ve fatura örnekleri ile işletmenin kapanışına ilişkin olarak İl Müdürlüğüne yapılan bildirime ilişkin belgeler istenmiş olup, firma tarafından gönderilen bilgi ve belgelerin incelenmesi sonucunda, söz konusu tanıtımlarda yer alan iddiaların doğruluğunu ispatlayacak nitelikte yeterli bilgi ve belgenin tarafımıza gönderilmediği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İsmet ALKAYA’ya ait *“Platin AVM”* isimli işletmenin dış cephe tanıtımlarında yer alan *“Kapatiyoruz”*, *“Herşeyde Etiketin Yarisi”, “Büyük İndirim”* ibareli reklamlarda, söz konusu indirimli satışın başlangıç ve bitiş tarihleri ile indirimli olarak satışa sunulan ürünlerin miktarına ilişkin bilgilere yer verilmediği, bu durumun da Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin *“İndirimli satış reklamları”* başlıklı 14 üncü maddesinde yer alan; *“Bir mal veya hizmete ilişkin indirim yapıldığını gösteren yazılı, sesli veya görsel herhangi bir ibarenin yer aldığı reklamlarda; indirimli satışın başlangıç ve bitiş tarihleri ile indirimli olarak satışa sunulan mal veya hizmetin miktarı sınırlı ise bu miktarın açık ve anlaşılır bir biçimde belirtilmesi zorunludur.”* hükmüne aykırılık teşkil ettiği;

Diğer taraftan, inceleme konusu reklamlarda yer alan *“Kapatiyoruz”*, *“Herşeyde Etiketin Yarisi”, “Büyük İndirim”* şeklindeki iddiaların doğruluğunun tespiti açısından anılan firmadan, söz konusu kampanya kapsamında hangi tarihler arasında kaç adet ürün satışının gerçekleştirildiği ve firma tarafından satışı yapılan ürünlerin etiket fiyatının yarısından satıldığını kanıtlayan fiş ve fatura örnekleri ile işletmenin kapanışına ilişkin olarak İl Müdürlüğüne yapılan bildirime ilişkin belgeler istenmiş olup, firma tarafından gönderilen bilgi ve belgelerin incelenmesi sonucunda, söz konusu tanıtımlarda yer alan iddiaların doğruluğunu ispatlayacak nitelikte yeterli bilgi ve belgenin tarafımıza gönderilmediği anlaşıldığından, anılan reklamda yer alan ifadelerin gerçeği yansıtmadığı ve tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu, tüm bu durumların da;

- Perakende Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanunun 9 uncu maddesi,

- Perakende Ticarette Uygulanacak İlke ve Kurallar Hakkında Yönetmeliğin 7 nci maddesi,

- Fiyat Etiketi Yönetmeliği’nin 11 inci maddesi,

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**51)**

**Dosya No: 2019/8736**

**Şikâyet Edilen: Zerens Universe (Ozan ZEREN)**

**Şikâyet Edilen Reklâm:** D&R, Nezih, n11.com, hepsiburada.com, idefix.com amazon.com, zerens.com gibi muhtelif internet siteleri ve mağazalarda satışa sunulan KENA STORY isimli oyun içeriği.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019-2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet ve Mağaza

