**T.C.**

**TİCARET BAKANLIĞI**

**Reklam Kurulu Başkanlığı**

**BASIN BÜLTENİ**

**Toplantı Tarihi :** 8 Eylül 2020

**Toplantı Sayısı :** 301

**FİNANSAL HİZMETLER**

**1)**

**Dosya No: 2019/8504**

**Şikâyet Edilen: AKBANK T.A.Ş.**

**Şikâyet Edilen Reklam:** AnılanBankaya ait mobil uygulama üzerinden yapılan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Mobil Aplikasyon

**Tespitler:** "Hediye digiturk play paketi ile futbol keyfini yaşamaya ne dersin?" şeklinde anlık mesaja tıklandığında “Samsung TV’ler 1000 TL indirime ek hediye Digiturk Play keyfiyle evinize geliyor..” şeklindeki metne ve ayrıntılara ilişkin olarak www.sanalmagaza.com.tr adresli internet sitesine yönlendirme yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yukarıdaki açıklamalar ve sunulan ispatlar kapsamında söz konusu tanıtımların 6502 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanuna ve ilgili Yönetmeliğe ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**2)**

**Dosya No: 2019/11359**

**Şikayet Edilen: Kuveyt Türk Katılım Bankası A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Anılan Banka tarafından yapılan *"Hiçbi’ önkoşul ve komisyon olmadan tüm banka ATM’leri Senin!..."* başlıklı tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:**https://www.seninbankan.com.tr/avantajlar/tum-atmlerden-para-cekme.7.aspx?utm\_source =facebook-instagram&utm\_medium=feed&utm\_campaign=Senin-Bankan-Lansman adresli internet sitesinin görünümünde; *"Hiçbi’ önkoşul ve komisyon olmadan tüm banka ATM’leri Senin!..."* ifadesinden ayrı fakat ek olarak *"...Tüm Banka ATM'leri derken? En yakın ATM Senin! Hangi banka ATM’si olduğu fark etmeksizin sana en yakın olan ATM’den paranı çekersin. Ücretsiz para çekme hakkı Senin! Kuveyt Türk ATM'lerinden sınırsız, diğer tüm banka ATM'lerinden ayda 3 kere, dilediğin zaman komisyon ücreti ödemeden paranı çekersin...*" ifadesine yer verildiği,

28.11.2019 tarihinde ve halihazırda Youtube'da yayınlanan ve bugüne kadar (Mart 2020) 2.198.975 kere görüntülenen "Senin Bankan’a GEÇ, ATM Arama"başlıklı videoda; *"Akşam saati dışardasın, cebinde banka kartın hesabında paran, aklında eve alacakların mutlu mutlu yürüyorsun...Olur mu olur, ya bankanın atmsi bozulur, ya da sevimli bir dostun önünde durur paranı çekemezsin. Sen de çekemiyorum diyorsan GEÇ! nereye? Senin bankana! Senin bankana geç, şehirdeki bütün atmler senin olsun, gece gündüz Türkiye'nin her yerinde için rahat olsun. Senin bankan! kolay, sade, dijital banka..."* şeklinde alt yazıda herhangi bir istisna belirtmeden sadece sesli ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnternet sitesinde yer alan ifadeler ve yayınlanan video kapsamında yapılan incelemeler sonucunda; "hiçbir önkoşul ve komisyon olmadan tüm ATMlerin kullanılabileceği" şeklindeki ana vaade rağmen internet sitesinde belirtilen "Kuveyt Türk ATM'lerinden sınırsız, diğer tüm banka ATM'lerinden ayda 3 kere, dilediğin zaman komisyon ücreti ödemeden paranı çekersin..."şeklindeki istisnanın ana vaadi bozucu, ana vaat ve buna ilişkin istisnaların birbiriyle çelişici nitelikte olduğu, kaldı ki internet sitesinde tespit edilen bu ifadelerin youtube videosunda alt yazı veya sesli ifadeler içinde dahi yer almadığı, dolayısıyla tüm bu durumların tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklamveren **Kuveyt Türk Katılım Bankası A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**KOZMETİK VE TEMİZLİK ÜRÜNLERİ**

**3)**

**Dosya No: 2019/9019**

**Şikayet Edilen: Faida Gıda İlaç San. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** http://www.faida.com.tr/ adresli internet sitesinde yer alan muhtelif ürünlere yönelik reklamlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 19.06.2019, 14.08.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.faida.com.tr/ adresli internet sitesinin 19.06.2019 tarihli görünümünde yer alan "Faida Lavanta Yağı" isimli ürüne yönelik tanıtımlarda; *“Bedensel alanda anti bakteriyel, antiviral, antiseptik, mantar önleyici, yara iyileştirici, ağrı dindirici, kan dolaşımını destekleyici, kramp çözücü, böcek kovucu; ruhsal alanda dengeleyici, sakinleştirici, yapıcı canlandırıcı ve ferahlatıcıdır."* ifadelerine, 14.08.2020 tarihli görünümünde aynı ürüne yönelik tanıtımlarda; "*Lavanta Yağının Faydaları.  "Lavandula angustifolia" bitkisinden damıtılmış olan yağ, kasların gevşemesini sağlayarak anksiyete ve stresi azaltmaya yardımcı olur. Ayrıca mantar enfeksiyonları, alerjiler, depresyon , uykusuzluk, egzama, bulantı ve adet kramplarının giderilmesi için kullanılır. Antibakteriyel, antidepresan, antimikrobiyal, antiseptik, analjezik antifungal ve anti-enflamatuar özelliklerin yanı sıra hipotansif, antifungal, detoksifiye edici, antispazmodik ve yatıştırıcı etkilere sahip olduğu bilinmektedir. Bunun dışında lavanta yağı sivilceleri azaltma, (...) için kullanılır. Ayrıca saçları güçlendirme, kan dolaşımını hızlandırma ve solunum problemlerini çözme özelliklerini de içinde barındırır. Lavanta Yağı Kullanımı. Sivilceler İçin Lavanta Yağı. Lavanta yağı sahip olduğu antimikrobiyal özellik sayesinde sivilce oluşumunu önleyebilir ve sivilceleri iyileştirebilir. Cilde uygulandığında gözenekleri açar ve iltihabı azaltır. (...) Egzama ve Kuru Ciltler İçin Lavanta Yağı Egzama ile cilt kuru, kaşıntılı ve pullu hale gelir. Hafif veya kronik olarak vücudun birden fazla yerinde ortaya çıkabilir. Lavanta, antifungal özelliklere sahip olduğundan ve iltihabı azalttığından, egzama tedavisinde yardımcı olabilir. Lavanta yağı ayrıca sedef hastalığını tedavi etmek için kullanılabilir. Bunun dışında cildi temizlemeye, kızarıklığı ve tahrişi azaltmaya yarar. (...) İltihap ve Güneş Yanığı için Lavanta Yağı Ağrılı iltihap lavanta yağı ile tedavi edilebilir. Ağrıyı ve iltihabı hafifletmeye yardımcı olurken, yağdaki beta-karyofilen bir anti-enflamatuar etkisi yaratır. (...) Böcek İlacı ve Böcek Isırığı için Lavanta Yağı Lavanta yağı, hem böcekleri uzaklaştırmak için hem de böcek ısırıklarının tedavisi için kullanılabilir. Böcek ısırığı sonrası kaşıntıyı hafifletmek için kullanılmaktadır. Birçok sivrisinek kovucu ilaç üreten firma lavanta yağını kullanmaktadır.  Lavanta yağının mumları ve spreyleri, sivrisinek ve diğer böcek türlerinin uzaklaştırılmasında yardımcı olur. (ç..) Böcek ısırıkları tedavisinde de, oluşan kızarıklık, kaşıntı ve ağrının giderilmesi için lavanta yağı kullanılabilir. Lavanta yağının uygulanması, bölgede oluşan iltihabın temizlenmesini (...) sağlar. Böylelikle böcek ısırıklarının vücutta oluşturduğu kötü etkiyi ve ağrıyı hafifletir. (...)* "*(...) Kırışıklıklar İçin Lavanta Yağı Lavanta yağı, antioksidan özelliği sayesinde yüzdeki kırışıklıkların giderilmesine yardımcı olur. Kırışıklıklar için birkaç damla lavanta yağı ile hindistancevizi yağı karıştırılabilir ve günde bir veya iki kez nemlendirici olarak kullanılabilir. Güneş yanığı için, lavanta yağı spreyi yardımcı olabilir. (...) Lavanta yağının uygulanması, bölgede oluşan (...) ve bakterilerden arındırılmasını sağlar. (...)"*  ifadelerine, 14.08.2020 tarihli görünümünde yer alan "Susam Yağı (100 ml) & Kekik Yağı ( %83) (10 ml)" isimli ürüne yönelik tanıtımlarda, *"Susam Yağı ; -(...) -İçeriğinde bulunan uçucu bileşenlerle bağışıklık sistemini güçlendirir. -Toksinlerin vücuttan atılmasını sağlar. (…) -Antibakteriyel, antifungal ve antienflamatuvar özelliğe sahiptir. (...) - Yüksek karvakrol içeriği ile birçok farklı bakteri savaşabilecek güçte bir antimikrobiyal etkiye sahiptir "* ifadelerine "Homeopaste (75 ml)" isimli ürüne yönelik tanıtımlarda, *"Florürsüz Diş Macunu. Aynısefa, propolis, karadut özleri ve doğal mineraller içeren formülüyle; Diş ve diş eti hastalıklarına karşı dişleri korur.. Çürüklerle savaşır. Diş ve diş eti hastalıklarına karşı dişleri korur. Hassas dişlerde aşınma gibi olumsuz etkilerin önüne geçer. Çürüklerle savaşır. Florür, paraben, SLS, yapay renklendirici, sakkarin gibi kimyasallar içermez.  Diş minelerini kuvvetlendirir ve diş fırçalamayı çocuklar için eğlenceli hale getirir. Tüm aile fertlerinin kullanımına uygun olarak üretilmiştir."* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** https://www.faida.com.tr/ adresli internet sitesinin 19.06.2019 tarihli görünümünde yer alan "Faida Lavanta Yağı" isimli ürüne yönelik tanıtımlarda; *“Bedensel alanda anti bakteriyel, antiviral, antiseptik, mantar önleyici, yara iyileştirici, ağrı dindirici, kan dolaşımını destekleyici, kramp çözücü, böcek kovucu; ruhsal alanda dengeleyici, sakinleştirici, yapıcı canlandırıcı ve ferahlatıcıdır."* ifadelerine, 14.08.2020 tarihli görünümünde aynı ürüne yönelik tanıtımlarda; "*Lavanta Yağının Faydaları.  "Lavandula angustifolia" bitkisinden damıtılmış olan yağ, kasların gevşemesini sağlayarak anksiyete ve stresi azaltmaya yardımcı olur. Ayrıca mantar enfeksiyonları, alerjiler, depresyon , uykusuzluk, egzama, bulantı ve adet kramplarının giderilmesi için kullanılır. Antibakteriyel, antidepresan, antimikrobiyal, antiseptik, analjezik antifungal ve anti-enflamatuar özelliklerin yanı sıra hipotansif, antifungal, detoksifiye edici, antispazmodik ve yatıştırıcı etkilere sahip olduğu bilinmektedir. Bunun dışında lavanta yağı sivilceleri azaltma, (...) için kullanılır. Ayrıca saçları güçlendirme, kan dolaşımını hızlandırma ve solunum problemlerini çözme özelliklerini de içinde barındırır. Lavanta Yağı Kullanımı. Sivilceler İçin Lavanta Yağı. Lavanta yağı sahip olduğu antimikrobiyal özellik sayesinde sivilce oluşumunu önleyebilir ve sivilceleri iyileştirebilir. Cilde uygulandığında gözenekleri açar ve iltihabı azaltır. (...) Egzama ve Kuru Ciltler İçin Lavanta Yağı Egzama ile cilt kuru, kaşıntılı ve pullu hale gelir. Hafif veya kronik olarak vücudun birden fazla yerinde ortaya çıkabilir. Lavanta, antifungal özelliklere sahip olduğundan ve iltihabı azalttığından, egzama tedavisinde yardımcı olabilir. Lavanta yağı ayrıca sedef hastalığını tedavi etmek için kullanılabilir. Bunun dışında cildi temizlemeye, kızarıklığı ve tahrişi azaltmaya yarar. (...) İltihap ve Güneş Yanığı için Lavanta Yağı Ağrılı iltihap lavanta yağı ile tedavi edilebilir. Ağrıyı ve iltihabı hafifletmeye yardımcı olurken, yağdaki beta-karyofilen bir anti-enflamatuar etkisi yaratır. (...) Böcek İlacı ve Böcek Isırığı için Lavanta Yağı Lavanta yağı, hem böcekleri uzaklaştırmak için hem de böcek ısırıklarının tedavisi için kullanılabilir. Böcek ısırığı sonrası kaşıntıyı hafifletmek için kullanılmaktadır. Birçok sivrisinek kovucu ilaç üreten firma lavanta yağını kullanmaktadır.  Lavanta yağının mumları ve spreyleri, sivrisinek ve diğer böcek türlerinin uzaklaştırılmasında yardımcı olur. (ç..) Böcek ısırıkları tedavisinde de, oluşan kızarıklık, kaşıntı ve ağrının giderilmesi için lavanta yağı kullanılabilir. Lavanta yağının uygulanması, bölgede oluşan iltihabın temizlenmesini (...) sağlar. Böylelikle böcek ısırıklarının vücutta oluşturduğu kötü etkiyi ve ağrıyı hafifletir. (...)"*  ifadelerine,

14.08.2020 tarihli görünümünde yer alan "Susam Yağı (100 ml) & Kekik Yağı ( %83) (10 ml)" isimli ürüne yönelik tanıtımlarda, *"Susam Yağı ; -(...) -İçeriğinde bulunan uçucu bileşenlerle bağışıklık sistemini güçlendirir. -Toksinlerin vücuttan atılmasını sağlar."* ifadelerine yer verildiği, ancak, Kozmetik Mevzuatına tabi bulunan tüm kozmetik ürünlerin, insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve etkileri geçici olan ürünler olması gerektiği; bu bağlamda inceleme konusu tanıtımlarda yer alan tedaviye yönelik ve endikasyon belirten altı çizili ifadelerin ve altı çizili ürün isimlerinin ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği;

Bununla birlikte, bahse konu internet sitesinin 14.08.2020 tartihli görünümünde yer alan; "Faida Lavanta Yağı" isimli ürüne yönelik tanıtımlarda; "*(...) Kırışıklıklar İçin Lavanta Yağı Lavanta yağı, antioksidan özelliği sayesinde yüzdeki kırışıklıkların giderilmesine yardımcı olur. Kırışıklıklar için birkaç damla lavanta yağı ile hindistancevizi yağı karıştırılabilir ve günde bir veya iki kez nemlendirici olarak kullanılabilir. Güneş yanığı için, lavanta yağı spreyi yardımcı olabilir. (...) Lavanta yağının uygulanması, bölgede oluşan (...) ve bakterilerden arındırılmasını sağlar. (...)* ifadelerinin,

"Homeopaste (75 ml)" isimli ürüne yönelik tanıtımlarda, *"Florürsüz Diş Macunu. Aynısefa, propolis, karadut özleri ve doğal mineraller içeren formülüyle; Diş ve diş eti hastalıklarına karşı dişleri korur.. Çürüklerle savaşır. Diş ve diş eti hastalıklarına karşı dişleri korur. Hassas dişlerde aşınma gibi olumsuz etkilerin önüne geçer. Çürüklerle savaşır. Florür, paraben, SLS, yapay renklendirici, sakkarin gibi kimyasallar içermez.  Diş minelerini kuvvetlendirir ve diş fırçalamayı çocuklar için eğlenceli hale getirir. Tüm aile fertlerinin kullanımına uygun olarak üretilmiştir."* ifadelerinin,

"Susam Yağı (100 ml) & Kekik Yağı ( %83) (10 ml)" isimli ürüne yönelik tanıtımlarda yer verilen, *"Susam Yağı ; -Antibakteriyel, antifungal ve antienflamatuvar özelliğe sahiptir. (...) - Yüksek karvakrol içeriği ile birçok farklı bakteri savaşabilecek güçte bir antimikrobiyal etkiye sahiptir."* ifadelerinin ispatlanamadıüı,

Diğer yandan, "Faida Lavanta Yağı" isimli ürüne yönelik tanıtımlarda yer verilen; "*Lavanta yağının uygulanması, bölgede oluşan (...) ve bakterilerden arındırılmasını sağlar. (...)* ifadeleri ve "Susam Yağı (100 ml) & Kekik Yağı ( %83) (10 ml)" isimli ürüne yönelik tanıtımlarda yer verilen, *"Susam Yağı ; -Antibakteriyel, antifungal ve antienflamatuvar özelliğe sahiptir. (...) - Yüksek karvakrol içeriği ile birçok farklı bakteri savaşabilecek güçte bir antimikrobiyal etkiye sahiptir."* ifadelerinin kullanılabilmesi için gerekli biyosidal ürün ruhsatının bulunmadığı,

Bu nedenle, inceleme konusu tanıtımların;

- Biyosidal Ürünler Yönetmeliğinin 5inci ve 38 inci maddeleri,

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 ve 10 uncu maddeleri,

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/1-b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/6, 7/8, 9 uncu, 26 ncı ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Faida Gıda 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.

**4)**

**Dosya No: 2019/9828**

**Şikayet Edilen: Sevda YILDIRIM**

**Şikayet Edilen Reklam:** "arnavut\_kremi\_orjinal" başlıklı Instagram hesabında yer alan "Orjinal Arnavut Kremi" isimli ürüne yönelik reklamlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 03.07.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** "arnavut\_kremi\_orjinal" başlıklı Instagram hesabının 03.07.2020 tarihli görünümünde yer alan "Orjinal Arnavut Kremi" isimli ürüne yönelik reklamlarda; tanıtımlarda; *“Orginal Ev Ürünü. Arnavut Bayanların Güzellik Sırrı. Cilt Lekelerine Etkili Çözüm (...) Arnavut kızlarının çok güzel olduğu doğrudur. Mucize orjinal kremim özellikleri renk ton açma özelliğine sahip, kendi küçük işlevi büyük. Kremim çil ve doğum sivilce güneş lekelerini onarır. Cildi pürüzsüzleştirir. (...) Cilt beyazlatmada yeni yardımcın. arnavut\_kremi\_orjinal. Ten rengini açmaya yardımcıdır. arnavut\_kremi\_orjinal Ömür boyu beyaz cilt desteği sağlar.( ...) Kızlar ben de ara ara kullanıyorum, ara ara alıyorum biliyorsunuz. Banyodan sonra sürüyorum genelde, haftada 2, çok gerekirse 3. Çünkü yüzümde dönem dönem alerjik akne oluyor, bu aknelere de çok iyi geliyor. Bende o şekilde. (...) Sevgili arkadaşlar size çok harika ürünle geldim. Selma Hanım'ın güzellik iksirinden söz edeceğim. Arnavut Kremi. Kırışıklığa karşı. Sivilcelere. Lekelenmeye. Beyazlatma, hücre yenilemeleri, siyah noktalara.. Cilt ve tende renk açmalara ve en önemlisi de doğum lekelerinde kullanılır. Ben 1 haftadır kullanıyorum, çok memnun kaldım. Rengmde hafif açılma oldu zaten.(…) X İade Yoktur X”*  ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** "arnavut\_kremi\_orjinal" başlıklı Instagram hesabının 03.07.2020 tarihli görünümünde yer alan "Orjinal Arnavut Kremi" isimli ürüne yönelik reklamlarda; tanıtımlarda; *“Orginal Ev Ürünü. Arnavut Bayanların Güzellik Sırrı. Cilt Lekelerine Etkili Çözüm (...) Arnavut kızlarının çok güzel olduğu doğrudur. Mucize orjinal kremim özellikleri renk ton açma özelliğine sahip, kendi küçük işlevi büyük. Kremim çil ve doğum sivilce güneş lekelerini onarır. Cildi pürüzsüzleştirir. (...) Cilt beyazlatmada yeni yardımcın. arnavut\_kremi\_orjinal. Ten rengini açmaya yardımcıdır. arnavut\_kremi\_orjinal Ömür boyu beyaz cilt desteği sağlar.( ...) Kızlar ben de ara ara kullanıyorum, ara ara alıyorum biliyorsunuz. Banyodan sonra sürüyorum genelde, haftada 2, çok gerekirse 3. Çünkü yüzümde dönem dönem alerjik akne oluyor, bu aknelere de çok iyi geliyor. Bende o şekilde. (...) Sevgili arkadaşlar size çok harika ürünle geldim. Selma Hanım'ın güzellik iksirinden söz edeceğim. Arnavut Kremi. Kırışıklığa karşı. Sivilcelere. Lekelenmeye. Beyazlatma, hücre yenilemeleri, siyah noktalara.. Cilt ve tende renk açmalara ve en önemlisi de doğum lekelerinde kullanılır. Ben 1 haftadır kullanıyorum, çok memnun kaldım. Rengmde hafif açılma oldu zaten."* ifadelerine yer verildiği, ancak, Kozmetik Mevzuatına tabi bulunan tüm kozmetik ürünlerin, insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve etkileri geçici olan ürünler olması gerektiği; bu bağlamda inceleme konusu tanıtımlarda yer alan tedaviye yönelik ve endikasyon belirten altı çizili ifadelerin ve tanıtımlarınızda yer verilen daha birçok kullanıcı yorumunun ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği;

Diğer yandan, şahsa ait Instagram hesabında yer alan tanıtımlarda; "X İade Yoktur X*"* ifadelerine yer verildiği, bu durumun 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un “Mesafeli sözleşmeler” başlıklı 48 inci maddesinin; *“(1) Mesafeli sözleşme, satıcı veya sağlayıcı ile tüketicinin eş zamanlı fiziksel varlığı olmaksızın, mal veya hizmetlerin uzaktan pazarlanmasına yönelik olarak oluşturulmuş bir sistem çerçevesinde, taraflar arasında sözleşmenin kurulduğu ana kadar ve kurulduğu an da dâhil olmak üzere uzaktan iletişim araçlarının kullanılması suretiyle kurulan sözleşmelerdir.…(4) Tüketici, on dört gün içinde herhangi bir gerekçe göstermeksizin ve cezai şart ödemeksizin sözleşmeden cayma hakkına sahiptir. Cayma hakkının kullanıldığına dair bildirimin bu süre içinde satıcı veya sağlayıcıya yöneltilmiş olması yeterlidir. Satıcı veya sağlayıcı, cayma hakkı konusunda tüketicinin bilgilendirildiğini ispat etmekle yükümlüdür. Tüketici, cayma hakkı konusunda gerektiği şekilde bilgilendirilmezse, cayma hakkını kullanmak için on dört günlük süreyle bağlı değildir. Her hâlükârda bu süre cayma süresinin bittiği tarihten itibaren bir yıl sonra sona erer…”* hükümlerine aykırı olduğu,

Nitekim yasal mevzuatla düzenlenen ve tarafınızca da halihazırda tüketicilerle kurulan sözleşme 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'da yer alan “Mesafeli sözleşmeler” türüne girmediği, bu sebeple şahsa ait Instagram hesabında veyahut herhangi bir reklam mecrasında “iade yok” şeklinde bir beyan hukuken mümkün olmamakla birlikte, yazılsa dahi yok hükmünde olduğu, bununla birlikte “iade” diye adlandırılan bu durumda yani tüketicinin sözleşmeden cayması halinde mesafeli olarak kurulan sözleşmelerin mahiyeti gereği tüketicinin herhangi bir gerekçe göstermesi de gerekmediği gibi malın ayıplı olma koşulu da aranmadığı,

Bu nedenle, inceleme konusu tanıtımların;

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 ve 10 uncu maddeleri,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**5)**

**Dosya No: 2019/10614**

**Şikayet Edilen: Murat SANDIKÇI**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.facebook.com/profile.php?id=100018409300451 adresli internet sitesinde yer alan "Öz Botanik Ağrı Kesici Krem" isimli ürüne yönelik reklamlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 22.05.2019, 03.07.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** “Murat Özşifa Sandikci(Özbotonik)” başlıklı Facebook hesabının 22.05.2019 ve 03.07.2020 tarihli görünümleri ile ürün ambalajında yer alan "Özbotanik Ağrı Kesici Krem" başlıklı ürüne yönelik tanıtımlarda; *“Özbotanik Krem; Kas ve Eklem Ağrıları, Bel ve Boyun ağrıları, Diz ağrısı, Sıvı kaybı, Kireçlenme sorunlarında kullanılan, en iyi ağrı giderici kremdir. Satın aldığınızda kaybedeceğiniz tek şey ağrınız olur.29.90tl kargo kapıda ödeme. (...) ağrı kesici özelliği vardır. 15 gün kullanıldığında tedavi eder. Öz Botonik Ağrı Kesici krem 15 dakikada ağrıyı keser. (...) MRH ARKADAŞLAR AĞRILARINIZ İÇİN FAZLA PARA HARCAMAYIN (..) ÖZBOTANİK BİTKİSEL AĞRI KREMİ SADECE BİZDE SATIŞ FİYATI 30TL. 15 dakikada ağrılara son. Siz rahatsızlığınızı bize söyleyin, biz çözüm bulalım ücretsiz. Nasıl bir ağrı şikayetiniz var? Diz ağrısı, ayak ağrısı, bel ağrısı, boyun ağrısı, bacak ağrısı, el ağrısı. Özbotanik Krem romatizma bel boyun fıtığında son derece etkilidir. (..) Özbotanik bitkisel krem ile 15 dakikada ağrılarınızdan kurtulun. Hareket özgürlüğünüzü geri kazanın. Romatizma ağrıları”* (…) *“Özbotanik bitkisel krem 18 bitki karışımlıdır %100 doğal. (...) MRH ARKADAŞLAR TAMAMEN %100 DOĞAL ÖZBOTANİK BİTKİSEL %100 doğal bitkiseldir tavsiye ediyoruz (…) Bakanlık Onaylı.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** “Murat Özşifa Sandikci(Özbotonik)” başlıklı Facebook hesabının 22.05.2019 ve 03.07.2020 tarihli görünümleri ile ürün ambalajında yer alan "Özbotanik Ağrı Kesici Krem" başlıklı ürüne yönelik tanıtımlarda; *“Özbotanik Krem; Kas ve Eklem Ağrıları, Bel ve Boyun ağrıları, Diz ağrısı, Sıvı kaybı, Kireçlenme sorunlarında kullanılan, en iyi ağrı giderici kremdir. Satın aldığınızda kaybedeceğiniz tek şey ağrınız olur.29.90tl kargo kapıda ödeme. (...) ağrı kesici özelliği vardır. 15 gün kullanıldığında tedavi eder. Öz Botonik Ağrı Kesici krem 15 dakikada ağrıyı keser. (...) MRH ARKADAŞLAR AĞRILARINIZ İÇİN FAZLA PARA HARCAMAYIN (..) ÖZBOTANİK BİTKİSEL AĞRI KREMİ SADECE BİZDE SATIŞ FİYATI 30TL. 15 dakikada ağrılara son. Siz rahatsızlığınızı bize söyleyin, biz çözüm bulalım ücretsiz. Nasıl bir ağrı şikayetiniz var? Diz ağrısı, ayak ağrısı, bel ağrısı, boyun ağrısı, bacak ağrısı, el ağrısı. Özbotanik Krem romatizma bel boyun fıtığında son derece etkilidir. (..) Özbotanik bitkisel krem ile 15 dakikada ağrılarınızdan kurtulun. Hareket özgürlüğünüzü geri kazanın. Romatizma ağrıları”* ifadelerine, ancak, Kozmetik Mevzuatına tabi bulunan tüm kozmetik ürünlerin, insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve etkileri geçici olan ürünler olması gerektiği; bu bağlamda inceleme konusu tanıtımlarda yer alan tedaviye yönelik ve endikasyon belirten altı çizili ifadelerin ve altı çizili ürün isminin ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği;

Diğer yandan, söz konusu tanıtımlarda yer alan *“Özbotanik bitkisel krem 18 bitki karışımlıdır %100 doğal. (...) MRH ARKADAŞLAR TAMAMEN %100 DOĞAL ÖZBOTANİK BİTKİSEL %100 doğal bitkiseldir tavsiye ediyoruz.”* ifadelerin ispatlanamadığı,

Ayrıca, şahsa ait “Murat Özşifa Sandikci(Özbotonik)” başlıklı Facebook hesabının 03.07.2020 tarihli görünümünde yer alan tanıtımlarda yer alan "*Özbotanik Krem romatizma bel boyun fıtığında son derece etkilidir. (..) %100 doğal biktiseldir tavsiye ediyoruz”* ifadeleri ve görüntüler ile tanıtımı yapan şahsın doktor olduğu izlenimi verildiği, ancak şahıs doktor olsa bile tanıtımı yapılan ürünle anılan şahıs arasında ilişki kurulması ve bu sayede ürünle ilgili sağlığa yönelik atıfta bulunmasının tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı olduğu;

Bununla birlikte, söz konusu ürüne ilişkin Facebook hesabındaki tanıtımlarda yer alan *“Bakanlık Onaylı”* ifadeleri ile söz konusu ürüne ilişkin reklamlarda yer alan iddiaların ve firmanın Bakanlık tarafından onaylanmış olduğu izlenimi uyandırılmış olmasına rağmen, kozmetik ürünlerin bildirime tabi ürünler olması nedeniyle söz konusu ifadenin tüketicileri aldatıcı, yanıltıcı ve Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin “Doğruluk ve dürüstlük” başlıklı 7 nci maddesinin *“(6) İlgili mevzuatı gereği bir mal veya hizmete ilişkin olarak düzenlenmesi zorunlu ruhsat, izin, onay, kayıt gibi belgeler ile uyulması gereken diğer yasal süreçler, o mal veya hizmetin diğerlerinden farklı ya da daha üstün olduğu algısı oluşturacak biçimde reklamlarda kullanılamaz.”* hükmüne aykırı olduğu,

Bu nedenle, inceleme konusu tanıtımların;

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 ve 10 uncu maddeleri,

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/1-b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/6, 7/8, 9 uncu, 16 ncı, 26 ncı ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**6)**

**Dosya No: 2019/10754**

**Şikayet Edilen: Yaprak KIZILCAN**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://shimmer.com.tr/ adresli internet sitesi ile "shimmer.com.tr" başlıklı Instagram hesabında yer alan muhtelif ürünlere yönelik reklamlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 06.07.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://shimmer.com.tr/ adresli internet sitesi ile "shimmer.com.tr" başlıklı Instagram hesabının 06.07.2020 tarihli görünümlerinde yer alan "Earth Mama Organic Nipple Butter Göğüs Ucu Bakım Kremi 60ml" isimli ürüne yönelik tanıtımlarda; *"Earth Mama Angel Baby Emzirme Dönemi Göğüs Ucu Bakım Kremi 60 ML Earth Mama’ nın sizin için güvenli, rahatlatıcı bir emzirme kremi olan doğal Meme Ucu Kremi ile ağrıyan ve çatlamış göğüs uçlarına son! (...) Earth Mama Angel Baby Emzirme Dönemi Göğüs Ucu Bakım Kremi 60 ML Earth Mama’ nın sizin için güvenli, rahatlatıcı bir emzirme kremi olan doğal Meme Ucu Kremi ile (...) Lanolin içermez Genetiği Değiştirilmemiş Ürünler (Non-GMO) yönünden onaylanmıştır. Oregon Tarım sertifikalı ve Genetiği Değiştirilmemiş Ürünler (Non-GMO) Projesi onaylı, hastane tarafından tavsiye edilen, toksin içermeyen aynısafa içerikli meme ucu kremi emziren anneler ve çatlamış, kuru cilde sahip olan herkes içindir. Yapışkan değildir ve pürüzsüzce yayılır! Bebek için de güvenlidir, emzirme öncesinde meme ucunuzu temizlemenize gerek yoktur! Kurumuş dirsekler, dudaklar, yanaklar, topuklarnız için her ihtiyaç duyduğunuzda uygulayabilirsiniz. Emzirme pompası için kayganlık sağlayıcı olarak da kullanabilirsiniz. İÇİNDEKİLER : Olea europaea (organik zeytin) yağı, Theobroma cacao (organik kakao) tohumu yağı, Butyrospermum parkii (organik shea) yağı, Euphorbia cerifera (candellila) balmumu, Mangifera indica (mango) yağı, Calendula officinalis (organik aynısafa) çiçeği ekstesi Doğal Meme Ucu Kremi içindeki küçük beyaz zerecikler : Soğuk ortamda katılaşan doğal bitki yağlarıdır. Parmaklarınızda eriyecek ve her zamanki kadar etkili olacaklardır!"* ifadelerine, "Aztec Secret Indian Healing Clay Bentonit Kili Maskesi" isimli ürüne yönelik tanıtımlarda; *"Aztec Secret Indian Healing Clay (...) Siyah noktaların giderilmesine (...) akne sorunlarının giderilmesine, (...) yardımcı olur. (...) Aztec Secret Kil Maskesi Özellikleri Nedir? (...) Canlandırma: Vücudun kan akışını, oksijen seviyesini ve hücre onarım hızını arttırmaya yardımcı olabilmesi (...) Aztec Secret Indian Healing Clay 50’nin uzerinde mineral içermektedir.Negatif yük özelliği sayesinde cildin epidermis tabakasında bulunan pozitif yüke sahip kir, bakteri ve toksinleri kendisine mıknatıs gibi çekerek ciltten uzaklaştırır. (...) cilt gözeneklerinin derinlemesine temizlenmesine, (...) gözeneklerin sıkılaştırılmasına, ciltte kollajen dokuyu sıkılaştırarak kaz ayakları ve kırışıklıkların önlenmesine(...)   
(...) ve ciltteki ölü derilerin peeling etkisiyle atılmasına yardımcı olur. (...) Maskenin yüzden arındırılmasını zorlaştırmamak için aşırı kurumasına izin vermeyiniz. Önemli Not: Cildinizde kan dolaşımının artmasından dolayı pembeleşme, gerilme ve kaşıntı oluşabilir. Bu durum 30 dakika içerisinde kaybolacaktır. Alerji belirtisi değildir aksine terapi için istenen bir durumdur. (...) Aztec Secret Kil Maskesi Özellikleri Nedir? Detoks Etkisi: Toksinleri bağlayabilme ve sonrasında bunları vücut dışına atabilme özelliği gösterebilmesi Dengeleme: Homotetik özelliği ile vücudu denge durumuna getirmeye yardımcı olabilme özelliği PH Balansı: PH seviyesinin 9’un üstünde olması ve bu sayede Vücut PH’ını hafif alkali tutmaya yardımcı olabilmesi (...) Mineralli yapısı: Vücuda yararlı çok sayıda ve çeşitli iz mineralleri (kalsiyum, potasyum, magnezyum vs.) barındırabilmesi Çekim özelliği: Pozitif yüklü parçacıklar için Negatif yüklü elektrik çekim özelliği gösterebilmesi, jel kıvamına geçtiğinde çekim gücü kapasitesinin çok fazla artabilmesi. Parçacık yapısı: Kredi kartı şeklinde parçacık yapısı olması ve böylelikle yüzeysel elektriksel çekim gücünün yüksek olabilmesi, nano boyut parçacık yapısı ve buna bağlı olarak hacimsel olarak pozitif yükü çekme gücü gösterebilmesi."* ifadelerine, "St. Ives Skin Renew Collagen&Elastin Vücut Losyonu 621ml" isimli ürüne yönelik tanıtımlarda; *"cildi yatıştırır (…) Cilt yenileyici, kolajen ve elastin içerikli. St Ives Cilt yumuşatıcı losyon % 100 doğal nemlendiriciler ile (soya yağı ve bitki gibi gliserin dayalı) (...), pürüzsüz hale getirir. Nemi cildinize 24 saat hapseder. Paraben içermez. Dermatologlar tarafından test edilmiştir"*  ifadelerine, "Earth Mama Baby Sweet Orange Bebek Şampuanı" isimli ürüne yönelik tanıtımlarda; *"Earth Mama Organik Portakal Kokulu Bebek Şampuanı 160ml. Earth Mama Organics Sweet Orange Baby Wash %100 organik sertifikalı Earth Mama portakal kokulu bebek şampuanı. Bebeğiniz için organik tarımdan elde edilmiş içeriklerle formüle edilmiştir. Uyku öncesini tatlı bir hale getirmeye hazır mısınız? Tatlı portakal kokulu şampuanı kesinlikle denemelisiniz. Dermatologlar tarafından test edilmiş, bebek cildi ve saçı için etkili olan bu şampuan yenidoğan bebek üniteleri tarafından kullanılmaktadır. İçinde hiçbir yapay koku, triclosan, phthalates, paraben veya sülfat içermez. Organik bitki ve yağlardan üretilmiş olup içinde hiçbir süpriz yoktur. Kendinden köpüren şişesiyle kullanımı hem kolay hem de çok pratik. Pediatri uzmanları ve dermatologlar tarafından klinik testleri yapılmış yapılmış olup, hiçbir iritasyona neden olmamaktadır. Petrol, madeni yağ, paraben, SLES, SLS, parfüm veya yapay koku verici, tuz, sülfat gibi zararlı etken maddeler asla içermemektedir. Mikropları öldürücü özelliği mevcuttur. Bir ürünün ulaşabileceği en düşük tehlike derecesi olan http://www.ewg.org/skindeep/company/Earth\_Mama\_Angel\_Baby/products/#.Wc6W\_MZry70 veri tabanında en iyi derecelere sahiptir. Amerika’nın #1 numaralı ve anne & bebek kategorisi pazar lideri Earth Mama Organics’den. İçeriği: Water, Organic Coconut (Cocos Nucifera) Oil, Organic Olive (Olea Europaea) Fruit Oil, Potassium Hydroxide\*, Organic Vanilla (Vanilla Planifolia) Fruit Extract, Vegetable Glycerin, Organic Sweet Orange (Citrus Aurantium Dulcis) Oil, Citric Acid, Organic Shea (Butyrospermum Parkii) Butter, Organic Calendula (Calendula Officinalis) Flower Extract, Organic Aloe (Aloe Barbadensis) Leaf Juice (\*None present in final product)."* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** https://shimmer.com.tr/ adresli internet sitesi ile "shimmer.com.tr" başlıklı Instagram hesabının 06.07.2020 tarihli görünümlerinde yer alan "Earth Mama Organic Nipple Butter Göğüs Ucu Bakım Kremi 60ml" isimli ürüne yönelik tanıtımlarda; *"Earth Mama Angel Baby Emzirme Dönemi Göğüs Ucu Bakım Kremi 60 ML Earth Mama’ nın sizin için güvenli, rahatlatıcı bir emzirme kremi olan doğal Meme Ucu Kremi ile ağrıyan ve çatlamış göğüs uçlarına son! (...)"* ifadelerine,

"Aztec Secret Indian Healing Clay Bentonit Kili Maskesi" isimli ürüne yönelik tanıtımlarda; *"Aztec Secret Indian Healing Clay (...) Siyah noktaların giderilmesine (...) akne sorunlarının giderilmesine, (...) yardımcı olur. (...) Aztec Secret Kil Maskesi Özellikleri Nedir? (...) Canlandırma: Vücudun kan akışını, oksijen seviyesini ve hücre onarım hızını arttırmaya yardımcı olabilmesi (...)"* ifadelerine,

"St. Ives Skin Renew Collagen&Elastin Vücut Losyonu 621ml" isimli ürüne yönelik tanıtımlarda; *"cildi yatıştırır"*  ifadelerine yer verildiği, ancak, Kozmetik Mevzuatına tabi bulunan tüm kozmetik ürünlerin, insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve etkileri geçici olan ürünler olması gerektiği; bu bağlamda inceleme konusu tanıtımlarda yer alan tedaviye yönelik ve endikasyon belirten altı çizili ifadelerin ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği;

Diğer yandan, bahse konu internet sitelerinde "Earth Mama Organic Nipple Butter Göğüs Ucu Bakım Kremi 60ml" isimli ürüne yönelik tanıtımlarda yer alan; *"Earth Mama Angel Baby Emzirme Dönemi Göğüs Ucu Bakım Kremi 60 ML Earth Mama’ nın sizin için güvenli, rahatlatıcı bir emzirme kremi olan doğal Meme Ucu Kremi ile (...) Lanolin içermez Genetiği Değiştirilmemiş Ürünler (Non-GMO) yönünden onaylanmıştır. Oregon Tarım sertifikalı ve Genetiği Değiştirilmemiş Ürünler (Non-GMO) Projesi onaylı, hastane tarafından tavsiye edilen, toksin içermeyen aynısafa içerikli meme ucu kremi emziren anneler ve çatlamış, kuru cilde sahip olan herkes içindir. Yapışkan değildir ve pürüzsüzce yayılır! Bebek için de güvenlidir, emzirme öncesinde meme ucunuzu temizlemenize gerek yoktur! Kurumuş dirsekler, dudaklar, yanaklar, topuklarnız için her ihtiyaç duyduğunuzda uygulayabilirsiniz. Emzirme pompası için kayganlık sağlayıcı olarak da kullanabilirsiniz. İÇİNDEKİLER : Olea europaea (organik zeytin) yağı, Theobroma cacao (organik kakao) tohumu yağı, Butyrospermum parkii (organik shea) yağı, Euphorbia cerifera (candellila) balmumu, Mangifera indica (mango) yağı, Calendula officinalis (organik aynısafa) çiçeği ekstesi Doğal Meme Ucu Kremi içindeki küçük beyaz zerecikler : Soğuk ortamda katılaşan doğal bitki yağlarıdır. Parmaklarınızda eriyecek ve her zamanki kadar etkili olacaklardır!"* ifadelerinin,

