**T.C.**

**TİCARET BAKANLIĞI**

**Reklam Kurulu Başkanlığı**

**BASIN BÜLTENİ**

**Toplantı Tarihi :** 10 Kasım 2020

**Toplantı Sayısı :** 303

**İLETİŞİM HİZMETLERİ**

**1)**

**Dosya No: 2019/893**

**Şikâyet Edilen: Atila AZAK**

**Şikâyet Edilen Reklam/HTU:** Muhtelif tüketicilere yapılan ticari uygulama niteliğindeki haksız aramalar

**Reklam/HTU Yayın Tarihi:** 2019

**Yayınlandığı/Uygulandığı Mecra:** Telefon

**Tespitler:** 0212 824 05 63, 0212 824 05 14, 0850 473 77 60 ve 0212 824 07 48 numaralı telefon hatlarının anılan şahsa ait olduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Konu ile ilgili olarak yapılan görüşme ve değerlendirmeler sonucunda;

Anılan şahsa ait olduğu tespit edilen 0212 824 05 63 numaralı hat ile Ebru ŞİMŞEK isimli tüketicinin Ttnet müşteri temsilcisi olarak arandığı, aboneliğinin süresinin dolduğu ve aynı hizmeti Superonline'dan alabileceği söylenerek abonelik süresi henüz bitmeyen tüketicinin aboneliğinin yanıltıcı bilgilerle değiştirttirildiği,

Anılan şahsa ait olduğu tespit edilen 0212 824 0514 numaralı telefon hattından *"Türk Telekom evde internet sözleşmeniz 25 Ocak 2019 tarihinde sona ermiştir. Sözleşmesiz internet kullanıına ilişkin ücretlerle karşılaşmamak adına müşteri temsilcimizin sizi aramasını istiyorsanız 1'i sözleşmesiz internet kullanım bedelini kabul ediyorsanız 2'yi tuşlayın. Sözleşmenizi yenilemediğiniz takdirde faturanız yükselerek zamlı gelebilir. İyi günler"* şeklinde bant kaydıyla tüketicinin arandığı, ancak aranan tüketicinin taahhüdü 2020'de sona eriyor olmasına rağmen 25 Ocak 2019 tarihinde sözleşmenin süresinin bittiği şeklinde yanlış bilgi verildiği, bu şekilde tüketicilerin defaatle arandığı, tüketiciler 2'yi tuşladığı halde aranmaya devam edildiği, üstelik gece 2 ila 5 saatleri arasında uygunsuz saatlerde tüketicilerin arandığı, böylece yanlış bilgi verilerek yeni internet sözleşmesi yapılması konusunda sürekli aranmak suretiyle tüketicilerin rahatsız edildiği,

Anılan şahsa ait olduğu tespit edilen 0850 4737760 numaralı telefon hattından, *"TTNET'ten arıyoruz. Adil kota uygulaması kalktı, faturanız düştü ayrıca size ücretsiz modem hediye ediyoruz"* ifadeleriyle tüketicilerin arandığı, anılan şahsın kendini Ttnet müşteri temsilcisi olarak tanıttığı, tüketiciye teyit amaçlı "TC kimlik numaranızın ilk 9 hanesinin bizimle paylaşmanız gerekiyor" denildiği, "hediye modem" ve fatura tutarında indirim vaadiyle tüketicilerin yanıltıldığı,

22.05.2019 tarihinde Ümit ORAK isimli tüketicinin anılan şahsa ait olduğu tespit edilen 0212 824 07 48 numaralı telefon hattından "Türk Telekom intenret kampanya merkezinden arıyoruz" şeklinde arandığı, artık adil kullanım kotasının kalktığı, tüketicinin evdeki internet hizmeti için 8 MB kotasız 96,5 TL fatura ödediği, ancak Millenicom ile devam edilmesi halinde 16 Mb sınırsız 87 TL'ye internet hizmetinden faydalanabileceğinin söylendiği, tüketicinin Türk Telekom internet hizmetlerinden aradığını söyleyip neden farklı bir firma için kampanya yaptığını sorması üzerine müşteri temsilcisinin bulunduğu lokasyon itibariyle 2 hizmet sağlayıcı olduğunu belirttiği, tüketici kendisinin Türk Telekom çalışanı olduğunu söylediğinde ise telefonun yüzüne kapandığı, numarayı geri aradığında "Şu an tüm müşteri temsilcilerimiz diğer müşterilerimize cevap vermektedir." şeklinde bant kaydı çıktığı, aynı şekilde aynı numara hattı üzerinden muhtelif birçok tüketicinin aranarak *"adil kullanım kotası kalktı. Yasal zorunluluk gereği paketini değiştirileceği ttnet ile devam ederseniz 114TL, Millenicom'a geçmeniz halinde 84 TL"* şeklinde yanlış bilgi verildiği, böylece "Ttnet" adını kullanarak ve tüketicilere Millenicom'un daha uygun olduğu belirtilerek Ttnet müşterilerinin taahhütleri bitmediği halde "yasal zorunluluk" adı altında sözleşme yenilemeye zorlandığı, Ttnet firmasının itibarından haksız biçimde yararlanıldığı, Ttnet'in ismiyle anılan şahsın kendi lehine haksız kazanç elde edildiği,

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

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7, 9, 11, 12, 13, 28, 29, 30 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, haksız ticari uygulamada bulunan **Atila AZAK** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **8.546.TL (Sekizbinbeşyüzkırkaltı Türk Lirası) idari para ve anılan ticari uygulamaları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**2)**

**Dosya No: 2019/1663**

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

**Şikayet Edilen Reklam/HTU:** Bayi-müşteri temsilcileri tarafından Sibel DAĞLI isimli tüketiciye yapılan ticari uygulama niteliğindeki haksız aramalar

**Reklam/HTU Yayın Tarihi:** 2019

**Yayınlandığı Mecra:** Telefon

**Tespitler:** Anılan firmadan talep edilen sözleşme örnekleri her ne kadar Bakanlığımıza sunulmuşsa da tüketiciye yönelik yapılan ilk arama kaydı ile diğer ses kayıtlarının tarafımıza gönderilmediği anlaşılmıştır.

**Değerlendirme/Karar:** Konu ile ilgili olarak yapılan görüşme ve değerlendirmeler sonucunda;

Anılan firmanın müşteri temsilcisi tarafından "D-Smart-TTNET ortak kampanyası" olduğu bilgisiyle aranan tüketiciye internetin Türk Telekom tarafından verileceği, D-Smart TV paketinin ise 69TL'lik internet paketi içerisinde hediye olduğunun belirtilmesi üzerine kampanyaya onay veren tüketicinin evine kurulum ekipleri geldiği esnada Türk Telekom'u aradığı ve anılan firma ile ortak bir kampanyasının bulunmadığı bilgisini edindiği ve dolayısıyla kurulumun yapılmadığı ancak sonrasında tüketicinin verdiği onayı iptal etmek istemesi üzerine kendisine haksız yere cayma bedeli ve açma/kapama bedeli yansıtıldığı, böylece tüketicinin güvenini kötüye kullanılmak suretiyle yanıltıldığı,

Diğer taraftan anılan firma tarafından Ttnet/Türk Telekom adının izinsiz kullanılması suretiyle itibarından haksız biçimde yararlanıldığı ve kendi lehine kazanç elde edilmek saiki güdüldüğü,

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

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7, 9, 11, 13, 28, 29 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, haksız ticari uygulamada bulunan **Demirören Tv Digital Platform İşletmeciliği A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **8.546.TL (Sekizbinbeşyüzkırkaltı Türk Lirası) idari para ve anılan ticari uygulamaları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**3)**

**Dosya No: 2019/9807**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** D-smart hiper internet aboneliği hakkında tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Telefon

**Tespitler:** Abone tarafından her ne kadar 16 mbps hız başlattığı ifade edilse de, ses kayıtlarında ve sözleşmede 10 mbps’e kadar hız ifadesinin mevcut olduğu anlaşılmıştır.

**Değerlendirme/Karar:** Anılan firma tarafından yapılan açıklamalar ve sunulan ses kayıtları göz önüne alınarak herhangi bir aldatıcı/yanıltıcı ifadeye yer verilmediği anlaşılmış, dolayısıyla anılan başvurunun reklam mevzuatına ve diğer ilgili mevzuata **aykırılık olmadığına** karar verilmiştir.