**Tespitler:** https://zerens.com/index.html adresli internet sitesinde; *"Filmleri, kitapları, dizileri, fantastik diyarları veya bilim kurgu serilerini seviyor musun? Senin de bizler gibi, keşke böyle hikayeleri yazma fırsatım olsa diye düşündüğün veya bu senaryoyu ben yazsaydım on kat daha iyi olurdu dediğin oluyor mu? Bazen uçuk kaçık hayallere dalıp kendini bir ayna karşısında konuşurken buluyorsan, bazen de işlerini yaparken birilerinin taklidini yaparak vakit geçiriyorsan seni de tıpkı diğerleri gibi şöyle alalım; Arkadaşlarınızı ve ailenizi toplayın, kamp ateşinizi yakın ve etrafında çember oluşturun. Şimdi hikaye anlatma zamanı! Sevdiklerinizle birlikte hayal gücünüzün sınırlarını zorlayacak ve ortaya kamp hikayeleri tadında çok eğlenceli hikayeler çıkaracaksınız. Maceraya Hazır Olun! KENA Story, 2-6 oyuncuyla oynanabilen, temelde hikaye anlatma üzerine kurulmuş çok farklı ve eğlenceli bir kutu oyunudur. Oyuncular hikaye kartları çekerek önceden belirledikleri hayali karakterin hikayesini anlatırlar. Her bir oyuncu sırası geldiğinde bir önceki oyuncunun kaldığı noktadan hikayeye devam eder. Yaklaşık 200 farklı hikaye kartının kombinasyonuyla kendini tekrar etmeyen eşsiz bir maceranın kapısını aralayacaksınız. Karakterinizi Oluşturun! Tüm oyuncuların ortaklaşa karar verdiği bir karakter yaratın. Bu karaktere bir isim ve bir meslek verin. Yaşadığı ülkeyi ve şehri de belirledikten sonra karakteriniz tamamlanmış olur. Ana karakteriniz hazır olduğunda hikayesini anlatmaya başlayabilirsiniz. Kartlarınızı Düşünerek Kullanın! Sırası gelen oyuncu desteden çektiği hikaye kartlarını, süresi içerisinde en uygun şekilde anlatımına dahil etmelidir. Bu kartlar hikayenin ana hatlarını oluştururken oyuncuları daha çok düşünmeye yöneltir. Unutmayın, hikayeye uygun şekilde yerleştirilmeyen tüm kartların mutlaka bir cezası vardır. Karakter Kartlarını Oynayarak Rakiplerinizi Zorlayın...Karakter kartlarıyla rakiplerinizin anlatım şekillerinizi belirleyin. Bir oyuncuya karakter kartı oynandığında oynanan kartın üzerinde yazana göre hikayesini anlatmalıdır. Örneğin: karakter kartı oyuncunun botokslu gibi anlatmasını istiyorsa oyuncu hikayesini botokslu taklidi yaparak anlatmalıdır. Şayet buna itiraz ederse büyük bir ceza puanı alacaktır. Bir başka karakter kartı oyuncunun dikkatini dağıtacak bir şeyler yapılmasını istiyorsa oyuncu katiyen gülmemelidir. Aksi halde her bir gülücük için ceza puanı alacaktır. Konuyu Önceden Belirleyin ve Hikayenin Sonunu Buna Bağlayın. Oyunun başında oyuncular dilerse bir konu kartı çekip hikaye anlatımını bu konuya göre yapabilirler. Ancak oyunun sonunda hikaye, başlangıçta belirlenen konuyu sonuçlandırmalıdır. Ne Kadar Kart O Kadar Puan, Oyunu kazanmak için hızlı düşünüp çabuk karar vermelisiniz. Fazladan çektiğiniz ve başarıyla anlattığınız her kart için ekstra puan kazanacaksınız. Ne kadar az hata yaparsanız o kadar fazla puanınız olur. Son turda en çok puana sahip olan oyuncu ise oyunu kazanır. Ancak oyunu ille de ben kazanacağım diye hırs yapmanıza gerek yok. Önemli olan ortaya çıkacak eğlenceli hikayelerin keyfine varmak. Oyunu kaybetseniz bile masadan mutlu kalkacağınıza ve bir sonraki oyunun planlarını yapacağınıza eminiz..."* şeklinde ifadelere,

Kutusu üzerinde 8 yaş ve üzeri çocukların satın alabileceğinin belirtildiği "KENA STORY" isimli oyunun içeriğinde yer alan oyun kartlarının kırmızı noktalı olanlarında; *"Hikayeye uyuşturucu ile ilgili bir şey ekle, intiharla ilgili bir şey ekle, intikam ile ilgili bir şey ekle, alkolle ilgili bir şey ekle, bombayla ilgili bir şey ekle, dolandırıcılıkla ilgili bir şey ekle, yakınlaşmayla ilgili bir şey ekle, korkunç bir olay ekle, tarikatla ilgili bir şey ekle,, hacklemekle ilgili bir şey ekle, ihanet ekle, ana karakter çatışmaya girsin, sigarayla ilgili bir şey ekle, kaçırılmayla ilgili bir şey ekle, bar kavgası ekle, kötü polis ekle, ana karaktere sahte bir şey yaptır, hikayeye çıkar ilişkisi ekle, kötü alışkanlık ekle, ayinle ilgili bir şey ekle, mafya ekle, soygun ekle, cinayet ekle, tacizle ilgili bir şey ekle, yalanla ilgili bir şey ekle, savaş ekle, kumarla ilgili bir şey ekle, bağımlılıkla ilgili bir şey ekle, işkenceyle ilgili bir şey ekle, çeteyle ilgili bir şey ekle, ana karakter silah kuşansın, karakter karanlık büyüye maruz kalsın, hikayeye lanetli bir obje ekle, oyuncu hikayeyi karşı cins taklidi yaparak anlatsın, oyuncu hikayeyi sarhoş taklidi yaparak anlatsın..."* şeklinde ifadelere,