"Aztec Secret Indian Healing Clay Bentonit Kili Maskesi" isimli ürüne yönelik tanıtımlarda; *"Aztec Secret Indian Healing Clay 50’nin uzerinde mineral içermektedir.  
Negatif yük özelliği sayesinde cildin epidermis tabakasında bulunan pozitif yüke sahip kir, bakteri ve toksinleri kendisine mıknatıs gibi çekerek ciltten uzaklaştırır. (...) cilt gözeneklerinin derinlemesine temizlenmesine, (...) gözeneklerin sıkılaştırılmasına, ciltte kollajen dokuyu sıkılaştırarak kaz ayakları ve kırışıklıkların önlenmesine (...)   
(...) ve ciltteki ölü derilerin peeling etkisiyle atılmasına yardımcı olur. (...) Maskenin yüzden arındırılmasını zorlaştırmamak için aşırı kurumasına izin vermeyiniz. Önemli Not: Cildinizde kan dolaşımının artmasından dolayı pembeleşme, gerilme ve kaşıntı oluşabilir. Bu durum 30 dakika içerisinde kaybolacaktır. Alerji belirtisi değildir aksine terapi için istenen bir durumdur. (...) Aztec Secret Kil Maskesi Özellikleri Nedir? Detoks Etkisi: Toksinleri bağlayabilme ve sonrasında bunları vücut dışına atabilme özelliği gösterebilmesi Dengeleme: Homotetik özelliği ile vücudu denge durumuna getirmeye yardımcı olabilme özelliği PH Balansı: PH seviyesinin 9’un üstünde olması ve bu sayede Vücut PH’ını hafif alkali tutmaya yardımcı olabilmesi (...) Mineralli yapısı: Vücuda yararlı çok sayıda ve çeşitli iz mineralleri (kalsiyum, potasyum, magnezyum vs.) barındırabilmesi Çekim özelliği: Pozitif yüklü parçacıklar için Negatif yüklü elektrik çekim özelliği gösterebilmesi, jel kıvamına geçtiğinde çekim gücü kapasitesinin çok fazla artabilmesi. Parçacık yapısı: Kredi kartı şeklinde parçacık yapısı olması ve böylelikle yüzeysel elektriksel çekim gücünün yüksek olabilmesi, nano boyut parçacık yapısı ve buna bağlı olarak hacimsel olarak pozitif yükü çekme gücü gösterebilmesi."* ifadelerinin,

"Earth Mama Baby Sweet Orange Bebek Şampuanı" isimli ürüne yönelik tanıtımlarda; *"Earth Mama Organik Portakal Kokulu Bebek Şampuanı 160ml. Earth Mama Organics Sweet Orange Baby Wash %100 organik sertifikalı Earth Mama portakal kokulu bebek şampuanı. Bebeğiniz için organik tarımdan elde edilmiş içeriklerle formüle edilmiştir. Uyku öncesini tatlı bir hale getirmeye hazır mısınız? Tatlı portakal kokulu şampuanı kesinlikle denemelisiniz. Dermatologlar tarafından test edilmiş, bebek cildi ve saçı için etkili olan bu şampuan yenidoğan bebek üniteleri tarafından kullanılmaktadır. İçinde hiçbir yapay koku, triclosan, phthalates, paraben veya sülfat içermez. Organik bitki ve yağlardan üretilmiş olup içinde hiçbir süpriz yoktur. Kendinden köpüren şişesiyle kullanımı hem kolay hem de çok pratik. Pediatri uzmanları ve dermatologlar tarafından klinik testleri yapılmış yapılmış olup, hiçbir iritasyona neden olmamaktadır. Petrol, madeni yağ, paraben, SLES, SLS, parfüm veya yapay koku verici, tuz, sülfat gibi zararlı etken maddeler asla içermemektedir. Mikropları öldürücü özelliği mevcuttur. Bir ürünün ulaşabileceği en düşük tehlike derecesi olan http://www.ewg.org/skindeep/company/Earth\_Mama\_Angel\_Baby/products/#.Wc6W\_MZry70 veri tabanında en iyi derecelere sahiptir. Amerika’nın #1 numaralı ve anne & bebek kategorisi pazar lideri Earth Mama Organics’den. İçeriği: Water, Organic Coconut (Cocos Nucifera) Oil, Organic Olive (Olea Europaea) Fruit Oil, Potassium Hydroxide\*, Organic Vanilla (Vanilla Planifolia) Fruit Extract, Vegetable Glycerin, Organic Sweet Orange (Citrus Aurantium Dulcis) Oil, Citric Acid, Organic Shea (Butyrospermum Parkii) Butter, Organic Calendula (Calendula Officinalis) Flower Extract, Organic Aloe (Aloe Barbadensis) Leaf Juice (\*None present in final product)."* ifadelerinin,

"St. Ives Skin Renew Collagen&Elastin Vücut Losyonu 621ml" isimli ürüne yönelik tanıtımlarda; *"Cilt yenileyici, kolajen ve elastin içerikli. St Ives Cilt yumuşatıcı losyon % 100 doğal nemlendiriciler ile (soya yağı ve bitki gibi gliserin dayalı) (...), pürüzsüz hale getirir. Nemi cildinize 24 saat hapseder. Paraben içermez. Dermatologlar tarafından test edilmiştir."* ifadelerinin ispatlanamadığı,

Bununla birlikte, "Aztec Secret Indian Healing Clay Bentonit Kili Maskesi" isimli ürüne yönelik tanıtımlarda yer alan; *"Aztec Secret Indian Healing Clay (...) bakteri ve toksinleri kendisine mıknatıs gibi çekerek ciltten uzaklaştırır. (...)"* ifadeleri ve "Earth Mama Baby Sweet Orange Bebek Şampuanı" isimli ürüne yönelik tanıtımlarda yer alan; "*Mikropları öldürücü özelliği mevcuttur."* ifadelerinin kullanılabilmesi için gerekli biyosidal ürün ruhsatının bulunmadığı,

Bu nedenle, inceleme konusu tanıtımların;

- Biyosidal Ürünler Yönetmeliğinin 5inci ve 38 inci maddeleri,

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 ve 10 uncu maddeleri,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**7)**

**Dosya No: 2019/10831**

**Şikayet Edilen: Nurs Lokman Hekim Gıda, Tarım, Bitki Ve Botanik Medikal Sanayi Ve Ticaret Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** http://nurs.com.tr/ ve https://www.bitkideresi.com/ adresli internet sitelerinde yer alan muhtelif ürünlere yönelik reklamlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 06.07.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** http://nurs.com.tr/ ve https://www.bitkideresi.com/ adresli internet sitelerinin 06.07.2020 tarihli görünümünde ve ürün ambalajında yer alan *"Hemoroid (Basur) Seti", Anti Akne Kremi, "Akne Sil", "Anti Selülit Krem"* şeklinde ürün isimlerine, "Hemoroid (Basur) Seti" isimli ürüne yönelik tanıtımlarda yer alan; *“Kantoron özlü sprey. Kantoron özlü krem. Kekikli karışık bitki çayı. %100 doğal bir ömür sıhhat için."*  ifadelerine, "Elder Şampuan" isimli ürüne yönelik tanıtımlarda; *"sarımsak özlü şampuan (...) %100 doğal"*  ifadelerine ve "Nurs Ardıç Yağı" isimli ürüne yönelik tanıtımlarda; *" %100 doğal"* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** http://nurs.com.tr/ ve https://www.bitkideresi.com/ adresli internet sitesinin 06.07.2020 tarihli görünümünde ve ürün ambalajında yer alan *"Hemoroid (Basur) Seti", Anti Akne Kremi, "Akne Sil", "Anti Selülit Krem"* şeklinde ürün isimlerine yer verildiği, ancak, Kozmetik Mevzuatına tabi bulunan tüm kozmetik ürünlerin, insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve etkileri geçici olan ürünler olması gerektiği; bu bağlamda inceleme konusu tanıtımlarda yer alan tedaviye yönelik ve endikasyon belirten altı çizili ürün isimlerinin ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği;

Diğer taraftan söz konusu internet sitelerinde yer verilen "Hemoroid (Basur) Seti" isimli ürüne yönelik tanıtımlarda yer alan; *“Kantoron özlü sprey. Kantoron özlü krem. Kekikli karışık bitki çayı. %100 doğal bir ömür sıhhat için."*  ifadelerinin, "Elder Şampuan" isimli ürüne yönelik tanıtımlarda yer alan; *"sarımsak özlü şampuan (...) %100 doğal"*  ifadelerinin, "Nurs Ardıç Yağı" isimli ürüne yönelik tanıtımlarda yer alan; *" %100 doğal"* ifadelerinin ispatlanamadığı,

Bu nedenle, inceleme konusu tanıtımların;

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 ve 10 uncu maddeleri,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Nurs Lokman Hekim Gıda, Tarım, Bitki Ve Botanik Medikal Sanayi ve Ticaret Limited Şirketi** 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.

**8)**

**Dosya No: 2019/12810**

**Şikayet Edilen: Ahmet BAŞER**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Ahmet Başer Erkek Kuaförü” başlıklı Facebook hesabında yayınlanan "Mucizevi Ürün Ozzie Hair Solution" başlıklı ürüne yönelik tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 17.09.2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.facebook.com/AhmetBaserErkekKuaforuEryaman adresli internet sitesinin 17.09.2019 tarihli görünümünde yer alan ve şahsa ait "Ahmet Başer Erkek Kuaförü" başlıklı hesap üzerinden yayınlanan "Mucizevi Ürün Ozzie Hair Solution" isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *"Cansız saçları tekrar canlandırma, Kaybettiğiniz saçları tekrar kazanma. #Kelliğe son. Kellik ilacı bulundu. Kelliğe kesin çözüm. Kelliğe bitkisel çözüm”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** https://www.facebook.com/AhmetBaserErkekKuaforuEryaman adresli internet sitesinin 17.09.2019 tarihli görünümünde yer alan ve şahsa ait "Ahmet Başer Erkek Kuaförü" başlıklı hesap üzerinden yayınlanan "Mucizevi Ürün Ozzie Hair Solution" isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *"Cansız saçları tekrar canlandırma, Kaybettiğiniz saçları tekrar kazanma. #Kelliğe son. Kellik ilacı bulundu. Kelliğe kesin çözüm. Kelliğe bitkisel çözüm”* ifadelerine yer verildiği, ancak Kozmetik Mevzuatına tabi bulunan tüm kozmetik ürünlerin, insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve etkileri geçici olan ürünler olması gerektiği; bu bağlamda inceleme konusu tanıtımlarda yer alan tedaviye yönelik ve endikasyon belirten altı çizili ifadelerin ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği;

Bu nedenle, inceleme konusu tanıtımların;

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 ve 10 uncu maddeleri,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**9)**

**Dosya No: 2019/12817**

**Şikayet Edilen: Fadime KÖKSAL**

**Şikayet Edilen Reklam:** "Metro Erkek Kuaförü Saç Tasarım” başlıklı Facebook hesabında yayınlanan "Ozzie Hair Solution" ve "KM3 Hair solution" başlıklı ürünlere yönelik tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 17.09.2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.facebook.com/Metro-Erkek-Kuaförü-Saç-Tasarım-239007219624650 adresli internet sitesinin 17.09.2019 tarihli görünümünde yer alan ve şahsa ait "Metro Erkek Kuaförü Saç Tasarım" başlıklı hesap üzerinden yayınlanan "Ozzie Hair Solution" ve "KM3 Hair solution" isimli ürünlere ilişkin tanıtımlarda; *"Saç çıkartıcı ilaç satışlarımız tüm hızıyla devam ediyor, senin de saçların olsun başka markalara aldanmayın ozzie ve emr aynı şekilde aynı etiketiyle tüm hızıyla değişmeden satılmaktadır”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** https://www.facebook.com/Metro-Erkek-Kuaförü-Saç-Tasarım-239007219624650 adresli internet sitesinin 17.09.2019 tarihli görünümünde yer alan ve şahsa ait "Metro Erkek Kuaförü Saç Tasarım" başlıklı hesap üzerinden yayınlanan "Ozzie Hair Solution" ve "KM3 Hair solution" isimli ürünlere ilişkin tanıtımlarda; *"Saç çıkartıcı ilaç satışlarımız tüm hızıyla devam ediyor, senin de saçların olsun başka markalara aldanmayın ozzie ve emr aynı şekilde aynı etiketiyle tüm hızıyla değişmeden satılmaktadır”* ifadelerine yer verildiği, ancak Kozmetik Mevzuatına tabi bulunan tüm kozmetik ürünlerin, insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve etkileri geçici olan ürünler olması gerektiği; bu bağlamda inceleme konusu tanıtımlarda yer alan tedaviye yönelik ve endikasyon belirten altı çizili ifadelerin ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği;

Bu nedenle, inceleme konusu tanıtımların;

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 ve 10 uncu maddeleri,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**10)**

**Dosya No: 2018/1524**

**Şikayet Edilen: İsmail SERTKAYA**

**Şikayet Edilen Reklam:**www.periparfum.net adresli internet sitesinde yer alan muhtelif markalarda parfümlere ilişkin tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 09.03.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: www.periparfum.net adresli internet sitesinde, Victoria’s Secret, Yves Saint Lorent, Burberry, Bvlgari gibi uluslararası tanınırlığı olan muhtelif markalarda parfümlerin satışına ilişkin tanıtımlara yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** www.periparfum.net adresli internet sitesinde, Victoria’s Secret, Yves Saint Lorent, Burberry, Bvlgari gibi uluslararası tanınırlığı olan muhtelif markalarda parfümlerin satışına ilişkin tanıtımlara yer verildiği, ancak 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 inci maddesinin 6 ncı fıkrasında yer alan *“Reklam verenler ticari reklamlarında yer alan iddiaların doğruluğunu ispatla yükümlüdür.”* hükmüne istinaden, internet sitenizde tanıtımı yapılan ürünlerin “orijinal” olduğunun üretici veya ithalatçı firmalardan alınan fatura vb. belgeler ile ispatlanmamış olduğu,

Açıklanan gerekçe ile söz konusu tanıtımın,

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

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

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

**11)**

**Dosya No: 2018/5084**

**Şikayet Edilen: L’oreal Türkiye Kozmetik San. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:**La Roche-Posay markalı “Lipikar”, “Effaclar” ve “Toleriane” isimli ürün serilerine ilişkin olarak www.laroche-posay.com.tr adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: www.laroche-posay.com.tr adresli internet sitesinde,*“LIPIKAR BAUME AP+ Cildi anında yatıştırır, kuruluk sonucu oluşan kaşınma hissini azaltmaya yardımcı olarak, tekrarlama karşıtı etki gösterir…Çok kuru, atopiye eğilim gösterebilen ciltler…LIPIKAR Baume AP+M cildi anında yatıştırarak kaşınma hissini azaltmaya yardımcı olur. Tekrarlama karşıtı etkisi vardır. Cilt bariyerini güçlendirerek, ciltte rahatlama sağlar. Çok kuru, atopiye eğilim gösterebilen bebek, çocuk ve yetişkin ciltleri için özel olarak formüle edilmiştir. ÖZELLİKLER Çok kuru, atopiye eğilim gösterebilen ciltler. Bebek, çocuk, yetişkin LIPIKAR Baume AP+M, çok kuru ciltleri yatıştırır ve kuruluk sonucu oluşan kaşınma hissini azaltmaya yardımcı olarak, cildi rahatlatır. Cilt bariyerini güçlendirir. Bebekten yetişkine tüm ailenin kullanımına uygundur.”*,

*“LIPIKAR STICK AP+ ÖZELLİKLER Kuru, atopiye eğilim gösterebilen ve kaşınma ihtiyacı olan ciltler,.Hassas ve atopiye eğilim gösterebilen ciltler için. Bebek, çocuk, yetişkin, tüm aile bireyleri için. Kaşınma ihtiyacının hafifletilmesine yardımcı olur. Ürünün stick formu sayesinde, kaşıma hareketini kolaylaştırır. Ciltteki rahatsızlık hislerinin hafifletilmesine yardımcı olur.”,*

*“LIPIKAR CLEANSING OIL (HUILE LAVANT)* *Kaşınma Hissi Karşıtı Lipid Yenileyici Vücut Yıkama Yağı. Banyodan başlayarak kaşınma hissi karşıtı. 1. Lipid yenilenmesini sağlamaya yardımcı olur. 2. Kaşıntı hissini yatıştırır. 3. Kuruluk kaynaklı tahriş hissini azaltmaya yardımcı olur…Hipoalerjenik.”* ,

*“EFFACLAR. Yağlı ve Akneye Eğilim Gösteren Cilt. La Roche-Posay'den yağlı ve akneye eğilim gösteren ciltler için geliştirilmiş profesyonel bir seri.”*,

“Aknesiz Cildim” bölümünde; *“Akneye eğilim gösteren cilt görünümüyle mücadele, lekeler, makyaj tavsiyeleri konusunda doğru ve yanlışlar...Bilmeniz gerekenleri hemen keşfedin!”* başlığı altında yer verilen *"Kızımın akneye eğilim gösteren cilt görünümüne karşı nasıl savaştık?" Laura birkaç ay boyunca akneye eğilim gösteren cilt görünümü problemi yaşadı. Ancak dermatoloğunun yardımıyla bu probleme karşı savaştı ve şimdi cildi pürüzsüz bir görünüme sahip. Annesi Chantal'in yorumlarıyla nasıl olduğunu öğrenin… Çözüm. Ne yapmaya karar verdiniz? Akneye eğilimli cilt görünümüne bir çözüm bulmak için bir dermatologdan randevu aldık. Dermatolog aslında güneşin, düşünüldüğü gibi, akneye eğilimli ciltlerin dostu olmadığını açıkladı. Bu sayede Laura akneye eğilimli cildini güneşte kurutmaya çalışmaktan vazgeçti. Dermatolog aynı zamanda günlük nasıl bir bakım rutini uygulaması gerektiğini de Laura'ya öğretti. Kendi cilt tipine uygun temizleyiciler, akneye eğilimli ciltler için özel kremler ve komedojenik olmayan makyaj ürünleri tavsiye etti, bu sayede Laura yeniden bir başlangıç yapabildi. Bütün bu önlemler sayesinde akneye eğilimli cilt görünümü gün geçtikçe azalmaya başladı. 1 sene sonra pürüzsüz bir cilt görünümüne sahip olmuştu. Laura da özgüvenini geri kazandı. Onu tekrar gülümserken ve mutlu olduğunu görmek çok güzel!”* ve *“Akneye eğilim gösteren ciltler için bakım önerileri ve çözümler. Söz konusu akneye eğilim gösteren cilt olduğunda, herkesin aklında sadece bir soru vardır: Lekelere karşı nasıl savaşırız? Dermatologlarımızdan Dr. Philippe Beaulieu genel görünümü düzeltme ve lekelerin görünümünü azaltma hakkında uzman görüşlerini paylaştı….Ama sonuçları arttırmak için yapabileceğimiz hiçbir şey yok mu? pH dengeleyici sabun içermeyen temizleyiciler ve nemlendiriciler kullanılabilir . Makyaj söz konusu olduğunda, gözenekleri tıkamayan komodojenik olmayan formüllere bakılmalı.”,*

*“EFFACLAR H CREAM LAVANTE Yağlı ve Akneye Eğilimli Hassas Ciltler için Temizleyici. Özellikler: Yağlı ve akneye eğilimli hassas ciltler için uygundur.”*,

*“EFFACLAR JEL Yağlı ve akneye eğilim gösteren ciltler. Yağlı, akneye eğilim gösteren ciltler için tamamlayıcı temizleme rutini…ÖZELLİKLER Yatıştırıcı etkilere sahip La Roche-Posay Termal Suyu içerir. Cilt ile uyumlu pH'a sahiptir. Yağlı, akneye eğilim gösteren ciltler için geliştirilmiş ve yüksek toleranslı temizleme sağlar…La Roche-Posay Termal Suyu yatıştırıcı ve iritasyon karşıtıdır”,*

*“EFFACLAR TONİK Yağlı ve akneye eğilim gösterebilen ciltler için sıkılaştırıcı ve mikro soyucu tonik. Pürüzlü yağlı ciltlerde, geniş gözenek ve düzensiz cilt dokusu görünümünün düzelmesine yardımcı olur. ÖZELLİKLER Geniş gözenekli, yağlı ve akneye eğilim gösterebilen cilt…ÜRÜN ETKİNLİĞİ Kullanım sonucunda pürüzlü cilt görünümü ve geniş gözenek görünümünün düzelmesine yardımcı olduğu gözlemlenmiştir.?”,*

*“EFFACLAR DUO (+) SPF 30 ÖZELLİKLER Yağlı ve akneye eğilim gösterebilen ciltler. Günlük olarak UV ışınlarına ve hava kirliliğine maruz kalan, cilt kusurlarına eğilimli tıkalı gözeneklere sahip, yağlı ve akneye eğilim gösterebilen cilde sahip kişiler. GÖRÜŞLER Kullandigim gunden beri cildim uzerindeki bozukluklari gozle gorunur sekilde azaltti... Güneş lekerini azaltmada yardımcı bu ürüne güneş koruyucu özelliğinin eklenmesiyle daha faydalı hale gelmiş.”,*

*“EFFACLAR A.I. akneye eğilim gösterebilen ciltler için bakım kremidir. Ani ve lokal olarak beliren cilt kusurlarının görünümünü düzeltir. …EFFACLAR A.I. cilt kusurlarına karşı savaşır ve cildin yenilenme sürecini harekete geçirir. Cilt yüzeyi homojen bir görünüme kavuşur. …ÜRÜN ETKİNLİĞİ Kullanan 3 kadından 2'sinde 48 saat içinde cilt kusurlarında azalma. Hücresel yenilenmeyi hızlandırır: 3.4 gün kazanılır. GÖRÜŞLER “İz için” Lokal olarak uygulayıp beklediğimde izlerin kaybolup gittiğini görmek hoş”,*

*“EFFACLAR H Kurutucu dermatolojik uygulama altındaki ciltler için yatıştırmaya yardımcı, nemlendirici bakım…ÖZELLİKLER Cildin güçlenmesi ve yatıştırılmasına yardımcı olur. İçeriğindeki Ceramide 5 sayesinde cildin bariyer işlevini güçlendirmeye yardımcı olur. La Roche-Posay Termal Suyu ve Bisabolol eklenmiş formülü ile cilt kuruluğuna bağlı rahatsızlık ve kızarıklıkları rahatlatmaya yardımcı olur.”,*

*“EFFACLAR DUO (+) Akneye eğilim gösteren ciltler için cilt kusurlarına karşı savaşan cilt bakım kremi…. ÖZELLİKLER Yağlı, akneye eğilim gösteren cilt, cilt kusurları ve lekeler. Hipoalerjeniktir. GÖRÜŞLER Lekeleri ve kırmızılıkları geçiriyor iyiki tanışmışım bu ürünle Kesinlikle tavsiye ediyorum… Daha 2 hafta olmasına rağmen cildimin renk tonu düzeldi lekeler azaldı ve pürüzsüzlük sağladı…. sabah akşam temiz cildime uyguluyorum ilk kullanımda fark edilen bir temizlik hissi var. 1. tüp'ün sonunda cildimde engebeler oluşturan sorunlar yok oldu. burun ve çevresi siyah noktalardan arındı pürüzsüz hale geldi. gözenekler küçüldü. artık aydınlık bir yüzüm var.”,*

*“EFFACLAR K (+) Yağlı, akneye eğilim gösteren ciltler için 8 saate kadar sebum (yağ) düzenleyici etkiye sahip yüz bakım kremi. Cilt yenilenir, temizlenir ve tekrarlayan siyah noktalardan arınır… Siyah noktalar, düzensiz cilt dokusu, aşırı parlama, gün boyunca yoğunluğu artan kirli cilt hissine karşı…ÖZELLİKLER İlk uygulamadan itibaren, gün boyu sürecek taze bir cilt hissi için cildi arındırır. Sadece 1 ay sonra ciltte değişim: cilt dokusu düzelir, gözenekler açılır ve parlama kontrol altına alınır. Cilt kusurları ve siyah noktalar üzerinde kanıtlanmış tekrarlama karşıtı etki. Gün boyu sürecek nem ve rahatlama hissi. Cilt matlaşır ve kusurlar azalır. GÖRÜŞLER Tüm siyah noktalar gidiyor… Gerçekten etkisi mükemmel yıllarca kurtulamadığım siyah nokta ve izlerden la roche posay sayesinde kurtuldum.”,*

*“EFFACLAR AKNEYE EĞİLİM GÖSTEREBİLEN CİLTLER İÇİN TANIŞMA KİTİ… ÖZELLİKLER Effaclar DUO(+) 15 ml Akneye eğilimli ciltlerde cilt kusurlarının görünümünü azaltmaya yardımcı bakım: Akneye eğilim gösterebilen ciltlerde tıkalı gözeneklerin açılmasına ve cilt kusurlarının görünümünün azalmasına yardımcı olur.”,*

*“EFFACLAR DUO (+) UNIFIANT Akneye eğilim gösterebilen ciltlerde cilt kusurlarının görünümünü azaltmaya yardımcı, cilt rengini eşitleyici bakım kremi. Cilt kusurlarını ve leke görünümünü azaltmaya yardımcı olur…EFFACLAR DUO(+)'ın cilt kusuru karşıtı, leke görünümü karşıtı ve tekrarlama karşıtı etkisi cilt rengi eşitleyici etki ile güçlendirilmiştir. Mevcut cilt kusurlar üzerinde etkili ve tekrar oluşma riskini önlemeye yardımcı tamamlayıcı bakım. …Niacinamide içerikli formülü ile cildi yatıştırır ve kızarıklığı azaltır… GÖRÜŞLER Doktorumun güvenle reçete ettiği ve tereddütsüz aldığım bir la Roche posay ürünü…”,*

“ALERJENKARŞITI” başlığı altında *“TOLERIANE ULTRA HAKKINDA DAHA FAZLASINI ÖĞREN Yüz Nemlendiricisi Yatıştırır, Onarır, Korur. Cildi nemlendirir ve rahatlatır. Cilt bariyerini onarır. Cilde ferahlama hissi sağlar. Günden güne cilt hassasiyetinin azalmasını sağlar.”*,

*“TOLERİANE ULTRA CREME. Alerjiye eğilim gösteren ciltler için yatıştırıcı günlük nemlendirici. Uzun süreli rahatlama sağlar. ÖZELLİKLER Alerjiye eğilim gösteren ciltler için: Batma hissi, kaşınma hissi, yanma hissi ve kızarıklık. Yatıştırıcı yağlı his bırakmayan günlük akışkan nemlendirici, Neurosensine ve La Roche-Posay Termal Suyu içeren formülüyle cilt hassasiyetini yatıştırır ve cildi rahatlatır.”,*

*“TOLERIANE ULTRA FLUIDE. Normal, karma ve alerjiye eğilim gösteren ciltler için yağlı his bırakmayan yatıştırıcı günlük nemlendirici. Uzun süreli rahatlama sağlar… Kaşınma hissi ve yanma hissini azaltır .Cildin hassasiyetini günden güne azaltır ve uzun süreli rahatlama sağlar. …ÖZELLİKLER* *Alerjiye eğilim gösteren ciltler için. kaşınma hissi, yanma hissi ve karıncalanma hissi. Kaşınma ve tahrişi hedef alan güçlü yatıştırıcı Neurosensine ve La Roche-Posay Termal Suyu’nun eşsiz uyumu ile güçlendirilmiş formül. GÖRÜŞLER* *Alerjiyi iyi yatıştırıyor fondöten kullandıktan sonra illaki bir tahriş bir kızarıklık oluyor o zaman bu ürün yatıştırma görevini yerine getiriyor ve kızarıklığı alıyor. ”,*

*“TOLERIANE ULTRA YEUX Hassas göz çevresi için yatıştırıcı günlük nemlendirici cilt bakımı…* *Hassas göz çevresini yatıştırır.* *ÖZELLİKLER Yanma ve batma hissi, şişlik veya rahatsızlık hissine maruz kalan hassas göz çevresi için…Neurosensine + Niacinamide kompleksi içeren formülü ile göz çevresindeki şişkinlik görünümünü hedef alan ve yatıştırıcı ve koruyucu La Roche-Posay Thermal Suyu içeren formülü ile nemlendirici ve yatıştırıcı cilt bakımı.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** www.laroche-posay.com.tr internet sitesinin 17.04.2020 tarihli görünümünde yer alan “Lipikar” isimli ürün serisine ilişkin tanıtımlarda, Reklam Kurulu’nun 17.04.2018 tarih ve 271 sayılı toplantısında verilen ve tanıtımı yapılan kozmetik ürünlerin, özellikle bebek ciltleri dahil atopiye ve alerjiye eğilimli, çok kuru ciltlerde kaşıntıyı giderme özelliğinin olduğu yönünde sağlık beyanı içeren ifadelere yer verilmesinin ilgili mevzuata aykırı olduğu kararına rağmen,

*“LIPIKAR BAUME AP+ Cildi anında yatıştırır, kuruluk sonucu oluşan kaşınma hissini azaltmaya yardımcı olarak, tekrarlama karşıtı etki gösterir…Çok kuru, atopiye eğilim gösterebilen ciltler…LIPIKAR Baume AP+M cildi anında yatıştırarak kaşınma hissini azaltmaya yardımcı olur. Tekrarlama karşıtı etkisi vardır. Cilt bariyerini güçlendirerek, ciltte rahatlama sağlar. Çok kuru, atopiye eğilim gösterebilen bebek, çocuk ve yetişkin ciltleri için özel olarak formüle edilmiştir. ÖZELLİKLER Çok kuru, atopiye eğilim gösterebilen ciltler. Bebek, çocuk, yetişkin LIPIKAR Baume AP+M, çok kuru ciltleri yatıştırır ve kuruluk sonucu oluşan kaşınma hissini azaltmaya yardımcı olarak, cildi rahatlatır. Cilt bariyerini güçlendirir. Bebekten yetişkine tüm ailenin kullanımına uygundur.”*,

*“LIPIKAR STICK AP+ ÖZELLİKLER Kuru, atopiye eğilim gösterebilen ve kaşınma ihtiyacı olan ciltler,.Hassas ve atopiye eğilim gösterebilen ciltler için. Bebek, çocuk, yetişkin, tüm aile bireyleri için. Kaşınma ihtiyacının hafifletilmesine yardımcı olur. Ürünün stick formu sayesinde, kaşıma hareketini kolaylaştırır. Ciltteki rahatsızlık hislerinin hafifletilmesine yardımcı olur.”*

*“LIPIKAR CLEANSING OIL (HUILE LAVANT)* *Kaşınma Hissi Karşıtı Lipid Yenileyici Vücut Yıkama Yağı. Banyodan başlayarak kaşınma hissi karşıtı. 1. Lipid yenilenmesini sağlamaya yardımcı olur. 2. Kaşıntı hissini yatıştırır. 3. Kuruluk kaynaklı tahriş hissini azaltmaya yardımcı olur…Hipoalerjenik.”* ifadelerine yer verildiği,

La Roche-Posay markalı *“Effaclar”* isimli kozmetik ürün serisine ilişkin www.laroche-posay.com.tr adresli internet sitesinin 17.04.2020 tarihli görünümünde yer verilen tanıtımlarda, *Reklam Kurulu’nun 17.04.2018 tarih ve 271 sayılı toplantısında verilen ve söz konusu ürünlere ilişkin olarak muhtelif mecralarda yer alan reklamlarda kullanılan akne ve sivilceye yönelik belirtilen ifadelerin ilgili mevzuata aykırı olduğu kararına rağmen,* *“EFFACLAR. Yağlı ve Akneye Eğilim Gösteren Cilt. La Roche-Posay'den yağlı ve akneye eğilim gösteren ciltler için geliştirilmiş profesyonel bir seri.”* ifadeleri ile ürünlerin tanıtımının yapıldığı, aynı zamanda söz konusu internet sitesinde yer verilen “Aknesiz Cildim” bölümünde; *“Akneye eğilim gösteren cilt görünümüyle mücadele, lekeler, makyaj tavsiyeleri konusunda doğru ve yanlışlar...Bilmeniz gerekenleri hemen keşfedin!”* başlığı altında yer verilen *"Kızımın akneye eğilim gösteren cilt görünümüne karşı nasıl savaştık?" Laura birkaç ay boyunca akneye eğilim gösteren cilt görünümü problemi yaşadı. Ancak dermatoloğunun yardımıyla bu probleme karşı savaştı ve şimdi cildi pürüzsüz bir görünüme sahip. Annesi Chantal'in yorumlarıyla nasıl olduğunu öğrenin… Çözüm. Ne yapmaya karar verdiniz? Akneye eğilimli cilt görünümüne bir çözüm bulmak için bir dermatologdan randevu aldık. Dermatolog aslında güneşin, düşünüldüğü gibi, akneye eğilimli ciltlerin dostu olmadığını açıkladı. Bu sayede Laura akneye eğilimli cildini güneşte kurutmaya çalışmaktan vazgeçti. Dermatolog aynı zamanda günlük nasıl bir bakım rutini uygulaması gerektiğini de Laura'ya öğretti. Kendi cilt tipine uygun temizleyiciler, akneye eğilimli ciltler için özel kremler ve komedojenik olmayan makyaj ürünleri tavsiye etti, bu sayede Laura yeniden bir başlangıç yapabildi. Bütün bu önlemler sayesinde akneye eğilimli cilt görünümü gün geçtikçe azalmaya başladı. 1 sene sonra pürüzsüz bir cilt görünümüne sahip olmuştu. Laura da özgüvenini geri kazandı. Onu tekrar gülümserken ve mutlu olduğunu görmek çok güzel!”* ve *“Akneye eğilim gösteren ciltler için bakım önerileri ve çözümler. Söz konusu akneye eğilim gösteren cilt olduğunda, herkesin aklında sadece bir soru vardır: Lekelere karşı nasıl savaşırız? Dermatologlarımızdan Dr. Philippe Beaulieu genel görünümü düzeltme ve lekelerin görünümünü azaltma hakkında uzman görüşlerini paylaştı….Ama sonuçları arttırmak için yapabileceğimiz hiçbir şey yok mu? pH dengeleyici sabun içermeyen temizleyiciler ve nemlendiriciler kullanılabilir . Makyaj söz konusu olduğunda, gözenekleri tıkamayan komodojenik olmayan formüllere bakılmalı.”* şeklinde akne ve akneden kaynaklanan cilt sorunlarını ortadan kaldırmaya yönelik kullanıcı deneyimleri ve dermatolog yorumlarının altında, yağlı ve akneye eğilim gösteren ciltler için tanıtımı yapılan “Effaclar” isimli kozmetik ürün serisine ilişkin tanıtımlara yer verilerek, söz konusu ürünlere yönlendirme yapıldığı,

Ayrıca, www.laroche-posay.com.tr adresli internet sitesinin 17.04.2020 tarihli görünümünde yer alan “Effaclar” isimli ürün serisine ilişkin tanıtımlarda;

*“EFFACLAR H CREAM LAVANTE Yağlı ve Akneye Eğilimli Hassas Ciltler için Temizleyici. Özellikler: Yağlı ve akneye eğilimli hassas ciltler için uygundur.”*,

*“EFFACLAR JEL Yağlı ve akneye eğilim gösteren ciltler. Yağlı, akneye eğilim gösteren ciltler için tamamlayıcı temizleme rutini…ÖZELLİKLER Yatıştırıcı etkilere sahip La Roche-Posay Termal Suyu içerir. Cilt ile uyumlu pH'a sahiptir. Yağlı, akneye eğilim gösteren ciltler için geliştirilmiş ve yüksek toleranslı temizleme sağlar…La Roche-Posay Termal Suyu yatıştırıcı ve iritasyon karşıtıdır”,*

*“EFFACLAR TONİK Yağlı ve akneye eğilim gösterebilen ciltler için sıkılaştırıcı ve mikro soyucu tonik. Pürüzlü yağlı ciltlerde, geniş gözenek ve düzensiz cilt dokusu görünümünün düzelmesine yardımcı olur. ÖZELLİKLER Geniş gözenekli, yağlı ve akneye eğilim gösterebilen cilt…ÜRÜN ETKİNLİĞİ Kullanım sonucunda pürüzlü cilt görünümü ve geniş gözenek görünümünün düzelmesine yardımcı olduğu gözlemlenmiştir.?”,*

*“EFFACLAR DUO (+) SPF 30 ÖZELLİKLER Yağlı ve akneye eğilim gösterebilen ciltler. Günlük olarak UV ışınlarına ve hava kirliliğine maruz kalan, cilt kusurlarına eğilimli tıkalı gözeneklere sahip, yağlı ve akneye eğilim gösterebilen cilde sahip kişiler. GÖRÜŞLER Kullandigim gunden beri cildim uzerindeki bozukluklari gozle gorunur sekilde azaltti... Güneş lekerini azaltmada yardımcı bu ürüne güneş koruyucu özelliğinin eklenmesiyle daha faydalı hale gelmiş.”,*

*“EFFACLAR A.I. akneye eğilim gösterebilen ciltler için bakım kremidir. Ani ve lokal olarak beliren cilt kusurlarının görünümünü düzeltir. …EFFACLAR A.I. cilt kusurlarına karşı savaşır ve cildin yenilenme sürecini harekete geçirir. Cilt yüzeyi homojen bir görünüme kavuşur. …ÜRÜN ETKİNLİĞİ Kullanan 3 kadından 2'sinde 48 saat içinde cilt kusurlarında azalma. Hücresel yenilenmeyi hızlandırır: 3.4 gün kazanılır. GÖRÜŞLER “İz için” Lokal olarak uygulayıp beklediğimde izlerin kaybolup gittiğini görmek hoş”,*

*“EFFACLAR H Kurutucu dermatolojik uygulama altındaki ciltler için yatıştırmaya yardımcı, nemlendirici bakım…ÖZELLİKLER Cildin güçlenmesi ve yatıştırılmasına yardımcı olur. İçeriğindeki Ceramide 5 sayesinde cildin bariyer işlevini güçlendirmeye yardımcı olur. La Roche-Posay Termal Suyu ve Bisabolol eklenmiş formülü ile cilt kuruluğuna bağlı rahatsızlık ve kızarıklıkları rahatlatmaya yardımcı olur.”,*

*“EFFACLAR DUO (+) Akneye eğilim gösteren ciltler için cilt kusurlarına karşı savaşan cilt bakım kremi…. ÖZELLİKLER Yağlı, akneye eğilim gösteren cilt, cilt kusurları ve lekeler. Hipoalerjeniktir. GÖRÜŞLER Lekeleri ve kırmızılıkları geçiriyor iyiki tanışmışım bu ürünle Kesinlikle tavsiye ediyorum… Daha 2 hafta olmasına rağmen cildimin renk tonu düzeldi lekeler azaldı ve pürüzsüzlük sağladı…. sabah akşam temiz cildime uyguluyorum ilk kullanımda fark edilen bir temizlik hissi var. 1. tüp'ün sonunda cildimde engebeler oluşturan sorunlar yok oldu. burun ve çevresi siyah noktalardan arındı pürüzsüz hale geldi. gözenekler küçüldü. artık aydınlık bir yüzüm var.”,*

*“EFFACLAR K (+) Yağlı, akneye eğilim gösteren ciltler için 8 saate kadar sebum (yağ) düzenleyici etkiye sahip yüz bakım kremi. Cilt yenilenir, temizlenir ve tekrarlayan siyah noktalardan arınır… Siyah noktalar, düzensiz cilt dokusu, aşırı parlama, gün boyunca yoğunluğu artan kirli cilt hissine karşı…ÖZELLİKLER İlk uygulamadan itibaren, gün boyu sürecek taze bir cilt hissi için cildi arındırır. Sadece 1 ay sonra ciltte değişim: cilt dokusu düzelir, gözenekler açılır ve parlama kontrol altına alınır. Cilt kusurları ve siyah noktalar üzerinde kanıtlanmış tekrarlama karşıtı etki. Gün boyu sürecek nem ve rahatlama hissi. Cilt matlaşır ve kusurlar azalır. GÖRÜŞLER Tüm siyah noktalar gidiyor… Gerçekten etkisi mükemmel yıllarca kurtulamadığım siyah nokta ve izlerden la roche posay sayesinde kurtuldum.”,*

*“EFFACLAR AKNEYE EĞİLİM GÖSTEREBİLEN CİLTLER İÇİN TANIŞMA KİTİ… ÖZELLİKLER Effaclar DUO(+) 15 ml Akneye eğilimli ciltlerde cilt kusurlarının görünümünü azaltmaya yardımcı bakım: Akneye eğilim gösterebilen ciltlerde tıkalı gözeneklerin açılmasına ve cilt kusurlarının görünümünün azalmasına yardımcı olur.”,*

*“EFFACLAR DUO (+) UNIFIANT Akneye eğilim gösterebilen ciltlerde cilt kusurlarının görünümünü azaltmaya yardımcı, cilt rengini eşitleyici bakım kremi. Cilt kusurlarını ve leke görünümünü azaltmaya yardımcı olur…EFFACLAR DUO(+)'ın cilt kusuru karşıtı, leke görünümü karşıtı ve tekrarlama karşıtı etkisi cilt rengi eşitleyici etki ile güçlendirilmiştir. Mevcut cilt kusurlar üzerinde etkili ve tekrar oluşma riskini önlemeye yardımcı tamamlayıcı bakım. …Niacinamide içerikli formülü ile cildi yatıştırır ve kızarıklığı azaltır… GÖRÜŞLER Doktorumun güvenle reçete ettiği ve tereddütsüz aldığım bir la Roche posay ürünü…”* ifadelerine yer verildiği,

La Roche-Posay markalı *“Toleriane”* isimli kozmetik ürün serisine ilişkin www.laroche-posay.com.tr adresli internet sitesinin 16.04.2020 tarihli görünümünde “ALERJENKARŞITI” başlığı altında *“TOLERIANE ULTRA HAKKINDA DAHA FAZLASINI ÖĞREN Yüz Nemlendiricisi Yatıştırır, Onarır, Korur. Cildi nemlendirir ve rahatlatır. Cilt bariyerini onarır. Cilde ferahlama hissi sağlar. Günden güne cilt hassasiyetinin azalmasını sağlar.”* ifadelerine,