**4)**

**Dosya No: 2019/12336**

**Şikayet Edilen: Bireysel ve Kurumsal İletişim Hizmetleri Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Anılan firmaya ait olduğu tespit edilen 0850 532 73 73 numaralı telefon hattından yapılan aramalar ile http://telekom-kampanya.com adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet, telefon

**Tespitler:** 0850 532 73 73 numaralı telefon hattının 20.07.2015 tarihinden beri anılan firmaya ait olduğu ve http://telekom-kampanya.com adresli internet sitesinde izinsiz olarak "Türk Telekom" marka, isim ve logosuna yer verilmek suretiyle evde internet kampanya tanıtımlarının yapıldığı ve site üzerinde 0850 532 73 73 numaralı hat bilgisine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Konu ile ilgili olarak yapılan görüşme ve değerlendirmeler sonucunda;

http://telekom-kampanya.com adresli internet sitesinde "Türk Telekom" marka, isim ve logosuna yer verilmek suretiyle evde internet kampanya tanıtımlarının yapıldığı, böylece söz konusu internet sitesinin TTNET A.Ş. firmasına ait olduğu algısı yaratıldığı ancak şikayete konu firmanın Ttnet-Türk Telekom bayisi olmadığının tespit edildiği, ayrıca internet sitesinde iletişim için verilen 0850 532 73 73 numaralı hat üzerinden tüketicilerin aranarak "Ttnet- D-Smart ortak kampanya" tanıtımı yapıldığı, böylece bu numara üzerinden Ttnet abonelik işlemlerinin yapıldığı algısı yaratıldığı,

Türk Telekom-Ttnet firmasına ait olan itibardan haksız biçimde yararlanıldığı, Ttnet'in ismiyle anılan firma lehine haksız kazanç elde edildiği, bu durumun haksız rekabete neden olduğu, ayrıca Ttnet abonelerine yönelik yapılan bu aramaların haksız ticari uygulama niteliğinde olduğu,

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

Bu nedenle, inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7, 9, 11, 12, 13, 28, 29, 30 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Bireysel ve Kurumsal İletişim Hizmetleri Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **85.480 TL (Seksenbeşbindörtyüzseksen Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**5)**

**Dosya No: 2020/1664**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** Anılan firmatarafından tüketicilere gönderilen "BANANEVAR, HARCAKAZAN ve YÜKLEKAZAN" başlıklı kısa mesajlarda yer alan ifadeler

**Reklam Yayın Tarihi:** 2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Kısa Mesaj

**Tespitler:** VODAFONE gönderici adıyla gönderilen smste; *"Enflasyonla Mücadelede bütçenizin yanındayız, en sevdiğin uygulamaları 1 haftalığına BEDAVA kullanmak ister misin? Cevabın evetse, 5 Kasım itibariyle BANANEVAR yazıp 4455'e gönder, sana en güzelinden bir haftalık pass hediye edelim! İletişim tercihlerini değiştirmek için İPTAL yazıp 5203'e gönderebilirsin. Vodafone Pass dünyasının keşfetmek istersen de:http://vftr.co/bananevar B003"* şeklinde ifadelerin yer aldığı,

Tüketicinin BANANEVAR yazarak 4455'e ücretli sms göndermesi üzerine gelen "HARCAKAZAN" başlıklı kısa mesajda; *"İletişim Passle whatsappta internetin sonu yok! İletişim passi 1 hafta boyunca ücretsiz kullanmak için 50TL harcama yapın, ne kadar mesajlaşırsanız mesajlaşın internetinizden yemesin. Ek paket alarak da harcama yapabilirsiniz. Son gün 20 Aralık! Vodafone Pass dünyasını keşfetmek için http://vftr.co/bananevar B003"* ifadelerine, buna ek olarak "YUKLEKAZAN" başlıklı kısa mesajda; *"Sosyal passle Facebook, Instagram, Twitterde internetin sonu yok! Sosyal Passi 1 hafta boyunca ücretsiz kullanmak için tek seferde en az 35 TL yükleyin, sosyal medya kullanımlarınız internetinizden yemesin. Son gün 20 Aralık! TL yuklemek için* [*http://vftr.co/liratopup BOO3*](http://vftr.co/liratopup%20BOO3)*"* şeklinde ifadelerin yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Konu ile ilgili olarak yapılan görüşme ve değerlendirmeler sonucunda;

Anılan firma tarafından VODAFONE gönderici adıyla *"Enflasyonla Mücadelede bütçenizin yanındayız, en sevdiğin uygulamaları 1 haftalığına BEDAVA kullanmak ister misin? Cevabın evetse, 5 Kasım itibariyle BANANEVAR yazıp 4455'e gönder, sana en güzelinden bir haftalık pass hediye edelim! İletişim tercihlerini değiştirmek için İPTAL yazıp 5203'e gönderebilirsin. Vodafone Pass dünyasının keşfetmek istersen de:http://vftr.co/bananevar B003"* şeklinde kısa mesaj gönderildiği,

Tüketicinin bu kısa mesaj üzerine bedava-hediye vaadiyle BANANEVAR yazarak 4455'e ücretli sms gönderdiği, ancak kendisine gelen "HARCAKAZAN" başlıklı kısa mesajda *"İletişim Passle whatsappta internetin sonu yok! İletişim passi 1 hafta boyunca ücretsiz kullanmak için 50TL harcama yapın, ne kadar mesajlaşırsanız mesajlaşın internetinizden yemesin. Ek paket alarak da harcama yapabilirsiniz. Son gün 20 Aralık! Vodafone Pass dünyasını keşfetmek için http://vftr.co/bananevar B003"* ifadelerine, buna ek olarak "YUKLEKAZAN" başlıklı kısa mesajda; *"Sosyal passle Facebook, Instagram, Twitterde internetin sonu yok! Sosyal Passi 1 hafta boyunca ücretsiz kullanmak için tek seferde en az 35 TL yükleyin, sosyal medya kullanımlarınız internetinizden yemesin. Son gün 20 Aralık! TL yuklemek için http://vftr.co/liratopup BOO3"* ifadelerine yer verilmek suretiyle HARCAMA KOŞULU öne sürüldüğü, dolayısıyla "en sevdiğin uygulamayı bedava kullanmak ister misin? bir haftalık pass hediye edelim" vaatlerinin gerçeği yansıtmadığı, 1 hafta boyunca iletişim pass kullanmak için 50 TL, sosyal pass kullanmak için ise 35 TL harcama koşulu olduğu fakat bu bilgiye ilk mesajda yer verilmediği,

Netice olarak anılan firma tarafından tüketicilere sms hizmeti ile sunulan vaatlerin gerçeği yansıtmadığı ve fiyat konusunda anlam karışıklığına yol açılarak bedava vaadiyle tüketicilerin yanıltıldığı, "Enflasyonla Mücadele" kampanyası altında tüketicilerin daha çok harcama yapmasına teşvik edildiği, bu durumun da kampanyanın amacıyla ters düştüğü, dolayısıyla şirketin asıl iradesinin iyiniyet ilkesiyle çeliştiği,

Bu nedenlerle, inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7, 9, 13, 15, 18 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**ÖRTÜLÜ REKLAM**

**6)**

**Dosya No: 2020/1573**

**Şikayet Edilen: Hürhaber Medya Matbaa Reklam Organizasyon Dağıtım Pazarlama ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Hürhaber Gazetesi’nde yayınlanan *"Silivri’de eğitimde yepyeni bir ses Biz Akademi"* başlıklı yazı.