Kırmızı nokta içermeyen bazı kartlarda da*; "hikayeye romantizm ile ilgili bir şey ekle, falla ilgili bir şey ekle, aldatmayla ilgili bir şey ekle, şizofreniyle ilgili bir şey ekle, bela sanatçı ekle, hırs ekle, ana karakter takıntı yapsın, çaresizlikle ilgili bir şey ekle, ana karakter borcundan dolayı başına bela alsın, hikayeye yaralanma ekle, ana karakter rezil olsun, hikayeye isyanla ilgili bir şey ekle, anlatıcı hikayeyi tikky gibi anlatsın, oyuncu hikayeyi botokslu gibi anlatsın, ana karakter amansız bir hastalığa yakalanır, ana karakterin çocuğu suçlular tarafından kaçırılır, karakterin bir yakını cinayete kurban gitmiştir..."* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, yukarıda bahsi geçen ifadelerle özellikle çocukların; fiziksel, zihinsel, ahlaki, psikolojik ve toplumsal gelişim özelliklerini etkilediği bilinen OYUN fiilin olumsuz bir biçimlendirmeyle sunulmasının ticari kaygı güden firma tarafından gerçekleştirilen HAKSIZ BİR TİCARİ UYGULAMA olarak değerlendirildiği,

Oyun kitapçığında; kırmızı noktalı kartların 8-12 yaş arası çocuklar tarafından oynanmaması gerektiği uyarısının yapıldığı ve dolayısıyla sorumluluğun tüketicilere ait olduğu ifade edilse de, KIRMIZI NOKTA İÇERMEYEN BAZI KARTLARDA DA; *"hikayeye romantizm ile ilgili bir şey ekle, falla ilgili bir şey ekle, aldatmayla ilgili bir şey ekle, şizofreniyle ilgili bir şey ekle, bela sanatçı ekle, hırs ekle…anlatıcı hikayeyi tikky gibi anlatsın, oyuncu hikayeyi botokslu gibi anlatsın…karakterin bir yakını cinayete kurban gitmiştir..."* şeklinde çocuklar için uygunsuz olduğu değerlendirilen eylemleri gerçekleştirmek için 8 yaşındaki çocukların dahi oyun kurabileceği,

Yukarıda bahsi geçen tüm bu durumların çocukların yaş grubunun özellikleri dikkate alındığında, Kena Story isimli oyunun çocukların taklit edebilecekleri şiddet unsurları içerdiği

ve çocukların kültürel, ahlaki ve olumlu sosyal davranışlarını bozmaya, değiştirmeye veya kötülemeye yönelik unsurlar barındırdığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna

Buna göre, reklâm veren **Zerens Universe (Ozan ZEREN)** unvanlı firma hakkında, söz konusu tanıtımlar ve ticari uygulamalar ile ilgili olarak, 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** verilmesinekarar verilmiştir.

**52)**

**Dosya No: 2020/191**

İncelemeye alınan, **Şikayetvar Bilişim A.Ş** tarafından <https://www.sikayetvar.com/> adresli internet sitesinde yapılan uygulamalar hakkındaki **2020/191** no’lu dosya ile ilgili görüşme ve değerlendirmelerin **ertelenmesine** karar verilmiştir.

**53)**

**Dosya No: 2020/192**

**Şikayet Edilen: Letgo Mobil İnternet Servisleri ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Araba Kategorisi Yenilendi” başlıklı reklamlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** Ocak 2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.youtu.be/tpDjvIRcyX0 adresli internet sitesinde yayınlanan reklamda; *“Sanatın iyice ortaya çıktı Selim abi…işler kesat olunca… aylardır internetten de müşteri yok…Şu arabayı LETGO’ya koyalım dakkasında gider…Araba! Letgo’da? -(dış ses) Letgo’nun araba kategorisi yenilendi, milyonlarca alıcı detaylı filtrelerle ilanını bulur, telefonla sana ulaşır, araban hızlıca satılır.- Hepsi satıldı…”*

www.youtu.be/cSxyhBHCMUI adresli internet sitesinde yayınlanan diğer reklamda; *“Babacım şu arabayı bir satamadık. Ah be oğlum internete koyalı da aylar oldu..Babam bu arabayı LETGO’ya koysa direk satar, internete minternete değil Letgo’ya. Araba! Letgo’da? -(dış ses) Letgo’nun araba kategorisi yenilendi, milyonlarca alıcı detaylı filtrelerle ilanını kolayca bulur, telefonla sana hemen ulaşır, araban hızlıca satılır.- E pat diye satıldı…”*

şeklinde ifadelereverildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; bahsi geçen ifadelere yer verilmesi suretiyle *“Şu arabayı bi satamadık. İnternete koyalı da aylar oldu”,“Arabaya aylardır internetten müşteri yok”, “Telefonla sana hemen ulaşır, Araban hızlıca satılır.” ,“Şu arabayı Letgo’ya koyalım dakkasında gider”,“Hepsi satıldı”* gibi abartılı ifadelerin reklamın doğasından kaynaklandığı açıklamasının kabul edilemeyeceği, söz konusu terimlerin tüketicide açıkça Letgo'da araba satışının daha kısa sürede gerçekleştiği algısının yaratılmasına sebep olduğu, buna istinaden şirket tarafından sunulan bağımsız araştırma raporlarında en hızlı araba satışının sektördeki diğer firmalardan ziyade Letgo'da yapıldığını gösteren yönde bir ölçüm olmadığı ve dolayısıyla tüketicilerin bilgi eksikliklerinden yararlanılarak yanıltıldıkları ve piyasada yer alan diğer benzer şirketler açısından haksız rekabete neden olunduğu,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna

Buna göre, reklamveren **Letgo Mobil İnternet Servisleri ve Tic. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**4. Diğer Konuların Görüşülmesi**

**4.1)**

**Dosya No: 2018/3170**

Reklam Kurulu’nun 09.10.2018 tarih ve 277 sayılı toplantısında değerlendirilen **Şölen Çikolata Gıda Sanayi ve Ticaret A.Ş.**’ye ait **“Türkiye’nin Çikolata Fabrikası”** başlıklı reklamların 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 inci maddesine ***aykırılık teşkil etmediği kararına*** karşı Yıldız Holding A.Ş. tarafından Bakanlığımız aleyhine açılan davada; Ankara 7. İdare Mahkemesinin 27/12/2020 tarihli ve E:2019/171, K:2019/3075 sayılı kararı ile **dava konusu işlemin iptaline** karar verilmesi nedeniyle söz konusu dosyanın yeniden görüşülmesi neticesinde,

Muhtelif televizyon kanallarında 14.11.2017-01.06.2018 tarihleri arasında yayınlanan ve firmaya ait https://www.youtube.com/channel/UCUw-ZM7eK78WMOnfTJnGTGA adresli internet sayfasının 08.08.2018 tarihli görünümünde yer alan reklam videolarında;

*“Türkiye’nin çikolata fabrikası. En sevilen ve en çok tercih edilen çikolatalarıyla bayramları şölene çeviren Türkiye’nin çikolata fabrikası Şölen bayrama hazır.”* şeklinde ifadelere yer verildiği,

Ancak söz konusu tanıtımlarda "en sevilen" ve "en çok tercih edilen" iddialarının neye dayandırıldığını açıklar nitelikte bir bildirimde bulunulmadığı,her ne kadar söz konusu iddialar araştırma şirketi IPSOS verileri ile ispatlanmış ise de bu hususun reklamlarda belirtilmesi gerektiği, dolayısıyla söz konusu tanıtımların,

**Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin;**

7/1 maddesinin, *“Reklamlar doğru ve dürüst olmalıdır.”*

7/2 maddesinin, *“Reklamlar, ekonomik ve sosyal sorumluluk bilinci içinde ve haksız rekabete yol açmayacak şekilde hazırlanmalıdır.”*

7/3 maddesinin, *“Reklamlar, ortalama tüketicinin algılama düzeyi ile reklamın tüketici üzerindeki olası etkisi göz önünde bulundurularak hazırlanmalıdır.”*

7/4 maddesinin, *“Reklamlar, tüketicinin güvenini kötüye kullanamaz ya da onun tecrübe ve bilgi eksikliklerini istismar edemez.”*

7/5-a maddesinin, *“Reklamlar, aşağıda sayılan haller başta olmak üzere, hiçbir konuda tüketiciyi doğrudan veya dolaylı olarak yanıltabilecek ifade ya da görüntüler içeremez: a) 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, (...)"*,

18/1 maddesinin; *"Reklamlarda, tüketicinin satın alma kararını etkileyecek nitelikteki bilgilerin ortalama tüketicinin algılayabileceği sürede ve biçimde iletilmesi zorunludur."* hükümlerine ve dolayısıyla,

**6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un;**

61 inci maddesinin; *“(…)*

*(2) Ticari reklamların Reklam Kurulunca belirlenen ilkelere, genel ahlaka, kamu düzenine, kişilik haklarına uygun, doğru ve dürüst olmaları esastır.*

*(3) Tüketiciyi aldatıcı veya onun tecrübe ve bilgi noksanlıklarını istismar edici, can ve mal güvenliğini tehlikeye düşürücü, şiddet hareketlerini ve suç işlemeyi özendirici, kamu sağlığını bozucu, hastaları, yaşlıları, çocukları ve engellileri istismar edici ticari reklam yapılamaz.*

*(…)*

*(6) Reklam verenler ticari reklamlarında yer alan iddiaların doğruluğunu ispatla yükümlüdür.*

*(7) Reklam verenler, reklam ajansları ve mecra kuruluşları bu madde hükümlerine uymakla yükümlüdür.(…)*”

hükümlerine aykırı olduğu kanaatine varılarak, **söz konusu ifadeleri içeren ve halihazırda yayınlanmaya devam eden reklamlar ile ilgili olarak**, adı geçen firma hakkında, **6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca** **anılan reklamları aynı yöntemle düzeltme cezası** verilmesine karar verilmiştir.