La Roche-Posay markalı *“Toleriane”* isimli kozmetik ürün serisine ilişkin www.laroche-posay.com.tr adresli internet sitesinin 17.04.2020 tarihli görünümünde yer verilen tanıtımlarda;

*“TOLERİANE ULTRA CREME. Alerjiye eğilim gösteren ciltler için yatıştırıcı günlük nemlendirici. Uzun süreli rahatlama sağlar. ÖZELLİKLER Alerjiye eğilim gösteren ciltler için: Batma hissi, kaşınma hissi, yanma hissi ve kızarıklık. Yatıştırıcı yağlı his bırakmayan günlük akışkan nemlendirici, Neurosensine ve La Roche-Posay Termal Suyu içeren formülüyle cilt hassasiyetini yatıştırır ve cildi rahatlatır.”,*

*“TOLERIANE ULTRA FLUIDE. Normal, karma ve alerjiye eğilim gösteren ciltler için yağlı his bırakmayan yatıştırıcı günlük nemlendirici. Uzun süreli rahatlama sağlar… Kaşınma hissi ve yanma hissini azaltır. Cildin hassasiyetini günden güne azaltır ve uzun süreli rahatlama sağlar. …ÖZELLİKLER* *Alerjiye eğilim gösteren ciltler için. kaşınma hissi, yanma hissi ve karıncalanma hissi. Kaşınma ve tahrişi hedef alan güçlü yatıştırıcı Neurosensine ve La Roche-Posay Termal Suyu’nun eşsiz uyumu ile güçlendirilmiş formül. GÖRÜŞLER* *Alerjiyi iyi yatıştırıyor fondöten kullandıktan sonra illaki bir tahriş bir kızarıklık oluyor o zaman bu ürün yatıştırma görevini yerine getiriyor ve kızarıklığı alıyor. ”,*

*“TOLERIANE ULTRA YEUX Hassas göz çevresi için yatıştırıcı günlük nemlendirici cilt bakımı…* *Hassas göz çevresini yatıştırır.* *ÖZELLİKLER Yanma ve batma hissi, şişlik veya rahatsızlık hissine maruz kalan hassas göz çevresi için…Neurosensine + Niacinamide kompleksi içeren formülü ile göz çevresindeki şişkinlik görünümünü hedef alan ve yatıştırıcı ve koruyucu La Roche-Posay Thermal Suyu içeren formülü ile nemlendirici ve yatıştırıcı cilt bakımı.”* 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 altı çizili ifadelerin, sağlık beyanı içeren ve endikasyon belirten ifadeler olması nedeni ile ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği,

Açıklanan gerekçe ile inceleme konusu reklamların,

- Kozmetik Yönetmeliği’nin 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, reklam veren **L’oreal Türkiye Kozmetik San. ve Tic. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri dahilinde belirtilen hususlara ilişkin olarak, **104.781-TL (YüzdörtbinyediyüzseksenbirTürk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**12)**

**Dosya No: 2019/8425**

**Şikayet Edilen: Duygu FEDAKAR**

**Şikayet Edilen Reklam:**www.modaizin.com adresli internet sitesinde ve “Modaizin.com” isimli instagram hesabında yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: “Modaizin.com”isimli instagram hesabında muhtelif ürün satışı yapıldığı bununla birlikte tüketicilere siparişlerinin gönderilmediği ve satış sonrasında tüketicilerle iletişime geçilmediği; www.modaizin.com adresli internet sitesinde cayma süresinin 7 gün olarak belirtildiği ve www.modaizin.com adresli internet sitesinde “Balenciaga, Chloe, Fendi, Gucci” gibi muhtelif markalara ait ürünlerin satışına yönelik tanıtımların yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** **“**Modaizin.com”isimli instagram hesabında muhtelif ürün satışı yapıldığı bununla birlikte tüketicilere siparişlerinin gönderilmediği ve satış sonrasında tüketicilerle iletişime geçilmediği dolayısıyla bu durumun 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un “Haksız ticari uygulamalar” başlıklı 62 inci maddesinin “*(1) Bir ticari uygulamanın; mesleki özenin gereklerine uymaması ve ulaştığı ortalama tüketicinin ya da yöneldiği grubun ortalama üyesinin mal veya hizmete ilişkin ekonomik davranış biçimini önemli ölçüde bozması veya önemli ölçüde bozma ihtimalinin olması durumunda haksız olduğu kabul edilir. Özellikle aldatıcı veya saldırgan nitelikte olan uygulamalar (…) haksız ticari uygulama olarak kabul edilir. Tüketiciye yönelik haksız ticari uygulamalar yasaktır.”* hükmüne aykırı olduğu,

Ayrıca [www.modaizin.com](http://www.modaizin.com) adresli internet sitesinde cayma süresinin 7 gün olarak belirtildiği, ancak 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 48 inci maddesinde cayma süresinin 14 gün olarak belirlendiği, dolayısıyla tüketicilerin sahip olduğu yasal haklar hususunda yanıltıldığı,

Bununla birlikte [www.modaizin.com](http://www.modaizin.com) adresli internet sitesinde *“Balenciaga, Chloe, Fendi, Gucci”* gibi muhtelif markalara ilişkin ürünlerin “orijinal” olduğunun üretici veya ithalatçı firmalardan alınan fatura vb. belgeler ile ispatlanmamış olduğu,

Açıklanan gerekçe ile söz konusu tanıtımın,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 9 uncu, 11 inci. 12 nci, 28 nci, 29 uncu, 31 inci ve 32 nci maddeleri,

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

Buna göre, reklam veren **Duygu FEDAKAR** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **85.480-TL (SeksenbeşbindörtyüzseksenTürk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**13)**

**Dosya No: 2020/996**

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

**Şikayet Edilen Reklam:**www.hepsiburada.com isimli internet sitesi üzerinden “MİSS” isimli satıcı tarafından satışı yapılan “Bioderma Sebium Hydra Cream” isimli ürüne yönelik kullanıcı yorumları ve satıcı puanını içeren tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: www.hepsiburada.com isimli internet sitesi üzerinden “MİSS” isimli satıcı tarafından satışı yapılan *“Bioderma Sebium Hydra Cream”* isimli ürünün, başvuru sahibi tüketiciye ürün ambalajı üzerinde bulunan son kullanma tarihi kesilmiş ve ürün üzerinde bulunan tarih bilgisi okunamayacak şekilde deforme edilmiş şekilde gönderildiği, başvuru sahibi tüketicinin bu duruma ilişkin olarak söz konusu internet sitesinde yapmış olduğu *“tarihi geçmiş ürünün kutusundaki tarih kısmı silinmiş, tüpte ise kesilmiş”* şeklindeki yorumun yayınlanmadığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** www.hepsiburada.com isimli internet sitesi üzerinden “MİSS” isimli satıcı tarafından satışı yapılan *“Bioderma Sebium Hydra Cream”* isimli ürünün, başvuru sahibi tüketiciye ürün ambalajı üzerinde bulunan son kullanma tarihi kesilmiş ve ürün üzerinde bulunan tarih bilgisi okunamayacak şekilde deforme edilmiş şekilde gönderildiği, başvuru sahibi tüketicinin bu duruma ilişkin olarak internet sitesinde yapmış olduğu *“tarihi geçmiş ürünün kutusundaki tarih kısmı silinmiş, tüpte ise kesilmiş”* şeklindeki yorumun firma tarafından ilan edilen *‘Ürünle ilgili görüşlerinizi paylaştığınız için müşterilerimiz adına teşekkür ederiz. hepsiburada’da yer alan ürün yorumları, müşterilerimizin satın aldıkları veya kullandıkları ürünlere dair değerlendirmelerini içerir. Ürün veya markayla ilgili bilgi veren, ürüne ve kullanımına dair artı ya da eksi özellikleri yazan yorumlar onaylanarak ürün sayfasında yer alır. Hakaret, argo veya alaycı tavır içeren, fiyat bilgisi verilen, soru sorulan, link verilen, karşılaştırma yapılan yorumlar onaylanamamaktadır.”* şeklindeki yorum kriterlerine aykırı bir husus içermemesine rağmen onaylanmayarak yayınlanmadığı,, bununla beraber, satıcının *‘hepsiburada.com müşterileri tarafından verilen zamanında gönderim, paketleme ve genel alışveriş deneyimi puanlarına göre hesaplanan’* satıcı puanının da aynı kaldığı, bu nedenle internet sitesinde yer alan söz konusu ürüne ve satıcıya yönelik yorum ve puanlamaya ilişkin tanıtımların yanıltıcı olduğu,

Diğer taraftan, hepsiburada.com müşterisi olan başvuru sahibi tüketicinin satın almış olduğu ürüne ilişkin alışveriş deneyimini yansıtan ve *‘hakaret, argo veya alaycı tavır içeren, fiyat bilgisi verilen, soru sorulan, link verilen, karşılaştırma yapılan’* herhangi bir ifade içermeyen yorumunun yayınlanmamasının, söz konusu yorumlara ve puanlamaya dayanarak satın alma işlemi gerçekleştirecek olan tüketiciler açısından da yanıltıcı olacağı,

Açıklanan gerekçe ile söz konusu tanıtımın,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4 ve 28 nci maddeleri,

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

Buna göre, reklam veren **D-Market Elektronik Hizmetler Tic. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**14)**

**Dosya No: 2020/1010**

**Şikayet Edilen: Ezel Kozmetik İthalat ve İhracat Tic. ve San. A. Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:**“DK Dent” markalı diş macunu çeşitlerine ait ambalajlar üzerinde ve www.dermokilshop.com adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar ile söz konusu internet sitesinde yer alan “Dermokil” markalı muhtelif kozmetik ürünlere ilişkin tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 13.09.2018; 18.03.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet - Ambalaj

**Tespitler**: *“DK Dent”* markalı diş macunu çeşitlerine ait ambalajlar üzerinde ve www.dermokilshop.com adresli internet sitesinin 18.03.2020 tarihli görünümünde yer verilen; *“Diş hekimleri tarafından önerilmektedir.”* iddiasına,

“DK Dent Klasik Diş Macunu” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Mikronize incelikte bentonit tipi kil, hassas şekilde diş minesindeki lekelenmeleri kaldırarak, dizleri beyazlatır. Silika, kalsiyum, demir, sodyum, potasyum, minerallerince zengin steril özellikteki kil, diş minesinin remineralizasyonunu sağlayarak diş çürüklerini önlemeye yardımcıdır. Vegan dır.”*,

“Dk Dent Propolis Diş Macunu” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Güçlü anti-mikrobiyal ve anti-inflamatuar etkili, bakterilerin kolonizasyonunu önleyerek plağı uzaklaştırır. İçerisindeki özel bitkisel aktifler sayesinde diş eti kanamalarını önleyerek sağlıklı diş ve diş etinin korunmasına yardımcı olur… Aft, plak ve tartar oluşumunu önlemeye yardımcı olur. Diş ve diş eti sağlığınızı korumaya yardımcı olur. Diş üzerinde oluşan lekeleri gidererek dişlerin doğal beyazlığına kavuşmasına yardımcı olur.”*,

“DK Dent Karbonlu Diş Macunu” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Aktif karbon ve özel beyaz Kil içeriği sayesinde sigara,çay,kahve, yemek lekelerini gidermeye ve dişleri beyazlatmaya yardımcı olur. Florür, Gluten, Boya, SLS, ve paraben içermez. yapay tatlandırıcı içermez. tadını doğal stevia bitkisinden alır.”*,

“DK Dent Nane Diş Macunu” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Yoğun nane özü ile ağız hijyenini sğlayarak temizlik ve ferahlık sağlar. İçerisindeki geliştirilmiş özel aktif maddeler sayesinde diş çürümelerine karşı korur. Vegan dır.”*,

“Dk Dent Aloe Vera Diş Macunu” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Düşük abrasif özelliği ile hassas dişlerde aşındırmadan temizlik sağlar. Diş ve ağız bakımında etkili bir bitkidir. Karanfil, adaçayı, mür, ratanya, bitki özleri ve propolis içeriği ile hassas diş ve diş eti bakımına destek olur. Tadını doğal stevia bitkisinden alır. SLS, paraben, Florür, Guten, paraben içermez. Vegan dır.”* ifadelerine,

Ayrıca, “Dk Dent Propolis Diş Macunu” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Güçlü anti-mikrobiyal ve anti-inflamatuar etkili, bakterilerin kolonizasyonunu önleyerek plağı uzaklaştırır.”* ifadelerine,

www.dermokilshop.com adresli internet sitesinin 13.09.2018 tarihli görünümünde; “Dermokil Xtreme Kepeğe Karşı Etkili (Seboreik Dermatit ve Egzama Problemleri için Etkili) Şampuan” ve “Dermokil Xtreme Kepeğe Karşı Etkili (Seboreik Dermatit ve Egzama Problemleri için Etkili) Serum” isimli ürünlere ilişkin olarak; *“Seboreik Dermatit ve Egzama Problemleri için Etkili”* ve *“Tedavi amaçlı dermokozmetik bir üründür. Seboreik dermatit, egzama gibi saç problemlerinizde etkilidir.”* ifadelerine, “*Dermokil Xtreme Pişik Önleyici Krem”* isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Butyrospermum parkii butter (Shea Yağı); Antienflamatuar (iltihap önleyici)özelliği vardır. Sivilce, kuru deri, cilt lekeleri, çatlak ve tahriş gibi sorunların giderilmesinde yardımcı olur. Peg-75 Lanolin; Yumuşatıcı, yatıştırıcı ve yara iyileştirici özellikleri bulunmaktadır. -Allantoin; İyileştirici ve yatıştırıcı özelliği vardır. Cilt tahrişlerinin iyileşmesine yardımcı olur. Tocopherol acetate (E vitamini); E vitamini bir antioksidandır. Cilt üzerinde iltihap giderici etkileri vardır. Camomille Recutita Extract (Papatya Özü); Deri iritasyonunu azaltır.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** *“DK Dent”* markalı diş macunu çeşitlerine ait ambalajlar üzerinde ve www.dermokilshop.com adresli internet sitesinin 18.03.2020 tarihli görünümünde yer verilen; *“Diş hekimleri tarafından önerilmektedir.”* iddiası ile

“DK Dent Klasik Diş Macunu” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; *“Mikronize incelikte bentonit tipi kil, hassas şekilde diş minesindeki lekelenmeleri kaldırarak, dizleri beyazlatır. Silika, kalsiyum, demir, sodyum, potasyum, minerallerince zengin steril özellikteki kil, diş minesinin remineralizasyonunu sağlayarak diş çürüklerini önlemeye yardımcıdır. Vegan dır.”*,

“Dk Dent Propolis Diş Macunu” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; *“Güçlü anti-mikrobiyal ve anti-inflamatuar etkili, bakterilerin kolonizasyonunu önleyerek plağı uzaklaştırır. İçerisindeki özel bitkisel aktifler sayesinde diş eti kanamalarını önleyerek sağlıklı diş ve diş etinin korunmasına yardımcı olur… Aft, plak ve tartar oluşumunu önlemeye yardımcı olur. Diş ve diş eti sağlığınızı korumaya yardımcı olur. Diş üzerinde oluşan lekeleri gidererek dişlerin doğal beyazlığına kavuşmasına yardımcı olur.”*,

“DK Dent Karbonlu Diş Macunu” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; *“Aktif karbon ve özel beyaz Kil içeriği sayesinde sigara,çay,kahve, yemek lekelerini gidermeye ve dişleri beyazlatmaya yardımcı olur. Florür, Gluten, Boya, SLS, ve paraben içermez. yapay tatlandırıcı içermez. tadını doğal stevia bitkisinden alır.”*,

“DK Dent Nane Diş Macunu” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; *“Yoğun nane özü ile ağız hijyenini sğlayarak temizlik ve ferahlık sağlar. İçerisindeki geliştirilmiş özel aktif maddeler sayesinde diş çürümelerine karşı korur. Vegan dır.”*,

“Dk Dent Aloe Vera Diş Macunu” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; *“Düşük abrasif özelliği ile hassas dişlerde aşındırmadan temizlik sağlar. Diş ve ağız bakımında etkili bir bitkidir. Karanfil, adaçayı, mür, ratanya, bitki özleri ve propolis içeriği ile hassas diş ve diş eti bakımına destek olur. Tadını doğal stevia bitkisinden alır. SLS, paraben, Florür, Guten, paraben içermez. Vegan dır.”* ifadelerinin Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin “İspat külfeti” başlıklı 9 uncu maddesi hükmü doğrultusunda ispatlanmadığı,

Ayrıca, “Dk Dent Propolis Diş Macunu” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Güçlü anti-mikrobiyal ve anti-inflamatuar etkili, bakterilerin kolonizasyonunu önleyerek plağı uzaklaştırır.”* ifadelerine yer verildiği, ancak söz konusu tanıtımlarda kullanılan *“anti-mikrobiyal … bakterilerin kolonizasyonunu önleyerek”* ifadeleri ile ürünün biyosidal etki gösterdiğinin iddia edilebilmesi için gerekli biyosidal ürün ruhsatının gönderilmediği*,*

Öte yandan, www.dermokilshop.com adresli internet sitesinin 13.09.2018 tarihli görünümünde; “Dermokil Xtreme Kepeğe Karşı Etkili (Seboreik Dermatit ve Egzama Problemleri için Etkili) Şampuan” ve “Dermokil Xtreme Kepeğe Karşı Etkili (Seboreik Dermatit ve Egzama Problemleri için Etkili) Serum” isimli ürünlere ilişkin olarak; *“Seboreik Dermatit ve Egzama Problemleri için Etkili”* ve *“Tedavi amaçlı dermokozmetik bir üründür. Seboreik dermatit, egzama gibi saç problemlerinizde etkilidir.”* ifadelerine, “*Dermokil Xtreme Pişik Önleyici Krem”* isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Butyrospermum parkii butter (Shea Yağı); Antienflamatuar (iltihap önleyici)özelliği vardır. Sivilce, kuru deri, cilt lekeleri, çatlak ve tahriş gibi sorunların giderilmesinde yardımcı olur. Peg-75 Lanolin; Yumuşatıcı, yatıştırıcı ve yara iyileştirici özellikleri bulunmaktadır. -Allantoin; İyileştirici ve yatıştırıcı özelliği vardır. Cilt tahrişlerinin iyileşmesine yardımcı olur. Tocopherol acetate (E vitamini); E vitamini bir antioksidandır. Cilt üzerinde iltihap giderici etkileri vardır. Camomille Recutita Extract (Papatya Özü); Deri iritasyonunu azaltır.”* ifadelerine yer verildiği, ancak, Kozmetik Mevzuatına tabi bulunan tüm kozmetik ürünlerin, insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve etkileri geçici olan ürünler olması gerektiği; bu bağlamda, söz konusu tanıtımlarda yer alan sağlık beyanı içeren ifadeler ile 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 4/c, 5 inci, 7 nci maddesi,

- Biyosidal Ürünler Yönetmeliğinin 5 inci ve 38 inci maddeleri,

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

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

Buna göre, reklam veren **Ezel Kozmetik İthalat Ve İhracat Tic. ve San. A. Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**15)**

**Dosya No: 2020/1011**

**Şikayet Edilen: Unilever Sanayi ve Ticaret Türk A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:**Domestos markalı çamaşır suyuna yönelik olarak muhtelif televizyon kanallarında yayınlanan *"Domestosu Durdurulamaz Yapan Nedir?"* başlıklı reklam filmi.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler**: “Domestos” markalı çamaşır suyu ürününe ilişkin olarak muhtelif televizyon kanallarında yayınlanan *“Domestos’u Durdurulamaz Yapan Nedir?”* başlıklı reklam filminde;

*“Domestos’u Durdurulamaz Yapan Nedir? Domestos yüzeylerde saatlerce yaşayabilen Koronavirüsü saniyeler içinde öldürür.(Ekranda beliren yazı:60 saniye içinde) Evinizdeki sık temas edilen yüzeyleri ve zeminleri her gün Domestos ile temizleyin, virüsleri durdurun. Domestos Koronavirüsü öldürür, maksimum hijyen sağlar.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** “Domestos” markalı çamaşır suyu ürününe ilişkin olarak muhtelif televizyon kanallarında yayınlanan *“Domestos’u Durdurulamaz Yapan Nedir?”* başlıklı reklam filminde;

*“Domestos’u Durdurulamaz Yapan Nedir? Domestos yüzeylerde saatlerce yaşayabilen Koronavirüsü saniyeler içinde öldürür.(Ekranda beliren yazı:60 saniye içinde) Evinizdeki sık temas edilen yüzeyleri ve zeminleri her gün Domestos ile temizleyin, virüsleri durdurun. Domestos Koronavirüsü öldürür, maksimum hijyen sağlar.”* ifadelerine yer verildiği,

Küresel salgın halinde gelen Yeni Koronavirüs Hastalığı (COVID-19), söz konusu reklamların yayınlandığı dönemde ülkemizde halen yayılma etkisini devam ettirmekte olup, salgının ülkemizde yayılmasına karşı alınan tedbirler arasında yer alan; vatandaşların kendilerini korumaya yönelik önlemler konusunda doğru bilgilendirilmesi hususu önem arz etmektedir. Diğer taraftan söz konusu hastalığa yol açan Koronavirüs olarak adlandırılan virüsün esas olarak hasta bireylerin öksürmeleri aksırmaları ile ortama saçılan damlacıkların solunması ile bulaştığı, bunun yanında hastaların solunum parçacıkları ile kirlenmiş yüzeylere dokunulduktan sonra ellerin yıkanmadan yüz, göz, burun veya ağıza götürülmesi ile de virüs alınabileceği genel kabul görmektedir.

Bu bağlamda, çamaşır suyu ile temizlenmiş yüzeylere de hasta bireylerin damlacık yolu ile korona virüs bulaştırma riskinin devam ettiği göz önüne alındığında, söz konusu reklam filminde yer alan ve tanıtımı yapılan çamaşır suyu ürününün yüzeylerde kullanımının Koronavirüsü durduracağına yönelik ifade ve görüntülerin, tüketiciler nezdinde söz konusu ürünün kullanıldığı yüzeylerde tekrar virüs bulaşının olmayacağı yönünde izlenim uyandırıldığı, bu durumun tüketicileri yanlış yönlendirici ve kamu sağlığını bozucu olacağı,

Diğer taraftan, sabun, deterjan gibi çeşitli alternatif temizlik ürünlerinin yüzeylerde bulunan Koronavirüsü etkisiz hale getirebileceğinin genel kabul gördüğü, ancak reklam filminde yer alan *“Domestos’u Durdurulamaz Yapan Nedir? Domestos yüzeylerde saatlerce yaşayabilen Koronavirüsü saniyeler içinde öldürür…* *Evinizdeki sık temas edilen yüzeyleri ve zeminleri her gün Domestos ile temizleyin, virüsleri durdurun.”* ifadeleri ile söz konusu ürünün yüzeylerde yer alan Koronavirüsü öldürmede diğer temizlik ürünlerine karşı üstün olduğu algısı yaratıldığı,

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 ve 32 nci maddeleri,

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

Buna göre, reklam veren **Unilever Sanayi ve Ticaret Türk A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları 3 ay tedbiren durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**SAĞLIK**

**16)**

**Dosya No: 2019/9558**

**Şikayet Edilen: Nurettin ŞAHİNLİ**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 11.06.2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.dytnurettinsahinli.comadresli internet sitesinin 11.06.2019 tarihli görünümünde:

*"Umut Obezite ve Diyet Kliniği... Aslında bu süreçte bir beslenme uzmanı desteği ile hem sağlıklı beslenerek hemde istenilen kiloya hızla ulaşabilmek mümkündür. Beslenme kaynaklı sağlık sorunlarını önlemek hem kolay hem de disiplinli bir süreçtir... Başaranlar: Mahallemizde bir arkadaşımın eşi Nurettin Beyin verdiği diyetle 15 kg verdi. Ben de inanamadım. 5 aylık çocuğu diyetin emzirmeye etkisi olmayacağını söyledi. Çok sevindim hemen ölçülerimi ve kan tahlillerimi yaptı ekibi kadar verdiği diyeti uyguladım şu anda 64 kiloya geldim çok mutluyum... Anlaşmalı Laboratuvar hizmetimiz var. Check up. Bilgi: ... Anlaşmalı laboratuvar hemşiremiz adresinize gelerek kan alımınızı yapar ve sonuçlar ister mail olarak ister posta yoluyla elinize ulaştırılır..."* gibi ifadelere ve hasta yorumlarına yer verildiği,

-www.facebook.com/diyetisyennurettin adresli internet sitesinin 11.06.2019 tarihli görünümünde benzer ifadelerle birlikte hastalara ait tedavi öncesi ve sonrası görüntülere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanunun Ek 13 (ç) maddesinde yer alan; “*Diyetisyen; beslenme ve diyetetik alanında lisans eğitimi veren fakülte veya yüksekokullardan mezun; sağlıklı bireyler için sağlıklı beslenme programları belirleyen, hastalar için tabibin yönlendirmesi üzerine gerekli beslenme programlarını düzenleyen, toplu beslenme yerlerinde beslenme programları hazırlayan ve besin güvenliğini sağlayan sağlık meslek mensubudur*” tanımından da anlaşıldığı üzere tedavi nitelikli beslenme danışmanlığı hizmeti verilmesinin ancak tabip yönlendirmesi ile mümkün olduğu, bununla beraber şahsın diyetisyenlik mesleğini icra eden bir sağlık meslek mensubu olduğunun anlaşıldığı,

Bu bağlamda, tanıtımlarda yer verilen hizmetlerin, ancak bir hekimin yönlendirmesiyle yapılabilecek hizmetler olması sebebiyle, anılan şahıs tarafından tedavi edildiği izlenimi verilmesinin, dolayısıyla şahsa yönelik yapılan söz konusu reklamların tüketicileri yanıltıcı, aldatıcı ve faaliyetlerinize yönelik talep yaratıcı nitelikte olduğu,

Diğer taraftan, tanıtımlarda anılan şahıs hakkında "nörobilim uzmanı", kuruluşun isminde ise "klinik" ibaresine yer verilmesi suretiyle bir sağlık kuruluşu izlenimi yaratıldığı, bu durumun tüketicileri yanıltıcı, bilgi eksiklerini istismar edici nitelikte olduğu

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

**17)**

**Dosya No: 2019/11022**

**Şikayet Edilen: Özel Yeşilyurt Ağız ve Diş Sağlığı Merkezi Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:**https://yesilyurtdent.com.tr/

ve https://www.instagram.com/ozelyesilyurtadsm/ adresli internet sitelerinde yayınlanan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 09.03.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://yesilyurtdent.com.tr/ adresli internet sitesinin 09.03.2020 tarihli görünümünde: *"Kliniğimizde her türlü diş probleminiz kolaylıkla teşhis edilebilmektedir... Sağlıklı dişler; Kliniklerimiz en gelişmiş teknik donanıma sahip olmasının yanında, uzman hekim hekim kadrosuyla, implantoloji, ortodonti, kanal tedavisi vb. gibi alanlarda tedavi sunmaktadır... Uzman Doktorlar; Alanında uzman doktorlarımız, Ortodonti, İmplant, Kanal Tedavisi, Diş Beyazlatma, Oral Diagnoz ve pek çok hizmeti sunmaktadır..." ,*

- https://www.instagram.com/ozelyesilyurtadsm/ adresli internet sitesinin 09.03.2020 tarihli görünümünde: *"Aynaya bakarken kusursuz bir gülümsemeye sahip olmak ne demektir en iyi hastalarımız bilir... Küçük farklar, büyük mutluluklar... Zirkon kaplamada mucize yaratan hekimimiz Balçova şubemizden Ayşen Büke Şen..." ,*

gibi ifadelere ve hastalara ait tedavi öncesi ve sonrası görüntülere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla söz konusu tanıtımların;

-1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanunun 40 ıncı maddesi,

- Tıbbi Deontoloji Tüzüğünün 8, 9 ve 39 uncu maddeleri

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

- Ağız ve Diş Sağlığı Hizmeti Sunulan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin 25/1, 25/2, 25/3, 25/4 ve 25/5 inci maddeleri,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/1-ğ, 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 **Özel Yeşilyurt Ağız ve Diş Sağlığı Merkezi Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası verilmesine** karar verilmiştir.

**18)**

**Dosya No: 2019/11052**

**Şikayet Edilen: Vera Hastanesi ve Sağlık Hizmetleri Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:**  www.verasm.com ve https://www.instagram.com/verasmestetik/ adresli internet sitelerinde yayınlanan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 12.08.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: www.verasm.com adresli internet sitesinin 12.08.2020 tarihli görünümünde;

*"Güvenli ve Gerçek Estetik Servisi; Yılların verdiği tecrübe ve deneyim ile birlikte sizlere güvenilir estetiği sunmaktayız... Daima Yanınızdayız! Vera SM Cerrahi Tıp Merkezi; yüksek kalite standartlarında, son teknoloji ve uzman ekibi ile hasta memnuniyeti odaklı, estetik ve cerrahi operasyonlar sunan uzman sağlık kuruluşudur. FDA onaylı, en gelişmiş teknolojilerle sunduğu sağlık hizmetleri, etkin, sağlam ve güvenilir ekibiyle hizmet vermeyi amaç edinmiştir... Tecrübeli & Uzman Ekip Estetik operasyonları, tecrübeli doktorların kontrolünde, güncel teknolojiler kullanılarak gerçekleştirilmektedir... Özel VIP Hizmet İstanbul dışından gelen misafirlerimiz için hava alanında karşılama otele transfer, otelden hastaneye transfer işlemleri... Uygun Fiyat Garantisi Firmamız, operasyon sonrasında beklenmedik maliyetler olmayacağını taahhüt eder. Operasyon sonrası ek maliyetler çıkmaz... Vera SM Cerrahi Tıp Merkezi, 10 Yıl Tecrübeli Uzman Ekibi ile Estetik Cerrahi ve Saç Ekimi Operasyonu taleplerinize cevap verecek bilgi birikimi ve deneyime sahiptir... 10+ Yıllık Deneyim, 53 Uzman Personel 8700+ Başarılı Operasyon...Saç Ekiminde 8700+ Başarılı Operasyon Saç ekimi operasyonları, tecrübeli doktorların kontrolünde, güncel teknolojiler kullanılarak gerçekleştirilmektedir..."* gibi ifadelere,

https://www.instagram.com/verasmestetik/ adresli internet sitesinin 12.08.2020 tarihli görünümünde tıbbi işlemlere ilişkin uygulama görüntülerine ve hastalara ait tedavi öncesi ve sonrası görüntülere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla bütün bu durumların;

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

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

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

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

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi.

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Vera Hastanesi ve Sağlık Hizmetleri Limited Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**19)**

**Dosya No: 2019/11431**

**Şikayet Edilen: Esin YÜLEK**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 13.08.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com/esinyulek adresli internet sitesinin 13.08.2020 tarihli görünümünde; *"Gülüşünüzü saklamayın, en mutlu anlarınızın en güzel hatırlatıcısı onlar... Sizin de dişlerinizle, çenenizle veya gülüşünüz ile ilgili memnun olmadığınız, estetik bulmadığınız, canınızı sıkan şeyler var mı?"* gibi ifadelerle birlikte hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülerine yer verildiğitespit 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 Kanunun 24 üncü maddesi,

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

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

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

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi.

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**20)**

**Dosya No: 2018/2585**

**Şikayet Edilen: Ata Optik Tekirdağ**

**Şikayet Edilen Reklam:** Kuruluş tarafından dağıtılan hediye kartlarında yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Hediye Kartı

**Tespitler:** Kuruluş tarafından dağıtılan hediye kartlarının arka yüzünde yer alan tanıtımlarda, *“Bu kart tek kullanımlık olup toplam tutarı 150 TL ve üstü alışverişlerinizde geçerlidir. Aynı anda birden fazla hediye kartı kullanılamaz. Bu kart Lens alışverişlerinde geçerli değildir. Bu kart 01.08.2017 - 31.12.2018 tarihleri arasında geçerli olup. 1000 Stok ile sınırlıdır.”* ifadelerinin kullanıldığı tespit edilmiştir.

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

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

- Tıbbi Cihaz Satış, Reklam ve Tanıtım Yönetmeliği'nin 15/1 inci maddesi,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5, 14/1 ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi.

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**21)**

**Dosya No: 2018/3012**

**Şikayet Edilen:** **Dr. Mehtap Altınöz (Bayramoğlu)**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.drmehtapbayramoglu.com adresli internet sitesi ile www.facebook.com adresli sosyal paylaşım sitelerinde şahsa ait sayfada yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 23.12.2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.drmehtapbayramoglu.com adresli internet sitesinin 23.12.2019 tarihli görünümünde;

- Ana sayfada; "...Kişiye özel estetik takvimimizle sağlıklı, genç ve güzel yaş alın...Bütünsel güzellik Fark Yaratır. Estetik, güzellik ve kadın dünyasının yıllardır içinde olan Dr. Mehtap Bayramoğlu estetik ve güzellik konusuna bakış açısı, felsefesi ve sosyal duruşuyla ezberi bozan bir hekim.... Ameliyatsız yüz estetiğinde doğallık ilkesiyle çalışan, klasik doktor tanımlamalarının bir hayli dışına çıkan Dr. Mehtap Bayramoğlu ile estetik, kadın ve kadın dünyasına ait keyifli bir söyleşi yapmak istedik... Daha çekici ve dolgun dudaklar son zamanlarda estetikte en çok istenen uygulamalar arasında. Kim daha çekici ve güzel görünmek istemez ki..." ,

- "Hikayem" başlığı altında; "...Özellikle tıp merkezi içinde yaptığım çalışmalar, beni farklı bir

noktaya getirdi. Ameliyatsız yüz gençleştirme konusu, çok ilgi duyduğum ve sevdiğim bir konuydu. Bu yüzden, bir süredir, daha spesifik, yalnızca yüz estetiği konusunda çalışmaya başladım. İş hayatında spesifik çalışmanın, zamanla bana hem deneyim, hem de daha çok keyif verdiğini gördüm. Bu süreçte, estetik, sağlık, güzellik, bilişim, kadın konusunda hem medikal, hem de paramedikal olarak, kendimi daha çok geliştirdim..." ,

- "Hyaluronik Asit Dolgu" başlığı altında; "...Mimik kasların neden olduğu alın kırışıklıkları, kaş çatma,göz çevresi kırışıklıkları ve Kaş düşüklüğü, kişiyi olduğundan daha sert ve yüz ifadesini asık gösterir. Kişisel imajın ve pozitif görünmenin daha çok önem kazandığı günümüzde, hastalarımızın da zamanla botoksa ilgisini arttırmıştır... Botoks sonrası en çok, yüzdeki yorgun ifadenin ortadan kalktığını görüyoruz. Botoksun en güzel cevabı; yüze fresh ve dinlenmiş bir görüntü kazandırmasıdır...Hayır, istenmeyen bir deformasyon oluşmaz, botoks etkisini kaybedince eski haline döner. Botoksun Yan Etkisi Var mıdır? Botoksun orijinalinde böyle bir etki yoktur. Kişiye özel doz, deneyimli bir hekim ve doğru ilaçla uygulanan botoksda yan etki yok denecek kadar azdır. Bilimsel yayınlarda çok nadir, istenmeyen etkilerde, göz kapağı düşmesi yayınlara geçmiştir...Öğle arası 15 dk lık bir işlemdir, morluk, şişlik oluşmaz. Ertesi günü makyaj yapabilirsiniz...Aşırı koltuk altı terlemesi, kişiyi iş ve sosyal yaşantıda zorlayan fizyolojik bir problem. 6 ayda bir düzenli olarak koltuk altına yapılacak. Botoks uygulaması, kişiyi ciddi oranda rahatlatır..." ,

- "Cilt Yenilemede PRP-PRP Matrix" başlığı altında; "...PRP Uygulaması Ne Kadar Sürer?Özel Bir Koşul Gerekir mi? Toplamda yaklaşık 30 dakikalık bir uygulamadır. Lokal anestezik bir krem sürülür ve sonrasında, işlem ağrısızdır. Uygulama sonrasında iyileşme süreci gerektirmeden günlük hayata dönülebilir...Kendi kanınızdan yapılan bir uygulama olduğu için,doğal cilt gençleştirme ve yenileme tedavilerini tercih eden hastalarımız daha çok tercih ediyor. Tiyatro sanatçılarının ve akademisyenlerin, haber spikerlerinin sıkça bu yüzden tercih ettikleri tedavidir..." gibi bilgilendirme sınırını aşan ifadelere yer verildiği;

www.facebook.com adresli sosyal paylaşım sitesinin 23.12.2019 tarihli görünümünde şahsa ait “Dr. M&B Estetik Klinik" kullanıcı isimli sayfada yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; "...2020’de yeni trend ışıltı bakımları ve yeni jenerasyon cilt içi vitamin aşıları güzellikte doğallık ve ışıltı sevenlerin tercihi olacak diyelim...2019 senesinde basında sizler için neler,neler yazmışız. Her ay 3 dergide yazmak yoğun iş tempomuzda kolay olmadı fakat tüm tatlı yorgunluklara, telaşlara değdi...Kişiye özel küçük dokunuşlarla uygulanırsa yüzdeki doğal ifadeyi bozmadan gençleşmek mümkün. Bana artık görüşmeye gelen hastalar yüzümdeki ifade değişir mi sorusu pek sorulmuyor artık çünkü bilerek, duyarak geliyorlar. Yüzümdeki ifade değişir mi,bozulur mu sorusunu soranlara net cevabım evet ifadeniz değişir fakat olumlu yönde. Yüzünüzdeki ifade yumuşar, sert ve asık ifade düzelir diyorum...Erkekler de daha sağlıklı,genç ve dinamik yaş almak için bizden rehberlik alıyorlar. 2020 medikal estetik uygulamalarda en çok öne çıkacak uygulamalar, çene hattı ve jawline estetiği,ameliyatsız gıdı estetiği,botoks ve A vitamini ve peptid bakımları ve Facebotolift olacak...Daha genç, dinamik ve güzel yaş almak istiyorsun hangi uygulamayla başlasamdiyorsan? Bir vitamin, peptid bakımı ile önce cilt temizliği ve bakımı, ardından da sana özel doğal bir botoks çalışması,medikal estetik uygulamalara başlatman için güzel bir adım olabilir...Güzel yaş almayı istemek bir tercihtir ve doğru danışmanlıkla yaşının en sağlıklı, genç ve güzel kadını olabilirsin..." gibi bilgilendirme sınırını aşan ifadeler ile "...tanımanızı tavsiye ederim yapılan işlemlerden cok memnunum...Kişiye özel çalışması, doktor-hasta ilişkisinden ziyade dostça yaklaşımı ve muhteşem ekibi ile sevgili Dr. Mehtap Bayramoğlu ‘nu herkese tavsiye ediyorum...Yıllardır tercih ettiğim geldiğim bir yer, profösyonel ekip, güvenilir, sıcak, yenilikçi, hijyen, sorularım hiç cevapsız kalmadı. Tesekkür ediyorum..." şeklinde hasta teşekkür, övgü ve onay ifadelerine yer verildiği;

Bununla birlikte; inceleme konusu internet sitelerinde; kuruluş isminin “M&B Estetik Klinik" olarak nitelendirildiği; ancak, mevzuatta bu şekilde belirtilen bir sağlık kuruluşu türü olmaması ve söz konusu tanıtımlarda kuruluş türünün açıkça belirtilmemesi suretiyle tüketicilerin yanıltıldığı tespit edilmiştir.

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

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

Bu bağlamda, inceleme konusu internet sitesinde, kuruluşun ruhsatında kayıtlı olan isminin açıkça belirtilmemesi suretiyle tüketicilerin yanıltıldığı; ayrıca, söz konusu tanıtımlar aracılığıyla kuruluşun sağlık alanında faaliyet gösterdiği ve tabip tarafından yapılması gereken ve güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen tıbbi işlemleri uyguladığı yönünde bir algı oluşturduğu; dolayısıyla, söz konusu tanıtımların ilgili mevzuata aykırı olarak benzer kuruluşlar arasında haksız rekabete yol açtığı, tüketici yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu; tüm bu durumların da,

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

- Tıbbi Deontoloji Nizamnamesi’nin 8, 9 ve 39 uncu maddeleri,

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

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

- İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğin 16 ncı maddesi;

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi.