**Reklam Yayın Tarihi:** 08.07.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Gazete

**Tespitler:** Hürhaber Gazetesi'nin 08.07.2020 tarihli görünümünde yayınlanan "Silivri’de eğitimde yepyeni bir ses Biz Akademi" başlıklı yazı içerisinde; *"Sınavlara hazırlıkta çözüm odaklı çalışma anlayışıyla 33 kişilik kontenjan ve 4 kişilik sınıflarda öğrencilerine kaliteyi sunmayı amaç edinen yepyeni bir Özel Kurs Merkezi; Biz Akademi açılıyor. “Az öğrenci sıkı takip” sloganıyla, modern tasarlanmış, pandemi düşünülerek düzenlenmiş dört kişilik sınıflar ve kütüphane hizmetiyle sınav hazırlığında öğrenciye sıkı bir yol arkadaşlığı sunan Biz Akademi Özel Kurs Merkezi Silivri eğitim camiasında yerini almaya hazırlanıyor. Hürhaber Gazetesi olarak Biz Akademi'yi merkezinde ziyaret ettik, Kurucu Deniz Afacan ve Kurum Müdürü Kübra Ak Başkan ile mini bir söyleşi gerçekleştirdik. “BİZ AKADEMİ'DE AİT OLMA DUYGUSU, YOL ARKADAŞLIĞI, SEVGİ VE DOSTLUK VAR” Renginar SALİ: İsminizi merak ettim, neden Biz Akademi? Deniz AFACAN: Çünkü BİZ' de sevgi var, ait olma duygusu var, yol arkadaşlığı var, aile olma bilinci var, dinamizm var, kalitenin sevgi ve dostlukta yani BİZ olma duygusuyla büyüyeceğine olan inanç var. O yüzden adımız Biz Akademi'dir. “HER İHTİYACI CEVAP VEREN ÇÖZÜM ODAKLI BİR ÖZEL KURS MERKEZİ” Renginar SALİ: Merkezinizin yapısı itibariyle klasik bir kurs merkezi havası yok. Siz burayı ne olarak düşündünüz? Kendinizi nasıl tanımlıyorsunuz? Kübra Ak BAŞKAN: BİZ, kendimizi eğitimde her ihtiyaca cevap verecek çözüm odaklı bir özel kurs merkezi olarak tanımlıyoruz. Öğrencilerimizi sınavlara hazırlamak, onlara çalışma disiplini kazandırmak, başarı ve özgüvenlerine katkı sağlamak başlıca amaçlarımız. “BAŞTA SINAVA HAZIRLANANLAR OLMAK ÜZERE KAPIMIZ HER ÖĞRENCİYE AÇIK” Renginar SALİ: Hedef kitleniz kimlerdir? Sadece sınava hazırlık yapan öğrenciler mi sizi tercih etmeli? Deniz AFACAN: Başta TYT, AYT, YKS, YDS, LGS adayları başta olmak üzere eğitimde kendisini geliştirmek isteyen her öğrenciye kapımız açıktır. Sınavlarla derdi olan her öğrenci bizim öğrencimiz olmaya adaydır. “KONUŞMA AĞIRLIKLI YABANCI BİR EĞİTİM YAKLAŞIMIMIZ OLACAK VE YURT DIŞI PROJELERİMİZ VAR” Renginar SALİ: YDS dediniz, Yabancı Dil öğretiminde ya da Yabancı Dil Sınavlarına Hazırlıkta nasıl planlarınız var? Kübra Ak BAŞKAN: Yabancı Dil öğretiminde en önemli noktalar süreklilik, takip ve bolca konuşma alıştırmaları yapmaktır. Biz Akademi'de kontenjanı sınırlı tuttuğumuz için öğrenciye birebir yoğunlaşmak daha kolay olacak ve onun gelişimi daha yakından takip edilebilecektir. Ayrıca konuşma grupları oluşturarak konuşma ağırlıklı yabancı bir eğitim yaklaşımını da sürdürme eğilimindeyiz. Belki de yurt dışı projeleri bile gerçekleştirebiliriz. Tabii bunda belirleyici olan öğrenci olacaktır. “AMACIMIZ FARKIMIZ” Renginar SALİ: Eğitimde Biz Akademi'yi farklı kılan nedir? Deniz AFACAN: Eğitim kişide davranış değiştirme süreci olarak tanımlanır. Bu tanımın en önemli parçası olan “kişi” ne yazık ki unutulmuş ya da kalabalıklar arasında fark edilemeden kaybolup gitmiştir. İşte bizim amacımız, öğrencilerimiz kalabalıkta yitip gitmesin anlayışıyla kişiye özgü bir yaklaşımı ve çözüm odaklı bir sistemi hayata geçirmektir. Çünkü her öğrenci değerlidir ve her öğrencinin fark edilmeye, keşfedilmeye ihtiyacı vardır. Bu keşfi sağlamak için kontenjanımızı 33 kişiyle sınırlı tutulup sınıflarımızı en fazla dörder kişi olacak şekilde düzenledik. Hayatlarının bu dönüm noktasında öğrencilerimize yol arkadaşlığı yapmayı ve aile sıcaklığını sunmayı amaç edindik. Bu da bizim en büyük farkımız. BİZ AKADEMİ KÜTÜPHANESİ Renginar SALİ: Burada, bu tarz kurumlarda görmeye pek de alışık olmadığımız bir düzen görüyoruz. Her öğrencinin kendine özgü bir çalışma alanı var. Bu kısmı nasıl değerlendirmeyi düşünüyorsunuz? Kübra Ak BAŞKAN: Bu alan, Biz Akademi Kütüphanesi olarak tasarlandı. Bu kütüphanede öğrencinin kendisine rezerve edilmiş çalışma alanı bulunur; öğrencilerimiz, o alanı haftanın her günü kapanış saatine kadar kullanabilirler. BİZ, eğitim sürecini kişinin kendine yaptığı bir yolculuk olarak tanımlıyoruz. Kişi kendini keşfetmeyi bu yolculukta anlar. BİZ AKADEMİ ekibi, öğrencinin bu yolculuğuna rahat ve konforlu bir çalışma alanı sunarak destek verdiği gibi öğrencisinin gelişimini de birebir takibe alır ve onu daima ileri taşımayı hedefler. AZ ÖĞRENCİ SIKI TAKİP Renginar SALİ: Sloganlarınızda gözüme çarptı, “Az öğrenci sıkı takip” derken neyi kastediyorsunuz? Biraz açar mısınız? Deniz AFACAN: Çağımız hız çağıdır. Bu hızın rüzgârına kapılıp sürüklenmemek, zamanı iyi yönetmeye bağlıdır. Çevremiz, zamanı yönetmeyen mutsuz insanlarla doludur. Etrafınızda başarılı hazzını yaşamış insanlara bakın. Onların zamanı elinde tutan, zihnini hedeflerine göre planlamış kişiler olduğunu görürsünüz. Bu noktada Biz Akademi; zaman yönetiminde, motivasyon düzeylerini arttırmada, öğrencilerinin ihtiyaç duyduğu her aşamada onlara yol arkadaşlığı eder. Öğrencilerimiz, uluslararası geçerliliğe sahip eğitim sertifikalarını almış (ICF, CA akreditasyonu) profesyonel eğitim koçlarının rehberliğiyle hedeflerine emin adımlarla yürür. Bizim kurumda dört öğrenciye bir eğitim koçu düşer. Bu da öğrencilerimizi, potansiyellerini ortaya koymalarını daha da kolaylaştırır. BİZ işi tesadüfün eline bırakmayız. Biz Akademi'ye adımını attıktan sonra o öğrenci artık BİZ' e emanettir. SİLİVRİ'DE PANDEMİ DÜŞÜNÜLEREK DÜZENLENMİŞ TEK KURUM Renginar SALİ: Dersliklerinizdeki masa yapısı ve kütüphanenin tasarımı özel bir tasarım mı? Kübra Ak BAŞKAN: Evet özel tasarım. Bunda ilk etken eğitimde bireysel etkileşimli güçlü bir iletişim sağlamak. Bir başka önemli etlense kuruluşunun COVİD-19 salgını zamanına denk gelmesidir. Kurumun, fiziki yapısını oluşturulurken Pandemi koşulları göz önünde bulundurmuş ve her türlü kötü senaryoya karşı planlar geliştirilmiştir. Kütüphane oturma masalarının seçiminden ders işlenecek sınıfların masa düzenine, kütüphaneyi kullanacak öğrenci sayısından dersliklerdeki öğrenci sayısına kadar her türlü detay düşünülmüştür. Ayrıca olası bir eğitim engeline karşı “Uzaktan Eğitim” alt yapısı da şimdiden oluşturuluyor ve gelecek döneme hazır bir vaziyette girmenin çabası gösteriliyor. BİZ; koruma var, korona yok diyoruz. “ÇÜNKÜ BİZ, BİREBİR EĞİTİMİN GERÇEK ADRESİYİZ” Renginar SALİ: Anladığım kadarıyla eğitimde iddialısınız? Deniz AFACAN: Eğitim, bireysel bir süreçtir ve her öğrencinin öğrenme serüveni farklıdır. Kişinin ihtiyaçlarını anlayıp o ihtiyaçlar doğrultusunda çözümler üretmek Biz Akademi'nin kuruluş amaçlarından biridir. Çözüm odaklı bir anlayış içinde olmasının dayanağı tam da bu bakış açısıdır. Bu noktadan hareketle Biz Akademi Silivri'de birebir eğitimin gerçek adresi olmaya aday bir kurumdur. Bu konuda da son derece iddialıdır. Modern tasarlanmış dört kişilik sınıflar, bu düşüncenin en somut halidir. Dikkat neredeyse enerji oradadır. Dikkatiniz BİZ' de olsun."* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Hürhaber Gazetesi'nin 08.07.2020 tarihli görünümünde yayınlanan *"Silivri’de eğitimde yepyeni bir ses Biz Akademi"* başlıklı yazı içerisinde , "Biz Akademi" adlı özel kurs merkezi tarafından sunulan hizmetler hakkında övgü içeren ve tüketicileri yönlendiren ifadeler kullanıldığı; ayrıca, inceleme konusu yazı içerisinde kuruluşa ait fotoğrafa yer verildiği ve bahsi geçen fotoğrafta kuruluşun adresinin bulunduğu; bu nedenle, tüketicilerin aydınlatılma, bilgilenme ihtiyacını karşılama ve haber verme amacının dışına çıkılarak "Biz Akademi" adlı özel kurs merkezinin örtülü reklamının yapıldığı;

Dolayısıyla, söz konusu yazının;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,mecra kuruluşu **Hürhaber Medya Matbaa Reklam Organizasyon Dağıtım Pazarlama ve Tic. Ltd. Şti.** hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **10.476-TL(Onbindörtyüzyetmişaltı TürkLirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**7)**

**Dosya No: 2020/1574**

**Şikayet Edilen: Hürhaber Medya Matbaa Reklam Organizasyon Dağıtım Pazarlama ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Hürhaber Gazetesi’nde yayınlanan *“Odak Okulları'ndan Muhtarlara Ziyaret"* başlıklı yazı.

**Reklam Yayın Tarihi:** 01.07.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Gazete

**Tespitler:** Hürhaber Gazetesi’nin 01.07.2020 tarihli sayısında yayınlanan *"Odak Okulları'ndan Muhtarlara Ziyaret"*başlıklı yazı içerisinde; *“Odak Okulları yetkilileri, Muhtarlar Derneği Başkanı Muharrem Eren'i ziyaret etti. Odak Okulları Kurumsal İletişim Müdürü Ayça Erkmen, İlkokul Müdürü Zehra Mülküt, Ortaokul Eğitim Koordinatörlerinden Eyüp Can Balaban, Muhtarlar Derneği Başkanı Muharrem Eren'i ziyaret etti. Yetkililer ziyaretlerinde Muhtarlar Derneği Başkanı Muharrem Eren'in yanı sıra Akören Mahallesi Muhtarı Hüseyin Ergin, Beyciler Mahallesi Muhtarı Yaşar Köse, Çayırdere Mahallesi Muhtarı Doğan Bilgiç, Danamandıra Mahallesi Muhtarı Cengiz Çelik ile de sohbet etme imkânı buldu. Pandemi sürecinde muhtarların yaşadıkları sorunları ve yaptıkları çalışmaları dinlediler. Okulun bu süreçteki faaliyetlerini ve sonrası için alınan tedbirleri paylaştılar. Hem misafirperverlikleri için hem de özellikle sokağa çıkma kısıtlamaları sürecinde göstermiş oldukları fedakârlıklar için tüm muhtarlara teşekkür ederek iyi çalışmalar dilediler."* ifadelerinin yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Hürhaber Gazetesi’nin 01.07.2020 tarihli sayısında yayınlanan *“Odak Okulları'ndan Muhtarlara Ziyaret"* başlıklı yazı içerisinde “Odak Okulları” adlı eğitim kurumları yetkilileri tarafından Muhtarlar Derneği Başkanı Muharrem Eren’e yapılan ziyaretin konu edildiği; söz konusu yazının bütünü incelendiğinde; formatı ile konu, içerik, sunum, konumlandırma ve boyut açısından uyumlu, abartısız ve orantılı olduğunun görüldüğü; bu haliyle bölge halkını eğitim konusunda aydınlatma, haberdar etme ve bilgilendirme amacı taşıdığı; dolayısıyla, inceleme konusu yazının; Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin ilgili hükümleri ile 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**8)**

**Dosya No: 2020/1575**

**Şikayet Edilen: Hürhaber Medya Matbaa Reklam Organizasyon Dağıtım Pazarlama ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Hürhaber Gazetesi’nde yayınlanan *"Silivri Sınav Anadolu Lisesi'nde Kayıtlar Sürüyor"* başlıklı yazı.