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**22)**

**Dosya No: 2018/4416**

**Şikayet Edilen:** **Dr. Berker BÜYÜKGÜRAL**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 10.03.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu www.berkerbuyukgural.com adresli internet sitesinin 10.03.2020 tarihli görünümünde örnek olarak; *"...DÜNYADAKİ SON GELİŞMELERİ TAKİP EDEREK HASTALARIMIZA EN SON TEKNOLOJİ İLE TEDAVİ SUNMAK ÖNCELİKLİ AMACIMIZDIR...Tüm dünyada yeni yeni yaygınlaşan yağ dokusundan elde edilen kök hücre ile yüz gençleştirme tedavileri halihazırda kliniğimizde uygulanmaktadır...Daha büyük ve dolgun göğüslere sahip olmak isteyen bayanlara ömür boyu çıkarılması gerekmeyen silikon protezlerle göğüs büyütme operasyonları yapılabilmektedir....Gelişen protez tekmolojisiyle artık silikon protezlerin herhangi bir zamanda çıkarılması gerekmemektedir. Silikon protez firmaları ürünlerine ömür boyu garanti vermektedir. Bu nedenle doğru marka silikon protezleri ile gönül rahatlığı ile ameliyat olunabilir. Yapılan çalışmalarda silikon protezinin meme kanseri riskini arttırmadığı saptanmıştır... Operasyon sırasında ağrı hissetmessiniz. En fazla 1 gece hastanede yatarsınız. Aynı gün hastaneden çıkma şansınız da olabilir...Rinoplasti operasyonu ile göze hoş görünmeyen ya da yüz estetik kompozisyonunu bozan burun problemleri düzeltilebilir. Burun şekliniz düzeldiğinde de aynaya daha bir gönül rahatlığıyla bakar ve kendinizi daha bir özgüvenli hissedersiniz. Burun estetiği geçiren hastalarda bu özgüven artışını birebir gözlemlemekteyim... Estetiğin anlamı aşırılık ya da yapaylık değil doğallık ve normal anatomidir. Bu nedenle de kişiye özel estetik burun ameliyatı yapmak önemlidir..Bu ameliyatın riskleri diğer ameliyatlardan daha farklı değildir. Örneğin genel anestezi adı altında olan herhangi bir ameliyatta risk ne kadarsa, bu ameliyatta da o kadardır. Hastaların ek olarak başka rahatsızlıkları yoksa, rutin bir ameliyat gerçekleşebilir..."* gibi bilgilendirme sınırını aşan ifadelere yer verildiği;

www.facebook.com adresli sosyal paylaşım sitesinde “dr.berkerbuyukgural” kullanıcı isimli

sayfanın 10.03.2020 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak;

*"...Doğru ve dozunda estetik dokunuşlar ve kombine uygulamaların yüzdeki yansıması doğal ama dinlenmiş fresh genç güzel bir görünüm olmalı..Ciltte sıkılaşma etkisi hemen başlar 3.ayda hızlanır, 6 ay sonra ideal sıkılaşma sağlar..Dudakta kalıcı bir dolgunluk ve dişe dönüş oluyor. #liplift doğru teknikle yapıldığında belirgin bir iz kalmıyor...B-lite protez kullandığımız hastalarımızdan “protezin varlığını bile hissetmiyorum” yorumunu alıyorum. Sebebi yeni nesil blite protezlerin aynı büyüklükteki silikon protezlere göre %30 hafif ve yumuşak olması...Rinoplastide doğal sonuçlar ve ameliyat sonrası iyi konfor için ultrasonik piezo sistemini çok yararlı buluyorum. Hollanda’dan hastamızın 1.hafta hemen alçı çıktıktan sonraki görüntüsü... burun ve dudağın nazolabial açısı 100 derece ortalama olduğunda burun gözümüze güzel ve yüzle orantılı görünüyor. Yüze ilk baktığınızda burun görülmemeli, eğer burun görüyorsanız yüz harmonisi uyumsuz demektir. Yan profilde burun ortasındaki kolumella dediğimiz yapı burun deliğine göre 3mm aşağıda olmalı ki burun hoş gözüksün..."* gibi bilgilendirme sınırını aşan ifadelere yer verildiği;

www.facebook.com adresli sosyal paylaşım sitesinde “DrBerkerBuyukgural” kullanıcı isimli sayfanın 10.03.2020 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *"...Afrika, Asya, İspanyol ve Orta Doğu hastalarının da burnun büyüklüğünü, şeklini veya profilini iyileştirmeyi içeren kozmetik hedefleri vardır. Aynı zamanda, bu hastalar da genellikle yüzün etnik görünümünü bozmadan yüz oranlarına ve genel görünümlerine uyacak sonuçları isterler. Etnik rinoplasti, mümkün olan en iyi sonuçları elde etmek için tecrübe, uzmanlık ve yüz standartlarının bilgisi gerektiren klasik rinoplastiden farklı oldukça spesifik bir alandır...Yapılacak müdahalenin planlama çalışması bazen yapılacak işlemden daha uzun sürer. En doğal ve en güzel dokunuş için tek bir şansınız vardır..."* gibi bilgilendirme sınırını aşan ifadelere; hasta öncesi ve sonrası görsellerine ve tıbbi işlemler esnasında çekilmiş videolara yer verildiği;

www.youtube.com adresli sosyal paylaşım sitesinde “Berker Büyükgüral” kullanıcı isimli sayfanın 10.03.2020 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda bilgilendirme sınırını aşan ifadelere ve tıbbi işlemler esnasında çekilmiş videolara yer verildiği;

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu ifadelerin sağlık alanında çalışan şahsın faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı, talep yaratıcı nitelikte olduğu ve şahsa yönlendirme yaparak, benzer alanda faaliyet gösteren şahıslar ve şahıslara ait kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açtığı, bu nedenle, söz konusu tanıtımların bilgilendirme kapsamını aşarak “reklam’’ niteliğinde değerlendirildiği, bu durumun da;

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

- Tıbbi Deontoloji Tüzüğünün 8, 9 ve 39 uncu maddeleri

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

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

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi.

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren “**Dr. Berker Büyükgüral**” 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.

**23)**

**Dosya No: 2018/6865**

**Şikayet Edilen: Assya Epilasyon ve Güzellik Salonu (Semra Narmanoğlu)**

**Şikayet Edilen Reklam:** 2018 yılı içerisinde dağıtımı yapılan ve kuruluşa ait broşürlerde yapılan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Broşür

**Tespitler:** 2018 yılı içerisinde dağıtımı yapılan ve kuruluşa ait broşürlerde; *"Soğuk Lipoliz ile tek seansta 12 cm'e kadar incelebilirsiniz. Soğuk Lipoliz 199 TL... Bölgesel İncelme 30 Seans 450 TL...Dermapen 10 Seans 600 TL...KIRIŞIK DOĞUM LEKESİ GÜNEŞ LEKESİ AKNE ve SKAR İZLERİNE DERMAPEN İLE SON...Rahat olun uzman ellerdesiniz...4. Yılımıza özel kampanyalar... 4 Mevsim uygulanabilen Son teknoloji ütüleme epilasyon...Kısa Süreliğine 10 Seans 990 TL..."* şeklinde ifadeler üzerinden dermapen, bölgesel zayıflama, lazer epilasyon gibi tıbbi uygulamalar konusunda bilgilendirme sınırını aşan ifadelere ve bu hizmetlere ilişkin kampanya ile fiyat bilgilerine yer verildiği tespit edilmiştir.

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

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

Bu bağlamda, inceleme konusu internet sitesinde, kuruluşun ruhsatında kayıtlı olan isminin açıkça belirtilmemesi suretiyle tüketicilerin yanıltıldığı; ayrıca, söz konusu tanıtımlar aracılığıyla kuruluşun sağlık alanında faaliyet gösterdiği ve tabip tarafından yapılması gereken ve güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen tıbbi işlemleri uyguladığı yönünde bir algı oluşturduğu; dolayısıyla, söz konusu tanıtımların ilgili mevzuata aykırı olarak benzer kuruluşlar arasında haksız rekabete yol açtığı, tüketici yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu; tüm bu durumların da,

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

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

- İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğin 16 ncı maddesi;

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi.

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**24)**

**Dosya No: 2018/8132**

**Şikayet Edilen:** **Gaziantep Dentgroup (Emek Erdem Ağız ve Diş Sağlığı Hizmetleri Ltd. Şti.) – Dt. Emek Erdem – ilk kez Kurulda.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Kuruluşun dış cephe giydirmesinde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Bina Dış Cephesi

**Tespitler:** Kuruluşun 2018 yılındaki dış cephe giydirmelerinde yer alan tanıtımlarda *"...Yaşamlara dokunmayı seviyoruz...Bir insan güldüğünde içindeki potansiyelin ortaya çıkıp hayatını pozitif yönde nasıl değiştirebileceğini biliyoruz... İki insan arasındaki en kısa mesafe GÜLÜMSEMEDİR... Güzel bir gülüşün açamayacağı kapı yoktur...Biz, tedavilerimizle çocukların, gençlerin, yetişkinlerin, yaşlıların hayata özgüvenle bakabilmelerini sağlıyor, DÜNYALARINI DEĞİŞTİREBİLMELERİNE İMKAN YARATIYORUZ..."* şeklinde bilgilendirme sınırını aşan ve talep yaratan ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi.

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Gaziantep Dentgroup (Emek Erdem Ağız ve Diş Sağlığı Hizmetleri 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: 2019/952**

**Şikayet Edilen:** **Dr. Banu ÇİFTÇİ**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 30.01.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Şahsa ait https://www.drbanuciftci.com/ adresli internet adresinin 30.01.2020 tarihli görünümünde örnek olarak;

*"...Özellikle ilk gebeliğinizse bu konuda doktorunuza danışarak doğru bilgileri içeren bir kılavuz kitaptan faydalanabilirsiniz. Yine doktorunuzun önerisi ön planda olmak üzere, doğru bilgi içeren gebeliğe özel web sitelerini bilgilenme amaçlı takip edebilirsiniz. Tüm telefon ve tabletlerden gebeliğe dair benim hazırladığım uygulama olan “Op. Dr. Banu Çiftçi’yle Hamilelik” mobil uygulamasını, AppStore ve Google PlayStore’dan indirebilir, kendi gebelik bilgilerinizi girerek size özel olarak gebeliğinizi hafta hafta takip edebilirsiniz. Bu kitapta da olduğu gibi tüm kitaplarda ve sitelerde verilen bilgiler sadece bilgilendirme amaçlıdır. Tanı koymak veya bir hastalığın tedavisi için kullanılamaz. Çünkü tıpta en önemli felsefelerden biri, “Hastalık değil, hasta vardır” bilgisidir. Bu da her hastanın ya da gebelik söz konusu ise her anne adayının gebeliğinin farklı seyredebileceğidir. Dolayısıyla sizin için en doğru olanı sizi görüp muayene eden doktorunuz bilecektir...Op. Dr. Banu Çiftçi’nin "Her Yönüyle Kadın Sağlığı" projesi kapsamında, ergenlikten menopoza kadar olan süreçte kadın sağlığına dair her konunun ayrıntılı videolarına, hafta hafta gebeliğin anlatıldığı eğitici, 3 boyutlu animasyonlu videolarına, öğrenciler için motivasyon konuşmaları ve konferans kayıtlarına, basında yer alan haber ve TV programlarına ulaşabileceğiniz YouTube kanalına ulaşmak için tıklayınız...Op. Dr. Banu Çiftçi’nin "Her Yönüyle Kadın Sağlığı" projesi kapsamında, ergenlikten menopoza kadar olan süreçte kadın sağlığına dair her konunun ayrıntılı videolarına, hafta hafta gebeliğin anlatıldığı eğitici, 3 boyutlu animasyonlu videolarına, öğrenciler için motivasyon konuşmaları ve konferans kayıtlarına, basında yer alan haber ve TV programlarına ulaşabileceğiniz YouTube kanalına ulaşmak için tıklayınız...Kadın Hastalıkları, Doğum ve Tüp Bebek Uzmanı, Operatör Doktor Banu Çiftçi, aynı zamanda Bahçeşehir Üniversitesi, Tıp Fakültesi, Kadın Hastalıkları ve Doğum Anabilim Dalı’nda öğretim üyesi, Afrika gönüllüsü bir doktor, televizyon sunucusu, yazar ve TEDx konuşmacısıdır...Çok sayıda uluslararası ve ulusal dergilerde yayınlanmış bilimsel çalışmaları ve kitap çevirileri vardır..."* gibi bilgilendirme sınırını aşan ve talep yaratan ifadelere yer verildiği;

www.facebook.com adresli sosyal paylaşım sitesinin 30.01.2020 tarihli görünümlerinde şahsa ait “Op. Dr. Banu Çiftçi” kullanıcı isimli sayfada yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda ve videolarda örnek olarak; *"....Doğum videolarım, birçok anne adayına doğumlarını normal, korkusuz, keyifli bir şekilde geçirmeleri için rehber oldu. Doğumu başlamasından itibaren, an be an eğlenceli animasyonlarla anlattığım, "Doğum, Doğum korkusu" videomu http://www.drbanuciftci.com/dogum/?fbclid=IwAR1vBDWyvbKlNwq41FOBglSRRvNTSI\_4P47wxNnz.....ve iOS gebelik uygulamamdan (Op. Dr. Banu Çiftçi'yle Hamilelik) https://l.facebook.com/l.php?u=https%3A%2F%2Fappsto.re%2Ftr%2FFTPshb.i%3Ffbclid%..da ulaşabilirsiniz. Şubat sonunda da Android için olan uygulamam yayına girecek....çok iyi bi doktor kendisi kalbi yüreği insanlara bakış açısı işinde çok basarili...çok iyi doktor o bir kanatsiz iyilik melegi o bir kahraman dünyada yoktur eşi benzeri rabbim yolunu açık etsin...Sayesinde korkularimin hepsi yok oldu..hu kadar güzel anlatilir..normal dogumla ilgili bir tane bile soru kalmadi aklimda..tesekkur ederim..."* gibi bilgilendirme sınırını aşan ifadeler ile şahsa yönelik teşekkür, onay ve tavsiye ifadelerine yer verildiği;

www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinin 30.01.2020 tarihli görünümünde şahsa ait “dr.banuciftci” kullanıcı isimli sayfada yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak*;"...Başlatacağım proje de anne ve baba adayı eğitim kamplarıyla başlıyor. Kamp; çünkü yeşillikler içinde doğada bir yerde, bir hafta sonu anne ve baba adayı hep beraber oluyoruz. Evet... ben de hep orada olacağım...Tüm programı çok titizlikle ve işinin en iyileriyle*

*hazırlıyorum. Her ama her detayı benim kontrolümde...kinci adım; Önümüzdeki haftalarda düzenleyeceğimiz ve tarihlerini de bu hafta içinde paylaşacağımiz Dr. Banu Çiftçi ile GebeFEST...Anlatacak ve paylaşacak çok şeyimiz var ve biz inanılmaz heyecanliyiz. Her yeni*

*gün projemizin detaylarını sizlerle paylaşıyor olacağız...."* gibi bilgilendirme sınırını aşan ifadelere yer verildiği;

www.youtube.com adresli sosyal paylaşım sitesinin 30.01.2020 tarihli görünümlerinde kuruluşa ait “Op. Dr. Banu Çiftçi” kullanıcı isimli sayfada yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda bilgilendirme sınırını aşan ifadelere yer verildiği;

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu ifadelerin sağlık alanında çalışan şahsın faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı, talep yaratıcı nitelikte olduğu ve şahsa yönlendirme yaparak, benzer alanda faaliyet gösteren şahıslar ve şahıslara ait kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açtığı, bu nedenle, söz konusu tanıtımların bilgilendirme kapsamını aşarak “reklam’’ niteliğinde değerlendirildiği, bu durumun da;

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

- Tıbbi Deontoloji Tüzüğünün 8, 9 ve 39 uncu maddeleri

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

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

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi.

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**26)**

**Dosya No: 2019/955**

**Şikayet Edilen:** **Dr. Süleyman Engin AKHAN**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 30.12.2019 ve 31.12.2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.suleymanakhan.com adresli internet sitesinin 30.12.2019 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *; "...Daha zoru, durumunu sevdiğin adama söylemen. Karar vermen gereken bir an gelecek. Kendine bile söylerken çekindiğin sorununu Ona anlatabilecek misin? Hüznünü biliyorum. Kendini garip ve nasıl diyeyim “dışlanmış”, “eksik” hissetmeni anlıyorum. Diyeceksin ki “nereden bileceksin? Kadın bile değilsin!”...Evet ama öylesi çok dinledim ki sizleri, öylesi çok ağladım ki sizlerle. Bilesin ki; gülümsedim ve coştum da, düğünlerinizde ya da evladınızı kucağınıza aldığınızda. Liseyi, üniversiteyi bitirdiğinizde, işe girip gururla beni aradığınızda ben de gurur duydum sizlerle, başardıklarınızla. Biliyorum, insanlar çok iki yüzlü. Seninle üzülüyor gibi yapıp sonra sırtlarını dönüyor, arkandan konuşuyor. Biliyorum, sevdiğin adama çocuğunun olmayabileceğini söylemek çok zor. Oysa ona çocuktan çok ama çok daha önemli şeyler verebileceğini anlamasını ne çok isterdin. Boğazını tıkayan o taşı, yumruğu söküp atmak, tükürmek, haykırmak, anlatmak, anlaması için gözlerine bakıp konuşmak isterdin. Ama olmuyor değil mi? İnan bana ne olur, olacak. Sadece senin dimdik ayakta durman, vazgeçmemen gerek...Yukarıda ki yazı Prematür Over Yetmezliği (Erken Yumurtalık Yetmezliği) olan yaşları 15-20 arasında değişen hastalarıma hep yaptığım konuşmanın ana ögelerinden oluşuyor. Siz bu kızlara çok yanlış bir şekilde “erken menopoz” diyorsunuz...2014 yılı itibarı ile Uluslararası hakemli dergilerde yayınlanmış 36 makalesi olan Dr. Akhan’ın uluslararası kongrelerde kazandığı ödülleri bulunmaktadır...Prof.Dr.Süleyman E. Akhan İ.Ü.İstabul Tıp FAkültesi KAdın Hastalıkları ve Doğum A.D.'da ve misafir öğretim üyesi olarak Koç Üniversitesi Tıp Fakültesi'nde ders ermektedir...Senaryonun farklı versiyonları olsa da, son derece masum ve aslında yerleşik sosyal yapı tarafından fazlasıyla onaylanan bir istekleri vardır: Çocuk. Çocuk sahibi olmayı çok istemektedirler ve dertleri büyüktür! Kadın bir türlü gebe kalamamaktadır. Üstelik 3 ila 6 aydır evlidirler! Daha ne olsun ?Erkek egemen toplumlarda, biz erkekler gereğinden fazla şişmiş egolarımız nedeniyle gerçeği pek de kavrayamayız. Oysa belli konularda asla söz sahibi değilizdir. Öyleymişiz gibi yaparız ama yalannn :-)Kimi konularda sesimiz çıkmaz veya çıkan ses bize ait değildir.Hele çocuk söz konusu olduğunda sıklıkla böyledir. Erkeğin yapacağı en büyük hatalardan biri doğurmak isteyen bir kadına “hayır” demektir...izler o koca popolarımızdan uydurmuyoruz, 1 yıl düzenli (yani haftada en az 2 kez) ilişki sonrası gebe kalamayan çift “infertil” olarak nitelendirilip incelenir, tetkik yapılır diye. Bu tanımlar akşamdan sabaha şekillenmiyor bizim dış politikamız gibi..."* gibi bilgilendirme sınırını aşan ifadelere ve uygulanan tıbbi işlemler esnasında çekilen görsellere yer verildiği;

www.facebook.com adresli sosyal paylaşım sitesinin 30.12.2019 tarihli görünümünde “Prof. Dr. Süleyman Engin Akhan" kullanıcı isimli sayfada yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *"....Peşin peşin söyliyeyim: Paraları boşa harcıyorsunuz!! Bana verin ben size şeker falan göndereyim, hem ağzınız tatlanır hem ekonomiye can veririz di mi...Önce kocaman teşekkür Perşembe günü canlı yayını bir ara 390 kusur kişi izliyordu. Gerçi HPV canlı yayininda 2 hafta önce bir ara 400ü geçmişti. Ama o konudan muzdarip kişi sayısı çokça zaten.*

*Ilgiden dolayı teşekkürler. Demek ki yurdum topraklarinda cinsel ağrı bozukluğundan muzdarip ne cok kadın varmis dedirtti bana... Önce kocaman teşekkür perşembe günü canlı yayını bir ara 390 kusur kişi izliyordu. Gerçi HPV canlı yayininda 2 hafta önce bir ara 400ü geçmişti. Ama o konudan muzdarip kişi sayısı çokça zaten. Ilgiden dolayı teşekkürler. Demek ki yurdum topraklarinda cinsel ağrı bozukluğundan muzdarip ne cok kadın varmis dedirtti bana..."* gibi bilgilendirme sınırını aşan ifadelere ve *"...Sevgili Hocam, Engin bilgileriniz ve tecrübelerinizle, sevgi, dolu kocaman güzel yüreğinizle,çaresiz insanlara şifa olan, umudun can suyu, samimi içten yaklaşımınızla harika bir insan, çok değerli bir hekimsiniz. Sizin hastanız olmak, yüreğinin ,güvenle,sevinçle, umutla dolması demek... İlk bebeğimi erken doğum nedeniyle kaybettikten sonra araştırmalarım sonucu Süleyman Hocaya ulaştım. Kendisi gebelik takibimi yapıyor. Her kontrolde hayranlığımız kat kat arttı. Bu uzun ve yorucu süreci bilgisi, öngörüleri ve özgüveniyle çok başarılı yürüttü...İyi ki varsınız..Canım hocam, ülkemizde sizin gibi doktorlara çok ihtiyaç var. Muhteşem ötesi davranış ve derin bilgileriniz ile nice insana hizmet veriyorsunuz. İyi ki varsınız.."* şeklinde hasta yorumlarına yer verildiği;

www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinin 30.12.2019 tarihli görünümünde “suleymanenginakhan" kullanıcı isimli sayfada yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak*; "...Önce kocaman teşekkür perşembe günü canlı yayını bir ara 390 kusur kişi izliyordu. Gerçi HPV canlı yayininda 2 hafta önce bir ara 400ü geçmişti. Ama o konudan muzdarip kişi sayısı çokça zaten. Ilgiden dolayı teşekkürler. Demek ki yurdum topraklarinda cinsel ağrı bozukluğundan muzdarip ne cok kadın varmis dedirtti bana...Peşin peşin söyliyeyim: Paraları boşa harcıyorsunuz!! Bana verin ben size şeker falan göndereyim, hem ağzınız tatlanır hem ekonomiye can veririz di mi..."* gibi bilgilendirme sınırını aşan ifadeler ile uygulanan tıbbi işlemler esnasında çekilen görsellere yer verildiği;

www.youtube.com adresli sosyal paylaşım sitesinin 31.12.2019 tarihli görünümlerinde şahsa ait *“Süleyman Engin Akhan ”* kullanıcı isimli sayfada yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda uygulanan tıbbi işlemler esnasında çekilen görsellere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu ifadelerin sağlık alanında çalışan şahsın faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı, talep yaratıcı nitelikte olduğu ve şahsa yönlendirme yaparak, benzer alanda faaliyet gösteren şahıslar ve şahıslara ait kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açtığı, bu nedenle, söz konusu tanıtımların bilgilendirme kapsamını aşarak “reklam’’ niteliğinde değerlendirildiği, bu durumun da;

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

- Tıbbi Deontoloji Tüzüğünün 8, 9 ve 39 uncu maddeleri

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

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

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi.

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**27)**

**Dosya No: 2019/8854**

**Şikayet Edilen: Vatanmed Sağlık Hizm. ve Tur. Taş. Ltd. Şti.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 20.09.2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu internet sitesinin 20.09.2019 tarihli görünümünde, *"MEDILIFE bünyesindeki kurumlarımız ISO 9001-2008 TÜV kalite sertifikasını almaya hak kazanmıştır. Bu belge ile sunduğu hizmetin kalitesinin sürekliliğini standartlara bağlamış ve bu konudaki ciddiyetini belgelemiştir.",*

Söz konusu internet sitesinin 20.09.2019 tarihli görünümünde, "Hakkımızda" başlığı altında yer alan *"Türkiye de 2007’den bu güne gelen, 12 yıldır Saç Ekimi, Sakal Ekimi ve Estetik üzerine hizmet veren bir kuruluştur. Yurtdışında yabancıların ve gurbetçilerin saç ve sakal ekimi için Türkiye’ye gelmelerini ve saç ve sakal ekimi ile sağlıkta güven kazanarak girdilerinin artmasını sağlamıştır." "Doktor, Hastane ve Sağlık Personeli konusunda titiz ve yasal sorumluluk bilinciyle hareket eden bir kuruluştur. Operasyonlarımız steril hastane ortamında oldukça konforlu olarak yapılmaktadır. İğnesiz acısız ve ağrısız olarak müşteri memnuniyeti en üst seviyeye çıkarılmıştır.", "Son teknoloji kullanılarak operasyonlar yapılmaktadır. Müşteri memnuniyeti üst seviyededir.", "Üst düzey ekipmanlar ve yeni teknolojiyle steril ortam. HASTANEMİZ... 2014 yılı aralık ayında Medilife Bağcılar Hastanemiz hizmete girmiştir. 29 Erişkin Yoğun Bakım yatağı, 32 Yenidoğan Küvözü, 1 Koroner Yoğun Bakım yatağı olmak üzere toplamda 100 yataklı bir özel hastane olarak hizmete girmiştir. Profesyonel kadrolarımız, hasta odaklı hizmet anlayışımız, kalite politikamız, yüksek teknoloji ürünü olan tıbbi cihazlar ile donatılan ameliyathanelerimiz, görüntüleme ünitelerimiz, laboratuarlarımız ve modern alt yapımız ile teknolojinin ulaştığı ileri düzeyde tıbbi teşhis ve tedavi olanaklarını sunmaya devam etmekteyiz."* şeklinde ifadelerin yer aldığı, ayrıca anılan sitede örnek olarak, "*Son Teknoloji Sappire Elmas Uç İle Acısız, Ağrısız Saç Ekimi", "13. Yıla Özel Maximum Graft Saç Ekiminde %20 İndirim", "Bayanlara Özel Saç Ekiminde %25 İndirim!"* şeklinde kampanya bilgilerine, tıbbi işlemlere yönelik videolara, hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ilişkin fotoğraflara ve hasta yorumlarına yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu internet sitesinin 20.09.2019 tarihli görünümünde, *"MEDILIFE bünyesindeki kurumlarımız ISO 9001-2008 TÜV kalite sertifikasını almaya hak kazanmıştır. Bu belge ile sunduğu hizmetin kalitesinin sürekliliğini standartlara bağlamış ve bu konudaki ciddiyetini belgelemiştir."* şeklindeki ifadeye istinaden, anılan firmadan, tanıtımlarda bahsi geçen kalite sertifikaları, Özel Medilife Bağcılar Hastanesi ile söz konsu firma arasında yapılan anlaşmalar, vb. ispat niteliğindeki bilgi ve belgelerin talep edildiği, ancak söz konusu tanıtımlarda yer alan iddiaları doğrulayacak hiçbir belgenin Bakanlığımıza sunulamadığı,

Kuruluşun sağlık alanında faaliyet göstermeye yetkili olmadığı, buna karşın sağlık hizmetlerine aracılık faaliyetinde bulunduğu hususunun firma tarafından gönderilen savunma niteliğindeki yazıda açıkça belirtildiği, diğer yandan, söz konusu kuruluşun sağlık turizmi alanında da yetki belgesinin bulunmadığı, bu bağlamda;

İnceleme konusu internet sitesinin 20.09.2019 tarihli görünümünde, "Hakkımızda" başlığı altında yer alan *"Türkiye de 2007’den bu güne gelen, 12 yıldır Saç Ekimi, Sakal Ekimi ve Estetik üzerine hizmet veren bir kuruluştur. Yurtdışında yabancıların ve gurbetçilerin saç ve sakal ekimi için Türkiye’ye gelmelerini ve saç ve sakal ekimi ile sağlıkta güven kazanarak girdilerinin artmasını sağlamıştır." "Doktor, Hastane ve Sağlık Personeli konusunda titiz ve yasal sorumluluk bilinciyle hareket eden bir kuruluştur. Operasyonlarımız steril hastane ortamında oldukça konforlu olarak yapılmaktadır. İğnesiz acısız ve ağrısız olarak müşteri memnuniyeti en üst seviyeye çıkarılmıştır.", "Son teknoloji kullanılarak operasyonlar yapılmaktadır. Müşteri memnuniyeti üst seviyededir.", "Üst düzey ekipmanlar ve yeni teknolojiyle steril ortam. HASTANEMİZ... 2014 yılı aralık ayında Medilife Bağcılar Hastanemiz hizmete girmiştir. 29 Erişkin Yoğun Bakım yatağı, 32 Yenidoğan Küvözü, 1 Koroner Yoğun Bakım yatağı olmak üzere toplamda 100 yataklı bir özel hastane olarak hizmete girmiştir. Profesyonel kadrolarımız, hasta odaklı hizmet anlayışımız, kalite politikamız, yüksek teknoloji ürünü olan tıbbi cihazlar ile donatılan ameliyathanelerimiz, görüntüleme ünitelerimiz, laboratuarlarımız ve modern alt yapımız ile teknolojinin ulaştığı ileri düzeyde tıbbi teşhis ve tedavi olanaklarını sunmaya devam etmekteyiz."* şeklindeki ifadelerin tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı, onların bilgi ve tecrübe eksikliklerini istismar edici ve sağlık hizmetlerine yönelik talep yaratıcı nitelikte olduğu; ayrıca, söz konusu tanıtımlarda "saç ekimi, sakal ekimi, bıyık ekimi, kaş ekimi, lazer epilasyon" gibi doktor tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlere yönelik talep yaratıcı ifadelere, yine anılan sitede örnek olarak, "*Son Teknoloji Sappire Elmas Uç İle Acısız, Ağrısız Saç Ekimi", "13. Yıla Özel Maximum Graft Saç Ekiminde %20 İndirim", "Bayanlara Özel Saç Ekiminde %25 İndirim!"* şeklinde kampanya bilgilerine, tıbbi işlemlere yönelik videolara, hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ilişkin fotoğraflara ve hasta yorumlarına yer verildiği, tüm bu durumların sağlık alanında yürürlükte bulunan mevzuata aykırı nitelikte değerlendirildiği, dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanun’un 1 inci ve 8 inci maddeleri,

- 6023 sayılı Türk Tabipleri Birliği Kanunu'nun 64 üncü 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, 9, 26 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Vatanmed Sağlık Hizm. ve Tur. Taş. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **85.480-TL (Seksenbeşbindörtyüzseksen Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**28)**

**Dosya No: 2019/10183**

**Şikayet Edilen: Dr. Bayram Serdar SAVAŞ (Gentest Kişisel Tıp ve Sağlık Hizmetleri Ltd. Şti.)**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.gentest.com.tr adresli internet sitesinde yayınlanan tanıtımlar ile şahsa ait muayenehane girişine asılan "Gentest Enstitüsü" ibareli tabela.

**Reklam Yayın Tarihi:** 06.01.2020

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

**Tespitler:** İnceleme konusu internet sitesinin 06.01.2020 tarihli görünümünde, "*Gentest, Ankara’da Hacettepe Üniversitesi Teknokenti’nde 2004 yılında Dr. Serdar SAVAŞ tarafından kurulmuş olan GENAR Toplum Sağlığı ve Genombilim Araştırmaları Enstitüsü tarafından geliştirilmiştir. Tamamen Türk bilim insanlarının görev yaptığı, Cambridge’ten sonra Avrupa’nın ikinci Toplum Sağlığı Genombilim Enstitüsü olan GENAR; Kişiye Özel Tıp ve Farmakogenetik Araştırmalar Merkezi, Biyoteknoloji ve Moleküler Genetik Araştırma ve Tanı Labaratuvarları, Nutrigentik - Kişiye Özel Beslenme ve Yaşam Tarzı Araştırmaları Merkezi komplekslerinin birleşmesinden oluşmuştur.”, "Gentest; Yaşama yıllar (yaşamınızı uzatır), Yıllara sağlık (ölümcül hastalıklardan korunmanızı sağlar), Sağlığa kalite katar (fiziksel, zihinsel, cinsel performansınızı artırır.)", "Dr. Serdar Savaş "Kişiye Özel Koruyucu Tıp Kavramını Açıklıyor.", "Her yaşın, her ihtiyacın, herkesin bir Gentest'i var.", "Gentest Yaptıranlar Ne Diyor? Ortak yönleri hayatlarını genetik haritalarına göre biçimlendirmeleri... Gentest'le kendilerini öğrendiler. Artık daha dinamik ve enerjik olduklarını, fazla kilolardan kurtulduklarını, kendilerini çok daha iyi hissettiklerini söylüyorlar.", "Gentest, bireyin genetik yapısı doğrultusunda sağlıklı, fit, uzun, kaliteli ve enerjik bir yaşam sürmesi için sunulan kapsamlı analizler bütünüdür.", "Gentest kişiye özel tıp kavramının ilk somut örneklerindendir. Bireyin hem kronik kompleks hastalıklara genetik yatkınlığını incelemekte hem de detaylı bir yaşam tarzı analizi ile kalıcı yaşam tarzı değişiklikleri, beslenme ve fiziksel aktivite önerileri getirmektedir. Bu çalışma ile birey ülkemizde ölümlere en çok neden olan hastalıklarla ilgili genetik olarak taşıdığı yatkınlıkları, yaşam biçiminin (beslenme, egzersiz vb.) bu hastalıkların oluşumunda ne derece etkili olacağını ve karşı karşıya olduğu riskleri öğrenebilmektedir. Gentest’in önerdiği yaşam biçimi müdahalesi ile bu riskler kalıcı bir biçimde azaltılabilmektedir. Gentest, Ankara’da Hacettepe Üniversitesi Teknokenti’nde 2004 yılında Dr. Serdar Savaş tarafından kurulmuş olan GENAR Toplum Sağlığı ve Genombilim Araştırmaları Enstitüsü tarafından geliştirilmiştir. Tamamen Türk bilim insanlarının görev yaptığı, Cambridge’ten sonra Avrupa’nın ikinci Toplum Sağlığı Genombilim Enstitüsü olan GENAR; Kişiye Özel Tıp ve Farmakogenetik Araştırmalar Merkezi, Biyoteknoloji ve Moleküler Genetik Araştırma ve Tanı Labaratuvarları, Nutrigentik - Kişiye Özel Beslenme ve Yaşam Tarzı Araştırmaları Merkezi, komplekslerinin birleşmesinden oluşmuştur.", "Gentest'in bilimsel ve profesyonel akışı içerisinde kendinizi güvende hissedeceksiniz."* şeklinde ifadelerin yer aldığı,

Buna ek olarak, 04.04.2019 tarihinde Beşiktaş Kaymakamlığı İlçe Sağlık Müdürlüğü tarafından söz konusu kuruluşta yapılan denetimde, şahsa ait muayenehane girişinde *“Gentest Enstitüsü Toplum Sağlığı Genombilim ve Kişiye Özel Koruyucu Tıp”* ibareli tabelanın asılı bulunduğunun tespit edildiği,

görülmüştür.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu tanıtımların, Dr. Bayram SERDAR SAVAŞ’ın yetkisi dahilinde bulunmayan tıbbi uygulamalara yönelik olduğu ve tanıtımlarda bahsi geçen tıbbi alanlarda ruhsatlandırılmamış “Gentest” ve “Gen-Ar” isimli kuruluşlar bünyesinde uygulandığı izlenimi uyandırdığı, bu durumun tüketicileri yanıltıcı, aldatıcı nitelikte olmasının yanı sıra sağlık sektörüne ilişkin reklam mevzuatına da aykırılık oluşturduğu, dolayısıyla söz konusu tanıtımların;

-3359 sayılı Sağlık Hizmetleri Temel Kanunu'nun EK 11 inci maddesi,

- 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanun’un 8, 10, 24 ve 26 ıncı maddeleri,

- Tıbbi Deontoloji Nizamnamesi’nin 8, 9 ve 39 uncu maddeleri,

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

- Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin 29, 30, 31 inci maddeleri ile Yönetmelik Ekinin (Ek-6) 1 inci ve 6 ncı maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**29)**

**Dosya No: 2019/10421**

**Şikayet Edilen: Emrah ÇATALTAŞ (Liva Vip Güzellik Salonu)**

**Şikayet Edilen Reklam:** "*Geç Kalmadan Genç Kalın*" ibareli broşürlerde ve kuruluşun faaliyet gösterdiği binanın dış cephesinde asılı bulunan *"Epilasyon, Dermapen"* ifadelerinin bulunduğu açık hava reklamı

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Broşür ve açık hava reklamı

**Tespitler:** İnceleme konusu broşürlerde, *“buz lazer epilasyon, leke tedavisi”* gibi güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen ve tabipler tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara ve bu işlemlerle ilgili *“Geç Kalmadan Genç Kalın… Son teknoloji cihazlar, alanında uzman kadro, fiyat garantisi, memnuniyet garantisi, V.İ.P. ayrıcalığı…”* gibi talep yaratıcı ifadelere yer verildiği,

Buna ek olarak, kuruluşun faaliyet gösterdiği binanın dış cephesinde asılı bulunan açık hava ilanında, *"Epilasyon, Dermapen"* gibi güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen ve tabipler tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlerin isimlerine yer verildiği,

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** 15/2/2008 tarih ve 26788 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin 39 uncu maddesi ile Güzellik ve Estetik Amaçlı Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin yürürlükten kaldırıldığı ve aynı Yönetmeliğin Geçici 5 inci maddesi ile de güzellik salonlarının sağlık kuruluşu statüsünden çıkarıldığı;

Anılan Yönetmeliğin Geçici 5 inci maddesine göre, güzellik salonlarının İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmelik kapsamında belediyelerce ruhsatlandırılacağı öngörülerek, Yönetmelik maddesinin 2 inci fıkrasında yer alan; “*Güzellik salonunda tıp fakültesi diploması olan biri çalışsa bile, tabip yetkisinde olan tıbbi işlemler**güzellik salonunda yapılamaz. Bu hususa uymadığı tespit edilen kişiler hakkında ilgili mevzuat hükümleri uygulanır*.” hükmü ile de her ne şekilde olursa olsun, tabip tarafından yapılması gereken tıbbi işlemlerin güzellik salonlarında gerçekleştirilmesinin yasaklandığı,

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 isimlerinin açıkça "salon" olarak belirtilmesi gerektiğinin düzenlendiği,

Ayrıca; İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğin güzellik salonlarına ilişkin (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 yapılabilmesine izin verildiği, ancak, tabip tarafından uygulanması gereken lazer epilasyon işleminin yapılmasının açıkça yasaklandığı,

Bu bağlamda; güzellik salonu olarak faaliyet gösterdiği tespit edilen ve dolayısıyla sağlık alanında faaliyeti olmayan söz konusu kuruluşun, inceleme konusu tanıtımlarda, tabipler tarafından uygulanması gereken ve güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen çeşitli tıbbi tedavi yöntemlerinin isimlerini sayarak bu alanda hizmet verdiği ve sağlık alanında faaliyet gösterdiği yönünde izlenim uyandırdığı, söz konusu **tıbbi** işlemlerin doktor kontrolünde ve sağlık kuruluşları bünyesinde uygulanması gerektiği, tüm bu durumların;

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

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

-Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 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 **Emrah ÇATALTAŞ (Liva Vip Güzellik Salonu)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**30)**

**Dosya No: 2019/10422**

**Şikayet Edilen: Sevilay ÇETİN (Çiçek Güzellik Salonu) (Lilyum Güzellik)**

**Şikayet Edilen Reklam:** *"Kendinizi Güvenilir Ellere Teslim Edin..."* ibareli broşürler

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Broşür

**Tespitler:** İnceleme konusu broşürlerde, *“Lilyum Güzellik Salonu... Lazer epilasyon merkezi... 3 Bölge lazer epilasyon alana 1 bölge hediye... Tüm vücut lazer epilasyon alana cilt bakımı hediye... İstenmeyen tüylere ve beyaz kıllara son! Ağrısız ve acısız 4 mevsim lazer epilasyon için merkezimize bekliyoruz....”* gibi güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen ve tabipler tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara ve talep yaratıcı ifadelere yer verildiği,

Diğer yandan, anılan kuruluşun ruhsatında kayıtlı isminin "Çiçek Güzellik Salonu" olmasına rağmen, tanıtımlarda "Lilyum Güzellik Salonu" isminin kullanıldığı,

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** 15/2/2008 tarih ve 26788 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin 39 uncu maddesi ile Güzellik ve Estetik Amaçlı Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin yürürlükten kaldırıldığı ve aynı Yönetmeliğin Geçici 5 inci maddesi ile de güzellik salonlarının sağlık kuruluşu statüsünden çıkarıldığı;

Anılan Yönetmeliğin Geçici 5 inci maddesine göre, güzellik salonlarının İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmelik kapsamında belediyelerce ruhsatlandırılacağı öngörülerek, Yönetmelik maddesinin 2 inci fıkrasında yer alan; “*Güzellik salonunda tıp fakültesi diploması olan biri çalışsa bile,* ***tabip yetkisinde olan tıbbi işlemler*** *güzellik salonunda yapılamaz. Bu hususa uymadığı tespit edilen kişiler hakkında ilgili mevzuat hükümleri uygulanır*.” hükmü ile de her ne şekilde olursa olsun, tabip tarafından yapılması gereken tıbbi işlemlerin güzellik salonlarında gerçekleştirilmesinin yasaklandığı,

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 isimlerinin açıkça "salon" olarak belirtilmesi gerektiğinin düzenlendiği,

Ayrıca; İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğin güzellik salonlarına ilişkin (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 yapılabilmesine izin verildiği, ancak, tabip tarafından uygulanması gereken lazer epilasyon işleminin yapılmasının açıkça yasaklandığı,

Bu bağlamda; güzellik salonu olarak faaliyet gösterdiği tespit edilen ve dolayısıyla sağlık alanında faaliyeti olmayan söz konusu kuruluşun, inceleme konusu tanıtımlarda, tabipler tarafından uygulanması gereken ve güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen çeşitli tıbbi tedavi yöntemlerinin isimlerini sayarak bu alanda hizmet verdiği ve sağlık alanında faaliyet gösterdiği yönünde izlenim uyandırdığı, söz konusu **tıbbi** işlemlerin doktor kontrolünde ve sağlık kuruluşları bünyesinde uygulanması gerektiği, tüm bu durumların;

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

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

-Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 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 **Sevilay ÇETİN (Lilyum / Çiçek Güzellik Salonu)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**31)**

**Dosya No: 2019/12210**

**Şikayet Edilen: Dr. Mustafa Kemal YİĞİT**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 04.12.2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** drkemalyigit.com adresli internet sitesinin 04.12.2019 tarihli görünümünde örnek olarak; *"Güzelliğinize Güzellik Katın, Sağlıklı Yöntemlerle Estetik Dokunuşlar, Yükselen Başarı Grafiğimiz... Sürekli Gelişim... Doğallık...Yetenek... Mutlu Sonuçlar...Uygulamalar: Kotrollü, Etkili, Steril, Doğal, Memnuniyet...”* gibi, "Mezobotoks, Dolgu, Mezoterapi" ve benzeri tıbbi işlemlere ve tedavi yöntemlerine ilişkin talep yaratıcı ifadelere,