**Reklam Yayın Tarihi:** 30.06.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Gazete

**Tespitler:** “Hürhaber" adlı gazetenin 30.06.2020 tarihli görünümünde yayınlanan "Silivri Sınav Anadolu Lisesi'nde Kayıtlar Sürüyor" başlıklı yazı içerisinde; *“Kanada Çift Diploma imkânı, LGS Başarı Bursu ve fiyatlarında indirim sunan Silivri Sınav Anadolu Lisesi'ne kayıtlar sürüyor. Silivri Sınav Anadolu Lisesi'nde 2020-2021 eğitim-öğretim yılı kayıtları devam ediyor. Salgınla mücadele nedeniyle kurumda gerekli tedbirlerin alındığını paylaşan Okul Müdürü Fatma Şimşek, öğrencilerine sundukları imkânları Hürhaber okurları için paylaştı. LGS BAŞARI BURSU VE KAYIT FİYATLARINDA İNDİRİM 2020 yılı Liseye Geçiş Sınavı (LGS) başarı bursu ve indirimli fiyatlardan yararlanmak isteyenlerin kuruma başvurmaları gerekmekte. KANADA ÇİFT DİPLOMA İMKÂNI Silivri Sınav Anadolu Lisesi, ayrıca çift dil ve çift diploma ile mezuniyet imkânı sunuyor. Dil öğretimini önemseyen, “Dünya bireyleri” yetiştirmeyi ön planda tutan Silivri Sınav Anadolu Lisesi, öğrencilerine Kanada Çift Diploma imkânı veriyor. DERSLİKLER YENİDEN DÜZENLENDİ Silivri Sınav Anadolu Lisesi, salgınla mücadele kapsamında gerekli hijyen çalışmaları düzenli yapıyor ve önemlerini alıyor. Okul Müdürü Fatma Şimşek, gazetemize yaptığı özel açıklamada, kuruma girişte personel ve konukların ateş ölçümünün yapıldığını, okula dezenfektanların yerleştirildiğini, dersliklerin yeniden düzenlenerek sınav mevcudiyetlerinin azaltıldığını paylaştı. Gerekli hijyenik çalışmaların da düzenli olarak yapıldığını sözlerine ekledi. Şimşek, öğrenci ve öğretmenlerinin sağlığı adına gerekli tüm tedbirlerini alarak yeni 2020-2021 eğitim-öğretim yılına hazır olduklarını paylaştı.” şeklinde ifadeler ile “Alibey Mahallesi, Gümüş sok. No:1 (Kolan hastanesi ve Silivri otogar arasında minibüs yolu üzerinde) adresinde hizmet veren kurumu ziyaret edebilir, 0532 591 3858 nolu telefondan iletişime geçebilirsiniz."* şeklinde Silivri Sınav Anadolu Lisesi adlı kuruluşun iletişim bilgilerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** "Hürhaber" adlı Gazetenin 30.06.2020 tarihli görünümünde yayınlanan *"Silivri Sınav Anadolu Lisesi'nde Kayıtlar Sürüyor"* başlıklı yazı içerisinde "Silivri Sınav Anadolu Lisesi" tarafından sunulan hizmetler hakkında övgü içeren ifadeler kullanıldığı; ayrıca, adı geçen kuruluş tarafından sunulan burs ve indirim kampanyasından bahsedildiği ve inceleme konusu yazı içerisinde kuruluşa ait fotoğraf ve iletişim bilgilerine yer verilmek suretiyle tüketicilerin yönlendirildiği; bu nedenle, tüketicilerin aydınlatılma, bilgilendirilme ihtiyacını karşılama ve haber verme amacının dışına çıkılarak "Silivri Sınav Anadolu Lisesi" adlı kuruluşun örtülü reklamının yapıldığı;

Dolayısıyla, söz konusu yazının;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,mecra kuruluşu **Hürhaber Medya Matbaa Reklam Organizasyon Dağıtım Pazarlama ve Tic. Ltd. Şti.** hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **10.476-TL(Onbindörtyüzyetmişaltı TürkLirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**9)**

**Dosya No: 2020/1555**

**Şikayet Edilen: Yay Otomotiv Medya Yayıncılık Sanayi ve Ticaret Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** http://www.blackorwhitedergi.com adresli internet sitesinde yer alan *"PhytoRelief Talks Cemiyetin İlgi Odağı Oldu"* başlıklı yazı

**Reklam Yayın Tarihi:** Mart 2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu, http://www.blackorwhitedergi.com/ adresli internet sitesinde (http://www.blackorwhitedergi.com/phytorelief-talks-cemiyetin-ilgi-odagi-oldu/) adresli sayfada yer alan *"PhytoRelief Talks Cemiyetin İlgi Odağı Oldu"*başlıklı yazıda;

*"Cemiyet hayatının ünlü isimleri, Mert Aslan moderatörlüğünde Prof. Dr. Erdem Yeşilada ile korona virüse karşı korunma yöntemlerinin konuşulduğu PhytoRelief Talks’ta bir araya geldi.*

*AlchemLife’ın fitoterapötik ürünü PhytoRelief ile influenza ve corona virüsüne karşı 360 derece korunma yöntemlerinin anlatıldığı davet başarılı moda editörü Mert Aslan’ın ev sahipliğinde Spago’da gerçekleşti. Cemiyet hayatının ünlü isimlerini bir araya getiren PhytoRelief Talks’ta, Yeditepe Üniversitesi Farmakognozi ve Fitoterapi Ana Bilim Dalı Başkanı Prof. Dr. Erdem Yeşilada virüslerden korunmak için neler yapılması gerektiğini anlattı. AlchemLife Avrupa Genel Başkanı Recai Özbir de fitoterapötik ürünlerle ilgili bilgi verdi.”*

şeklinde ifadelere, habere ait fotoğraflar bölümünde katılımcıların arka planında bulunan stantlarda "Phytorelief" markalı ürün isminin yer aldığı görsellere yer verildiği, tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu yazı ve görseller incelendiğinde, haber verme amacının dışına çıkılarak Alchemlife isimli firmaya ait "Phytorelief" isimli boğaz pastili ürününün ön plana çıkarıldığı, dolayısıyla bahsi geçen "Phytorelief "isimli boğaz pastili ürününün örtülü reklamının yapıldığı, bu nedenle söz konusu yazının örtülü reklam yönüyle;

Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin;

Reklamların ayırt edilmesi başlıklı 6 ncı maddesinin;

*"(1) Biçimi ve yayınlandığı mecra ne olursa olsun bir reklamın, reklam olduğu açıkça anlaşılmalıdır.*

*(3) Reklamlar, editoryal içerikten görsel ve işitsel olarak açık bir şekilde ayırt edilebilir olmalıdır."*

“Örtülü reklam yasağı” başlıklı 22 inci maddesinin; *“(1) Her türlü iletişim aracında sesli, yazılı ve görsel olarak örtülü reklam yapılması yasaktır. (2) Reklamlar, mecra kuruluşlarının editoryal bağımsızlığını etkileyecek şekilde kullanılamaz.”*

“Örtülü reklamların değerlendirilmesi” başlıklı 23 üncü maddesinin; *“(1) Mal veya hizmetlere ilişkin isim, marka, logo veya diğer ayırt edici şekil veya ifadelerle ticaret unvanı veya işletme adları ile bunları temsil eden kurum ve kişiye ilişkin bilgi ve görüntülerin yer aldığı yazı, haber, yayın ve programların örtülü reklam açısından değerlendirilmesinde;*

*a) İsim, marka, logo veya diğer ayırt edici şekil veya ifadelerle ticaret unvanı veya işletme adları ile bunları temsil eden kurum ve kişiye ilişkin bilgi ve görüntülerin, içinde yer aldıkları yazı, haber, yayın veya programların formatı ile konu, içerik, sunum, konumlandırma ve süre açısından uyumlu, abartısız ve orantılı olması,*

*b) Haber verme, yayma ve bilgi alma hakkı çerçevesinde yayınlanan yazı, haber, yayın veya programların; tüketicilerin aydınlanma ve bilgilenme ihtiyacını karşılaması,*

*c) Tüketici tercihlerini bilinçli olarak yönlendirebilecek şekilde mal veya hizmetlere yönelik özel tanıtıcı atıflar yapılarak mal veya hizmetlerin kiralanmasının veya satın alınmasının teşvik edilmemesi, koşulları dikkate alınır.”* hükümlerine ve dolayısıyla,

6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un;

61 inci maddesinin; *“(4) Reklam olduğu açıkça belirtilmeksizin yazı, haber, yayın ve programlarda, mal veya hizmetlere ilişkin isim, marka, logo veya diğer ayırt edici şekil veya ifadelerle ticari unvan veya işletme adlarının reklam yapmak amacıyla yer alması ve tanıtıcı mahiyette sunulması örtülü reklam olarak kabul edilir. Her türlü iletişim aracında sesli, yazılı ve görsel olarak örtülü reklam yapılması yasaktır.”*

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 6/1, 6/3, 22/1, 22/2, 23/1 maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, mecra kuruluşu sıfatıyla **Yay Otomotiv Medya Yayıncılık Sanayi ve Ticaret Limited Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**10)**

**Dosya No: 2020/1556**

**Şikayet Edilen: Ciner Medya TV Hiz. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://htkulup.haberturk.com/ adresli internet sitesinde yer alan *"*Virüs karşıtı söyleşi*"*başlıklı yazı

**Reklam Yayın Tarihi:** 21.03.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu https://htkulup.haberturk.com/ adresli internet sitesinin, (https://htkulup.haberturk.com/davetler/haber/2589713-sosyete-corono-viruse-karsi-bir-arada) 21.03.2020 tarihli görünümünde yer alan *"*Virüs karşıtı söyleşi*"*başlıklı yazıda;

*"Cemiyet hayatının ünlü isimleri, Mert Aslan moderatörlüğünde Prof. Dr. Erdem Yeşilada ile corono virüse karşı korunma yöntemlerinin konuşulduğu PhytoRelief Talks’ta bir araya geldi.*

*AlchemLife’ın fitoterapötik ürünü PhytoRelief ile influenza ve corona virüsüne karşı 360 derece korunma yöntemlerinin anlatıldığı davet başarılı moda editörü Mert Aslan’ın ev sahipliğinde Spago’da gerçekleşti. Cemiyet hayatının ünlü isimlerini bir araya getiren PhytoRelief Talks’ta, Yeditepe Üniversitesi Farmakognozi ve Fitoterapi Ana Bilim Dalı Başkanı Prof. Dr. Erdem Yeşilada virüslerden korunmak için neler yapılması gerektiğini anlattı. AlchemLife Avrupa Genel Başkanı Recai Özbir de fitoterapötik ürünlerle ilgili bilgi verdi.”*

şeklinde ifadelere, habere ait fotoğraflar bölümünde katılımcıların arka planında bulunan stantlarda "Phytorelief" markalı ürün isminin yer aldığı görsellere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu yazı ve görseller incelendiğinde, haber verme amacının dışına çıkılarak Alchemlife isimli firmaya ait "Phytorelief" isimli boğaz pastili ürününün ön plana çıkarıldığı, dolayısıyla bahsi geçen "Phytorelief "isimli boğaz pastili ürününün örtülü reklamının yapıldığı, bu nedenle söz konusu yazının örtülü reklam yönüyle;

Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin;

Reklamların ayırt edilmesi başlıklı 6 ncı maddesinin;

*"(1) Biçimi ve yayınlandığı mecra ne olursa olsun bir reklamın, reklam olduğu açıkça anlaşılmalıdır.*

*(3) Reklamlar, editoryal içerikten görsel ve işitsel olarak açık bir şekilde ayırt edilebilir olmalıdır."*

“Örtülü reklam yasağı” başlıklı 22 inci maddesinin; *“(1) Her türlü iletişim aracında sesli, yazılı ve görsel olarak örtülü reklam yapılması yasaktır. (2) Reklamlar, mecra kuruluşlarının editoryal bağımsızlığını etkileyecek şekilde kullanılamaz.”*

“Örtülü reklamların değerlendirilmesi” başlıklı 23 üncü maddesinin; *“(1) Mal veya hizmetlere ilişkin isim, marka, logo veya diğer ayırt edici şekil veya ifadelerle ticaret unvanı veya işletme adları ile bunları temsil eden kurum ve kişiye ilişkin bilgi ve görüntülerin yer aldığı yazı, haber, yayın ve programların örtülü reklam açısından değerlendirilmesinde;*

*a) İsim, marka, logo veya diğer ayırt edici şekil veya ifadelerle ticaret unvanı veya işletme adları ile bunları temsil eden kurum ve kişiye ilişkin bilgi ve görüntülerin, içinde yer aldıkları yazı, haber, yayın veya programların formatı ile konu, içerik, sunum, konumlandırma ve süre açısından uyumlu, abartısız ve orantılı olması,*

*b) Haber verme, yayma ve bilgi alma hakkı çerçevesinde yayınlanan yazı, haber, yayın veya programların; tüketicilerin aydınlanma ve bilgilenme ihtiyacını karşılaması,*

*c) Tüketici tercihlerini bilinçli olarak yönlendirebilecek şekilde mal veya hizmetlere yönelik özel tanıtıcı atıflar yapılarak mal veya hizmetlerin kiralanmasının veya satın alınmasının teşvik edilmemesi, koşulları dikkate alınır.”* hükümlerine ve dolayısıyla,

6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un;

61 inci maddesinin; *“(4) Reklam olduğu açıkça belirtilmeksizin yazı, haber, yayın ve programlarda, mal veya hizmetlere ilişkin isim, marka, logo veya diğer ayırt edici şekil veya ifadelerle ticari unvan veya işletme adlarının reklam yapmak amacıyla yer alması ve tanıtıcı mahiyette sunulması örtülü reklam olarak kabul edilir. Her türlü iletişim aracında sesli, yazılı ve görsel olarak örtülü reklam yapılması yasaktır.”*

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 6/1, 6/3, 22/1, 22/2, 23/1 maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, mecra kuruluşu sıfatıyla **Ciner Medya TV Hiz. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**11)**

**Dosya No: 2020/1557**

**Şikayet Edilen: Group Medya ve Bilgi Teknolojileri Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** InStyle Dergisinin www.instyle.com.tr adresli internet sayfasında yer alan "*Cemiyet Hayatının Ünlü İsimleri Corona Virüsüne Karşı Bir Arada"* başlıklı yazı

**Reklam Yayın Tarihi:** Mart2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu InStyle Dergisinin www.instyle.com.tr adresli internet sayfasında yer alan "*Cemiyet Hayatının Ünlü İsimleri Corona Virüsüne Karşı Bir Arada"* başlıklı yazıda;

*"Bilimsel fitoterapi alanının öncü isimlerinden AlchemLife’ın fitoterapötik ürünü PhytoRelief ile influenza ve corono virüsüne karşı 360 derece korunma yöntemlerinin anlatıldığı davet başarılı moda editörü Mert Aslan’ın ev sahipliğinde Spago’da gerçekleşti. Cemiyet hayatının ünlü isimlerini bir araya getiren PhytoRelief Talks’ta, Yeditepe Üniversitesi Farmakognozi ve Fitoterapi Ana Bilim Dalı Başkanı Prof. Dr. Erdem Yeşilada virüslerden korunmak için neler yapılması gerektiğini anlattı. AlchemLife Avrupa Genel Başkanı Recai Özbir de fitoterapötik ürünlerle ilgili bilgi verdi.*

*Davete Begüm Kütük, Ceylan Çapa, Şebnem Çapa, Aslı Şen, Edwina Sponza, Mehtap Elaidi, Çiler Geçici, Nihan Peker, Yasemin Öğün, Özlem Avcıoğlu gibi isimler katıldı. Grip tehlikesine karşı çocukları ve sevdikleri için endişelenen ünlüler, Prof. Dr. Erdem Yeşilada’nın tavsiyelerini uygulayacaklarını ve yakınlarına da anlatacaklarını söyledi.*

*Mikropların Boğazınıza İnmesine İzin Vermeyin*

*Misafirlerin yoğun ilgi ile dinlediği Mert Aslan’ın moderatörlüğünde yapılan PhytoRelief Talks’ta Prof. Dr. Erdem Yeşilada, gerek influenza gerekse corona virüsünden korunmada yapılacak en önemli şeyin mikropların boğazımızdan aşağıya inmesini engellemek olduğunu vurguladı.*

*Prof. Dr. Yeşilada, “İster ülkemizde görülen H1N1 adıyla anılan şüpheli virüsler ister corona virüsü olsun tedavide aynı protokoller uygulanıyor. Asıl önemli olan bu virüslerin çoğalmasını, hücrelere enfekte etmesini, bulaşmasını engellemek için koruyucu önlemler almak. Bu virüsler alt solunum yoluna yani akciğere gidince, orada enfekte oluyor, hastalık zatürreye dönüşüyor ve o nedenle ölümcül etki yaratıyor. Bu noktada boğazımız çok önemli. Boğazımızı virüsten korumamız lazım” diye konuştu.*

*Nar Meyvesi Kabuğu, Zerdeçal ve Zencefil ile Güçlü Koruma*

*“Özellikle kalabalık yerlerde mutlaka yanınızda koruyucu şekersiz pastil bulundurun” diyen Prof. Dr. Erdem Yeşilada, nar kabuğu, zerdeçal ve zencefil içeren pastillerin mikropları ağızda hapsederek yok ettiğini anlattı: “Bu pastillerden bir tanesini ağzınıza atacaksınız. O pastilin bulunduğu sürece en az bir saat boyunca bir şey yiyip içmeyeceksiniz. Çünkü bunlar mideye gittiğinde etkisini kaybediyor. Nar meyvesinin kabuğu bu virüse karşı son derece önemli. Bunun yanı sıra içeriğinde zencefil ve zerdeçal bulunan şekersiz pastiller tedavide önemli bir yere sahip. Boğazınızda herhangi olumsuzluk hissettiğinizde günde 6 taneye kadar pastil alabilirsiniz. Çocuklarınız için de kullanabilirsiniz. Hamileler de bu pastille mikroplara karşı koruma sağlayabilir.”*