- www.facebook.com ve www.instagram.com adresli internet sitelerinde, hastaların tedavi öncesine ve sonrasına ilişkin görüntülere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

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

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

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

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**32)**

**Dosya No: 2019/12329**

**Şikayet Edilen: Hilal USTA (Hills Beauty Center Güzellik Salonu)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 23.12.2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.hillsbeautycenter.com adresli internet sitesinin 23.12.2019 tarihli görünümünde, *"Lazer Epilasyon... Kadınların ortak problemi olan istenmeyen tüylerden en etkili kurtuluş yöntemi lazer epilasyon uygulaması salonumuzda yapılmaktadır.", "Dermapen ... Cildin değerli üst tabakası epidermse zarar vermeden, soymadan, tahriş etmeden cildi derinden etkileyerek cilt yenileme yöntemedir.", "Botoks Uygulaması... Botoks, ClostridiumBotulinum adlı bakteriden laboratuar koşullarında elde edilen, estetik tıpta yüz kırışıklıkları ve aşırı terleme tedavisinde kullanılan bir yöntemdir.", "Zayıflamak, gençleşmek, daha güzel görünmek epilasyonla istenmeyen tüylerden kurtulmak dermapen ile yenilenmek elinizde sadece bizi ziyaret edin.", "Etkili Hızlı Güvenli Sağlıklı ve Kesin Çözüm... HeleniSS Sipania Diode Lazer Epilasyon Cihazı Avrupa’da üretilmiş ve Avrupa Standartları ile Türkiye TSE Standartlarına tam uyumlu cihaz ile epilasyon işlemlerinizi güvenle ve yüksek memnuniyetle gerçekleştirebiliriz.", "Limpio Q-Switch Dövme Silici Lazer sayesinde istenmeyen lekelere ve artık zamanı geçmiş dövmelere son... Artık Dövme Silme Hiç Olmadığı Kadar Kolay... Üstün pigmentleme teknolojisi ile tüm cilt tiplerine uygun çok fonksyionlu bu cihaz ile konforlu dövme silme ve leke giderme operasyonları için sizi bekliyoruz."* gibi, güzellik salonlarında uygulanması mevzuat gereği yasak olan ve tabip tarafından uygulanması gerektiğinden tanıtımının da yapılmasına izin verilmeyen tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara yer verildiği,

- www.instagram.com adresli internet sitesinin 23.12.2019 tarihli görünümünde, *"Buz epilasyon, Dermapen, PRP/leke tedavisi, Carbon peeling, Microblading, Dudak dolgu, Botox, Dövme silme"* gibi tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara ve bu işlemlerin uygulandığı hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere yer verildiği,

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** 15/2/2008 tarih ve 26788 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin 39 uncu maddesi ile Güzellik ve Estetik Amaçlı Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin yürürlükten kaldırıldığı ve aynı Yönetmeliğin Geçici 5 inci maddesi ile de güzellik salonlarının sağlık kuruluşu statüsünden çıkarıldığı;

Anılan Yönetmeliğin Geçici 5 inci maddesine göre, güzellik salonlarının İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmelik kapsamında belediyelerce ruhsatlandırılacağı öngörülerek, Yönetmelik maddesinin 2 inci fıkrasında yer alan; “*Güzellik salonunda tıp fakültesi diploması olan biri çalışsa bile, tabip yetkisinde olan tıbbi işlemler güzellik salonunda yapılamaz. Bu hususa uymadığı tespit edilen kişiler hakkında ilgili mevzuat hükümleri uygulanır*.” hükmü ile de her ne şekilde olursa olsun, tabip tarafından yapılması gereken tıbbi işlemlerin güzellik salonlarında gerçekleştirilmesinin yasaklandığı,

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 isimlerinin açıkça "salon" olarak belirtilmesi gerektiğinin düzenlendiği,

Ayrıca; İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğin güzellik salonlarına ilişkin (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 yapılabilmesine izin verildiği, ancak, tabip tarafından uygulanması gereken lazer epilasyon işleminin yapılmasının açıkça yasaklandığı,

Bu bağlamda; güzellik salonu olarak faaliyet gösterdiği tespit edilen ve dolayısıyla sağlık alanında faaliyeti olmayan söz konusu kuruluşun, inceleme konusu tanıtımlarda, tabipler tarafından uygulanması gereken ve güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen çeşitli tıbbi tedavi yöntemlerinin isimlerini sayarak bu alanda hizmet verdiği ve sağlık alanında faaliyet gösterdiği yönünde izlenim uyandırdığı, söz konusu tıbbi işlemlerin doktor kontrolünde ve sağlık kuruluşları bünyesinde uygulanması gerektiği, tüm bu durumların;

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

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

-Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/1, 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 **Hilal USTA (Hills Beauty Center Güzellik Salonu)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**33)**

**Dosya No: 2019/12461**

**Şikayet Edilen: Berrin ÖZDEMİR (B-Deluxe Güzellik Salonu)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 10.03.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.bdeluxecenter.com/ adresli internet sitesinin 26.12.2019 tarihli görünümünde örnek olarak, *"Buz epilasyon"* gibi tıbbi uygulamalara yönelik tanıtımlara,

- www.instagram.com adresli internet sitesinin; 10.03.2020 tarihli görünümünde, "Buz epilasyon" gibi tıbbi uygulamaların tanıtımlarına, hastaların uygulama öncesi ve sonrasına ilişkin görüntülerine ve *"Kampanya Buz Lazer 4 Bölge 1.100 TL.*" gibi tıbbi işlemlere yönelik kampanya ve fiyat bilgilerine,

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** 15/2/2008 tarih ve 26788 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin 39 uncu maddesi ile Güzellik ve Estetik Amaçlı Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin yürürlükten kaldırıldığı ve aynı Yönetmeliğin Geçici 5 inci maddesi ile de güzellik salonlarının sağlık kuruluşu statüsünden çıkarıldığı;

Anılan Yönetmeliğin Geçici 5 inci maddesine göre, güzellik salonlarının İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmelik kapsamında belediyelerce ruhsatlandırılacağı öngörülerek, Yönetmelik maddesinin 2 inci fıkrasında yer alan; “*Güzellik salonunda tıp fakültesi diploması olan biri çalışsa bile, tabip yetkisinde olan tıbbi işlemler**güzellik salonunda yapılamaz. Bu hususa uymadığı tespit edilen kişiler hakkında ilgili mevzuat hükümleri uygulanır*.” hükmü ile de her ne şekilde olursa olsun, tabip tarafından yapılması gereken tıbbi işlemlerin güzellik salonlarında gerçekleştirilmesinin yasaklandığı,

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 isimlerinin açıkça "salon" olarak belirtilmesi gerektiğinin düzenlendiği,

Ayrıca; İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğin güzellik salonlarına ilişkin (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 yapılabilmesine izin verildiği, ancak, tabip tarafından uygulanması gereken lazer epilasyon işleminin yapılmasının açıkça yasaklandığı,

Bu bağlamda; güzellik salonu olarak faaliyet gösterdiği tespit edilen ve dolayısıyla sağlık alanında faaliyeti olmayan söz konusu kuruluşun, inceleme konusu tanıtımlarda, tabipler tarafından uygulanması gereken ve güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen çeşitli tıbbi tedavi yöntemlerinin isimlerini sayarak bu alanda hizmet verdiği ve sağlık alanında faaliyet gösterdiği yönünde izlenim uyandırdığı, söz konusu tıbbi işlemlerin doktor kontrolünde ve sağlık kuruluşları bünyesinde uygulanması gerektiği, tüm bu durumların;

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

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

-Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/1, 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 **Berrin ÖZDEMİR (B Deluxe Güzellik Salonu)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**34)**

**Dosya No: 2019/12462**

**Şikayet Edilen: Demet OĞUŞ ÇETİN (Övgü Güzellik Salonu)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 10.03.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com adresli internet sitesinin 10.03.2020 tarihli görünümünde örnek olarak, "lazer epilasyon, dermapen" gibi tabip tarafından uygulanması gereken ve güzellik salonlarında uygulanması mevzuat gereği yasak olan tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** 15/2/2008 tarih ve 26788 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin 39 uncu maddesi ile Güzellik ve Estetik Amaçlı Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin yürürlükten kaldırıldığı ve aynı Yönetmeliğin Geçici 5 inci maddesi ile de güzellik salonlarının sağlık kuruluşu statüsünden çıkarıldığı;

Anılan Yönetmeliğin Geçici 5 inci maddesine göre, güzellik salonlarının İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmelik kapsamında belediyelerce ruhsatlandırılacağı öngörülerek, Yönetmelik maddesinin 2 inci fıkrasında yer alan; “*Güzellik salonunda tıp fakültesi diploması olan biri çalışsa bile, tabip yetkisinde olan tıbbi işlemler**güzellik salonunda yapılamaz. Bu hususa uymadığı tespit edilen kişiler hakkında ilgili mevzuat hükümleri uygulanır*.” hükmü ile de her ne şekilde olursa olsun, tabip tarafından yapılması gereken tıbbi işlemlerin güzellik salonlarında gerçekleştirilmesinin yasaklandığı,

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 isimlerinin açıkça "salon" olarak belirtilmesi gerektiğinin düzenlendiği,

Ayrıca; İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğin güzellik salonlarına ilişkin (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 yapılabilmesine izin verildiği, ancak, tabip tarafından uygulanması gereken lazer epilasyon işleminin yapılmasının açıkça yasaklandığı,

Bu bağlamda; güzellik salonu olarak faaliyet gösterdiği tespit edilen ve dolayısıyla sağlık alanında faaliyeti olmayan söz konusu kuruluşun, inceleme konusu tanıtımlarda, tabipler tarafından uygulanması gereken ve güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen çeşitli tıbbi tedavi yöntemlerinin isimlerini sayarak bu alanda hizmet verdiği ve sağlık alanında faaliyet gösterdiği yönünde izlenim uyandırdığı, söz konusu tıbbi işlemlerin doktor kontrolünde ve sağlık kuruluşları bünyesinde uygulanması gerektiği, tüm bu durumların;

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

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

-Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 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 **Demet OĞUŞ ÇETİN (Övgü Güzellik Salonu)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**35)**

**Dosya No: 2019/2808**

**Şikayet Edilen:** **Infinity Clinic Sağlık Hiz. Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** “*Google Adwords*” sistemi vasıtasıyla www.google.com adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 18.03.2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** “*Google Adwords*” sistemi vasıtasıyla www.google.com adresli internet sitesinin 18.03.2019 tarihli görünümünde; www.iwc.com.tr adresli internet sitesine ilişkin “*Modern tıbbın en gelişmiş genetik önleyici yaşlanma karşıtı, yenileyici ve gençleştirici yöntemleri ile doğu tıbbının mükemmel entegrasyonu… Estetik-Telomer Tedavisi-Infınıty-Cilt yapılandırma…”* gibi ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

- 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanun’un 8, 10 ve 24 üncü maddeleri,

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Infinity Clinic Sağlık Hiz. Tic. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**36)**

**Dosya No: 2019/10549**

**Fırat LAÇİN (Drfizyofit Sağlıklı Yaşam Merkezi)** isimli kuruluşa aitdağıtılan broşürlerde yer alan tanıtımlar hakkındaki **2019/10549** no’lu dosya ile ilgili görüşme ve değerlendirmelerin **ertelenmesine** karar verilmiştir.

**37)**

**Dosya No: 2020/921**

**Şikayet Edilen:** **Berrin GÜLKIRAN**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 30.01.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.instagram.com/dermaworld/ adresli internet sitesinin 30.01.2020 tarihli görünümünde örnek olarak; Sunulan hizmetler arasında *“Çene estetiği, leke tedavisi, akne tedavisi,”* gibi doktor kontrolünde uygulanması gereken ve güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara yer verildiği, “*Leke tedavisi, akne tedavisi”* gibi tıbbi işlemlere yönelik hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği, Kuruluşun *“Derma World”* olarak isimlendirildiği, ancak ilgili mevzuatta bu şekilde tanımlanan bir kuruluş türünün bulunmadığı, söz konusu tanıtımlarda kuruluş türünün açıkça belirtilmemesi nedeniyle tüketicilerin yanıltıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu internet sitesinde yapılan tanıtımlar aracılığıyla sağlık alanında faaliyeti olmayan kuruluşun, sağlık alanında faaliyet gösterdiği ve tabip tarafından yapılması gereken ve güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen tıbbi işlemleri uyguladığı yönünde bir algı oluşturduğu; dolayısıyla, söz konusu tanıtımların ilgili mevzuata aykırı olarak benzer kuruluşlar arasında haksız rekabete yol açtığı, tüketici yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**38)**

**Dosya No: 2020/922**

**Şikayet Edilen:** **Mavi Estetik ve Sağlık Merkezi A.Ş. (Nazar Beauty Güzellik Salonu)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 24.02.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.instagram.com/nazarbeautyclinics/ adresli internet sitesinin 30.01.2020 tarihli görünümünde örnek olarak; *“Tek seans lazer uygulaması 350 TL… Lazer epilasyon uygulaması, koltuk altı-özel bölge-bacaklar, 2500TL yerine 1500TL… 3 Bölge botoks uygulaması 800TL…”* gibi ifadelerle tıbbi işlemlere ilişkin fiyat bilgisi de verilerek kampanyaların düzenlendiği, *“Leke tedavisi”* gibi tıbbi işlemlere ilişkin hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği, Sunulan hizmetler arasında *“Lazer epilasyon, botoks, leke tedavisi”* gibi doktor kontrolünde uygulanması gereken ve güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara yer verildiği, Kuruluşun *“Nazar Beauty Clinics”* olarak isimlendirildiği, , ancak ilgili mevzuatta bu şekilde tanımlanan bir kuruluş türünün bulunmadığı, söz konusu tanıtımlarda kuruluş türünün açıkça belirtilmemesi nedeniyle tüketicilerin yanıltıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu internet sitesinde yapılan tanıtımlar aracılığıyla sağlık alanında faaliyeti olmayan kuruluşun, sağlık alanında faaliyet gösterdiği ve tabip tarafından yapılması gereken ve güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen tıbbi işlemleri uyguladığı yönünde bir algı oluşturduğu; dolayısıyla, söz konusu tanıtımların ilgili mevzuata aykırı olarak benzer kuruluşlar arasında haksız rekabete yol açtığı, tüketici yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Mavi Estetik ve Sağlık Merkezi A.Ş. (Nazar Beauty Güzellik Salonu)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**39)**

**Dosya No: 2020/923**

**Şikayet Edilen:** **Tuğba SAYDAM (Tuğba Avşar Güzellik Salonu)**

**Şikayet Edilen Reklam:** İşyerinde bulunan tabelalar ve kuruluşa ait broşür ve ilanlarda bulunan tanıtımlarda, 6502 sayılı Kanun’un 61 inci maddesine aykırılık.

**Reklam Yayın Tarihi:** 08.11.2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Tabela, broşür

**Tespitler:** Bahsi geçen tabelaların 08.11.2019 tarihli görünümünde; Sunulan hizmetler arasında *“Lazer epilasyon, dermapen”* gibi doktor kontrolünde uygulanması gereken ve güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara yer verildiği, Kuruluşun *“Tuğba Avşar Estetik ve Güzellik Merkezi”* olarak isimlendirildiği, ancak ilgili mevzuatta bu şekilde tanımlanan bir kuruluş türünün bulunmadığı, söz konusu tanıtımlarda kuruluş türünün açıkça belirtilmemesi nedeniyle tüketicilerin yanıltıldığı, Bahsi geçen ilanların 08.11.2019 tarihli görünümünde; *“Yeni yıla özel şok kampanya… Tüm vücut lazer epilasyon alana cilt bakımı+ bölgesel incelme hediye… Unutmayın, bakım gizli kalmış güzelliğin aynasıdır…”* gibi ifadelerle tıbbi işlemlere ilişkin kampanyaların düzenlendiği, Bahsi geçen broşürlerin 08.11.2019 tarihli görünümünde; Kuruluşun *“Tuğba Avşar Estetik ve Güzellik Merkezi”* olarak isimlendirildiği, Sunulan hizmetler arasında *“Lazer epilasyon, selülit tedavisi, leke tedavisi, dermapen, PRP, dolgu, botoks”* gibi doktor kontrolünde uygulanması gereken ve güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara yer verildiği, *“Doktor kontrollü uzman ekip ve kadrosuyla açılışa özel fiyatlar… Son sistem cihazlar 4 mevsim uygulama…”* gibi ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu internet sitesinde yapılan tanıtımlar aracılığıyla sağlık alanında faaliyeti olmayan kuruluşun, sağlık alanında faaliyet gösterdiği ve tabip tarafından yapılması gereken ve güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen tıbbi işlemleri uyguladığı yönünde bir algı oluşturduğu; dolayısıyla, söz konusu tanıtımların ilgili mevzuata aykırı olarak benzer kuruluşlar arasında haksız rekabete yol açtığı, tüketici yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Tuğba SAYDAM (Tuğba Avşar Güzellik Salonu)**hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**GIDA**

**40)**

**Dosya No: 2020/992**

**Şikayet Edilen: Bilgenet İlaç Dış Tic. ve San. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** “No Attack*”*markalı - takviye edici gıda niteliğinde olan ürüne ilişkin olarak, çeşitli internet sitelerinde ve sosyal medya hesaplarında yayınlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** Mart 2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Muhtelif internet sitelerinde ve sosyal medya hesaplarında; (http://www.no-attack.com, http://www.noattack.club, https://www.noattackturkey.com, https://www.noattacksiparis.com) yayınlanan “No Attack*”* isimli ürüne lişkin reklamlarda; *“Güçlü bağışıklık. Bağışıklık sistemini x4 güçlendirir. Vücudunuzu virüslere karşı korur. Kan dolaşımını düzenler. Metalleri vücuttan atar. Virüs & bakterilere karşı koruma kalkanı. Sizi virüs, bakteri ve hastalıklara karşı korur. Virüsleri yok edin. İçerisindeki kara mürver vücutta oluşan mikropları, virüsleri yok eder. İdrar söktürücü özelliği sayesinde idrar yolu hastalıklarına karşı da koruma sağlar. Kalp sağlığını koruması da faydaları arasında. Bağışıklığın sigortası beta glukan. Bağışıklık sisteminin güçlenebilmesi için antikor üretmesi ve salgılaması gerekir. Antikorun en büyük kaynağı ise beta glukandır. Uzmanlar; antibakteriyel, antifungal, antiviral karaciğeri koruyucu ve antiinflamatuar özellikleri nedeniyle vücudun enfeksiyonlara karşı doğal savunma mekanizmasını artırmak için ve mide bağırsak ülserinin tedavisi amacıyla propolisi önermektedir. Hatta haricen sürülmesi ile bakteri ve mantarların neden olduğu deri iltihabını iyileştirdiği bilinmektedir. Faydaları bitmiyor. Aspir yağı; içeriğindeki omega 6 ile linoleik asit sayesinde vücudun dengesini korumaya ve kolesterolü dengelemeye yardımcı olur. Omega 6 yağ asiti sayesinde kan şekerini düzenler ve diyabet riskini azaltır. Öksürük, balgam, göğüs ağrısı gibi problemler için kullanılabilir. Damar sertliğini önlemeye yardımcıdır. Kilo vermeye yardımcı olur. Kadınlarda hormonları dengede tutarak adet döngüsünü düzenler. Vücut direncini artırır. Sindirim sistemini düzenler. Çinko genellikle soğuk algınlığı ve hastalık semptomlarıyla mücadele için bir çare olarak görülüyor. Hastalanma riskinizi azaltabilir ve ayrıca iyileşme sürecini hızlandırabilir. Ayrıca hormonları dengeler, diyabet ile savaşır, kansere karşı mücadelede güçlü bir antioksidan olarak görev yapar. C vitamini güçlü bağışıklık sistemi için vazgeçilmezdir. Eksikliğinde zayıf bağışıklık sistemine bağlı olarak gelişebilen soğuk algınlığı, grip kalp hastalıkları gibi hastalıklara yakalanma riski artar. Kronik hastalıklar, sigara kullanımı, düzenli ilaç kullanımı ve sindirim sistemi sorunları için etkili ve kalıcı çözümler sunar. Bağışıklık güçlendirici. Sen de bağışıklığını güçlendirerek daha güçlü bir adım atarak daha güçlü bir koruma sağlayabilirsin. Buradaki asıl amaç zaten bu tarz hastalıklarla bağışıklığı yıpranmış kişileri tekrar güçlendirmek. Güçlü, zengin ve doğal içeriği sayesinde bağışıklığınızı en az %98 güçlendirerek sizi hastalıklara karşı korur. Yumuşacık kapsüller de jel halinde satışa sunulan bağışıklık sisteminin güçlenmesini sağlayan bir gıda takviyesidir. Kronik rahatsızlıkların önlenmesinde ve hafifletilmesinde yardımcı olur. Günlük kullanım ile bağışıklık sistemini güçlendirerek hastalıklara yakalanma ihtimalini düşürmektedir. Aynı zamanda yakalanılan hastalıklarında daha hafif ve hızlı bir şekilde atlatılmasına yardımcı olmaktadır. Vücut içinde ki zararlı ve ağırlık veren tüm etkenleri uzaklaştırarak, bakteri ve hastalıklara karşı tam donanımlı bir güç sağlamaktadır.”* şeklinde ifadelere yer verildiği,

Ayrıca, Seda Sayan, Şeyma Subaşı, Seren Serengil, Seray Sever, Ebru Akel, Seda Akgül gibi ünlülerin instagram hesaplarında da, ürünle ilgili olarak yukarıda belirtilen ifadelere benzer ifadelerle "No Attack" isimli ürünün reklam ve tanıtımının yaptırıldığı,

Diğer taraftan, adı geçen internet sitelerinde ve sosyal medya hesaplarındaki tanıtımlarda; Medical University of Warsaw, Op. Dr. Jesica PORGHUCA ifadesiyle birlikte ülkemizde faaliyet gösteren bir doktorun (Dr. Eda ALBAYRAK) resmine yer verildiği

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan inceleme – araştırmalar sonucunda ve sosyal medya hesabında bu ürünün tanıtımını yapan bazı ünlülülerin (Şeyma SUBAŞI ) beyanı doğrultusunda, “No Attack” isimli ürüne ilişkin reklam ve tanıtımların reklamvereninin *Bilgenet İlaç Dış Tic. Ve San. A.Ş.* olduğuna,

Söz konusu ürün tanıtımlarında yer alan ve yukarıda belirtilen ifade ve görsellerle, söz konusu ürünün içeriğindeki bileşenler sayesinde bağışıklık sistemini güçlendirdiği, böylece adı geçen ürünün, başta Covid-19 olmak üzere her türlü viral enfeksiyonlara karşı koruyucu bir özelliğe sahip olduğu izleniminin uyandırıldığı, hatta "enfekte olunmuş olsa bile hastalığın iyileşmesine faydası olduğu" iddiasına yer verildiği, bütün bu iddiaların da yapılan bilimsel çalışmalarla doğrulanmış gibi bir algı oluşturulduğu,

İnceleme konusu reklamlarda yer alan ve yukarıda belirtilen beyanların birer sağlık beyanı olduğu, bu tür beyanlarla takviye edici bir gıda niteliğinde olan söz konusu ürünün, Covid-19, grip, nezle ve soğuk algınlığı şeklinde isimlendirilen viral enfeksiyonlara karşı iyi geldiği veya bu hastalıkların bu ürünle tedavi edildiği veya tedavisine yardımcı olduğu mesajının verildiği, böylece söz konusu ürünlerin sanki bir ilaç veya bir beşeri tıbbi ürün gibi tanıtıldığı, yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre takviye edici gıdalar için bu tür sağlık beyanlarının kullanılmasının kesinlikle yasak olduğu, her hangi bir ürüne ilişkin olarak her hangi bir sağlık beyanında bulunabilmesi için ilgili idari otoriteden (Sağlık Bakanlığı Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Kurumu) izin alınması gerektiği, kullanılan bu beyanlar için ilgili otoriteden izin alınmadığından söz konusu beyanların doğruluğunun bilimsel olarak ispat edilmiş sayılamayacağı, dolayısıyla doğruluğu bilimsel olarak ispat edilmemiş bu beyanlarla tüketicilerin aldatılıp yanıltıldığı,

Ayrıca söz konusu reklamların, Covid-19 adlı hastalığın ülkemizde ve dünyada salgın halinde seyrettiği bir dönemde yayınlanması suretiyle, insanların bilgi ve tecrübe eksikliği ile korku ve endişelerinin istismar edilerek ticari rant elde edilmeye çalışıldığı değerlendirildiğinden söz konusu tanıtımların;

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

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

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

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

hükümlerine ve dolayısıyla,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Bilgenet İlaç Dış Tic. ve San. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma ve 104.781,00 -TL (Yüzdörtbinyediyüzseksenbir Türk Lirası) idari para cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**41)**

**Dosya No: 2020/993**

**Şikayet Edilen: Şölen Çikolata Gıda Sanayi ve Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Türkiye’nin Çikolata Fabrikası**”** başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** Ağustos 2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Ağustos 2020 tarihinde, youtube kanalında (www.youtube.com/watch?v=TOmGACM8tAM&feature=youtu.be, www.youtube.com/watch?v=2IPYshvkJ4k, www.youtube.com/watch?v=7FA-vU4Xh7w) "Türkiyenin Çikolata Fabrikası" başlığı ile "en sevilen, en çok tercih edilen" ifadelerini içeren tanıtım videolarının yayınlanmasına devam edildiği görülmüştür.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu tanıtımlardageçen "En sevilen" iddiasını doğrulayacak herhangi bir araştırma-çalışma raporu (lezzet testi, tüketici beğeni araştırması gibi) sunulmadığı, diğer taraftan "En çok tercih edilen" iddiasına dayanak olarak sunulan IPSOS araştırma kuruluşu verilerinin "hane tüketim paneli raporları" na dayandığı ve sadece "açık-dökme çikolata" kategorisindeki ürünlere ilişkin olduğu, bu durumun inceleme konusu reklamda açıkça belirtilmediği, dolayısıyla "en çok tercih edilen" iddiasının sanki bütün çikolata türleri için geçerliymiş gibi bir algı yaratıldığı, diğer taraftan "en çok tercih edilen" gibi somut bir iddianın IPSOS Hane Tüketim Paneli Raporları verileri yerine gerçek satış miktarlarına dayandırılması gerektiği değerlendirildiğinden söz konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a ve 18/1 maddesi hükümlerine ve dolayısıyla,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**42)**

**Dosya No:** 2020/1023

**Şikayet Edilen: Coca-Cola Meşrubat Pazarlama Danışmanlık San. Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait Fanta Portakal Aromalı Gazoz adlı ürün Sağlık Bakanlığı tarafından hazırlanan Aşırı Tüketimi Tavsiye Edilmeyen Gıdalara İlişkin Liste de kırmızı kategoride (asitli gazlı içecek) yer almasına karşın; bahse konu ürünün reklamlarında "C vitaminli, günlük C vitamini ihtiyacının % 50 sini karşıla!" gibi ifadelere yer verilerek tüketicilerin yanıltıldığı hususu.

**Reklam Yayın Tarihi:** 16.07.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet-Televizyon

**Tespitler:** Firmaya ait Instagram ve Youtube sosyal medya hesaplarının 19.08.2020 tarihli görünümlerinde ve TV 8 isimli ulusal televizyon kanalında 16.07.2020 tarihinde yayınlanan reklamlarda; *"Fantastik Fanta lezzeti hem de C vitaminli! Bir bardakta günlük C vitamininin en az % 50'sini karşıla!"* şeklinde ifadelerin yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, bahsi geçen ürünün Sağlık Bakanlığı tarafından yayımlanan Aşırı Tüketimi Tavsiye Edilmeyen Gıdalar Listesi'nde kırmızı kategoride yer aldığı, bu kapsamda asitli ve gazlı bir içecek olmasına karşın ürünün günlük C vitamini ihtiyacının % 50'sini karşıladığına atıfta bulunularak COVID-19 virüsü salgınının olduğu bir dönemde C vitamininin bağışıklığın normal fonksiyonunun desteklenmesine yardımcı olma etkisine dolaylı yoldan imada bulunulduğu, ürünün C vitamininin günlük beslenme referans değerinin yarısını karşıladığı iddiasına yönelik spesifik olarak hazırlanan reklamların kamuoyunca içinde bulunulan dönemde yanlış yönlendirmelere sebep olabileceği ve ürünün aşırı tüketimine yol açabileceği; bu bağlamda bahse konu hususun kamu sağlığını bozucu bir etki doğurabileceği, dolayısıyla inceleme konusu reklamların;

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

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Coca-Cola Meşrubat Pazarlama Danışmanlık San. Tic. A.Ş.** isimli firma hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63’üncü ve 77/12’nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**TEKNOLOJİ**

**43)**

**Dosya No: 2019/12685**

**Şikayet Edilen: Vatan Bilgisayar San. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** "Tüm Notebook’larda %18 KDV Kadar İndirim!" başlıklı kampanya reklamları.

**Reklam Yayın Tarihi:** 08.08.2019-13.082019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** "Tüm Notebook’larda %18 KDV Kadar İndirim!" başlıklı kampanya kapsamında televizyon mecrasında yayınlanan reklamlarda; “9-14 Ağustos teşhir ve seri sonu ürünler hariçtir. KDV dahil 118 TL tutarındaki ürün KDV dahil 100 TL olarak satılacaktır.” şeklinde ifadelere yer verildiği; başvuru sahibi tüketicinin, [www.vatanbilgisayar.com](http://www.vatanbilgisayar.com) adresli internet sitesinde, satışı yapılan "HP DW0006NT Core İ5 8265U 1.6 GHZ-GB-128 GBSSD-15,6'' MX130 2GB-W10" model notebook ürününü 14.08.2019 tarihinde 3.812-TL satış fiyatı ile satın aldığı; bahis geçen ürünün 17.08.2019 tarihinde indirimsiz olarak 3.299-TL satış fiyatı ile tüketicilere sunulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar**: 09.08.2019-14.08.2019 tarihleri arasında geçerli olan"Tüm Notebook’larda %18 KDV Kadar İndirim!" başlıklı reklamlarda, kampanya kapsamında satışı yapılan ürünlerde %18 KDV oranında indirim yapılacağı vaadinde bulunulduğu; [www.vatanbilgisayar.com](http://www.vatanbilgisayar.com) adresli internet sitesinde, "HP DW0006NT Core İ5 8265U 1.6 GHZ-GB-128 GBSSD-15,6'' MX130 2GB-W10" model notebook ürününün 3.812-TL satış fiyatı ile tüketicilere sunulduğu; buna göre; bir mal veya hizmete ilişkin indirim yapıldığını gösteren ibarelerin bulunduğu reklamlarda, yapılan indirimin miktarı veya oranı hesaplanırken, indirimli fiyattan bir önceki fiyatın esas alındığı; bu itibarla, şikayet edilen firma tarafından bahsi geçen ürüne ilişkin düzenlenen 08.08.2019 tarihli faturada ürünün KDV dahil 4.499-TL olduğunun görüldüğü; bu nedenle, inceleme konusu reklamların, Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin ilgili hükümleri ile 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**DAYANIKLI TÜKETİM MALLARI**

**44)**

**Dosya No: 2020/928**

**Şikayet Edilen: Sistem İletişim Elektronik Gıda Taah. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** servismerkezi-ankara.com adresli internet sitesinde yapılan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 18.03.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** servismerkezi-ankara.com adresli internet sitesinin 18.03.2020 tarihli görünümünde yapılan tanıtımlarda, “Samsung” markasına ait muhtelif teknoloji ve dayanıklı tüketim ürünlerine ilişkin “yetkili servis” ibaresinin kullanıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** servismerkezi-ankara.com adresli internet sitesinin 18.03.2020 tarihli görünümünde yapılan tanıtımlarda, “Samsung” markasına ait beyaz eşya ürünlerine ilişkin olarak, adı geçen markanın “yetkili servisi” olarak faaliyette bulunulduğu yönünde ibarelere yer verildiği;

Ancak, “Samsung” markasının Türk Patent Enstitüsü nezdinde tescil edilmiş bir marka olduğu ve tescil sahibi veya onun münhasıran yetkilendirdiği şirket ile şikayet edilen arasında, yalnızca bilgisayar ve çevre birimleri ile görüntü ve/veya ses cihazlarına ilişkin olarak yetkili servis sözleşmesi bulunduğu; buna göre, beyaz eşya ürünlerine ilişkin yetkili servis, bayilik, marka kullanma veya lisans sözleşmesi vb herhangi bir yetkilendirme sözleşmesi olmadan tanıtım yapıldığı; bu nedenle, inceleme konusu reklamların hukuka aykırı ve aynı zamanda tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı olduğu;

Bu nedenle anılan reklamların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 6; 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5; 9 ve 11 inci 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. A.Ş.** isimli firma hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**45)**

**Dosya No: 2020/932**

**Şikayet Edilen: Ferhat AYYIL(Ayyıl Isıtma ve Basınçlı Su Sistemleri)**

**Şikayet Edilen Reklam:** "Demirdöküm Bölge Servisi" ibaresi ile yapılan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 25.10.2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Teknik Servis Bilgi Formu

**Tespitler:** 25.10.2019 tarihinde düzenlenen teknik servis bilgi formu üzerinde yapılan tanıtımlarda, "Demirdöküm Bölge Servisi" ibaresinin kullanıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Şikayet edilen firma tarafından düzenlenenteknik servis bilgi formu üzerinde "Demirdöküm Bölge Servisi" ibaresi ile yapılan tanıtımlarda "Demidöküm" markasına ait unsurların ve logonun kullanılarak, adı geçen markaya ait kombi ürünlerine ilişkin “Yetkili Servisi” olarak faaliyette bulunulduğu yönünde ibarelere yer verildiği;

Ancak, adı geçen markanın Türk Patent Enstitüsü nezdinde tescil edilmiş bir marka olduğu ve tescil sahibi veya onun münhasıran yetkilendirdiği şirket ile şikayet edilen firma arasında yapılmış yetkili servis, bayilik, marka kullanma veya lisans sözleşmesi vb herhangi bir yetkilendirme sözleşmesi olmadan tanıtım yapılmasının hukuka aykırı ve aynı zamanda tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı olduğu; dolayısıyla, anılan reklamların;

Bu nedenle anılan reklamların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 6; 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5; 9, 11 ve 28 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre,reklam veren **Ferhat AYYIL(Ayyıl Isıtma ve Basınçlı Su Sistemleri)** isimli firma hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine **karar** verilmiştir.

**TÜTÜN VE ALKOL**

**46)**

**Dosya No: 2019/11462**

Yapılan başvuru üzerine incelemeye alınan, “Anadolu Grubu”na ait olduğu bilinen EFES PİLSEN (ANADOLU EFES) firması tarafından kullanılan #birliktegüzel hashtagi ile birçok konserde sponsor olunduğu ve alkollü içeceğin tanıtımının yapıldığı iddiaları ile ilgili olan dört dosya ile ilgili görüşme ve değerlendirmelerin **ertelenmesine** karar verilmiştir.

**47)**

**Dosya No: 2019/11463**

Yapılan başvuru üzerine incelemeye alınan, “Anadolu Grubu”na ait olduğu bilinen EFES PİLSEN (ANADOLU EFES) firması tarafından kullanılan #birliktegüzel hashtagi ile birçok konserde sponsor olunduğu ve alkollü içeceğin tanıtımının yapıldığı iddiaları ile ilgili olan dört dosya ile ilgili görüşme ve değerlendirmelerin **ertelenmesine** karar verilmiştir.

**48)**

**Dosya No: 2019/11464**

Yapılan başvuru üzerine incelemeye alınan, “Anadolu Grubu”na ait olduğu bilinen EFES PİLSEN (ANADOLU EFES) firması tarafından kullanılan #birliktegüzel hashtagi ile birçok konserde sponsor olunduğu ve alkollü içeceğin tanıtımının yapıldığı iddiaları ile ilgili olan dört dosya ile ilgili görüşme ve değerlendirmelerin **ertelenmesine** karar verilmiştir.

**49)**

**Dosya No: 2019/11465**

Yapılan başvuru üzerine incelemeye alınan, “Anadolu Grubu”na ait olduğu bilinen EFES PİLSEN (ANADOLU EFES) firması tarafından kullanılan #birliktegüzel hashtagi ile birçok konserde sponsor olunduğu ve alkollü içeceğin tanıtımının yapıldığı iddiaları ile ilgili olan dört dosya ile ilgili görüşme ve değerlendirmelerin **ertelenmesine** karar verilmiştir.