şeklinde ifadelere yer verildiği, tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu yazı ve görseller incelendiğinde, haber verme amacının dışına çıkılarak tüketicilerin Alchemlife isimli firmaya ait "Phytorelief" isimli boğaz pastili ürününe yönlendirildiği, yazının son bölümünde ürünün içerdiği bileşenlerden bahsedilmek suretiyle virüslere karşı bir koruma sağladığından bahisle ürünün satın alınmasının dolaylı olarak teşvik edildiği, dolayısıyla bahsi geçen "Phytorelief "isimli boğaz pastili ürününün örtülü reklamının yapıldığı, bu nedenle söz konusu yazının örtülü reklam yönüyle;

Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin;

Reklamların ayırt edilmesi başlıklı 6 ncı maddesinin;

*"(1) Biçimi ve yayınlandığı mecra ne olursa olsun bir reklamın, reklam olduğu açıkça anlaşılmalıdır.*

*(3) Reklamlar, editoryal içerikten görsel ve işitsel olarak açık bir şekilde ayırt edilebilir olmalıdır."*

“Örtülü reklam yasağı” başlıklı 22 inci maddesinin; *“(1) Her türlü iletişim aracında sesli, yazılı ve görsel olarak örtülü reklam yapılması yasaktır. (2) Reklamlar, mecra kuruluşlarının editoryal bağımsızlığını etkileyecek şekilde kullanılamaz.”*

“Örtülü reklamların değerlendirilmesi” başlıklı 23 üncü maddesinin; *“(1) Mal veya hizmetlere ilişkin isim, marka, logo veya diğer ayırt edici şekil veya ifadelerle ticaret unvanı veya işletme adları ile bunları temsil eden kurum ve kişiye ilişkin bilgi ve görüntülerin yer aldığı yazı, haber, yayın ve programların örtülü reklam açısından değerlendirilmesinde;*

*a) İsim, marka, logo veya diğer ayırt edici şekil veya ifadelerle ticaret unvanı veya işletme adları ile bunları temsil eden kurum ve kişiye ilişkin bilgi ve görüntülerin, içinde yer aldıkları yazı, haber, yayın veya programların formatı ile konu, içerik, sunum, konumlandırma ve süre açısından uyumlu, abartısız ve orantılı olması,*

*b) Haber verme, yayma ve bilgi alma hakkı çerçevesinde yayınlanan yazı, haber, yayın veya programların; tüketicilerin aydınlanma ve bilgilenme ihtiyacını karşılaması,*

*c) Tüketici tercihlerini bilinçli olarak yönlendirebilecek şekilde mal veya hizmetlere yönelik özel tanıtıcı atıflar yapılarak mal veya hizmetlerin kiralanmasının veya satın alınmasının teşvik edilmemesi, koşulları dikkate alınır.”* hükümlerine ve dolayısıyla,

6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un;

61 inci maddesinin; *“(4) Reklam olduğu açıkça belirtilmeksizin yazı, haber, yayın ve programlarda, mal veya hizmetlere ilişkin isim, marka, logo veya diğer ayırt edici şekil veya ifadelerle ticari unvan veya işletme adlarının reklam yapmak amacıyla yer alması ve tanıtıcı mahiyette sunulması örtülü reklam olarak kabul edilir. Her türlü iletişim aracında sesli, yazılı ve görsel olarak örtülü reklam yapılması yasaktır.”*

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 6/1, 6/3, 22/1, 22/2, 23/1 maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, mecra kuruluşu sıfatıyla **Group Medya ve Bilgi Teknolojileri Ticaret A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**KOZMETİK VE TEMİZLİK ÜRÜNLERİ**

**12)**

**Dosya No: 2020/919**

**Şikayet Edilen: İsmail Hakkı ÖZTÜRK**

**Şikayet Edilen Reklam:** "Samsun ilaçlama-ismail öztürk" başlıklı Facebook hesabında ve kartvizitlerde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 20.08.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet, Kartvizit

**Tespitler:** "Samsun ilaçlama-ismail öztürk" başlıklı Facebook hesabının 20.08.2020 tarihli görünümünde yer alan tanıtımlarda ve kartvizitlerde; *“Samsun İlaçlama ve Dezenfekte”* ifadelerine ve söz konusu Facebook hesabında yer alan tanıtımlarda; *“Ev işyerleri insanların toplu kullanım alanları ile alakalı bütün ortamların ilaçlama ve dezenfekte hizmetinin yapılması. Biyosidal ürün uygulama izni olmayan kişilere dezenfekte veya ilaçlama yaptırmayınız izni olup olmadığını sorunuz. Biyosidal nedir? Bir veya birden fazla aktif madde içeren, kullanıma hazır halde satışa sunulmuş, kimyasal veya biyolojik açıdan herhangi bir zararlı organizma üzerinde kontrol edici etki gösteren veya hareketini kısıtlayan, uzaklaştıran, zararsız kılan, yok eden aktif maddeleri ve müstahzarlarıdır”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Şahsa ait"Samsun ilaçlama-ismail öztürk" başlıklı Facebook hesabında ve kartvizitlerin 20.08.2020 tarihli görünümünde yer alan tanıtımlarda yer alan ifadelerin ispatlandığının anlaşıldığı ve Reklam Mevzuatı hükümlerine aykırı bir unsura rastlanmadığından, anılan reklamların 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**13)**

**Dosya No: 2018/2330**

**Şikayet Edilen: Eeose Laboratuarları Kozmetik ve İlaç Sanayi Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:**www.eeose.com adresli internet sitesinde yer alan “ÉEOSE Forte Kaş ve Kirpik Bakım Serumu” ve “ÉEOSE Saç Dökülmesine Karşı Çift Etkili Dermatolojik Serum” isimli ürünlere ilişkin reklamlar ile “ÉEOSE Forte Kaş ve Kirpik Bakım Serumu” isimli ürüne ilişkin olarak Instagram ve Twitter isimli sosyal paylaşım sitelerinde firmaya ait hesaplarda yer verilen reklamlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 17.03.2018 ve 10.06.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: www.eeose.com adresli internet sitesinde 10.06.2020 tarihinde yer alan “ÉEOSE Forte Kaş ve Kirpik Bakım Serumu” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Hayal ettiğiniz kirpiklere ulaşmanın tek yolu takma kirpikler değil. Kendi gerçek kirpikleriniz ve kaşlarınız için dermokozmetik alanda son 10 yılın buluşları arasında değerlendirilebilecek yeni ÉEOSE Forte Kaş ve Kirpik Serumu’nu kullanın. (…)EOSE Forte Kaş & Kirpik Serumu ve aktif maddelerinin etkinliği ve güvenilirliği Fransa merkezli Dermscan Laboratuvarları'nda klinik çalışma ile test edilmiştir.ÉEOSE FORTE Kaş ve Kirpik Serumu ile 14. günden itibaren sonuç almaya başlanır\*.Ancak tam olarak sonuç alabilmek için 1 kür, yani 6 hafta boyunca kullanılması önerilir.ÉEOSE Forte Kaş & Kirpik Serumu oftalmolojik ve dermotolojik olarak test edilmiştir, güvenle kullanılabilir.\*Fransa Dermscan Laboratuvarları, kullanıcı görüşüne dayalı klinik test sonuçlarına göre kirpik bakımı üzerine etkisi.”* ifadelerinin yer aldığı,

Ayrıca, söz konusu ürüne ilişkin olarak “eeoselabs” isimli Instagram hesabında yer alan 17.03.2018 tarihli paylaşımda *“en iyisiydi, daha iyisi oldu! Kozmetik alandaki buluşuyla “Mükemmellik Ödülü” alan Kaş ve Kirpik Serumu ÉEOSE, şimdi güçlendirilmiş formülü ÉEOSE FORTE ile 2 kat daha başarılı. ÉEOSE FORTE kullanın sadece 14 günde sonuç alın. EEOSE, güçlendirilmiş formulü Yeni EEOSE FORTE Kaş ve Kirpik Serumu ile 2 kat daha güçlü.”* ifadelerine, Eeose Laboratorıes isimli Twitter hesabında yer alan 17.03.2018 tarihli paylaşımda *“Kendi gerçek kaş ve kirpiklerinizi uzatan, gürleştiren ve dolgunlaştıran efsane serum EEOSE”*, 29.06.2019 tarihli paylaşımda *“Daha uzun ve gür kirpikler; daha dolgun, kalın ve biçimli kaşlar için ÉEOSE Forte Kaş ve Kirpik Serumu kullanın.”* ifadelerine ye verildiği,

www.eeose.com adresli internet sitesinde 10.06.2020 tarihinde yer alan “ÉEOSE Saç Dökülmesine Karşı Çift Etkili Dermatolojik Serum” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Saç dökülmesi probleminde, dökülmenin engellenmesi yeterli değildir, sağlıklı saçlar için de uygun ortam sağlanması gerekir. ÉEOSE Laboratuvarları'ndan, devrim niteliğinde bir yenilik: Dünyada ilk kez dökülme karşıtı bir serum ile saç gelişimi için başka bir serum formu bir arada...Saç dökülmesi problemi yaşayan kişilerde, dökülen saçların yerine gittikçe zayıflayan ve cılız tüylere dönüşen saçlar çıkar, dökülme problemi ilerledikçe dökülen saçların yerine yenisi çıkmaz olur. Bu yüzden saç dökülmesinde, dökülmenin engellenmesi yeterli değildir, sağlıklı saçlar için uygun ortam sağlanması gerekir.İşte bu gerçekten yola çıkan ÉEOSE Laboratuvarları, geliştirmiş olduğu ikili serum ile yine devrim niteliğinde bir yeniliğe imza attı: Dünyada ilk kez bir ürün DÖKÜLMESİNE KARŞI bir serum ile SAÇ GÜÇLENDİRİCİ başka bir serum formunu bir arada kullanıcılarının hizmetine sunuyor:SERUM NO.1:DÖKÜLME KARŞITI [GÜNDÜZ]: Sabah kullanılan LiposoPenatraitt Serum, saç dökülmesine karşı formüle edilmiştir. Her sabah 5-6 kez saçınıza püskürterek güne başlayabilirsiniz. SERUM NO.2: SAÇ GÜÇLENDİRİCİ [GECE]: Akşam kullanılan StimuPeptide Serum ise içeriğindeki bioaktivitesi çok yüksek etken maddelerle saçlara yoğun bakım yapıyor. Serum sayesinde saçlarınız güçleniyor. EEOSE Saç Dökülmesine Karşı Çift Etkili Dermatolojik Serum'un etkinliği ve güvenilirliği klinik testlerle kanıtlanmıştır.”* ifadelerine ye verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Kozmetik Mevzuatına tabi bulunan tüm kozmetik ürünlerin, insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve etkileri geçici olan ürünler olması gerektiği; bu bağlamda, “ÉEOSE Forte Kaş ve Kirpik Bakım Serumu” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen *“Kendi gerçek kaş ve kirpiklerinizi uzatan, gürleştiren ve dolgunlaştıran efsane serum”* ve *“Daha uzun ve gür kirpikler; daha dolgun, kalın ve biçimli kaşlar için”* ifadeleri ile “ÉEOSE Saç Dökülmesine Karşı Çift Etkili Dermatolojik Serum” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen *“Saç güçlendirici”* ifadesinin ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği,

Diğer taraftan, ,“ÉEOSE Forte Kaş ve Kirpik Bakım Serumu” isimli ürüne ilişkin olarak www.eeose.com adresli internet sitesinde ve sosyal medya hesaplarında yer verilen; *“Kendi gerçek kirpikleriniz ve kaşlarınız için dermokozmetik alanda son 10 yılın buluşları arasında değerlendirilebilecek yeni ÉEOSE Forte Kaş ve Kirpik Serum”* ve *“En iyisiydi, daha iyisi oldu! Kozmetik alandaki buluşuyla “Mükemmellik Ödülü” alan Kaş ve Kirpik Serumu ÉEOSE, şimdi güçlendirilmiş formülü ÉEOSE FORTE ile 2 kat daha başarılı.* *EEOSE, güçlendirilmiş formulü Yeni EEOSE FORTE Kaş ve Kirpik Serumu ile 2 kat daha güçlü.”* ifadeleri ile “ÉEOSE Saç Dökülmesine Karşı Çift Etkili Dermatolojik Serum” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; *“Dünyada ilk kez dökülme karşıtı bir serum ile saç gelişimi için başka bir serum formu bir arada”* ifadesinin ispatlanmadığı,

Açıklanan gerekçeler 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, 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 **Eeose Laboratuarları Kozmetik ve İlaç Sanayi Limited Şirketi** 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.

**14)**

**Dosya No: 2018/2407**

**Şikayet Edilen: Mehmet Lütfü ŞANLI**

**Şikayet Edilen Reklam:**http://nose-up.resmi-sitesi.com ve http://nosesecret.resmi-sitesi.com adresli internet sitelerinde yer alan Nose Up ve Nose Secret Burun Şekillendirme Aparatı isimli ürünlere ilişkin tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 05-06/06/2018

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** http://nose-up.resmi-sitesi.com adresli internet sitesinde yer alan Nose Up Burun Şekillendirme Aparatı isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Nose Up ile daha güzel ve daha çekici bir buruna sahip olabilirsiniz.”* ve *“Yan etkisi bulunmayan, uzmanların tavsiyesi, %100 orijinal. Garanti veriyoruz çünkü o işe yarıyor.”* ifadelerine,

http://nosesecret.resmi-sitesi.com adresli internet sitesinde yer alan Nose Secret Burun Şekillendirme Aparatı isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Nosesecret anlık bir burun kaldırma aparatı olup takıp çıkartma sırasında burun ucunda estetik bir görünüme destek olmaktadır. Nosesecret özellikle Amerika ve uzak doğuda çok rağbet gören bir üründür. Birçok kişi nose secret anlık burun kaldırma aparatını kullanarak burnunda ki estetik kaygılardan uzak olmuştur. Nose secret kullanırken aşırı makyaja gerek kalmaz. Nose secretkullanımın anlık olarak burun ucunuzu kaldırır estetik bir görünüm sağlar. Nose secret çeşitli boyutları ile size gelir ve o an ne kadar isterseniz o kadar burun ucun da kalkma oluşur. Nose secret anlık burun düzeltme aparatınızın kullanımı son derece kolaydır. Nose secret müşteriler tarafından özellikle yorum yapmaları amaçlı kullanılıp sizler için memnuniyet oranı yüksek bir ürün olarak satışa sunulmuştur. Nose secret ile özel anlarınızda kendinizi çok özel hissedeceksiniz. Nose secret kullanımı son derece basittir. Nose secret markalı patentli tek yetkili firmamız tarafından sizlere sunulmuştur. Orijinal nose secret için Türkiye de tek yetkili satış mecrası olarak hizmetinizdeyiz.”* ve *“Nose secret anlık burun kaldırma aparatınızı sağa sola eğrilik çıkık kemik gibi görünümlerde anlık düzelme için de kullanabilirsiniz. Şu an ülkemizde dahil olmak üzere pek çok yerde instagram fenomeni olan kişiler tarafından nose secret devamlı kullanılmaktadır. Özellikle selfie çekimlerinde nose secret sizin sağ kolunuz olacak. Profil fotolarının vazgeçilmezi nose secreti yorumlar sayfamızdan da okuyabilirsiniz. Gerçek nose secret kullanıcı yorumlarına sitemizden ulaşıp kullanıp sizlerde yorum yapabilirsiniz.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** http://nose-up.resmi-sitesi.com adresli internet sitesinde yer alan Nose Up Burun Şekillendirme Aparatı isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen ; *“Nose Up ile daha güzel ve daha çekici bir buruna sahip olabilirsiniz.”, “Yan etkisi bulunmayan, uzmanların tavsiyesi, %100 orijinal. Garanti veriyoruz çünkü o işe yarıyor.”* ifadeleri ile ürünün kullanımının burunda kalıcı şekillenme sağlayacağı izlenimi uyandırılarak tüketicilerin yanıltıldığı,

Diğer taraftan, http://nose-up.resmi-sitesi.com adresli internet sitesinde yer alan Nose Up Burun Şekillendirme Aparatı isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; *“Yan etkisi bulunmayan, uzmanların tavsiyesi, %100 orijinal. Garanti veriyoruz çünkü o işe yarıyor.”* ifadeleri ve http://nosesecret.resmi-sitesi.com adresli internet sitesinde yer alan Nose Secret Burun Şekillendirme Aparatı isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; *“Nosesecret özellikle Amerika ve uzak doğuda çok rağbet gören bir üründür.* *. Nose secret markalı patentli tek yetkili firmamız tarafından sizlere sunulmuştur. Orijinal nose secret için Türkiye de tek yetkili satış mecrası olarak hizmetinizdeyiz.”* ifadelerinin ispatlanmadığı,

Son olarak, inceleme konusu tanıtımlarda yer alan ve vücuda haricen ve dahilen yerleştirilerek kullanıldığı anlaşılan burun şekillendirme aparatı ürünlerinin, Tıbbi Cihaz Satış, Reklam ve Tanıtım Yönetmeliğinde belirlenen usul ve esaslara uygun olmayan şekilde satış ve tanıtımı yapılarak söz konusu ürünlere yönelik sağlık beyanı içeren ifadelere yer verildiği,

Açıklanan gerekçeler ile söz konusu tanıtımların,

- Tıbbi Cihaz Satış, Reklam ve Tanıtım Yönetmeliğinin 15 inci maddesi,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1 7/2, 7/3, 7/4, 7/5, 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 **Mehmet Lütfü ŞANLI** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **69.086-TL (Altmışdokuzbinseksenaltı Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesinekarar verilmiştir.