**TURİZM**

**50)**

**Dosya No: 2019/12518**

**Şikayet Edilen: Gzm Aydın Kaplıca ve Termal Tur. İnş. Nak. Gayrimenkul Paz. Sağlık Hizm. Tem. Gıda San. ve Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından “GZM Royal Frigya Termal Otel”adlı tesise yönelik olarak www.aydinpalastermal.com ve www.frigyatermalhotel.com adresli internet siteleri ile diğer muhtelif mecralarda yayınlanan reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019-2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet, Tabela

**Tespitler:** Bakanlığımıza yapılan başvuruya ilişkin olarak yapılan inceleme sonucunda; tesise ait www.aydinpalastermal.com adresli internet sitesinde; *“Bölgenin termal suyunun; solunum sistemi, cilt, kalp ve dolaşım sistemi, böbrek ve idrar yolları, kadın hastalıkları, nörolojik rahatsızlıklar ve metabolizma rahatsızlıklarında etkili olduğu kanıtlanmıştır... İçme olarak kullanıldığında mide rahatsızlıklarına, karaciğere, bağırsak spazmlarına, safra kesesine iyi geliyor, böbrek taşlarının düşürülmesini sağlıyor. Banyo yapıldığında ise tansiyonu düşürüyor, romatizmal hastalıkları, ‘nevrit’i (sinir ucu iltihabı), deri hastalıklarını, bazı kadın hastalıklarını, kronik bel ağrısı, kireçlenme kas ağrıları, idrar yolları iltihabı, hemoroid, cilt hastalıklarında (sedef, egzama, akne) kalp ve damar sertliğini giderici etkisi var. Gazlıgöl kaplıcasında içme ve banyo tedavilerinden başka, suyun bulunduğu kapalı ortamlarda Oluşan nemli ve buharlı havayı solumak da tedavi edici özellik taşıyor. Solunum yoluyla kalbin çalışma kapasitesine, ritmine, atım hacmine etkileri, koroner damarları genişletici ve arteriel tansiyon düşürücü tesirleri olduğu gibi solunum yollarını rahatlatıcı etkileri de bulunmaktadır. Gazlıgöl kaplıcasında vücudun ihtiyaç duyduğu kombine bir tedavi ve dinlenme imkânı rahat bir şekilde sağlanabilmektedir. Tarihte Frigyalılardan bu yana kullanılan Afyon Gazlıgöl Yaylabağı kaplıca suları hem içmece tedavisi hem de banyo tedavisi olarak yararlanılan termal / kaplıca suyumuz kireçlenme, fibromiyalji, kadın hastalıkları, romatoit artrit, bel ve boyun fıtığı, cilt hastalıkları, kemik erimesi (Osteoporoz), gut hastalığı, sindirim sistemi ve dolaşım sistemi rahatsızlıkları, kas ağrıları gibi rahatsızlıkların tedavisinde olumlu sonuçlar vermektedir. İnsan vücudu yaşadığı sürece organizmada biriken zehirli maddeleri idrar, dışkı, ter, safra, tükürük bezleri ve buna benzer boşaltım yolları ile dışarı atar. Zamanla bu zehirlerin tam olarak dışarı atılması güçleşir, organlar tembelleşir ve zehirli maddeler vücutta birikip artmaya başlar. Sağlık Bakanlığı onaylı termal / kaplıca suyumuz içmece ve banyo kürü olarak kullanıldığında birikmiş olan bu zehirli maddeler idrar, dışkı, ter, safra gibi yollardan kolayca dışarıya atılırlar. ”* şeklinde ifadelere, yine tesise ait www.frigyatermalhotel.com adresli internet sitesinde ise, *“Sosyal tesisimizde ise; bayan ve erkek ayrı düşünülen; açık-kapalı havuz, Türk Hamamları, SPA merkezi, fitness center, sinema salonu, bowling salonu, restaurant, market ve alışveriş mağazaları bulunmaktadır. Bölgenin termal suyunun; solunum sistemi, cilt, kalp ve dolaşım sistemi, böbrek ve idrar yolları, kadın hastalıkları, nörolojik rahatsızlıklar ve metabolizma rahatsızlıklarında etkili olduğu kanıtlanmıştır. ”* şeklinde ifade ve tanıtımlara yer verildiği,

Sağlık Bakanlığı Halk Sağlığı Genel Müdürlüğünden alınan 05.06.2020 tarih ve 118500462 sayılı cevabi yazıda, “GZM Royal Termal” adlı tesise ilişkin Kaplıca Tesisi İşletme İzni Belgesi’nin mevcut olduğu, yine aynı adreste faaliyet gösteren “Hilal Termal” adlı tesise ait olmak üzere Kaplıca Tesisi İşletme İzni Belgesi’nin bulunduğunun belirtildiği,

Bu hususlara ek olarak, internette bir çok online acente aracılığıyla tanıtım ve satışı yapılan tesisin anılan mecralarda “Aydın Palace Termal Otel”, “GZM Royal Frigya Termal Otel”, “Frigya Termal Otel”, “GZM Aydın Palace Termal”, “Hilal Termal”, “Çamlıbel Termal” ve “Akkuş Termal” gibi birden fazla ve çok çeşitli isimler altında pazarlandığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Tesis tanıtımına ilişkin olarak www.aydinpalastermal.com ve www.frigyatermalhotel.com adresli internet sitelerinde yer verilen ifade reklam ve tanıtımların, tesiste kullanımda olan termal suya ilişkin Sağlık Bakanlığı Tıbbi Değerlendirme Kurulunca belirlenen "Endikasyon Raporu" ile suyun tıbbi tanımına aykırı olduğu, dolayısıyla anılan internet adreslerinde tesise ait termal suyun muhtelif hastalıkları tedavi ettiği veyahut da tedavisine yardımcı olduğu iddiasıyla yer verilen söz konusu ifade, reklam ve tanıtımların mevzuata aykırı, tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı olduğu,

Bu hususlara ek olarak, firmaya ait tesisin “Aydın Palace Termal Otel”, “GZM Royal Frigya Termal Otel”, “Frigya Termal Otel”, “GZM Aydın Palace Termal”, “Hilal Termal”, “Çamlıbel Termal” ve “Akkuş Termal” gibi birden fazla ve çok çeşitli isimler altında pazarlanmasının tüketicileri aldatıcı, yanıltıcı ve tüketici güvenini istismar edici nitelikte olduğu,

Benzer şekilde, tesis tanıtımına ilişkin olarak tesise ait www.aydinpalastermal.com ve www.frigyatermalhotel.com adresli internet siteleri ile konaklama rezervasyon hizmeti sunan online seyahat acentelerine ait muhtelif internet adreslerinde yer alan görseller ile tesisin mevcut fiziki durum ve şartlarının birbiriyle örtüşmediği, tesisin genel kullanım alanları ile tesis odalarının kirli ve bakımsız olduğu iddialarına ilişkin olarak firma tarafından herhangi bir açıklama yapılmadığı, bu durumun da Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin "İspat külfeti" başlıklı 9 uncu maddesine aykırı olarak değerlendirildiği, tüm bu hususların da;

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre, reklam veren **Gzm Aydın Kaplıca ve Termal Tur. İnş. Nak. Gayrimenkul Paz. Sağlık Hizm. Tem. Gıda San. ve Ticaret Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **104.781 TL (Yüzdörtbinyediyüzseksenbir Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**51)**

**Dosya No: 2019/12544**

**Şikayet Edilen: Arel Organizasyon Danışmanlık Turizm ve Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından “The Qasr Bodrum Family Resort & Spa” adlı tesise yönelik olarak www.qasrbodrum.com, www.tatilal.com ve www.islamitatilal.com adresli internet siteleri ile konaklama rezervasyon hizmeti sunan muhtelif internet adreslerinde yer verilen reklam ve tanıtımlar ile firma tarafından gerçekleştirilen ticari uygulamalar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019-2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Bakanlığımıza yapılan başvuruya ilişkin olarak yapılan inceleme sonucunda; tesisin Arel Organizasyon Danışmanlık Turizm ve Ticaret Ltd. Şti. unvanlı firma tarafından pazarlandığı, tesis sahibinin Koç Organizasyon Turizm İşletmeleri A.Ş. olduğu, Arel Organizasyon Danışmanlık Turizm ve Ticaret Ltd. Şti. unvanlı firmanın tesisi firmaya ait www.tatilal.com ve www.islamitatilal.com adresli internet siteleri ile birlikte çok çeşitli kanallardan pazarladığı,

“The Qasr Bodrum Family Resort & Spa” adlı tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan “Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi” bulunmamasına karşın tesise ait https://www.qasrbodrum.com adresli internet sitesinin 31.03.2020 tarihli görünümünde yer alan reklam ve tanıtımlarda “5 Yıldızlı İslami Otel” ifadelerine; www.tripadvisor.com.tr, www.trivago.com.tr, www.muhafazakarotelim.com ve www.google.com.tr adresli internet sitelerinin 31.03.2020 tarihli görünümünde yer alan reklam ve tanıtımlarda ise yine “5 Yıldız” görsellerine yer verilmek suretiyle “5 Yıldızlı Otel” olarak tanıtıldığı,

2019 Kış-2020 İlkbahar döneminde “The Qasr Bodrum Family Resort & Spa” adlı turizm tesisinin tesis sahibi firma tarafından bir başka firmaya devredildiği ve tesisi devralan firmanın tesiste isim ve konsept değişikliğine gittiği, tesisin isim ve konsept değiştirdiği bilindiği halde Arel Organizasyon Danışmanlık Turizm ve Ticaret Ltd. Şti. unvanlı firma tarafından tanıtılmaya ve pazarlanmaya devam edilerek erken rezervasyon adı altında çok sayıda tüketiciye satışının yapıldığı, tesisten rezervasyon yaptıran tüketiciler tesisin devredilerek isim/konsept değişikliğine gidilmesi, Kovid-19 salgınının ülkemizde yayılması ve diğer gerekçelerle rezervasyon iptal/iade talebinde bulunmuşsa da tüketicilerin söz konusu taleplerinin yerine getirilmediği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** “The Qasr Bodrum Family Resort & Spa” adlı tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan “Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi” bulunmamasına karşın tesise ait https://www.qasrbodrum.com adresli internet sitesinin 31.03.2020 tarihli görünümünde yer alan reklam ve tanıtımlarda “5 Yıldızlı İslami Otel” ifadelerine; www.tripadvisor.com.tr, www.trivago.com.tr, www.muhafazakarotelim.com ve www.google.com.tr adresli internet sitelerinin 31.03.2020 tarihli görünümünde yer alan reklam ve tanıtımlarda ise yine “5 Yıldız” görsellerine yer verilmek suretiyle “5 Yıldızlı Otel” olarak tanıtılmasının tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı olduğu,

Firma tarafından pazarlanan “The Qasr Bodrum Family Resort & Spa” adlı tesisin bir başka firmaya devredildiği ve tesisi devralan firmanın tesiste isim ve konsept değişikliğine gittiği bilindiği halde anılan tesisin firma tarafından tanıtılmaya ve pazarlanmaya devam edilerek tüketicilerin aldatıldığı, "5 Yıldızlı İslami Konaklama, Helal Turizm, Alkolsüz Tatil" şeklinde tanıtımlarla çok sayıda tüketiciye satışı yapılan tesise ilişkin olarak gerek tesisin devredilerek isim/konsept değişikliğine gidilmesi, gerek Kovid-19 salgınının ülkemizde görülmesi, gerekse de diğer nedenlerle rezervasyon iptal/iade talebinde bulunan tüketicilerin talepleri yerine getirilmeyerek çok sayıda tüketicinin mağdur edildiği, firma tarafından gerçekleştirilen söz konusu ticari uygulamaların tüketicilere yönelik haksız ticari uygulamalar olarak değerlendirildiği,

Öte yandan, tesise ait https://www.qasrbodrum.com adresli internet sitesi ile firmaya ait www.tatilal.com ve www.islamitatilal.com adresli internet sitelerinde yer alan reklam ve tanıtımlarda, “Helal Resort, Muhafazakar aile oteli, Tesettür tatil, Alkolsüz tatil, İslami otel, İslami tatil, İslami balayı, Helal Otel” başlıkları altında tanıtım ve açıklamalara yer verilerek “The Qasr Bodrum Family Resort & Spa” adlı tesis muhafazakar aile oteli olarak lanse edilmekle birlikte, Bakanlığımıza iletilen tüketici şikayeti kapsamında erkek misafirlere özel deniz bölümünden ve tesis odalarından bayan havuzunun görüldüğünün belirtildiği, bu kapsamda, tesise ilişkin olarak öne sürülen “Muhafazakar Aile Oteli, Helal Turizm” iddialarının bilgi ve belgelerle ispatlanması gerektiği halde firma tarafından bu iddiaların ispatlanamadığı, tüm bu hususların da;

- Turizmi Teşvik Kanunu’nun 5/a maddesi,

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

- 1618 sayılı Seyahat Acentaları ve Seyahat Acentaları Birliği Kanunu’nun 10 ve 19 uncu maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Arel Organizasyon Danışmanlık Turizm ve Ticaret Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **104.781 TL (Yüzdörtbinyediyüzseksenbir Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları ve haksız ticari uygulamaları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**52)**

**Dosya No: 2020/891**

**Şikayet Edilen: Club Jolly Turizm ve Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından düzenlenen “Erken rezervasyon fırsatları - 3 güne kadar koşulsuz iptal hakkı” başlıklı kampanyaya ilişkin reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

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

**Tespitler:** Bakanlığımıza yapılan başvuruya ilişkin olarak yapılan inceleme sonucunda; firma tarafından düzenlenen ve www.jollytur.com adresli internet sitesi, muhtelif televizyon kanalları ve gazete ilanları aracılığı ile tüketicilere duyurulan "Erken rezervasyon fırsatları" başlıklı kampanya kapsamında, "3 güne kadar koşulsuz iptal hakkı" şeklinde vaatlere yer verilerek erken rezervasyon kampanyasından faydalanan tüketicilere konaklama başlangıç tarihlerine 3 gün kalana kadar herhangi bir koşul veya şarta bağlı olmaksızın rezervasyon iptal hakkı tanındığı, buna göre, www.jollytur.com adresli internet sitesinin ana sayfasında "Yaz erken rezervasyon fırsatları" ve "3 güne kadar koşulsuz iptal hakkı" ana vaatleri ile duyurulan kampanyaya ilişkin olarak, "3 güne kadar koşulsuz iptal hakkı" ibaresinin hemen altında "İptal hakkı, iptal güvence paketi sahibi müşterilerimiz için geçerlidir" ibaresine yer verilerek söz konusu haktan faydalanmak isteyen tüketicilerin iptal güvence paketi satın almaları gerektiğinin açıklandığı,

Söz konusu kampanyaya ilişkin gazete ilanlarında, “2020 yurt içi otellerinde erken rezervasyon fırsatları. Fiyat farkı iade garantisi. 3 güne kadar koşulsuz iptal hakkı\*\*\*.\*\*\*İptal hakkı iptal güvence paketi sahibi misafirlerimiz için geçerlidir ve ayrı ücrete tabidir. İptal güvence paketi ile tesise giriş gününe 72 saat kalaya kadar rezervasyonunuzu iptal edebilirsiniz.” şeklinde ifade ve tanıtımlara, muhtelif televizyon kanallarında yayınlanan reklamlarda ise, dış ses olarak “Bu yaz çocuklarınla hep hatırlayacağın bir tatil mi hayal ediyorsun? Jolly erken rezervasyon fırsatlarıyla hadi gidelim!” ifadelerine, altyazı içerisinde, “Erken rezervasyon kampanyası ve indirimleri seçili ürünlerde geçerlidir. Tüm kampanyalar hakkında detaylı bilgi 4440644, Jollytur.com, acentelerimizde.” ifadelerine ve ekranda durağan yazı olarak da, “%50’ye varan avantajlarla, Fiyat farkı iade garantisi, 3 güne kadar koşulsuz iptal hakkı” ibarelerine yer verildiği,

https://www.jollytur.com/firsat-kampanyasi-iptal-guvence-paketi URL adresinde yer verilen "İptal güvence paketi detayları" başlığı altında ise, "Savaş, iç savaş, savaş benzeri olaylar, iç ayaklanmalar, bir kaç ülkeye yayılan salgın hastalıklar, nükleer enerji veya diğer İyonlaştırıcı radyasyon, grevler ve diğer endüstriyel eylem biçimleri, el koyma, terör, salgın hastalıklar ve bir doğal afetle ilgili olaylar gibi mücbir sebep nedeniyle meydana gelen zarar ve hasarlar, Fırsat Kampanyası İptal Güvence Paketi kapsamı dışındadır." şeklinde bir koşula yer verilerek bazı mücbir sebep hallerinden kaynaklı zarar ve hasarların iptal güvence paketi kapsamı dışında tutulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firma tarafından düzenlenen ve www.jollytur.com adresli internet sitesi, muhtelif televizyon kanalları ve gazete ilanları aracılığı ile tüketicilere duyurulan "Erken rezervasyon fırsatları" başlıklı kampanya kapsamında, "3 güne kadar koşulsuz iptal hakkı" şeklinde vaatlere yer verilerek erken rezervasyon kampanyasından faydalanan tüketicilere konaklama başlangıç tarihlerine 3 gün kalana kadar herhangi bir koşul veya şarta bağlı olmaksızın rezervasyon iptal hakkı tanındığı, buna göre, www.jollytur.com adresli internet sitesinin ana sayfasında "Yaz erken rezervasyon fırsatları" ve "3 güne kadar koşulsuz iptal hakkı" ana vaatleri ile duyurulan kampanyaya ilişkin olarak, "3 güne kadar koşulsuz iptal hakkı" ibaresinin hemen altında "İptal hakkı, iptal güvence paketi sahibi müşterilerimiz için geçerlidir" ibaresine yer verilerek söz konusu haktan faydalanmak isteyen tüketicilerin iptal güvence paketi satın almaları gerektiğinin açıklandığı,

https://www.jollytur.com/firsat-kampanyasi-iptal-guvence-paketi URL adresinde yer verilen "İptal güvence paketi detayları" başlığı altında ise, "Savaş, iç savaş, savaş benzeri olaylar, iç ayaklanmalar, bir kaç ülkeye yayılan salgın hastalıklar, nükleer enerji veya diğer İyonlaştırıcı radyasyon, grevler ve diğer endüstriyel eylem biçimleri, el koyma, terör, salgın hastalıklar ve bir doğal afetle ilgili olaylar gibi mücbir sebep nedeniyle meydana gelen zarar ve hasarlar, Fırsat Kampanyası İptal Güvence Paketi kapsamı dışındadır." şeklinde bir koşula yer verilerek bazı mücbir sebep hallerinden kaynaklı zarar ve hasarların iptal güvence paketi kapsamı dışında tutulduğu,

Bu kapsamda, anılan reklamlarda ana vaat olarak "3 güne kadar koşulsuz iptal hakkı" şeklinde tanıtımlara yer verilmesine rağmen, iptal güvence paketi detaylarında belirli olayların gerçekleşmesi durumunda tüketicilerin iptal hakkından faydalanamayacaklarının belirtilmesinin ana vaat-istisna uyumsuzluğu oluşturduğu ve tüketici güveni ile tüketicilerin tecrübe ve bilgi noksanlıklarının istismarı anlamına geldiği, öte yandan, firma tarafından Nisan ayı ile birlikte politika değişikliğine gidilmeden önce, 11.03.2020 tarihinden sonra Kovid-19 hastalığının ülkemizde görülmesi ile birlikte erken rezervasyon ile tatil satın almış tüketicilerin rezervasyon iptal/iade taleplerinin söz konusu kampanya koşulu öne sürülerek reddedilmesinin tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı olarak değerlendirildiği,

Bu hususlara ek olarak, anılan kampanyaya ilişkin bazı gazete ilanlarında, ana vaat olarak "3 güne kadar iptal hakkı, 72 saate kadar iptal hakkı" şeklinde ibarelere yer verilmesine rağmen, dipnotlarda tüketicilerin satın alma kararını etkiletecek nitelikteki "İptal hakkından faydalanmak için iptal güvence paketi satın alınmasının zorunlu olduğu" şeklindeki bilgiye açık ve anlaşılır bir biçimde yer verilmemesinin tüketicilerin eksik bilgilendirilmesine yol açtığı, tüm bu hususların da;

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Club Jolly Turizm ve Ticaret A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**53)**

**Dosya No: 2019/8814**

**Şikayet Edilen: Olimtur Seyahat Acentaları Oto. Tur. ve İnş. San. Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.biletbayisi.comadresli internet sitesinin mobil uygulaması üzerinden gerçekleştirilen ticari uygulamalar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Bakanlığımıza yapılan bir başvuruya ilişkin olarak; başvuru sahibi tüketici tarafından www.biletbayisi.com adresli internet sitesinin mobil uygulaması üzerinden 278 TL karşılığında bilet satın alındığı, ancak daha sonra müşteri hizmetleri tarafından tüketicinin aranarak kendisine biletleme işleminde bir hata oluştuğu, bilet fiyatının 339 TL olduğu, aradaki fark ödenmediği takdirde biletin iptal edileceği ve tüketiciye parasının iade edileceği bilgisinin verildiği şeklindeki iddialara ilişkin olarak firma tarafından gönderilen cevabi yazıda yer verilen, başvuru sahibi tüketicinin söz konusu tarih ve saatte 278 TL karşılığında ekonomik sınıf bir bilet satın almak için mobil uygulamadan işlem gerçekleştirdiği, ancak aynı anda işlem yapan bir başka tüketicinin işlemlerini daha önce tamamlayarak şikâyetçinin talip olduğu bileti satın aldığı, ilgili havayolu firmasının şikâyetçinin biletini onaylamaması üzerine müşteri temsilcisinin tüketiciye ulaşarak çözüm üretmeye çalıştığı, tüketiciye önerilen 339 TL’lik biletin ise birinci sınıf uçak bileti olduğu, tüketicinin para iadesi istemesi üzerine alınan bedelin eksiksiz olarak iade edildiği yönündeki açıklamalar doğrultusunda, www.biletbayisi.com adresli internet sitesi mobil uygulaması üzerinden aynı bilete ilişkin olarak iki ayrı yolcuya iki farklı satış işlemi gerçekleştirildiği ve ilgili havayolu firması tarafından henüz onaylanmamış bir bilete ilişkin olarak başvuru sahibi tüketiciden ücret tahsil edildiği hususları tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Bakanlığımıza yapılan bir başvuruya ilişkin olarak; başvuru sahibi tüketici tarafından www.biletbayisi.com adresli internet sitesi mobil uygulaması üzerinden 278 TL karşılığında bilet satın alındığı, ancak daha sonra müşteri hizmetleri tarafından tüketicinin aranarak kendisine biletleme işleminde bir hata oluştuğu, bilet fiyatının 339 TL olduğu, aradaki fark ödenmediği takdirde biletin iptal edileceği ve tüketiciye parasının iade edileceği bilgisinin verildiği şeklindeki iddialara ilişkin olarak firma tarafından gönderilen cevabi yazıda yer verilen, başvuru sahibi tüketicinin söz konusu tarih ve saatte 278 TL karşılığında ekonomik sınıf bir bilet satın almak için mobil uygulamadan işlem gerçekleştirdiği, ancak aynı anda işlem yapan bir başka tüketicinin işlemlerini daha önce tamamlayarak şikâyetçinin talip olduğu bileti satın aldığı, ilgili havayolu firmasının şikâyetçinin biletini onaylamaması üzerine müşteri temsilcisinin tüketiciye ulaşarak çözüm üretmeye çalıştığı, tüketiciye önerilen 339 TL’lik biletin ise birinci sınıf uçak bileti olduğu, tüketicinin para iadesi istemesi üzerine alınan bedelin eksiksiz olarak iade edildiği yönündeki açıklamalar doğrultusunda, www.biletbayisi.com adresli internet sitesi mobil uygulaması üzerinden aynı bilete ilişkin olarak iki ayrı yolcuya iki farklı satış işlemi gerçekleştirildiği ve ilgili havayolu firması tarafından henüz onaylanmayan bir bilete ilişkin olarak başvuru sahibi tüketiciden ücret tahsil edilmek suretiyle tüketici mağduriyetine sebebiyet verildiği, dolayısıyla söz konusu firma tarafından tüketiciye yönelik haksız ticari uygulamalarda bulunulduğu kanaatine varılmış olup, bu durumun da;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren ve ticari uygulamada bulunan **Olimtur Seyahat Acentaları Oto. Tur. ve İnş. San. Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12-13 üncü maddeleri uyarınca **anılan ticari uygulamaları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**54)**

**Dosya No: 2019/8922**

**Şikayet Edilen: Orient Hill Resort & Spa Hotel**

**Şikayet Edilen Reklam:** ***“Orient Hill Resort & Spa Hotel”*** isimli tesise ilişkin olarak Tatilbudur Seyahat Acenteliği ve Turizm A.Ş. unvanlı firma ile imzalanan tek yetkili otel kontenjan sözleşmesi

**Reklam Yayın Tarihi:** -

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Diğer

**Tespitler:** Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi bulunmayan *“Orient Hill Resort & Spa Hotel”* isimli konaklama tesisine ilişkin olarak Tatilbudur Seyahat Acenteliği ve Turizm A.Ş. unvanlı firma ile imzalanan tek yetkili otel kontenjan sözleşmesinde *“Turizm Bakanlığından 5 Yıldız Belgeli”* şeklinde ibarelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi bulunmayan *“Orient Hill Resort & Spa Hotel”* isimli konaklama tesisine ilişkin olarak Tatilbudur Seyahat Acenteliği ve Turizm A.Ş. unvanlı firma ile imzalanan tek yetkili otel kontenjan sözleşmesinde *“Turizm Bakanlığından 5 Yıldız Belgeli”* şeklinde ibarelere yer verildiği, dolayısıyla anılan turizm işletmesinin niteliklerine ilişkin olarak söz konusu seyahat acentesinin yanıltıcı şekilde bilgilendirilmesi neticesinde tüketicilerin aldatıldığı ve tüketicilere yönelik haksız ticari uygulamalarda bulunulduğu, 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 28, 29, 30 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, ticari uygulamada bulunan **Orient Hill Resort & Spa Hotel** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/13 üncü maddeleri uyarınca **anılan ticari uygulamaları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**55)**

**Dosya No: 2019/9545**

**Şikayet Edilen: Az Otel İşletmeleri Tur. İnş. Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Grand Park Kemer Otel”* isimli turizm işletmesine ilişkin olarak www.otelz.com, www.trivago.com.tr, www.express.trivago.com ve www.tripadvisor.com.tr adresli internet sitelerinde yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 20.12.2019, 2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Az Otel İşletmeleri Tur. İnş. Tic. Ltd. Şti. tarafından işletmeciliği yapılmakta olup, Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan 28.07.2011 tarih ve 13139 sayılı *“4 Yıldızlı Otel Turizm İşletmesi Belgesi”* bulunan *“Grand Park Kemer Otel”* isimli tesise ilişkin olarak www.otelz.com adresli internet sitesinin 20.12.2019 tarihli görünümünde yayınlanan reklamlar ile www.trivago.com.tr ve www.express.trivago.com adresli internet sitelerinde 2019 yılı içerisinde yayınlanan reklamlarda *“5 Yıldızlı Otel”;* www.tripadvisor.com.tr adresli internet sitesinin 20.12.2019 tarihli görünümünde yayınlanan reklamlarda ise *“4,5 Yıldızlı Otel”* şeklinde tanıtım yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Az Otel İşletmeleri Tur. İnş. Tic. Ltd. Şti. tarafından işletmeciliği yapılmakta olup, Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan 28.07.2011 tarih ve 13139 sayılı *“4 Yıldızlı Otel Turizm İşletmesi Belgesi”* bulunan *“Grand Park Kemer Otel”* isimli tesise ilişkin olarak www.otelz.com adresli internet sitesinin 20.12.2019 tarihli görünümünde yayınlanan reklamlar ile www.trivago.com.tr ve www.express.trivago.com adresli internet sitelerinde 2019 yılı içerisinde yayınlanan reklamlarda *“5 Yıldızlı Otel”;* www.tripadvisor.com.tr adresli internet sitesinin 20.12.2019 tarihli görünümünde yayınlanan reklamlarda ise *“4,5 Yıldızlı Otel”* şeklinde tanıtım yapılmasınıntüketiciyi 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 **Az Otel İşletmeleri Tur. İnş. 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.

**56)**

**Dosya No: 2019/9595**

**Şikayet Edilen: Adıyaman Turizm Seyahat Acentası Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Vadi-i Leman Hotel”* isimli turizm işletmesine ilişkin olarak www.vadiileman.com, www.tripadvisor.com.tr ve www.trivago.com.tr adresli internet siteleri ile tesis girişinde ve tesise ait tabelada yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 31.12.2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet, tabela

**Tespitler:** Adıyaman Turizm Seyahat Acentası Ltd. Şti.’ye ait olup, Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan Turizm İşletmesi Belgesi bulunmayan *“Vadi-i Leman Hotel”* isimli tesise ilişkin olarak www.vadiileman.com, www.tripadvisor.com.tr ve www.trivago.com.tr adresli internet sitelerinin 31.12.2019 tarihli görünümlerinde, ayrıca tesis girişinde ve tesise ait tabelada yer alan tanıtımlarda “\*\*\*”*(üç yıldız)* görseline yer verilmek suretiyle *“3 Yıldızlı Otel”* şeklinde reklamının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Adıyaman Turizm Seyahat Acentası Ltd. Şti.’ye ait olup, Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan Turizm İşletmesi Belgesi bulunmayan *“Vadi-i Leman Hotel”* isimli tesise ilişkin olarak www.vadiileman.com, www.tripadvisor.com.tr ve www.trivago.com.tr adresli internet sitelerinin 31.12.2019 tarihli görünümlerinde, ayrıca tesis girişinde ve tesise ait tabelada yer alan tanıtımlarda “\*\*\*”*(üç yıldız)* görseline yer verilmek suretiyle *“3 Yıldızlı Otel”* şeklinde reklamının yapılmasınıntüketiciyi 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 **Adıyaman Turizm Seyahat Acentası 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.

**57)**

**Dosya No: 2019/9821**

**Şikayet Edilen: King Turizm Otel İşletmeciliği Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Holiday Inn Antalya Lara Hotel”* isimli turizm işletmesine ilişkin olarak www.trivago.com.tr adresli internet sitesinde yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** King Turizm Otel İşletmeciliği Ticaret A.Ş.’ye ait olup, Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan 29.04.2015 tarihli ve 16049 sayılı *“4 Yıldızlı Otel Kısmi Turizm İşletmesi Belgesi”* bulunan *“Holiday Inn Antalya Lara Hotel”* isimli tesise ilişkin olarak www.trivago.com.tr adresli internet sitesinde 2019 yılı içerisinde yayınlanan reklamlarda *“5 Yıldızlı Otel”* şeklinde tanıtım yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** King Turizm Otel İşletmeciliği Ticaret A.Ş.’ye ait olup, Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan 29.04.2015 tarihli ve 16049 sayılı *“4 Yıldızlı Otel Kısmi Turizm İşletmesi Belgesi”* bulunan *“Holiday Inn Antalya Lara Hotel”* isimli tesise ilişkin olarak www.trivago.com.tr adresli internet sitesinde 2019 yılı içerisinde yayınlanan reklamlarda *“5 Yıldızlı Otel”* şeklinde tanıtım yapılmasınıntüketiciyi 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 **King Turizm Otel İşletmeciliği Ticaret A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **85.480.TL (Seksenbeşbindörtyüzseksen Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**58)**

**Dosya No: 2019/9822**

**Şikayet Edilen: Kaptan Otelcilik Turizm ve Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Grand Kaptan Hotel”* isimli turizm işletmesine ilişkin olarak www.trivago.com.tr, https://tr.hotels.com, en.directrooms.com ve www.tripadvisor.com.tr adresli internet sitelerinde yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 31.12.2019, 2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Kaptan Otelcilik Turizm ve Ticaret A.Ş.’ye ait olup, Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan 14.10.1988 tarihli ve 3630 sayılı *“4 Yıldızlı Otel Turizm İşletmesi Belgesi”* bulunan *“Grand Kaptan Hotel”* isimli tesise ilişkin olarak https://tr.hotels.com, en.directrooms.com ve www.tripadvisor.com.tr adresli internet sitelerinin 31.12.2019 tarihli görünümlerinde yayınlanan reklamlar ile www.trivago.com.tr adresli internet sitesinde 2019 yılı içerisinde yayınlanan reklamlarda *“5 Yıldızlı Otel”* şeklinde tanıtım yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Kaptan Otelcilik Turizm ve Ticaret A.Ş.’ye ait olup, Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan 14.10.1988 tarihli ve 3630 sayılı *“4 Yıldızlı Otel Turizm İşletmesi Belgesi”* bulunan *“Grand Kaptan Hotel”* isimli tesise ilişkin olarak https://tr.hotels.com, en.directrooms.com ve www.tripadvisor.com.tr adresli internet sitelerinin 31.12.2019 tarihli görünümlerinde yayınlanan reklamlar ile www.trivago.com.tr adresli internet sitesinde 2019 yılı içerisinde yayınlanan reklamlarda *“5 Yıldızlı Otel”* şeklinde tanıtım yapılmasınıntüketiciyi 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 **Kaptan Otelcilik Turizm ve Ticaret A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **85.480.TL (Seksenbeşbindörtyüzseksen Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**59)**

**Dosya No: 2019/10036**

**Şikayet Edilen: NK Turizm Otelcilik İnş. Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Magnolia Otel”* isimli turizm işletmesine ilişkin olarak yayınlanan basılı dokümanlar ile tesisin girişinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Broşür

**Tespitler:** NK Turizm Otelcilik İnş. Tic. Ltd. Şti.’ye ait olup, Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından 09.11.1999 tarihli ve 7740 sayılı *“3 Yıldızlı Otel Turizm İşletmesi Belgesi”* ile belgelendirilmiş *“Magnolia Otel”* isimli tesise ilişkin olarak2019 yılı içerisinde yayınlanan basılı dokümanlarda ve tesisin girişinde yer alan tesis logosunda “\*\*\*\*”*(dört yıldız)* görseline yer verilmek suretiyle *“4 Yıldızlı Otel”* şeklinde tanıtım yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** NK Turizm Otelcilik İnş. Tic. Ltd. Şti.’ye ait olup, Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından 09.11.1999 tarihli ve 7740 sayılı *“3 Yıldızlı Otel Turizm İşletmesi Belgesi”* ile belgelendirilmiş *“Magnolia Otel”* isimli tesise ilişkin olarak2019 yılı içerisinde yayınlanan basılı dokümanlarda ve tesisin girişinde yer alan tesis logosunda “\*\*\*\*”*(dört yıldız)* görseline yer verilmek suretiyle *“4 Yıldızlı Otel”* şeklinde tanıtım yapılmasınıntüketiciyi 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 **NK Turizm Otelcilik İnş. Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **8.546.TL (Sekizbinbeşyüzkırkaltı Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**60)**

**Dosya No: 2019/10043**

**Şikayet Edilen: Midmar Turizm ve Otelcilik Hiz. San. Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam**: *“Midmar Hotel”*isimli turizm işletmesine ilişkin olarak www.midmarhotel.com, www.trivago.com.tr, https://tr.hotels.com, www.odamax.com, www.tripadvisor.com.tr ve midmar-hotel.hotel-istanbul.net/tr adresli internet sitelerinde, tesis binasında ve tesise ait basılı dokümanlarda yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 31.12.2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet, basılı döküman

**Tespitler:** Midmar Turizm ve Otelcilik Hiz. San. Tic. A.Ş.’ye ait olup, Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi bulunmayan *“Midmar Hotel”* isimli tesise ilişkin olarak www.midmarhotel.com, www.trivago.com.tr, https://tr.hotels.com, www.odamax.com, midmar-hotel.hotel-istanbul.net/tr adresli internet sitelerinin 31.12.2019 tarihli görünümlerinde, tesis binasında ve tesise ait basılı dokümanlarda yayınlanan reklamlarda *“4 Yıldızlı Otel”;* www.tripadvisor.com.tradresli internet sitesinin 31.12.2019 tarihli görünümünde yayınlanan reklamlarda ise *“Deluxe Otel”* ve *“4 Yıldızlı Otel”* şeklinde tanıtım yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Midmar Turizm ve Otelcilik Hiz. San. Tic. A.Ş.’ye ait olup, Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi bulunmayan *“Midmar Hotel”* isimli tesise ilişkin olarak www.midmarhotel.com, www.trivago.com.tr, https://tr.hotels.com, www.odamax.com, midmar-hotel.hotel-istanbul.net/tr adresli internet sitelerinin 31.12.2019 tarihli görünümlerinde, tesis binasında ve tesise ait basılı dokümanlarda yayınlanan reklamlarda *“4 Yıldızlı Otel”;* www.tripadvisor.com.tradresli internet sitesinin 31.12.2019 tarihli görünümünde yayınlanan reklamlarda ise *“Deluxe Otel”* ve *“4 Yıldızlı Otel”*şeklinde tanıtım yapılmasınıntüketiciyi 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 **Midmar Turizm ve Otelcilik Hiz. San. Tic. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **85.480.TL (Seksenbeşbindörtyüzseksen Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**61)**

**Dosya No: 2019/11195**

**Şikayet Edilen: Polen Turizm Yatırımları A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam**: *“Seaden Valentine Resort & Spa”*isimli tesise ilişkin olarak http://seadenhotels.com ve www.tripadvisor.com.tr adresli internet siteleri ile tesis girişinde, tesis içerisinde ve tesise ait basılı materyallerde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 31.12.2019, 2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet, basılı materyal

**Tespitler:** Polen Turizm Yatırımları A.Ş.’ye ait olup, Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan 16.01.2015 tarihli ve 15805 sayılı *“4 Yıldızlı Otel Turizm İşletmesi Belgesi”* bulunan *“Seaden Valentine Resort & Spa”* isimli tesise ilişkin olarak http://seadenhotels.com adresli internet sitesinin 31.12.2019 tarihli görünümünde yayınlanan reklamlarda, *“Seaden Valentine Resort Spa (…) Kalabalık ve gürültüden uzak, arzu ettiğiniz sakin ve sıcacık bir ortamda hayal ettiğinizden daha fazlası, gerçek 5 yıldız konforuyla sizlere sunuluyor.”* ifadelerine ve söz konusu internet sitesinde 2019 yılı içerisinde yayınlanan reklamlarda “\*\*\*\*\*”*(beş yıldız)* görseline; www.tripadvisor.com.tr adresli internet sitesinin 31.12.2019 tarihli görünümünde yayınlanan reklamlarda *“OTEL SINIFI* \*\*\*\*\**”* ibaresine; tesis girişinde, tesis içerisinde ve tesise ait basılı materyallerde yer alan tesis logosunda ise “\*\*\*\*\*”*(beş yıldız)* görseline yer verilmek suretiyle *“5 Yıldızlı Otel”* şeklinde tanıtım yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Polen Turizm Yatırımları A.Ş.’ye ait olup, Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan 16.01.2015 tarihli ve 15805 sayılı *“4 Yıldızlı Otel Turizm İşletmesi Belgesi”* bulunan *“Seaden Valentine Resort & Spa”* isimli tesise ilişkin olarak http://seadenhotels.com adresli internet sitesinin 31.12.2019 tarihli görünümünde yayınlanan reklamlarda, *“Seaden Valentine Resort Spa (…) Kalabalık ve gürültüden uzak, arzu ettiğiniz sakin ve sıcacık bir ortamda hayal ettiğinizden daha fazlası, gerçek 5 yıldız konforuyla sizlere sunuluyor.”* ifadelerine ve söz konusu internet sitesinde 2019 yılı içerisinde yayınlanan reklamlarda “\*\*\*\*\*”*(beş yıldız)* görseline; www.tripadvisor.com.tr adresli internet sitesinin 31.12.2019 tarihli görünümünde yayınlanan reklamlarda *“OTEL SINIFI* \*\*\*\*\**”* ibaresine; tesis girişinde, tesis içerisinde ve tesise ait basılı materyallerde yer alan tesis logosunda ise “\*\*\*\*\*”*(beş yıldız)* görseline yer verilmek suretiyle *“5 Yıldızlı Otel”* şeklinde tanıtım yapılmasınıntüketiciyi 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 **Polen Turizm Yatırımları A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **85.480.TL (Seksenbeşbindörtyüzseksen Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**62)**

**Dosya No: 2020/57**

**Şikayet Edilen: Anja Otelcilik ve Turizm Yat. Tic. Ltd. Şti.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 03.01.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Muğla Valiliği Ticaret İl Müdürlüğü tarafından *“Lussoro Bodrum Hotel (Sadabad Otel)”*isimli tesiste denetim yapılarak www.lussorobodrum.com adresli internet sitesinde yayınlanan her bir görsele ilişkin birebir karşılaştırma yapılması, anılan görsellerin tesisteki mevcut durumu yansıtıp yansıtmadığı, tüketicilerin kullanımına sunulan odaların, özellikle restoran ve sosyal alanların söz konusu reklamlarda yer verilen görsellerle uyumlu olup olmadığı, dolayısıyla söz konusu tesisin tanıtımlarında beyan edilen konsepti karşılayıp karşılamadığı hususlarının tutanakla tespit edilmesi istenmiş olup, adı geçen Müdürlük tarafından söz konusu tesiste yapılan denetim sonucunda düzenlenen tutanakta, otelin İslami aile oteli olarak alkolsüz her şey dahil konsepti ile 7 farklı oda tipi olmak üzere 72 oda 300 yatak kapasitesi ile hizmet verdiği, konsept içerisinde yer alan oda tiplerine ait birer örnek odanın gezilerek her oda tipinde mevcut durumun fotoğraflandığı ve görsellere uygun olduğunun görüldüğü; otelin giriş kısmında yer alan zemin karolarının değiştirildiği, girişe lobi-cafe kurulduğu, lobi ve resepsiyon kısımlarında mevcut durumun görsellerle uyumlu olduğunun görüldüğü; otel içerisinde yer alan ana restoran bölümünde yapılan incelemede görsellerdeki mefruşatın yer aldığı, masa sayısı ve yemek sunumunun az olduğunun görüldüğü, işletme yetkilisi tarafından masa sayısının Covid-19 önlemleri kapsamında azaltıldığı, yemek sunumunun ise öğle ve akşam servisinde farklılık gösterdiği, öğle servisinde tüketicilerin sahil bölümünde yer alan fast-food yiyecek kısmını tercih ettikleri, bu sebeple öğle servisinin ana restoranda sınırlı tutulduğunun beyan edildiği, otelin sahil kısmında yapılan incelemede, açık alanda bulunan 2 adet havuzun bir tanesinin etrafının tamamen kapatılarak kadın müşterilere özel hizmet verdiği, diğer açık havuzun ise görsellere uygun olarak tüm müşterilere hizmet verdiği ve karma olarak kullanılabildiği, sahil kısmında her odaya özel portatif locaların mevcut olduğu ve görseller ile uyumlu olarak hizmet verdiğinin görüldüğü, tesis içerisinde yer alan animasyon alanında etkinlik düzenlenmediği, restoranın üstünün portatif gölgelik ile kapatıldığı, sahilde yer alan restoran bölümünün ise görsellere uygun olduğunun tespit edildiği, dolayısıyla söz konusu internet sitesinde yer alan görseller ve tesiste farklı açılardan çekilen görüntülerin karşılaştırılması sonucunda, tesisteki mevcut durumun internet sitesinde yer alan görsellere uygun olduğunun görüldüğü hususları ifade edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar: *Lussoro Bodrum Hotel (Sadabad Otel)”*** isimli tesise ait www.lussorobodrum.com adresli internet sitesinde yayınlanan görsellerin tesisteki mevcut durumu yansıtmadığı, tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğuiddiasına ilişkin olarak Muğla Valiliği Ticaret İl Müdürlüğü tarafından tesis mahallinde yapılan denetim sonucunda tesisteki mevcut durumun internet sitesindeki görsellerle uyumlu olduğu tespit edilmiş olduğundan, söz konusu internet sitesinde yayınlanan reklamların 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 inci maddesine **aykırı olmadığına** karar verilmiştir.

**DİĞER**

**63)**

**Dosya No: 2020/953**

**Şikayet Edilen: TGİ İkamet Randevu Yabancı Danışmanlık Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait https://www.e-lkamet.com/randevu/ sitesi üzerinden yapılan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 16.06.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.e-lkamet.com/ adlı internet sitesinin 16.06.2020 tarihli görünümünde; *"E-İkamet(Oturma) izni için öncelikle ONLINE RANDEVU sayfasında yer alan başvuru formunu doldurun...Ödeme yapın ve ardından size iletilen gerekli evrakları hazırlayın ve doğruluğunu tarafımızdan onaylatın...Size ilettiğimiz tarihte gönderdiğimiz belgelerle birlikte bağlı bulunduğunuz göç idaresine başvurun...Şirketimiz “TGİ İkamet” Göç İdaresi e-İkamet(Oturma) izin başvurularına aracılık eden özel danışmanlık firmasıdır."* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu internet sitesinde firma tarafından yetkili aracı kurumlardan olunmadığı halde aracılık faaliyetinin yürütüldüğü, e-ikamet başvurusu adı altında kişilerin kişisel bilgilerinin talep edildiği ve bu nedenlerle söz konusu internet sitesinde yer alan bilgilerin tüketicileri yanıltıcı, aldatıcı ve bilgi eksikliklerini istismar edici nitelikte olduğu değerlendirilmiştir.

Bu nedenle, inceleme konusu reklamların;

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

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

- 6458 sayılı Yabancılar ve Uluslararası Koruma Kanununun 21/7 maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,reklam veren **TGİ İkamet Randevu Yabancı Danışmanlık Ltd. Şti.** unvanlı firma hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca belirtilen hususlara ilişkin **anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**64)**

**Dosya No: 2020/954**

**Şikayet Edilen: Tra Pasaport Vize Danışmanlık Turizm Seyahat Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait https://www.eikametrandevu.com/ adlı internet sitesi üzerinden yapılan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 16.06.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.eikametrandevu.com/ adlı internet sitesinin 16.06.2020 tarihli görünümünde; *"E-İkamet | İl Göç İdaresi Randevu Müracaatı: Türkiye geneli 81 il için yapılabilmektedir. Göç İdaresi ikamet başvurularınız için randevu almanız zorunludur. E-İkamet | İl Göç İdaresi Randevu formunu doldurmanız aynı zamanda başvuru için ön müracaat olduğunu anlamına gelir....E-İkamet | İl Göç İdaresi Randevu Ön Onay Formu"* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu internet sitesinde firma tarafından e-ikamet başvurusu adı altında kişilerin kişisel bilgilerinin talep edildiği, yetkili aracı kurumlardan olunmadığı halde yetkili kurum görüntüsü verildiği, söz konusu internet sitesinde yer alan bilgilerin tüketicileri yanıltıcı, aldatıcı ve bilgi eksikliklerini istismar edici nitelikte olduğu değerlendirilmiştir.

Bu nedenle, inceleme konusu reklamların;

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

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

- 6458 sayılı Yabancılar ve Uluslararası Koruma Kanununun 21/7 maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,reklam veren **Tra Pasaport Vize Danışmanlık Turizm Seyahat Ltd. Şti.** unvanlı firma hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca belirtilen hususlara ilişkin **anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesinekarar verilmiştir.

**65)**

**Dosya No: 2020/956**

**Şikayet Edilen: BMA İkamet Global Vize Danışmanlık Hizmetleri Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait [www.gocrandevum.com](http://www.gocrandevum.com) adlı internet sitesi üzerinden yapılan tanıtımlar *(Firma işlevsiz haldeki* [*www.gocikametim.com*](http://www.gocikametim.com) *adlı site yerine* [*www.gocrandevum.com*](http://www.gocrandevum.com) *üzerinden faaliyetlerini sürdürmektedir. Aktif faaliyet gösterdiği yeni adres üzerinden savunması istenmiştir.)*

**Reklam Yayın Tarihi:** 13.07.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.gocrandevum.com adlı internet sitesinin 13.07.2020 tarihli görünümünde; "*Uzun Dönem İkamet İzni başvurusunda bulunacak yabancı ülke vatandaşlarının e-ikamet randevu sayfasından randevu almaları gereklidir. Randevusuz başvurular kabul edilmemektedir... Göç İdaresi Müdürlüğü e-ikamet sistemine geçmiş olup randevusuz başvurular kabul edilmemektedir. İletişim: 0850 885 44 15. Göç idaresi kurumu sivil bir yapıdadır. Bu kurumun kurulmasındaki temel amaç incelendiğinde sistemli bir şekilde göç işlerinin incelenmesinin temel amaç olduğu göze çarpan nokta olmuştur. Uzman kişileri kadrosunda barındıran Göç İdaresi ile güncel bilgilerin ve gelişmelerin çok iyi şekilde takip edilmesi, sürecin iyi planlanması ve uluslararası düzene uygun yapılması sağlanmıştır. Göç idaresinin asıl amacı ise sınırlarda oluşabilecek sıkıntıları engellemektir. Burada oluşacak mülteci birikimlerinin önüne geçmek ve buradaki insanları koordineli olarak bölgelere dağıtmak yine bu kurumun görevi olmaktadır. Bu kişilere gıda yardımı ayarlaması yapmak, barınacak ortam sağlamak ve hayatlarını düzene sokmak Göç İdaresi Genel Müdürlüğü tarafından yapılan işlerden sadece birkaçıdır. Genel anlamda birçok sorunu çözen T.C. İl Göç İdaresi Müdürlükleri Randevu ve Başvuru İşlemleri önemli bir nokta olan insan ticareti mağdurlarına da yardımcı olmaktadır."* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu internet sitesinde firma tarafından e-ikamet başvurusu adı altında kişilerin kişisel bilgilerinin talep edildiği, yetkili aracı kurumlardan olunmadığı halde yetkili kurum görüntüsü verildiği, söz konusu internet sitesinde yer alan bilgilerin tüketicileri yanıltıcı, aldatıcı ve bilgi eksikliklerini istismar edici nitelikte olduğu değerlendirilmiştir.

Bu nedenle, inceleme konusu reklamların;

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

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

- 6458 sayılı Yabancılar ve Uluslararası Koruma Kanununun 21/7 maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,reklam veren **BMA İkamet Global Vize Danışmanlık Hizmetleri Ltd. Şti.**unvanlı firma hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca belirtilen hususlara ilişkin **anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesinekarar verilmiştir.

**66)**

**Dosya No: 2020/957**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait www.gezgindanismanlik.com adlı internet sitesi üzerinden yapılan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 16.06.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.gezgindanismanlik.com adlı internet sitesinin 16.06.2020 tarihli görünümünde *"Gezgin Danışmanlık LTD. ŞTİ. olarak ikamet izni çalışma izni ve vatandaşlık başvurusu gibi pek çok hizmet güvenilir ve kaliteli hizmet anlayışı içerisinde sizlere ulaştırıyoruz, firmamız bünyesinde göstermiş olduğunuz faaliyetlerde yabancılar ile ilgili aradığınız her türlü hizmet sizleri zahmete sokmadan sizlere ulaştırıyoruz, zamanınız size kalsın formaliteler ile uğraşmayın. İkamet izni için doğru başvurunun yanı sıra zorunlu olan yabancı sağlık sigortası poliçesinin düzenlenmesinden  bankalarda hesap açılışına kadar resmi dairelerdeki tüm işlemlerinizi A-Z ye takip ediyor ikamet izni almanız için dosyanızı eksiksiz hazırlıyoruz."* gibi ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu internet sitesinde firma tarafından yetkili aracı kurumlardan olunmadığı halde yetkili kurum görüntüsü verildiği, söz konusu internet sitesinde yer alan bilgilerin tüketicileri yanıltıcı, aldatıcı ve bilgi eksikliklerini istismar edici nitelikte olduğu değerlendirilmiştir.

Bu nedenle, inceleme konusu reklamların;

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

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

- 6458 sayılı Yabancılar ve Uluslararası Koruma Kanununun 21/7 maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre,reklam veren **Gezgin Danışmanlık Ltd. Şti** unvanlı firma hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca belirtilen hususlara ilişkin **anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesinekarar verilmiştir.

**67)**

**Dosya No: 2020/958**

**Şikayet Edilen: GİV İkamet Danışmanlık Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait https://www.gocikametrandevu.com/ internet sitesi üzerinden yapılan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 16.06.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.gocikametirandevu.com adlı internet sitesinin 16.06.2020 tarihli görünümünde *"Danışmanlık organizasyon şirketi olarak Türkiye Cumhuriyeti göç konusunda daha etkin politikalarla ve bütün dünya vatandaşlarını düzenli veya düzensiz ayırmaksızın hedeflediği misyonu tamamlayana kadar yetkili olan bütün kurumlarına, çalışanlarına ve evrak sistem kurallarına uygun hareket eden bir danışmanlık şirketidir. Bu sebeplerden dolayı kurulmuş olup Gayrimenkul Yatırım Danışmanlığı, Vatandaşlık alanlarında da son derece titiz çalışmaktadır. Başvuru işlemleriniz bizim danışmanlığımız ile yapıldığı takdirde diğer işlemleriniz ile bilgi alma yetkisi vatandaş olana kadar sizinle kalır. Göç İdaresi Genel Müdürlüğü ve kurumun bütün il müdürlükleri istikrarlı ve hızlı davranmış olsalar bile yoğunluktan kaynaklanan aksamaları problem olmaktan çıkarıyor, yabancı uyruklu vatandaşların ilk ikamet alma, uzatma başvurusu, geçiş başvurusu, öğrenci ikameti, aile veya evlilik ikamet başvuruları konusunda konfor alanlarını genişletmeye devam ediyoruz. Ayrıca T.C Vatandaşı olmak isteyen veya ülkemizde yatırım, ticaret, istihdam edilmek veya araştırma yapmak için gelen bütün yabancılara bu alanda hizmet sunmaktayız ve üzerlerindeki sorumluluğu almaktayız"* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu internet sitesinde firma tarafından e-ikamet başvurusu adı altında kişilerin kişisel bilgilerinin talep edildiği, yetkili aracı kurumlardan olunmadığı halde yetkili kurum görüntüsü verildiği, söz konusu internet sitesinde yer alan bilgilerin tüketicileri yanıltıcı, aldatıcı ve bilgi eksikliklerini istismar edici nitelikte olduğu değerlendirilmiştir.

Bu nedenle, inceleme konusu reklamların;

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

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

- 6458 sayılı Yabancılar ve Uluslararası Koruma Kanununun 21/7 maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,reklam veren **GİV İkamet Danışmanlık Ticaret Ltd. Şti.** unvanlı firma hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca belirtilen hususlara ilişkin **anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesinekarar verilmiştir.

**68)**

**Dosya No: 2020/959**

**Şikayet Edilen: Serdar Yerlikaya**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.ikametdanismanlik.com/ adlı internet sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 16.06.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.ikametdanismanlik.com adlı internet sitesinin 16.07.2020 tarihli görünümünde; *"Oturma İzninizi Çıkartalım!!En Uygun Fiyatlar ve işlemlerin başlatılması için bize ulaşın : +90 541 381 37 36...Uzun Dönem İkamet izni Alınması Kapsamında Verdiğimiz Hizmetler: Ön inceleme, Evrak hazırlığının yönetilmesi, Göç idaresine e-ikamet üzerinden  başvurunun yapılması ve randevunun alınması, İşlemlerin takip edilmesi ve sonuçlandırılmasıdır..*." ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu internet sitesinde firma tarafından e-ikamet başvurusu adı altında kişilerin kişisel bilgilerinin talep edildiği, yetkili aracı kurumlardan olunmadığı halde yetkili kurum görüntüsü verildiği, söz konusu internet sitesinde yer alan bilgilerin tüketicileri yanıltıcı, aldatıcı ve bilgi eksikliklerini istismar edici nitelikte olduğu değerlendirilmiştir.

Bu nedenle, inceleme konusu reklamların;

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

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

- 6458 sayılı Yabancılar ve Uluslararası Koruma Kanununun 21/7 maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,reklam veren **Serdar Yerlikaya** hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca belirtilen hususlara ilişkin **anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**69)**

**Dosya No: 2020/960**

**Şikayet Edilen: GÖÇTÜRK Danışmanlık ve Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait https://www.gocturk.net/ adlı internet sitesinde yapılan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 16.06.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.gocturk.net/ adlı internet sitesinin 16.06.2020 tarihli görünümünde; *"Göçtürk Danışmanlık ve Ticaret Limited Şirketi, sadece bir isim değil, Türkiye'de göç ve ikamet (oturma izni) konusunda titizlikle doğru danışmanlık hizmeti sunarken, ikamet sürecini kolaylaşmasını sağlayan bir firma, vizyonu ikamet sürecin göç idaresi randevusu almaktan başlayarak, kusursuz bir şekilde sonuçlanmasından emin olmak...e- ikamet başvuru talebi... başvuru türünüzü seçin..."* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu internet sitesinde firma tarafından e-ikamet başvurusu adı altında kişilerin kişisel bilgilerinin talep edildiği, yetkili aracı kurumlardan olunmadığı halde yetkili kurum görüntüsü verildiği, söz konusu internet sitesinde yer alan bilgilerin tüketicileri yanıltıcı, aldatıcı ve bilgi eksikliklerini istismar edici nitelikte olduğu değerlendirilmiştir.

Bu nedenle, inceleme konusu reklamların;

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

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

- 6458 sayılı Yabancılar ve Uluslararası Koruma Kanununun 21/7 maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre,reklam veren **GÖÇTÜRK Danışmanlık ve Ticaret Ltd. Şti.** unvanlı firma hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca belirtilen hususlara ilişkin **anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesinekarar verilmiştir.

**70)**

**Dosya No: 2020/961**

**Şikayet Edilen: Zafer Yeşildağ**

**Şikayet Edilen Reklam:** Kişiye ait www.gocyabancidanismanlik.com/ adlı internet sitesinde yapılan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 16.06.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.gocyabancidanismanlik.com adlı internet sitesinin 16.06.2020 tarihli görünümünde; *"İşlemlerinizi başlatmak ve bilgi almak için bizimle iletişime geçin...Hızlı Hizmet, Kesin Sonuç...Göç yabancı danışmanlık 6 yıllık tecrübesiyle, 2012 yılında danışmanlık işine başlamıştır. Türkiye’deki yabancılara ikamet izni, çalışma izni, evlilik işlemleri, hukuki işlemler, boşanma işlemleri, avukatlık işlemleri, öğrenci işlemleri ve daha birçok konuda hizmet vermekteyiz. Göç danışmanımız Zafer Yeşildağ öncülüğünde, uzman danışmanlarımız ve yabancılar hukuku uzman avukatlarımızla siz değerli müşterilerimize en doğru ve güncel bilgileri vermekteyiz..."* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu internet sitesinde firma tarafından e-ikamet başvurusu adı altında kişilerin kişisel bilgilerinin talep edildiği, yetkili aracı kurumlardan olunmadığı halde yetkili kurum görüntüsü verildiği, söz konusu internet sitesinde yer alan bilgilerin tüketicileri yanıltıcı, aldatıcı ve bilgi eksikliklerini istismar edici nitelikte olduğu değerlendirilmiştir.

Bu nedenle, inceleme konusu reklamların;

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

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

- 6458 sayılı Yabancılar ve Uluslararası Koruma Kanununun 21/7 maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,reklam veren **Zafer Yeşildağ** hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca belirtilen hususlara ilişkin **anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**71)**

**Dosya No: 2020/962**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait https://www.moduminfo.com adlı internet sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 16.06.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.moduminfo.com adresli internet sitesinin 16.06.2020 tarihli görünümünde; *"İkamet, çalışma izni ve vatandaşlık işlemlerinde uzman kuruluş Modum Danışmanlık. Yabancılara çalışma izni alıyoruz! Türkiye'de vatandaşlık alıyoruz! Yabancılara ikamet izni alıyoruz! Biz Daha Neler Yapıyoruz? Yabancı ile evlilik işlemleri, yabancılara türkiye'de vize ihlali sorunlarının çözümü, yurt dışından apostilli belge getirilmesi, türkiye'ye giriş yasağı kaldırma… Modum Danışmanlık Hizmetleri 2013 yılından bu yana koşulsuz müşteri memnuniyeti ilkesinden yola çıkarak binlerce yabancı uyruklu kişiye Türkiye'de ikamet ve çalışma izni alma noktasında danışmanlık hizmeti vermiştir. Konusunda uzmanlaşmış geniş bir ekip ile çalışan Modum Danışmanlık; yabancı uyruklu kişilere Türkiye’de ikamet izni alımından çalışma izni alımına, yabancı sermayeli şirket kuruluşlarından yabancıların vize ihlalinden kaynaklanan problemlerin çözümüne, Turkuaz Kart işlemlerinden vatandaşlık işlemlerine kadar geniş bir yelpazede hizmet sunmaktadır...” ifadelerine yer verildiği* tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu internet sitesinde firma tarafından yetkili aracı kurumlardan olunmadığı halde yetkili kurum görüntüsü verildiği, söz konusu internet sitesinde yer alan bilgilerin tüketicileri yanıltıcı, aldatıcı ve bilgi eksikliklerini istismar edici nitelikte olduğu değerlendirilmiştir.

Bu nedenle, inceleme konusu reklamların;

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

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

- 6458 sayılı Yabancılar ve Uluslararası Koruma Kanununun 21/7 maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,reklam veren **Nicea Danışmanlık Ltd. Şti..** unvanlı firma hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca belirtilen hususlara ilişkin **anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**72)**

**Dosya No: 2020/963**

**Şikayet Edilen: Yabancı Haklarını Koruma Derneği İktisadi İşletmesi**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.yabancihaklari.com adlı internet sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 02.07.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** http://www.yabancihaklari.com/ adlı internet sitesinin 02.07.2020 tarihli görünümünde " *İkamet İzin İçin Hizmet Bedel 149 TL+KDV ‘den Başlayan Fiyatlar ile Ücrete Tabidir... e-ikamet başvurusu uzman ekibimizin panelinde beliriyor ve ekibimiz sizin için dosya oluşturup başvurularınızı değerlendirmeye alıyor değerlendirme sonucu başvurunuz Göç idaresi sistemine girilip randevunuz en uygun zaman için alınarak belgeler hazırlanıyor..*." ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** e-ikamet süreçlerine yönelik danışmanlık hizmeti yürütüldüğü iddiasıyla kişilerin kişisel bilgilerinin talep edildiği, yetkili aracı kurumlardan olunmadığı halde yetkili aracı kurum algısı oluşturulduğu, sitede kullanılan logonun yanı sıra başvuru için oluşturulan form dikkate alındığında, Göç İdaresi Genel Müdürlüğüne ait bir site izlenimi verilmek istendiği, söz konusu internet sitesinde yer alan bilgilerin tüketicileri yanıltıcı, aldatıcı ve bilgi eksikliklerini istismar edici nitelikte olduğu değerlendirilmiştir.

Bu nedenle, inceleme konusu reklamların;

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

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

- 6458 sayılı Yabancılar ve Uluslararası Koruma Kanununun 21/7 maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,reklam veren **Yabancı Haklarını Koruma Derneği İktisadi İşletmesi** unvanlı firma hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca belirtilen hususlara ilişkin **anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**73)**

**Dosya No: 2019/10330**

**Şikayet Edilen: Biletix Bilet Dağıtım Basım ve Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.biletix.com adresli internet sitesinde tüketicilere yönelik uygulamalar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 04.10.2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.biletix.com adresli internet sitesinde*, "CMYLMZ DIAMOND ELİTE PLATINUM PLUS"* isimli ve 1 Kasım 2019 tarihli etkinliğin tanıtım ve bilet satışlarına ilişkin olarak; 04 Ekim 2019 tarihinde satışa sunulacağı bilgisi verilen biletlerin anılan tarihte satışa açıldığı ve etkinliğin hem tek olarak hem de "Festival Paketi: Cem Yılmaz - Barut Fıçısı - Aşk Ölsün - Mahşer-i Cümbüş" adı altında paket bilet şeklinde diğer etkinliklerle birlikte satışa sunulduğu tespit edilmiştir

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan görüşme ve değerlendirmeler sonucunda, inceleme konusu uygulamaların haksız ticari uygulama olarak değerlendirilemeyeceği anlaşıldığından, anılan uygulamaların 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 62 nci maddesine **aykırılık teşkil etmediği** görüş ve kanaatine varılmıştır.

**74)**

**Dosya No: 2019/10554**

**Şikayet Edilen: Defacto Perakende Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait mağazada suni deri ceket ürünlerine ilişkin tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 10.10.2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Mağaza reyon tabelası

**Tespitler:** Kuruluşun Marmarapark AVM mağazasında satışa sunulan suni deri ürünlerin reyon tabelalarında "Deri Ceket" ibaresiyle tanıtıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan görüşme ve değerlendirmeler sonucunda, inceleme konusu tanıtımların tüketicileri yanıltıcı nitelikte olmadığı anlaşıldığından, anılan reklamların 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 inci maddesine **aykırılık teşkil etmediği** görüş ve kanaatine varılmıştır.

**75)**

**Dosya No: 2018/2720**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından düzenlenen indirimli satış kampanyasına ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Afiş, etiket

**Tespitler:** Firmaya ait İnegöl AVM mağazasında "Son Şans Fırsat Ürünleri" başlığı altında gerçekleştirilen reklam ve tanıtımlar kapsamında hangi ürünlerin indirimli satışa sunulduğu, bu ürünlerin stok sayıları ile indirimli satış başlangıç ve bitiş tarihleri ile ilgili bilgilere yer verilmediği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İlgili firmaya ait İnegöl AVM mağazasında "Son Şans Fırsat Ürünleri" başlığı altında gerçekleştirilen reklam ve tanıtımlar kapsamında hangi ürünlerin indirimli satışa sunulduğu, bu ürünlerin stok sayıları ile indirimli satış başlangıç ve bitiş tarihleri ile ilgili bilgilere yer verilmediği, tüketicilerin satın alma kararını etkileyen söz konusu uygulamanın aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiştir.

Bu nedenle, inceleme konusu reklamların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,reklam veren **Flo Mağazacılık Ve Paz. A.Ş.** unvanlı firma hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri dahilinde belirtilen hususlara ilişkin olarak **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**76)**

**Dosya No: 2018/7675**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından düzenlenen indirimli satış kampanyasına ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Afiş, etiket

**Tespitler:** Firmaya ait İzmir-Balçova mağazasında "İndirim" başlığı altında gerçekleştirilen reklam ve tanıtımlar kapsamında, tüketicilere, satışa sunulan ürünlerin fiyatının artık geçerli olmadığı yönünde bilgi verildiği, ayrıca indirimli satış başlangıç ve bitiş tarihleri ile hangi ürünlerin bu indirim kampanyası kapsamında olduğu ve stok bilgilerine yer verilmediği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İlgili firmaya ait İzmir-Balçova mağazasında "İndirim" başlığı altında gerçekleştirilen reklam ve tanıtımlar kapsamında, tüketicilere, satışa sunulan ürünlerin fiyatının artık geçerli olmadığı yönünde bilgi verildiği, ayrıca indirimli satış başlangıç ve bitiş tarihleri ile hangi ürünlerin bu indirim kampanyası kapsamında olduğu ve stok bilgilerine yer verilmediği, tüketicilerin satın alma kararını etkileyen söz konusu uygulamanın aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiştir.

Bu nedenle, inceleme konusu reklamların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,reklam veren **Flo Mağazacılık Ve Paz. A.Ş.** unvanlı firma hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri dahilinde belirtilen hususlara ilişkin olarak **6.907 TL (Altıbindokuzyüzyedi Türk Lirası)** **idari para ve anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**77)**

**Dosya No: 2020/969**

**Şikayet Edilen: Nilgün Durmaz-Batik**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait Nevşehir Nissara Alışveriş Merkezi mağazasında düzenlenen indirim kampanyasının mevzuata aykırı olduğu iddiasına yer verilmiştir.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Afiş, etiket

**Tespitler:** Batik adlı mağazada "İndirim" başlığı altında gerçekleştirilen reklam ve tanıtımlar kapsamında, indirimli satışa sunulan ürünlerin stok sayıları ile indirimli satış başlangıç ve bitiş tarihleri ile ilgili bilgilere yer verilmediği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İlgili şahsa ait Batik adlı mağazada "İndirim" başlığı altında gerçekleştirilen reklam ve tanıtımlar kapsamında, indirimli satışa sunulan ürünlerin stok sayıları ile indirimli satış başlangıç ve bitiş tarihleri ile ilgili bilgilere yer verilmediği, tüketicilerin satın alma kararını etkileyen söz konusu uygulamanın aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiştir.

Bu nedenle, inceleme konusu reklamların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**78)**

**Dosya No: 2020/970**

**Şikayet Edilen: Taç Porselen ve Mutfak Eşyaları Paz. Dış Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait Nevşehir Forum Kapadokya Alışveriş Merkezi mağazasında düzenlenen indirim kampanyasının mevzuata aykırı olduğu iddiasına yer verilmiştir.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Afiş, etiket

**Tespitler:** Söz konuş mağazada "İndirim" başlığı altında gerçekleştirilen reklam ve tanıtımlar kapsamında, hangi ürünlerin indirimli satışa konu olduğu, ürünlerin stok sayıları ile indirimli satış başlangıç ve bitiş tarihleri ile ilgili bilgilere yer verilmediği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İlgili firmaya ait Nevşehir Forum Kapadokya Alışveriş Merkezi mağazasında "İndirim" başlığı altında gerçekleştirilen reklam ve tanıtımlar kapsamında, indirimli satışa sunulan ürünlerin stok sayıları ile indirimli satış başlangıç ve bitiş tarihleri ile ilgili bilgilere yer verilmediği, tüketicilerin satın alma kararını etkileyen söz konusu uygulamanın aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiştir.

Bu nedenle, inceleme konusu reklamların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,reklam veren **Taç Porselen ve Mutfak Eşyaları Paz. Dış Tic. Ltd. Şti** unvanlı firma hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri dahilinde belirtilen hususlara ilişkin olarak **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**79)**

**Dosya No: 2020/976**

**Şikayet Edilen: Şeyho Levent-Megapark Alışveriş Merkezi**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şahıs tarafından düzenlenen indirimli satış kampanyasına ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Afiş, etiket

**Tespitler:** Şahsa ait Megapark AVM adlı mağazada “90 Bin Çeşit Üründe %50 İndirim” ana başlı altında düzenlenen indirim kampanyası kapsamındaki ürünlerin, indirimden önceki fiyattan daha düşük fiyatla satışa sunulduğunun tarafınızdan kanıtlanamadığı, ayrıca reklam görsellerinde indirimin başlangıç ve bitiş tarihlerine yer verilmediği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Şahsa ait Megapark AVM adlı mağazada “90 Bin Çeşit Üründe %50 İndirim” ana başlı altında düzenlenen indirim kampanyası kapsamındaki ürünlerin, indirimden önceki fiyattan daha düşük fiyatla satışa sunulduğunun tarafınızdan kanıtlanamadığı, ayrıca reklam görsellerinde indirimin başlangıç ve bitiş tarihlerine yer verilmediği, tüketicilerin satın alma kararını etkileyen söz konusu uygulamanın aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiştir.

Bu nedenle, inceleme konusu reklamların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,reklam veren **Şeyho Levent-Megapark Alışveriş Merkezi** adlı şahıs hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri dahilinde belirtilen hususlara ilişkin olarak **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**80)**

**Dosya No: 2020/265**

**Şikayet Edilen: Türkiye Vakıflar Bankası A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Halden anlayan paket” başlıklı tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** "https://www.vakifbank.com.tr/" adresli internet sitesinde ve Banka tarafından gönderilen görsellerde Konut kredisi ve Sarıpanjur konut kredisi ile ilgili olarak "Full Halden anlayan paket" uygulamasında "maaş alan ve almayan müşteriler" yönünden çeşitli ifadelerin yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnternet sitesinde yer alan tablo ve ifadeler ile Banka tarafından gönderilen görseller kapsamında yapılan incelemeler sonucunda;12.11.2019 tarihi öncesi ile ilgili olarak konut kredisi kampanyası kapsamında maaş alan ve almayan müşteriler için Full Halden Anlayan Paket satışının gerçekleştirildiği ve maaş alan müşterilere hali hazırda sahip oldukları hizmetlerin tekraren çapraz ürün kapsamında satılmasının banka tarafından kabulü ile 12.11.2019 tarihinden itibaren bu satışın maaş müşterileri yönünden kaldırılması şeklinde güncellenmesinin bankanın sorumluluğunu ortadan kaldırmayacağı, söz konusu uygulamaların maaş müşterisi olan tüketiciler yönünden haksız bir ticari uygulama niteliğinde olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7, 9, 25, 28, 29 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklamveren **Türkiye Vakıflar Bankası A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**81)**

**Dosya No: 2020/274**

Yapılan başvuru üzerine incelemeye alınan, Dsm Grup Danışmanlık İletişim ve Satış Ticaret A.Ş. tarafından Trendyol isimli internet sitesinde fiyatlara ilişkin yapılan uygulamalar/tanıtımların tüketicileri aldatıcı olduğu iddiaları ilgili görüşme ve değerlendirmelerin **ertelenmesine** karar verilmiştir.

**82)**

**Dosya No: 2020/296**

**Şikayet Edilen: Bambi Mobilya ve Yatak Sanayi A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Bambi Borjen Yatak” ile ilgili olarak yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet/Broşür

**Tespitler:** <https://www.bambi.com.tr> adresli internet sitesinin 17.02.2020 tarihli görünümünde; *"Borjen Yatak. Bor Mucizesi Evinizde. Kaliteyi yaşayın. Bor mucizesinin yatakla buluştuğu, eşsiz konforun hayat bulmuş hali Borjen ayrıcalığı ile tanışın…Borjen yatağının içinde bulunan milli ve yerli madenimiz bor dünya rezervinin %73 üne sahiptir. 4000 yıl önce keşfedilmesiyle birlikte bin yıllar içerisinde ilaç yapımı ve temizlik amacıyla kullanılmaya başlanılan BOR, günümüzde uzay teknolojilerinden, cam sektörüne, savunma sanayiinden enerji sektörüne kadar bir çok alanda kullanılmaktadır. Bor Mineral Karışımlı Özel Sünger ve Kumaş. BORJEN yatağın kumaşında, Hyper Soft Ekstra Konfor Süngerinin içinde ve omurga destek süngerinde BOR madenin işlemden geçmesinin ardından elde edilen mineraller hassasiyet ve özel yüksek teknolojik işlemler ile uygulanarak, uyku kalitenizi en üst seviyeye taşır. Bor Mucizesi, Kadife Etkisi: Hypersoft Sünger; HyperSoft sünger kuştüyü süngerden daha yumuşak ve yüksek esnekliğe sahip özel bir sünger tipidir. Kolayca beden şeklini almaya yardımcı olmaktadır. Kapitonede kullanılan HyperSoft sünger ile teninize yumuşak bir temas ve kadifemsi bir dokunma hissi amaçlanmıştır. Hareket Rahatlığı: Paket Yay Sistemi; Yaylar* *birbirinden bağımsız torbalar içerisinde pakete yerleştirilir. Bu sayede ses yalıtımı sağlanır. Ayrıca Bağımsız hareket eden yaylar vücut basıncının yatağa eşit dağıtılmasına yardımcı olur. Omurga şeklinin doğru pozisyonda kalması konforlu bir uyku sağlar. Eşler uyku esnasında birbirlerinin hareketlerinden daha az etkilenirler..."* şeklinde ifadeler ile aynı sayfada firmaya ait youtube kanalında da yayınlanan "bor belgeseli"nin yer aldığı,

<https://www.yatakveyatak.com.tr> adresli internet sitesinin 17.02.2020 tarihli görünümünde; *"Bambi Borjen Yatak Baza ve Başlık sizler için Yatak & Yatak Farkıyla ERTESİ GÜN TESLİM!!! Bin adetten fazla aktif yatak stoğu ve onlarca mağazasıyla Yatak 6 Yatak ürünleri stoktan sizlere yolluyoruz...Hijyen ve Konforun Buluşması, Bor Minerallerinden Gelen Hijyen: Borjen, sizlere sağlıklı bir uykunun en önemli yapı taşlarından biri olan hijyen ile konforu bir arada sunuyor. Borjen yatağının içinde bulunan milli ve yerli madenimiz bor dünya rezervinin %73 üne sahiptir. 4000 yıl önce keşfedilmesiyle birlikte bin yıllar içerisinde ilaç yapımı ve temizlik amacıyla kullanılmaya başlanılan BOR, günümüzde uzay teknolojilerinden, cam sektörüne, savunma sanayiinden enerji sektörüne kadar bir çok alanda kullanılmaktadır. ..Tertemiz Uyku Deneyimi: Günlük hayatımızda kullandığımız eşyalarda, sayısı milyonlarla**ifade edilecek kadar fazla bakteri, mite gibi mikro organizmalar yaşar. Her gün üzerinde saatlerce uyuduğunuz yatağınızda buna dahildir. Bu küçük canlılar insan sağlığını tehdit ettiği gibi astım, alerjik reaksiyonlar, bronşit gibi birçok hastalığı da tetikler. BOR madeninin hijyenik yapısından faydalınalarak geliştirilen BORJEN YATAK bu tehditleri en aza indirerek sizlere hijyenik ve sağlıklı uykunun kapılarını açıyor...Bor Mineral Karışımlı Özel Sünger: Uyurken vücut maksimum verimde dinlenmek ister, metabolizma yavaşlar, savunma sistemleri düşer. BORJEN yatağın hem Hyper Soft Ekstra Konfor Süngerinin içinde, hem omurga destek süngerinde BOR madenin işlemden geçmesinin ardından elde edilen mineraller hassasiyet ve özel yüksek teknolojik işlemler ile uygulanarak, bu en savunmasız anlarınızda sağlığınızı korumaya yardımcı olur. Bakteri, mite ve diğer mikroorganizmaların, çoğalmasını önleyen teknolojisiyle hak ettiğiniz hijyenik ve kaliteli uyku ortamını yaratır...Kadife Etkisi, Hypersoft Sünger: HyperSoft sünger kuştüyü süngerden daha yumuşak ve yüksek esnekliğe sahip özel bir sünger tipidir. Kolayca beden şeklini almaya yardımcı olmaktadır. Kapitonede kullanılan HyperSoft sünger ile teninize yumuşak bir temas ve kadifemsi bir dokunma hissi amaçlanmıştır. Hareket Rahatlığı, Paket Yay Sistemi:Yaylar birbirinden bağımsız torbalar içerisinde pakete yerleştirilir. Bu sayede ses yalıtımı sağlanır. Ayrıca Bağımsız hareket eden yaylar vücut basıncının yatağa eşit dağıtılmasına yardımcı olur. Omurga şeklinin doğru pozisyonda kalması konforlu bir uyku sağlar. Eşler uyku esnasında birbirlerinin hareketlerinden daha az etkilenirler..."* şeklinde ifadelere yer verildiği,

Firma tarafından gönderilen broşür/katalog örneğinde de benzer ifadelere yer verildiği,

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; her ne kadar bahsedilen bilimsel test raporları ile söz konusu ifadeler doğrulanmış olsa dahi “Bambi Borjen Yatak” isimli ürünün doğrudan Biyosidal Ürün Ruhsatı olmadığı ve henüz başvuru aşamasında olduğu anlaşılmış, dolayısıyla "bordan gelen hijyen" , "küf, bakteri, mayta karşı bor mucizesi" , "Bambi’nin yeni yatağı Borjen, içindeki bor madeni sayesinde yataktaki bakterileri yok eder, mantar, küf ve mayt oluşumunu engeller" şeklindeki "sağlık konusunu ilgilendiren" ifadelerle ilgili olarak Biyosidal Ürünler Yönetmeliği’nin 5. Maddesinde yer alan; *“Biyosidal ürünlerin piyasaya arz edilmesi için ruhsatlandırma ve tescil için belirlenmiş koşulları taşıması gerekmekte olup, ancak bu şartların yerine getirilmesi halinde reklam yayınlanabileceği şarta bağlanmıştır.”* Hükmü kapsamında ruhsata sahip olması gerektiği ancak henüz bu ruhsatı edinmeden yapılan tanıtımların Biyosidal Ürünler Yönetmeliği’ne aykırı olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7, 9, 26, 28, 29 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklamveren **Bambi Mobilya ve Yatak Sanayi A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**83)**

**Dosya No: 2020/297**

**Şikayet Edilen: Bayraktar Mobilya Tekstil San. Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Bambi Borjen Yatak” ile ilgili olarak yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.yatakveyatak.com.tr adresli internet sitesinin 17.02.2020 tarihli görünümünde; *"Bambi Borjen Yatak Baza ve Başlık sizler için Yatak & Yatak Farkıyla ERTESİ GÜN TESLİM!!! Bin adetten fazla aktif yatak stoğu ve onlarca mağazasıyla Yatak 6 Yatak ürünleri stoktan sizlere yolluyoruz...Hijyen ve Konforun Buluşması, Bor Minerallerinden Gelen Hijyen: Borjen, sizlere sağlıklı bir uykunun en önemli yapı taşlarından biri olan hijyen ile konforu bir arada sunuyor. Borjen yatağının içinde bulunan milli ve yerli madenimiz bor dünya rezervinin %73 üne sahiptir. 4000 yıl önce keşfedilmesiyle birlikte bin yıllar içerisinde ilaç yapımı ve temizlik amacıyla kullanılmaya başlanılan BOR, günümüzde uzay teknolojilerinden, cam sektörüne, savunma sanayiinden enerji sektörüne kadar bir çok alanda kullanılmaktadır. ..Tertemiz Uyku Deneyimi: Günlük hayatımızda kullandığımız eşyalarda, sayısı milyonlarla ifade edilecek kadar fazla bakteri, mite gibi mikro organizmalar yaşar. Her gün üzerinde saatlerce uyuduğunuz yatağınızda buna dahildir. Bu küçük canlılar insan sağlığını tehdit ettiği gibi astım, alerjik reaksiyonlar, bronşit gibi birçok hastalığı da tetikler. BOR madeninin hijyenik yapısından faydalınalarak geliştirilen BORJEN YATAK bu tehditleri en aza indirerek sizlere hijyenik ve sağlıklı uykunun kapılarını açıyor...Bor Mineral Karışımlı Özel Sünger: Uyurken vücut maksimum verimde dinlenmek ister, metabolizma yavaşlar, savunma sistemleri düşer. BORJEN yatağın hem Hyper Soft Ekstra Konfor Süngerinin içinde, hem omurga destek süngerinde BOR madenin işlemden geçmesinin ardından elde edilen mineraller hassasiyet ve özel yüksek teknolojik işlemler ile uygulanarak, bu en savunmasız anlarınızda sağlığınızı korumaya yardımcı olur. Bakteri, mite ve diğer mikroorganizmaların, çoğalmasını önleyen teknolojisiyle hak ettiğiniz hijyenik ve kaliteli uyku ortamını yaratır...Kadife Etkisi, Hypersoft Sünger: HyperSoft sünger kuştüyü süngerden daha yumuşak ve yüksek esnekliğe sahip özel bir sünger tipidir. Kolayca beden şeklini almaya yardımcı olmaktadır. Kapitonede kullanılan HyperSoft sünger ile teninize yumuşak bir temas ve kadifemsi bir dokunma hissi amaçlanmıştır. Hareket Rahatlığı, Paket Yay Sistemi:Yaylar birbirinden bağımsız torbalar içerisinde pakete yerleştirilir. Bu sayede ses yalıtımı sağlanır. Ayrıca Bağımsız hareket eden yaylar vücut basıncının yatağa eşit dağıtılmasına yardımcı olur. Omurga şeklinin doğru pozisyonda kalması konforlu bir uyku sağlar. Eşler uyku esnasında birbirlerinin hareketlerinden daha az etkilenirler..."* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; bahsedilen bilimsel test raporları ile söz konusu ifadeler doğrulanmış olsa dahi “Bambi Borjen Yatak” isimli ürünün doğrudan Biyosidal Ürün Ruhsatı olmadığı ve henüz başvuru aşamasında olduğu, dolayısıyla "bordan gelen hijyen" , "küf, bakteri, mayta karşı bor mucizesi" , "Bambi’nin yeni yatağı Borjen, içindeki bor madeni sayesinde yataktaki bakterileri yok eder, mantar, küf ve mayt oluşumunu engeller" şeklindeki "sağlık konusunu ilgilendiren" ifadelerle ilgili olarak Biyosidal Ürünler Yönetmeliği’nin 5. maddesinde yer alan; *“Biyosidal ürünlerin piyasaya arz edilmesi için ruhsatlandırma ve tescil için belirlenmiş koşulları taşıması gerekmekte olup, ancak bu şartların yerine getirilmesi halinde reklam yayınlanabileceği şarta bağlanmıştır.”* hükmü kapsamında ruhsata sahip olması gerektiği ancak henüz bu ruhsatı edinmeden yapılan tanıtımların Biyosidal Ürünler Yönetmeliği’ne aykırı olduğu anlaşılmış,

Diğer taraftan her ne kadar anılan tanıtımların kendileri tarafından hazırlanmadığı iddia edilse de, söz konusu ifadelerin firmaya ait internet sitesinde yayınlanmasının sorumluluk doğuracağı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7, 9, 26, 28, 29 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**4. Diğer Konuların Konuşulması**

**4.1)**

**Dosya No: 2019/12508**

**Arbefem Turizm Ltd. Şti.** unvanlı firma tarafından **“Club Scala Nuova Otel Kuşadası”** isimli turizm işletmesinin tanıtımı amacıyla www.tripadvisor.com.tr, www.google.com.tr, http://club-scala-nuova.kusadasi.hotels-tr.net/tr/, www.baytatil.com.tr ve www.trivago.com.tr adresli internet sitelerinde yayınlanan reklamlara ilişkin olarak, Reklam Kurulu’nun 14.07.2020 tarih ve 299 sayılı toplantısında anılan firma hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **104.781 TL (Yüzdörtbinyediyüzseksenbir Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesi kararına karşı söz konusu firma tarafından yapılan **itirazın** ***reddine*** karar verilmiştir.

**4.2)**

**Dosya No: 2020/370**

**Grand Milano Hotel Erdem Kılıç** unvanlı firma tarafından ***“Grand Milano Hotel”*** adlı tesisin tanıtımı amacıyla www.google.com.tr, www.kayak.com.tr, tr.hotels.com, www.tripadvisor.com.tr ve www.trivago.com.tr adresli internet sitelerinde yayınlanan reklamlara ilişkin olarak Reklam Kurulu’nun 14.07.2020 tarih ve 299 sayılı toplantısında anılan firma hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **104.781 TL (Yüzdörtbinyediyüzseksenbir Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesi kararına karşı söz konusu firma tarafından yapılan **itirazın *reddine*** karar verilmiştir.

**4.3)**

**Dosya No: 2019/9542**

Ceytur Ceylan Turizm İşl. San. ve Tic. A.Ş.’ye ait olup, Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan 17.02.2009 tarih ve 11760 sayılı *“4 Yıldızlı Otel Turizm İşletmesi Belgesi”* bulunan *“Simena Otel”* isimli tesisin, www.trivago.com.tr, simena-holiday-village-villas.kemerhotelsweb.com/tr, simena-hotel-villas.kemer.hotels-antalya.net/tr ve www.hotelscombined.com adresli internet sitelerinde yayınlanan reklamlarda *“Simena Holiday Village & Villas”, “Simena Hotel Kemer”,* *“Simena Tatil Köyü ve Villalar Kemer”*isimleri altında*“5 Yıldızlı Otel”* şeklinde tanıtımının yapılmasınıntüketiciyi aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu gerekçesiyle, Reklam Kurulu’nun 14.07.2020 tarih ve 299 sayılı toplantısında tesis edilen **85.480.TL (Seksenbeşbindörtyüzseksen Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** kararına karşı söz konusu firma tarafından yapılan itirazın ***reddine*** karar verilmiştir.

**4.4)**

**Dosya No: 2017/2594**

Yapılan başvuru üzerine, 23.03.2017-27.03.2017 tarihleri arasında geçerli olan insertlerde yer alan *“Media Markt Servis-Eve saatli teslimat”* başlıklı reklamların tüketiciyi aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu gerekçesiyle, Reklam Kurulu’nun 12.09.2017 tarih ve 264 sayılı toplantısında **Media Markt Turkey Tic. Ltd. Şti.** hakkında 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** uygulanmasına ilişkin olarak, Teknosa Ticaret A.Ş. tarafından, Bakanlığımız aleyhine Ankara 2. İdare Mahkemesi'nde E:2018/495 sayısıyla açılan davada, anılan mahkemece verilen 09/05/2019 tarihli ve E:2018/495, K:2019/975 sayılı karar ile *"davanın reddi"* yolunda verilen karara karşı davacı tarafından istinaf başvurusunda bulunulmuş; Ankara Bölge İdare Mahkemesi 9. İdari Dava Dairesi'nin 17/06/2020 tarihli ve E:2019/1666, K:2020/637 sayılı kararı ile "Dava dosyasının incelenmesinden, Media Markt Turkey Ticaret Limited Şirketinin 23/03/2017-27/03/2017 tarihleri arasında yayınlanan insertlerde yer alan *''(...) İdare Mahkemesince, olayda, dosyada bulunan bilgi ve belgelerin birlikte incelenmesinden, insertlerde (firmaların resimli indirim veya tanıtım broşüründe) geçen "Rakipsiz Fiyatlar" şeklindeki ibarenin subjektif bir değerlendirmeye işaret ettiği, reklamın temel işlevine uygun ve fiyat indirimine ilişkin değerlendirme niteliğinde olduğu, davacı şirketin diğer şirketlerden üstün olduğuna dair bir izlenim içermediği, söz konusu ibarenin objektif ve somut bir veri belirtmek suretiyle yanıltıcı ve aldatıcı bir mahiyette olmadığı gerekçesiyle davanın reddine karar verildiği anlaşılmaktadır. Uyuşmazlıkta, Media Markt Turkey Ticaret Limited Şirketinin 23/03/2017-27/03/2017 tarihleri arasında yayınlanan insertlerde yer alan "Rakipsiz Fiyatlar" şeklindeki tanıtımlarının, tüketicilerin reklamlardaki ürünlere yönelik fiyatların diğer satıcı firmalara göre en ucuz fiyat seçeneğine işaret ettiği, bu fiyatın altında ürün elde edilmesinin mümkün olmadığı, belirtilen fiyatlar yönünden ürünü üstün gösterme anlamını ihtiva ettiği ve bu şekilde tüketicinin yanıltıldığı açıktır. Bu itibarla, davacı şirketçe yapılan şikayet üzerine söz konusu ifadenin subjektif bir değerlendirmeye işaret ettiği, reklamın temel işlevine uygun ve fiyat indirimine ilişkin değerlendirme olduğundan bahisle idarece idari yaptırım kararı verilmemesi yolundaki işlemde ve aksi yöndeki idare mahkemesi kararında hukuki isabet bulunmadığı sonucuna varılmıştır." gerekçesiyle davacının istinaf isteminin kabulüne, Ankara 2. İdare Mahkemesi'nce verilen 09/05/2019 gün ve E:2018/495, K:2019/975 sayılı kararın kaldırılmasına, dava konusu işlemin iptaline karar verilmiştir*.

Bu doğrultuda; söz konusu karara istinaden, Reklam Kurulu'nun 08.09.2020 tarih ve 301 sayılı toplantısında konu ile ilgili olarak yapılan görüşme ve değerlendirmeler sonucunda;

Media Markt Turkey Tic. Ltd. Şti. tarafından 23.03.2017-27.03.2017 tarihleri arasında yayınlanan insertlerde yer alan *“Media Markt Servis-Eve saatli teslimat”* hizmetine ilişkin *“Şimdi sadece Media Markt’ta! Teslimat zamanını belirlemesi sizden, göndermesi bizden. Saatli teslimat hizmeti tüm Media Markt mağazalarında ilgili mağazaların bulunduğu illerde geçerlidir ve teslimat talep edilen ürünün belirli bir saatte veya uzaklığa göre belirli saat aralıklarında müşterinin belirttiği adrese teslimat yapılmasını içermektedir. İl merkezine uzak yerlere 11:00-22:00 şeklindeki saat aralıklarında teslimat yapılabilmektedir. Ayrıntılı bilgi mağazalarımızda ve mediamarkt.com.tr’de”* şeklinde ifadelere yer verildiği; söz konusu ifadeler ile aynı sektörde faaliyet gösteren benzer firmalar tarafından da “eve saatli teslimat” hizmetinin uygulanmasına rağmen, yalnızca şikayet edilen firma tarafından bu hizmetin sunulduğu izleniminin uyandırıldığı;

Bununla birlikte; inceleme konusu reklamlarda yer alan *"Rakipsiz fiyatlarla kazananlar Media Markt'ta"* ibaresinin; tüketicilerin reklamlardaki ürünlere yönelik fiyatların diğer satıcı firmalara göre en ucuz fiyat seçeneğine işaret ettiği; ve tüketiciler nezdinde bu fiyatın altında ürün elde edilmesinin mümkün olmadığı algısını oluşturduğu; ayrıca, belirtilen fiyatlar yönünden ürünü üstün gösterme anlamını ihtiva ettiği; bu nedenle, inceleme konusu reklamların tüketicileri yanıltıcı olduğu;

Bu nedenle, reklam veren **Media Markt Turkey Tic. Ltd. Şti.** isimli firma hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**4.5.)**

**Hünnap İlaç Ve Sağlık Hizmetleri San. Tic. Ltd. Şti.’** ne ait **“Hünnap Keçiboynuzu Özü*”*** markalı – isimli takviye edici gıda niteliğinde olan ürüne ilişkin olarak, muhtelif TV kanallarında yayınlanan "Her Şartta Ayakta Kal!" sloganlı tanıtımlarla ilgili olarak, Reklam Kurulu'nun ***14.07.2020 tarih ve 299 sayılı toplantısında*** alınan, ***419.126,00 -TL (Dörtyüzondokuzbinyüzyirmialtı Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları*** verilmesi yönündeki idari yaptırım kararının gözden geçirilerek kaldırılması talebiyle Bakanlığımıza yapılan itiraz başvurusu, Reklam Kurulu’nun 08.09.2020 tarihli ve 301 sayılı toplantısında değerlendirilmiş olup, **Hünnap İlaç Ve Sağlık Hizmetleri San. Tic. Ltd. Şti.** tarafından yapılan **itirazın reddine** karar verilmiştir.

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **REKLAM KURULU'NUN 301. TOPLANTISINDA DOSYASI AYKIRI BULUNMAYAN FİRMALARIN LİSTESİ (EK 1)** | | | | | |  |
|  |
|  |
| **SIRA NO:** | **İL** | **FİRMA UNVANI** | **ÜRÜN** | **ALIŞ FİYATI/TARİHİ** | **SATIŞ FİYATI/TARİHİ** |  |
| 1 | KAHRAMANMARAŞ | RUHI TOPCU | Sabun, makarna | Sabun 3,37 TL / Ocak-Mart 2020  Makarna 4,79 TL / Ocak-Mart 2020 | Sabun 3,75 TL/Ocak-Mart 2020  Makarna 5,00 TL / Ocak-Mart 2020 |  |
| 2 | KAHRAMANMARAŞ | TUBA SOBACI KILINÇKIRAN | Kolonya | 12,88 TL / Ocak-Mart-Haziran 2020 | 15,00 TL / Ocak-Mart-Haziran 2020 |  |
| 3 | KAHRAMANMARAŞ | DEMET ERDAL | Dezenfektan, kolonya | Dezenfektan 35,00 TL/ Mart 2020 | Dezenfektan 42,00 TL/ Mart 2020 |  |
| 4 | KAHRAMANMARAŞ | HOCAOGLU PAZARLAMA | Dezenfektan, kolonya | 1 lt Dezenfektan 14,45 TL/ Mart 2020,  5 lt Dezenfektan 51,00 TL/ Mart 2020,  Kolonya 13,63 TL/ Mart 2020 | 1 lt Dezenfektan 15,67 TL/ Mart 2020,  5 lt Dezenfektan 59,32 TL/ Mart 2020,  Kolonya 16,10 TL/ Mart 2020 |  |
| 5 | KAHRAMANMARAŞ | ÇIFTEPALA TEKSTIL GIDA ZIR.ILAÇ. TAR.HAYSAN VE TİC. LTD. ŞTİ. | Sabun, Çamaşır suyu | Sabun 3,86 TL / Ocak-Mart- Haziran 2020  Çamaşır suyu 6,83 TL / Ocak 2020 | Sabun 3,90 TL / Ocak-Mart-Haziran 2020 Çamaşır suyu 7,50 TL / Ocak-Mart 2020 |  |
| 6 | KAHRAMANMARAŞ | ILHAN KAHYA | Pirinç | 7,90 TL / Ocak 2020 | 8,00 TL / Ocak-Mart-Haziran 2020 |  |
| 7 | KAHRAMANMARAŞ | SÜKRIYE KARAGENÇ | Eldiven, Maske | Eldiven 20 TL / Ocak-Mart 2020  Maske 9,50 TL / Ocak-Mart 2020 | Eldiven 25 TL / Ocak-Mart 2020  Maske 13,88 TL / Ocak-Mart 2020 |  |
| 8 | KAHRAMANMARAŞ | SULTAN GÜVERTI | Eldiven | 14,81 TL / Ocak 2020, 23,00 TL / Mart 2020 | 20,0 TL / Ocak 2020, 30,00 TL / Mart 2020 |  |
| 9 | KAHRAMANMARAŞ | AKHAYAT GIDA MARKET TARIM INSAAT SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ. | Kolonya (950 ml, 400 ml) | 24,99 TL / Mart 2020, 5,50 TL / Mart 2020 | 28,90 TL / Mart 2020, 6,75 TL / Mart 2020 |  |
| 10 | KAHRAMANMARAŞ | ÖZDEN GÖZLER | Kolonya (400 ml, 1 lt) | 16,00 TL / Mart 2020, 26,55 TL / Mart 2020 | 25,00 TL / Mart 2020, 35,99 TL / Mart 2020 |  |
| 11 | KAHRAMANMARAŞ | BEREKET GIDA HAYVANCILIK TEMIZLIK SANAYI VE TİC. LTD. ŞTİ. | Makarna | 1100,00 TL / Ocak 2020 | 1375,00 TL / Ocak 2020 |  |
| 12 | KAHRAMANMARAŞ | ADEM ÇAM | Kolonya (1 lt, 400 ml, 180 ml) | 25,00 TL / Mart 2020, 13,50 TL / Mart 2020, 20,42 TL / Mart 2020 | 29,90 TL / Mart 2020, 17,90 TL / Mart 2020, 24,90 TL / Mart 2020 |  |
| 13 | KAHRAMANMARAŞ | AHMET FURKAN KARATUTLU | Dezenfektan (50 ml, 5 lt, 100 ml) | 7,61 TL / Mart 2020, 79,90 TL / Mart 2020, 15,00 TL / Mart 2020 | 12,00 TL / Mart 2020, 100,00 TL / Mart 2020, 22,50 TL / Mart 2020 |  |
| 14 | KAHRAMANMARAŞ | ER DEM GIDA PET.INSAAT SAN. VE TICARET LTD. ŞTİ. | Yağ, makarna | Yağ 28,78 TL / Mart 2020, Makarna 2,39 TL / Mart 2020, Makarna 2,47 TL / Mart 2020 | Yağ 29,99 TL / Mart 2020, Makarna 2,59 TL / Mart 2020, Makarna 2,49 TL / Mart 2020 |  |
| 15 | KAHRAMANMARAŞ | K.MARAS SÜTÇÜ IMAM ÜNIVE SAGLKÜLTÜR VE SPOR DAIRE BASKANLIGI SOSYAL TESISLERI IKTISA | Kolonya (400 ml, 1 lt) | 22,50 TL / Mart 2020, 25,00 TL / Mart 2020 | 30,00 TL / Mart 2020, 27,00 TL / Mart 2020 |  |
| 16 | KAHRAMANMARAŞ | GÜLAY KOCA | Maske, eldiven | Maske 35,00 TL / Ocak-Mart 2020, Eldiven 20,37 TL/ Mart 2020 | Maske 40,00 TL / Mart 20 Eldiven 30,00 TL/ Mart 202020, |  |
| 17 | KAHRAMANMARAŞ | AYRANPINAR GIDA TICARET VE SANAYI LTD. ŞTİ. | Kolonya (420 ml, 900 ml, 1 lt) | 15,93 TL / Mart 2020, 15,81 TL / Mart 2020, 24,00 TL / Mart 2020 | 19,90 TL / Mart 2020, 19,90 TL / Mart 2020, 28,90 TL / Mart 2020 |  |
| 18 | KAHRAMANMARAŞ | ERKAN KOÇAK | Dezenfektan (1 lt, 250 ml, 50 ml, 400 ml). Maske, kolonya, eldiven | 1lt dezenfektan17,00 TL / Ocak 2020, 250 ml dezenfektan 18,00 TL / Mart 2020, 50 ml dezenfektan 6,67 TL / Mart 2020. 400 ml dezenfektan 16,11 TL / Mart 2020, Maske 0,50 TL / Ocak 2020, Maske 0,30 TL / Mart 2020, Maske 5,00 TL / Mart 2020, Maske 37,90 TL / Mart 2020, Kolonya 21,00 TL / Mart 2020, Eldiven 25,00 TL / Mart 2020, Maske 3,00 TL / Mart 2020, | 1lt dezenfektan17,00 TL / Ocak 2020, 250 ml dezenfektan 25,00 TL / Mart 2020, 50 ml dezenfektan 10,00 TL / Mart 2020. 400 ml dezenfektan 20,00 TL / Mart 2020, Maske 3,00 TL / Ocak 2020, Maske 2,50 TL / Mart 2020, Maske 6,00 TL / Mart 2020, Maske 45,0 0 TL / Mart 2020, Kolonya 32,50 TL / Mart 2020, Eldiven 39,00 TL / Mart 2020, Maske 4,00 TL / Mart 2020, |  |
| 19 | KAHRAMANMARAŞ | ERHAN SAKA | Maske, eldiven, dezenfektan, maske | Maske 7,90 TL / Ocak 2020, Eldiven 26,00 TL / Mart 2020, Dezenfektan 18,00 TL / Mart 2020, Maske 6,94 TL / Mart 2020 | Maske 12,00 TL / Ocak 2020, Eldiven 35,00 TL / Mart 2020, Dezenfektan 25,00 TL / Mart 2020, Maske 8,00 TL / Mart 2020 |  |
| 20 | KAHRAMANMARAŞ | MERVE SEKER | Dezenfektan, eldiven, maske | Dezenfektan 10,54 TL / Mart 2020, Eldiven 0,28 TL / Mart 2020, Maske 3,50 TL / Mart 2020 | Dezenfektan 15,00TL / Mart 2020, Eldiven 0,40 TL / Mart 2020, Maske 5,00 TL / Mart 2020 |  |
| 21 | KAHRAMANMARAŞ | HASAN SAZPINARI | Çamaşır suyu (3500 ml, 4 lt) | 13,98 TL / Haziran 2020, 5,50 TL / Haziran 2020 | 20,00 TL / Haziran 2020, 8,50 TL / Haziran 2020 |  |
| 22 | KAHRAMANMARAŞ | MARVIT GROSS GIDA SANAYI VE TICARET A.Ş. | Kolonya (420 ml, 270 ml, 900 ml) | 17,75 TL / Mart 2020, 20,00 TL / Mart 2020, 9,00 TL / Mart 2020 | 21,75 TL / Mart 2020, 24,95 TL / Mart 2020, 10,50 TL / Mart 2020 |  |
| 23 | KAHRAMANMARAŞ | MEHMET DOKUMACI | Kolonya (300 ml, 330 ml, 400 ml) | 15,99 TL / Mart 2020, 8,90 TL / Mart 2020, 17,50 TL / Mart 2020 | 20,00 TL / Mart 2020, 15,00 TL / Mart 2020, 22,50 TL / Mart 2020 |  |
| 24 | KAHRAMANMARAŞ | MEHTAP BALCIOGLU | Eldiven, maske, maske | Eldiven 17,70 / Ocak 2020, 24,33 / Mart 2020, Maske 0,50 / Ocak 2020, 2,60 / Mart 2020, Maske 24,38 TL / Mart 2020 | Eldiven 23,00 / Ocak 2020, 35,00 / Mart 2020, Maske 0,80 / Ocak 2020, 4,00 / Mart 2020, Maske 40,00 TL / Mart 2020 |  |
| 25 | KAHRAMANMARAŞ | EYÜP YÜRÜRDURMAZ | Kolonya (900 ml, 1 lt, 370 ml) | 900 ml kolonya 10,25 / Ocak 2020, 19,47 / Mart 2020, 1 lt kolonya 12,00 / Ocak 2020, 370 ml kolonya 12,10 TL / Mart 2020 | 900 ml kolonya 14,90 / Ocak 2020, 23,90 / Mart 2020, 1 lt kolonya 14,90 / Ocak-Mart 2020, 370 ml kolonya 14,90 TL / Mart 2020 |  |
| 26 | KAHRAMANMARAŞ | ILHAN ÖZDEMIR | Kolonya (1 lt, 1 lt, 400 ml) | 1 lt kolonya 17,30 / Ocak 2020, 19,98 / Mart 2020, 1 lt kolonya 29,75 TL / Mart 2020, 400 ml kolonya 19,98 TL / Mart 2020 | 1 lt kolonya 19,50 / Ocak 2020, 24,90 / Mart 2020, 1 lt kolonya 36,90 TL / Mart 2020, 400 ml kolonya 24,90 TL / Mart 2020 |  |
| 27 | KAHRAMANMARAŞ | AHMET ÖZCAN | Un | 105,00 TL / Ocak 2020, 110,00 TL / Mart 2020, | 110,00 TL / Ocak 2020, 115,00 TL / Mart 2020, |  |
| 28 | KAHRAMANMARAŞ | NUSRET KAYA | Kolonya | 6,50 TL / Ocak 2020, 7,00 TL / Mart 2020 | 10,00 TL / Ocak-Mart 2020 |  |
| 29 | KAHRAMANMARAŞ | ALPER YUSUF KEPEK | Dezenfektan (1 lt, 50 ml), kolonya | 1lt dezenfektan 64,90 TL / Mart 2020, 50 ml dezenfektan 7,00 TL / Mart 2020, Kolonya 14,30 TL / Mart 2020, | 1lt dezenfektan 100 TL / Mart 2020, 50 ml dezenfektan 10,00 TL / Mart 2020, Kolonya 20,0 TL / Mart 2020, |  |
| 30 | KAHRAMANMARAŞ | FATIH YALÇIN | Un | 51,50 TL / Mart 2020 | 60,00 TL / Mart 2020 |  |
| 31 | KAHRAMANMARAŞ | ÖMER ERKASKA | Çamaşır suyu, pirinç, çamaşır suyu | Çamaşır suyu 8,75 TL / Mart 2020, Pirinç 40,00 TL / Ocak-Mart 2020, Çamaşır suyu 17,00 TL / Ocak-Mart 2020 | Çamaşır suyu 11,75 TL / Mart 2020, Pirinç 44,00 TL / Ocak 2020, 45,00 TL / Mart 2020, Çamaşır suyu 20,00 TL / Ocak-Mart 2020 |  |
| 32 | KAHRAMANMARAŞ | ABDURRAHIM KAYA | Eldiven | 0,16 / Ocak 2020, 0,24 / Mart 2020 | 0,20 / Ocak 2020, 0,30 / Mart 2020 |  |
| 33 | KAHRAMANMARAŞ | AHMET ÖZKAN | Kolonya, eldiven | Kolonya 13,57 TL / Mart 2020, Eldiven 23,76 TL / Ocak 2020, 33,48 TL / Mart 2020, Eldiven 20,79 TL / Ocak 2020, 34,56 TL / Mart 2020 | Kolonya 22,50 TL / Mart 2020, Eldiven 30,00 TL / Ocak 2020, 40,00 TL / Mart 2020, Eldiven 30,00 TL / Ocak 2020, 40,00 TL / Mart 2020 |  |
| 34 | ZONGULDAK | Medical Estetik- Hatice AKÇA | Gıda takviyesi | İmuneks plus 66,00 TL / Mart 2020, İmutor 100 mg 80,00 TL / Mart 2020, İmuneks 10 mg 85,32 TL / Mart 2020, | İmunek plus 89,00 TL / Mart 2020, İmutor 100 mg 109,90 TL / Mart 2020, İmuneks 10 mg 99,90 TL / Mart 2020, |  |
| 35 | ZONGULDAK | Özmar AVM | Eldiven, maske | Eldiven 50 li 21,50 TL+ KDV / Nisan 2020, Eldiven 10 lu 6,60 TL+KDV / Nisan 2020, 50 li maske 151,20 TL /Nisan 2020, 50 li maske 89,964 TL /Nisan 2020 | Eldiven 50 li 27,90 TL+ KDV / Nisan 2020, Eldiven 10 lu 8,50 TL+KDV / Nisan 2020, 50 li maske 179,90 TL /Nisan 2020, 50 li maske 129,90 TL /Nisan 2020 |  |
| 36 | ZONGULDAK | Saltukova Eczanesi | Dezenfektan, maske | Dezenfektan 38,88 TL / Şubat 2020, Maske 190,51 TL / Şubat 2020 | Dezenfektan 60,00 TL / Şubat 2020, Maske 267,48 TL / Şubat 2020 |  |
| 37 | ZONGULDAK | Tuncay Eczanesi | Eldiven, maske | Eldiven 14,31 TL / Ocak 2020, Maske 50 li 18,76 TL / Ocak 2020 | Eldiven 20 TL / Ocak-Mart 2020, Maske 50 li 20 TL / Ocak 2020, 25 TL / Şubat-Mart 2020 |  |
| 38 | ZONGULDAK | Yıldız Gıda Maddeleri Tic. Ve San. Ltd. Şti. | Tuvalet kağıdı | 37,12 TL / Ocak-Mart 2020 | 31,95 TL / Ocak-Mart 2020 |  |
| 39 | ÇORUM | DATAPOS OTOMASYON- ALATTİN EZER | Kolonya (1 lt, 400 ml) | 1 lt kolonya 27,94 / Ocak 2020, 19,98 / Mart 2020, 400 ml kolonya 14,93 TL / Mart 2020 | 1 lt kolonya 69,90 / Ocak 2020, 19,98 / Mart 2020, 400 ml kolonya 39,80 TL / Mart 2020 (Satışların internet üzerinden olduğu ürün başına trendyol için %15, hepsiburada için %16,52 komisyon ve her ürün için 10 TL kargo bedeli verildiği dolayısıyla bu bedelleri ürün fiyatına eklediğimiz zaman kar oranları düşmektedir) |  |
| 40 | İZMİR | ALTINKUŞAK TEMİZLİK | Kolonya | 35,00 TL / Haziran 2020 | 40,00 TL / Haziran 2020 |  |
| 41 | İZMİR | BALTALIOĞLU GIDA MAD. TARIM ÜRÜNLERİ | Peynir | 42,00 TL / Mayıs 2020 | 49,90 TL / Haziran 2020 |  |
| 42 | İZMİR | BATU AMBALAJ | Maske | 1,78 TL / Nisan 2020 | 1,00 TL / Haziran 2020 |  |
| 43 | İZMİR | BAYRAKLI İNCİ ECZANESİ | 50 li Maske | 39,79 TL / Haziran 2020 | 50,00 TL / Haziran 2020 |  |
| 44 | İZMİR | BENAY ECZANESİ | Eldiven | 29,61 TL / Haziran 2020 | 45,00 TL / Haziran 2020 |  |
| 45 | İZMİR | BİMAR TEMEL İHT. MAD. GIDA SAN. TİC. A.Ş. | Sıvı Sabun (700-1500 ml) | 700 ml- 16,26 TL / Mart 2020 1500 ml- 27,39 TL / Nisan 2020 | 19,50 TL / Haziran 2020, 28,50 TL / Haziran 2020 |  |
| 46 | İZMİR | BİZİM TOPTAN SATIŞ | 50 li Maske | 140,4 TL / Mart 2020 | 159,9 TL / Mart 2020 |  |
| 47 | İZMİR | BUCA YILDIZ ECZANESİ | Bebek maması | 59,54 TL / Haziran 2020 | 69,90 TL / Haziran 2020 |  |
| 48 | İZMİR | BUDAK ECZANESİ | Dezenfektan, kolonya | Dezenfektan 14,00 TL / Mart 2020, Kolonya 12,49 TL / Mart 2020 | Dezenfektan 17,00 TL / Haziran 2020, Kolonya 15,00 TL / Haziran 2020 |  |
| 49 | İZMİR | BURAK ALAKUŞ | Domates, fasulye, salatalık, patates, soğan, sarımsak, muz | Domates 3,50 TL/ Haziran 2020, Fasulye 20,0 TL/ Haziran 2020, Salatalık 3,00 TL/ Haziran 2020, Patates 1,52 TL/ Haziran 2020, Soğan 1,52 TL/ Haziran 2020, Sarımsak 30,00 TL/ Haziran 2020, Muz 12,25 TL/ Haziran 2020 | Domates 5,00 TL/ Haziran 2020, Fasulye 25,0 TL/ Haziran 2020, Salatalık 4,00 TL/ Haziran 2020, Patates 3,00 TL/ Haziran 2020, Soğan 2,50 TL/ Haziran 2020, Sarımsak 40,00 TL/ Haziran 2020, Muz 14,00 TL/ Haziran 2020 |  |
| 50 | İZMİR | BURÇAK ECZANESİ | Gıda Takviyesi (Vitamin) | 57,60 TL / Mayıs 2020 | 75,00 TL / Mayıs 2020 |  |
| 51 | İZMİR | CAN KARDEŞLER KURUYEMİŞ VE GIDA SAN. TİC. LTD. ŞTİ. | Kolonya (1 lt- 420 ml) | 1lt- 30,75 TL / Mayıs 2020, 420 ml 20,24 TL / Mayıs 2020 | 1lt- 47,00 TL / Haziran 2020, 420 ml 29,00 TL / Haziran 2020 |  |
| 52 | İZMİR | CEYLAN ARICILIK | Kolonya | 41,3 TL / Haziran 2020 | 42,5 TL / Haziran 2020 |  |
| 53 | İZMİR | ÇAĞIRAN İNŞAAT | Maske | 2,48 TL / Nisan 2020 | 3-3,50 TL / Nisan 2020 |  |
| 54 | İZMİR | DEFNE ECZANESİ | Dezenfektan | 35,00 TL / Haziran 2020 | 49,50 TL / Haziran 2020 |  |
| 55 | İZMİR | DEMİRKOL ECZANESİ | 50 li Maske | 38,99 TL / Mayıs 2020 | 50,00 TL / Mayıs 2020 |  |
| 56 | İZMİR | GÖRSEM TEMİZLİK | Kolonya | 28,00 TL / Mayıs 2020 | 35,00 TL / Mayıs 2020 |  |
| 57 | İZMİR | GÜRSOY ECZANESİ | Maske | 0,65 TL / Mayıs 2020 | 1,00 TL / Haziran 2020 |  |
| 58 | KÜTAHYA | A.101 YENİ MAĞAZACILIK A.Ş. | Patates, Portakal | Patates 1,60 TL / Ocak 2020, 1,55 TL / Şubat, 2,20 TL/ Mart 2020, 2,50 TL / Nisan 2020, Portakal 3,10 TL / Ocak 2020, 3,20 TL / Şubat, 3,20 TL/ Mart 2020, 2,90 TL / Nisan 2020 | Patates 1,95 TL / Ocak 2020, 1,85 TL / Şubat, 2,25 TL/ Mart 2020, 3,95 TL / Nisan 2020, Portakal 3,75 TL / Ocak 2020, 3,85 TL / Şubat, 3,95 TL/ Mart 2020, 3,95 TL / Nisan 2020 |  |
| 59 | KÜTAHYA | ALTUN ECZANESİ | Maske, kolonya | Maske 3,50 TL / Mart 2020, Kolonya 15,30 TL/ Şubat, 13,90 TL / Mart | Maske 5,00 TL / Mart-Nisan 2020, Kolonya 20,00 TL/ Mart-Nisan |  |
| 60 | KÜTAHYA | CUMHURİYET ECZANESİ | Maske | 3,50 TL / Mart 2020 | 5,00 TL / Mart 2020 |  |
| 61 | KÜTAHYA | DESTAN AMBALAJ | Kolonya | 7,80 TL / Mart 2020 | 10,50 TL / Mart 2020 |  |
| 62 | KÜTAHYA | DİCLE UCUZLUK PAZARI | Kolonya | 28,80 TL / Nisan 2020 | 35,00 TL / Nisan 2020 |  |
| 63 | KÜTAHYA | EGE KALİTELİ YAŞAM MERKEZİ | Kolonya(200ml, 6\*1lt, 950 ML 950ml, 1 lt\*2, 400 ml) | 200 ml-25 TL /Mart 2020, 6\*1lt - 269,04 TL /Mart 2020, 950ml-44,21 TL/Nisan 2020, 1lt\*2- 89,68 /Mart 2020, 400 ml- 24,95 TL /Mart 2020 | 200 ml-3 adedi 75 TL /Mart 2020 ( trendyol komisyon oranı %20, kargo ücreti 7,46 TL) , 6\*1lt - 649,99 TL /Mart 2020( hepsiburada komisyon oranı %14-91 TL, kargo ücreti 8,70 TL), 950ml-98,99 TL/Nisan 2020 ( hepsiburada komisyon oranı %14-12,16 TL, kargo ücreti 7,46 TL), 1lt\*2- 209,90 /Mart 2020 ( hepsiburada komisyon oranı %14-30,10 TL, kargo ücreti 7,46 TL), 400 ml- 44,40 TL /Mart 2020( hepsiburada komisyon oranı %14-6,50 TL, kargo ücreti 7,25 TL) |  |
| 64 | KÜTAHYA | GÜNEŞ ECZANESİ | Maske | 3,50 TL / Mart 2020 | 5,00 TL / Mart 2020 |  |
| 65 | KÜTAHYA | MDR OTOMOTİV | Tuz ruhu, çamaşır deterjanı, kolonya | Tuz ruhu 5,90 TL/Nisan 2020, Çamaşır deterjanı 8,00 TL/Nisan 2020, Kolonya 14,00 TL/Nisan 2020 | Tuz ruhu 8,50 TL/Nisan 2020, Çamaşır deterjanı 15,00 TL/Nisan 2020, Kolonya 16,00 TL/Nisan 2020 |  |
| 66 | KÜTAHYA | MENTAŞ-ŞÜKRÜ KUTLUĞ | Üniversal Koridor Barfiksi 82\*130 Cm | 82,00 TL / Şubat 2020 | 81,70 TL / Şubat 2020, 87,98 TL / Mart 2020 |  |
| 67 | KÜTAHYA | SULTAN GIDA VE İHTİYAÇ MAD. TİC. A.Ş. | Muhtelif Ürünler | Ayçiçek yağı 33,75 TL / Mart 2020, Sıvı sabun 400 ml 3,50 TL / Mart 2020, Arap sabunu 750 ml 6,00 TL / Şubat 2020, Beyaz sabun 4\* 150 10,00 TL / Mart 2020, Sabun 4\*150 10,50 TL / Mart 2020, Sıvı bulaşık deterjanı 650 ml 5,50 TL / Mart 2020, Sıvı bulaşık deterjanı 730 ml 4,50 TL / Mart 2020, Bulaşık Makinesi Parlatıcı 750 Ml 13,50 TL / Mart 2020, Bulaşık Makine Tableti Hepsi Birarada 65.Li 52,00 TL / Mart 2020, Sabun 4\*70gr 6,50 TL / Mart 2020, Sıvı Sabun 4,50 TL / Mart 2020, Peçete 100 Lü 4,26 TL / Mart 2020, Havlu Kağıt 3 Lü 5,65 TL / Mart 2020, Toz Şeker 2 Kg 8,24 TL / Mart 2020, Star Un 5 Kg 12,12 TL / Mart 2020, Kırmızı Mercimek Kg 5,67 TL / Mart 2020, Kuru Fasulye Kg 9,45 TL / Mart 2020, Baldo Pirinç 8,10 TL / Mart 2020, Domates 3,20 TL / Mart 2020, Çarli Biber 5,10 TL / Mart 2020, Sivri Biber 7,10 TL / Mart 2020, Portakal 2,50 TL / Mart 2020, Patates 1,90 TL / Mart 2020, Patlıcan 4,20 TL / Mart 2020, Kabak 4,60 TL / Mart 2020, Bütün Piliç Kg 9,23 TL / Mart 2020, Bütün Piliç Kg 10,53 TL / Mart 2020, Tereyağı 250 Gr 11,00 TL / Mart 2020, Tereyağı Kg 38,88 TL / Mart 2020, Az Yağlı Beyaz Peynir Kg 11,88 TL / Nisan 2020, Tam Yağlı Beyaz Peynir Kg 16,77 TL / Mart 2020, Ayçiçek Yağı 5 Lt 40,50 TL / Nisan 2020 | Ayçiçek yağı 36,90 TL / Mart 2020, Sıvı sabun 400 ml 4,50 TL / Mart 2020, Arap sabunu 750 ml 8,50 TL / Şubat-Mart 2020, Beyaz sabun 4\* 150 11,90 TL / Mart 2020, Sabun 4\*150 14,90 TL / Mart 2020, Sıvı bulaşık deterjanı 650 ml 6,95 TL / Mart 2020, Sıvı bulaşık deterjanı 730 ml 5,75 TL / Mart 2020, Bulaşık Makinesi Parlatıcı 750 Ml 17,90 TL / Mart 2020, Bulaşık Makine Tableti Hepsi Birarada 65.Li 62,90 TL / Mart 2020, Sabun 4\*70gr 8,95 TL / Mart 2020, Sıvı Sabun 5,95 TL / Mart 2020, Peçete 100 Lü 4,75 TL / Mart 2020, Havlu Kağıt 3 Lü 5,90 TL / Mart 2020, Toz Şeker 2 Kg 9,49 TL / Mart 2020, Star Un 5 Kg 13,95 TL / Mart 2020, Kırmızı Mercimek Kg 5,25 TL / Mart 2020, Kuru Fasulye Kg 9,95 TL / Mart 2020, Baldo Pirinç 8,10 TL / Mart 2020, Domates 5,28 TL / Mart 2020, Çarli Biber 7,98 TL / Mart 2020, Sivri Biber 10,98 TL / Mart 2020, Portakal 3,98 TL / Mart 2020, Patates 2,98 TL / Mart 2020, Patlıcan 5,98 TL / Mart 2020, Kabak 7,35 TL / Mart 2020, Bütün Piliç Kg 10,50 TL / Mart 2020, Bütün Piliç Kg 10,95 TL / Mart 2020, Tereyağı 250 Gr 13,50 TL / Mart 2020, Tereyağı Kg 45,95 TL / Mart 2020, Az Yağlı Beyaz Peynir Kg 14,75 TL / Nisan 2020, Tam Yağlı Beyaz Peynir Kg 22,90 TL / Mart 2020, Ayçiçek Yağı 5 Lt 44,90 TL / Nisan 2020 |  |
| 68 | KÜTAHYA | ŞİFA ECZANESİ | Eldiven, maske | Eldiven 0,38 TL / Mart 2020, Maske 3,50 TL / Nisan 2020 | Eldiven 0,50 TL / Mart 2020, Maske 5,00 TL / Nisan 2020 |  |
| 69 | KÜTAHYA | YÜKSEL TİCARET KOZMETİK | Kolonya (1 lt, 400 ml, 200 ml) | 1 lt - 20,00 TL / Mart 2020, 400 ml-10,30 TL / Mart 2020, 200 ml- 7,00 TL / Mart 2020 | 1 lt - 26,00 TL / Mart 2020, 400 ml-13,50 TL / Mart 2020, 200 ml- 9,00 TL / Mart 2020 |  |
| 70 | SAKARYA |  |  |  |  |  |
|  | DEN-GE ECZA DEPOSU | MASKE | YOK | YOK |  |
| 71 | SAKARYA | NEUTEC İLAÇ SANAYİ | MASKE | YOK | YOK |  |
| 72 | SAKARYA | ALLİANCE HEALTHVARE ECZA DEPOSU | MASKE | 0,98TLŞUBAT | 1,06TLŞUBAT |  |
| 73 | SAKARYA | SELÇUK ECZA DEPOSU | MASKE | 0,72TLOCAK | 0,82TLOCAK |  |
|  |  | MASKE | 8,27TLŞUBAT | 9,07TLŞUBAT |  |
| 74 | SAKARYA | BİZİM MEDİKAL | MASKE | YOK | YOK |  |
| 75 | SAKARYA | BETA MEDİKAL | MASKE | YOK | YOK |  |
| 76 | SAKARYA | ELFİ SAĞLIK ÜRÜNLERİ | MASKE | YOK | YOK |  |
| 77 | SAKARYA | CEYLAN MEDİKAL | MASKE | YOK | YOK |  |
| 78 | SAKARYA | CFTC MEDİKAL | MASKE | YOK | YOK |  |
| 79 | SAKARYA | GÜVEN İŞİTME MEDİKAL | MASKE | YOK | YOK |  |
| 80 | SAKARYA | KAPLAN GRUP | MASKE | YOK | YOK |  |
| 81 | SAKARYA | ASYAMED MEDİKAL | MASKE | 0,28TLŞUBAT | 0,44TLŞUBAT |  |
| 82 | SAKARYA | KARTEPE SAĞLIK ÜRÜNLERİ | MASKE | 20TLŞUBAT | 35TLŞUBAT |  |
| 83 | SAKARYA | NAMA MEDİKAL | MASKE | 1,3TLŞUBAT | 1,5TLŞUBAT |  |
| 84 | SAKARYA | FULYA ÇİLOĞLU | MASKE | 24,39TLŞUBAT | 35TLŞUBAT |  |
|  |  | MASKE | 35TLŞUBAT | 45TLŞUBAT |  |
|  |  | MASKE | 10,8TLŞUBAT | 20TLŞUBAT |  |
|  |  | DEZENFEKTAN | 33,7TLMART | 45TLMART |  |
|  |  | DEZENFEKTAN | 28,66TLMART | 42TLMART |  |
| 85 | SAKARYA | ERENLER MERKEZ ECZANESİ | DEZENFEKTAN | 8,25TLMART | 12TLMART |  |
|  |  | MASKE | 32,6TLMART | 38TLMART |  |
|  |  | MASKE | 2,57TLMART | 3TLMART |  |
|  |  | DEZENFEKTAN | 10,6TLMART | 14TLMART |  |
|  |  | DEZENFEKTAN | 41,06TLMART | 50TLMART |  |
|  |  | DEZENFEKTAN | 16,2TLMART | 20TLMART |  |
| 86 | SAKARYA | BAHAR ECZANESİ | DEZENFEKTAN | 4,5TLMART | 7TLMART |  |
|  |  | DEZENFEKTAN | 41,04TLMART | 50TLMART |  |
|  |  | DEZENFEKTAN | 18TLMART | 25TLMART |  |
|  |  | DEZENFEKTAN | 51,04TLMART | 60TLMART |  |
| 87 | SAKARYA | HİLAL ECZANESİ | MASKE | 20,65TLMART | 30TLMART |  |
|  |  | DEZENFEKTAN | 10,26TLMART | 15TLMART |  |
|  |  | DEZENFEKTAN | 11,21TLMART | 15TLMART |  |
|  |  | DEZENFEKTAN | 11,21TLMART | 15TLMART |  |
|  |  | DEZENFEKTAN | 32,4TLMART | 45TLMART |  |
| 88 | SAKARYA | ŞEKER ECZANESİ | MASKE | 11TLŞUBAT | 15TLŞUBAT |  |
|  |  | MASKE | 32,29TLMART | 35TLMART |  |
|  |  | DEZENFEKTAN | 26,89TLMART | 35TLMART |  |
|  |  | DEZENFEKTAN | 42,48TLŞUBAT | 55TLŞUBAT |  |
|  |  | DEZENFEKTAN | 35TLMART | 47,5TLMART |  |
| 89 | SAKARYA | ŞENGÜLLER ECZANESİ | DEZENFEKTAN | 9,89TLŞUBAT | 15TLŞUBAT |  |
|  |  | DEZENFEKTAN | 10,03TLMART | 15TLMART |  |
| 90 | SAKARYA | İKİZLER ECZANESİ | DEZENFEKTAN | 11TLŞUBAT | 14TLŞUBAT |  |
|  |  | MASKE | 10,8TLŞUBAT | 15TLŞUBAT |  |
| 91 | SAKARYA | ULUÇ MAKSAN | MASKE | YOK | YOK |  |
| 92 | SAKARYA | ETS UZMAN KİMYA | MASKE | YOK | YOK |  |
| 93 | SAKARYA | AYŞE DİLARA ECZANESİ | MASKE | 1,77TLMART | 3TLMART |  |
|  |  | DEZENFEKTAN | 12,4TLMART | 20TLMART |  |
|  |  | DEZENFEKTAN | 18TLMART | 25TLMART |  |
|  |  | DEZENFEKTAN | 17,8TLMART | 19TLMART |  |
| 94 | SAKARYA | AKASYA ECZANESİ | KOLONYA | 5TLMART | 7,5TLMART |  |
|  |  | DEZENFEKTAN | 9,5TLMART | 12,5TLMART |  |
|  |  | DEZENFEKTAN | 35TLMART | 50TLMART |  |
| 95 | SAKARYA | NUMANOĞLU ECZANESİ | KOLONYA | 5TLMART | 6,5TLMART |  |
|  |  | DEZENFEKTAN | 35TLMART | 45TLMART |  |
|  |  | MASKE | 16,2TLMART | 20TLMART |  |
| 96 | SAKARYA | FİBERTEM | DEZENFEKTAN | 19TLŞUBAT | 29TLŞUBAT |  |
|  |  | DEZENFEKTAN | 23TLMART | 33TLMART |  |
| 97 | ADANA | ASEZ Paz. San. Tic. Ltd. Şti. | Eldiven | 11.44 TL/20.01.2020 15.12 TL/04.02.2020 17.62 TL/03.03.2020 22.08 TL/24.03.2020 | 15.54 TL/22.01.2020  15.49 TL/14.02.2020 25.74 TL/17.03.2020  38.49 TL/04.04.2020 |  |