**15)**

**Dosya No: 2018/2414**

**Şikayet Edilen: Özgür CEBER**

**Şikayet Edilen Reklam:**www.mucizekrem.ws adresli internet sitesinin 06.06.2018 tarihli görünümünde “Mucize Krem-Uzakdoğu Ağrı Kremi” isimleriyle satışı yapıldığı tespit edilen kozmetik ürüne ilişkin tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 06/06/2018

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.mucizekrem.ws adresli internet sitesinin 06.06.2018 tarihli görünümünde *“Mucize Krem-Uzakdoğu Ağrı Kremi”* isimleriyle satışı yapıldığı tespit edilen kozmetik ürüne ilişkin tanıtımlarda;

*“Bel ağrısı, boyun ağrısı, migren, kireçlenme ağrılarına son. 10 dakikada ağrılara son. Made in Japan.%100 para iade garantisi. Tüm seçkin eczanelerde. T.C. Sağlık Bakanlığı izinlidir. Mucize Krem Nedir ?Mucize krem romatizma, bel fıtığı, diz ağrısı, iskelet sistemi ve kaslarda olan ağrıların giderilmesine yardımcı olur. Doğu tıbbının mucize kremi Doğu Asya’dan ithal farklı formüle sahip sahip yepyeni ağrı kremi olan mucize krem şimdi Türkiye’de. Mucize krem ilaç değildir tamamen doğal ham maddelerden oluşur. Gıda tarım ve hayvancılık bakanlığı kayıtlı mucize krem’i gönül rahatlığı ile hemen kullanmaya başlayabilirsiniz. Bay ve bayan kullanımına uygundur. Klinik laboratuvarlarda test edilen mucize krem gıda tarım ve hayvancılık bakanlığından kayıtlı ağrı kesici krem ürünüdür. Mucize krem internet satış noktaları ile seçkin ezcanelerde kampanyalı tanıtım fiyatı ile sipariş verin ve mutlaka deneyin. Kampanya stoklar ile sınırlı olup ücretsiz kargo ve kapıda ödeme fırsatını kaçırmayın. Mucize Krem Nasıl Kullanılmalıdır?Ağrıyan bölgeye sürdüğünüz ağrı kremi 1 veya 2 saat bekletildikten sonra ılık su ile durulama yapılır. Günlük kullanıma uygundur. Mucize Krem ilaç değildir ağrılarınızı gidermeye yarayan bitkisel takviye üründür kutu içerisinde çıkan kullanım kılavuzuna göre kullanılması tavsiye edilir. Ağrı kremi olan mucize krem içermiş olduğu bitkisel özler ve doğadan gelen bitkilerle iskelet sisteminizi güçlendirir. Paraben, Kimyasal ve boya içermeyen mucize krem klinik laboratuvarlarda doğallığı test edilmiştir. Göz ile temasından kaçınınız, göz ile teması halinde bol su ile yıkayınız. Bay ve bayan kullanımına uygun olup güven ile kullanabilirsiniz.”* şeklinde ifadeler ile Sağlık Bakanlığı logosuna yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Kozmetik Mevzuatına tabi bulunan tüm kozmetik ürünlerin, insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve etkileri geçici olan ürünler olması gerektiği; bu bağlamda, tanıtımı yapılan kozmetik ürünün romatizma, bel fıtığı, diz ağrısı, iskelet sistemi ve kaslarda olan ağrıları gidereceğine yönelik endikasyon belirten ifadeler ile ürün isminde yer verilen ‘ağrı kremi’ ifadesinin, ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği,

Ayrıca söz konusu tanıtımlarda *“T.C. Sağlık Bakanlığı izinlidir”* ifadesi ve Sağlık Bakanlığı logosu kullanılmak suretiyle, söz konusu ürünün tüm etkileri ve sonuçları ile Bakanlık tarafından onaylandığı algısı oluşturularak tüketicilerin yanıltıldığı,

Açıklanan gerekçeler ile söz konusu tanıtımların,

- 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 **Özgür CEBER** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **69.086-TL (Altmışdokuzbinseksenaltı Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesinekarar verilmiştir.

**16)**

**Dosya No: 2018/6134**

**Şikayet Edilen: A.S.Watson Güzellik ve Bakım Ürünleri Ticaret Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:**Başvuru sahibi tüketiciye gönderilen telefon mesajı.

**Reklam Yayın Tarihi:** 08/09/2018

**Yayınlandığı Mecra:** SMS

**Tespitler**: A.S.Watson Güzellik ve Bakım Ürünleri Ticaret Anonim Şirketi tarafından başvuru sahibi tüketiciye 08/09/2018 tarihinde gönderilen telefon mesajında *“Seni özledik. 2159 ile biten WCard’ına yüklediğimiz 10 TL indirim için mağazalarımıza bekliyoruz. Son gün:23 Eylül! Ck: WTS YAZ 3525’e gönder.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiş olup, söz konusu tanıtım mesajına istinaden firmaya ait mağazaya giderek alışveriş yapan tüketiciye vaat edilen indirimin uygulanmadığı, başvuru sahibi tüketicinin üç kez çağrı merkezini arayarak şikayetini iletmiş olmasına rağmen sorunun çözülmediği iddia edilmektedir.

**Değerlendirme/Karar:** Firma tarafından başvuru sahibi tüketiciye 08/09/2018 tarihinde gönderilen telefon mesajında *“Seni özledik. 2159 ile biten WCard’ına yüklediğimiz 10 TL indirim için mağazalarımıza bekliyoruz. Son gün:23 Eylül! Ck: WTS YAZ 3525’e gönder.”* ifadelerine yer verilmesine rağmen, söz konusu tanıtım mesajına istinaden firmaya ait mağazaya giderek alışveriş yapan tüketiciye, sistemsel bir hata nedeniyle indirim tutarının karta yüklenemediği gerekçesiyle vaat edilen indirimin uygulanmadığı, bu nedenle söz konusu telefon mesajının tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı olduğu,

Açıklanan gerekçe ile söz konusu tanıtımların,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **A.S.Watson Güzellik ve Bakım Ürünleri Ticaret Anonim Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**17)**

**Dosya No: 2018/8420**

**Şikayet Edilen: Recep TOKDEMİR**

**Şikayet Edilen Reklam:**www.bocekilaclama.ist adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: www.bocekilaclama.ist adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda; *“%100 Garantili Kesin Sonuç. 7/24 Böcek İlaçlama Hizmeti. İlaçlarımız Sağlık Bakanlığı Onaylıdır.”*, *“Miss İlaçlama Sağlık Bakanlığı Onaylıdır ! Miss İlaçlama Servisi Sağlık Bakanlığı tarafından yetkilendirilmiş olup İstanbul ‘da 7/24 Garantili İlaçlama hizmeti vermektedir.”*, *“Böcek ilaçlama servisi tarafından gerçekleştirilirken ilaçlama uygulaması her zaman kalıcı sonuçlar elde etmenize imkan tanımaktadır. Böcek İlaçlama firması 7 gün 24 saat boyunca ilaçlama hizmeti sağlamaktadır. Her zaman Sağlık Bakanlığı’nın onayından geçen böcek ilaçlarını kullanmayı tercih etmektedir. Garantili ilaçlama hizmeti sunan böcek ilaçlama şirketimiz uzun yıllardan beri güvenilir böcek ilaçlama hizmeti sunmaktadır. Böcek İlaçlama servisi tarafından uygulamaya alınan haşere ilaçlama uygulaması kalıcı sonuçlar elde edilmesi adına ideal bir adrestir.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** www.bocekilaclama.ist adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda; *“%100 Garantili Kesin Sonuç. 7/24 Böcek İlaçlama Hizmeti. İlaçlarımız Sağlık Bakanlığı Onaylıdır.”*, *“Miss İlaçlama Sağlık Bakanlığı Onaylıdır! Miss İlaçlama Servisi Sağlık Bakanlığı tarafından yetkilendirilmiş olup İstanbul ‘da 7/24 Garantili İlaçlama hizmeti vermektedir.”*, *“Böcek ilaçlama servisi tarafından gerçekleştirilirken ilaçlama uygulaması her zaman kalıcı sonuçlar elde etmenize imkan tanımaktadır. Böcek İlaçlama firması 7 gün 24 saat boyunca ilaçlama hizmeti sağlamaktadır. Her zaman Sağlık Bakanlığı’nın onayından geçen böcek ilaçlarını kullanmayı tercih etmektedir. Garantili ilaçlama hizmeti sunan böcek ilaçlama şirketimiz uzun yıllardan beri güvenilir böcek ilaçlama hizmeti sunmaktadır. Böcek İlaçlama servisi tarafından uygulamaya alınan haşere ilaçlama uygulaması kalıcı sonuçlar elde edilmesi adına ideal bir adrestir.”* şeklinde ifadelere yer verildiği,

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

Ayrıca www.bocekilaclama.ist adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda yer verilen; *“İlaçlarımız Sağlık Bakanlığı Onaylıdır…Miss İlaçlama Sağlık Bakanlığı Onaylıdır! Miss İlaçlama Servisi Sağlık Bakanlığı tarafından yetkilendirilmiş olup..”* ifadeleri ile söz konusu ürünün tüm etkileri ve sonuçları ile Bakanlık tarafından onaylandığı algısı oluşturularak tüketicilerin yanıltıldığı,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**18)**

**Dosya No: 2018/8421**

**Şikayet Edilen: Nurcan ÖZKARTAL**

**Şikayet Edilen Reklam:**www.istanbulilaclama.biz adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: www.istanbulilaclama.biz adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda; *“Başınız böcek ve haşereler ile dertte ise doğru adrestesiniz. İstanbul’da bulunan Firmamız; Apartman İlaçlama, Bahçe İlaçlama, Böcek İlaçlama, Ev İlaçlaması…olmak üzere alanında uzman kadrosu ile İstanbul’un tüm ilçelerine hizmetlerimizi sunmaktayız…%100 Garantili ve ekonomik ilaçlama servisi…Sağlık Bakanlığı onaylı insektisitler ve garantili uygulamalarımız için bizleri arayabilirsiniz.”* şeklinde ifadelere ve Sağlık Bakanlığı logosuna yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** www.istanbulilaclama.biz adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda; *“Başınız böcek ve haşereler ile dertte ise doğru adrestesiniz. İstanbul’da bulunan Firmamız; Apartman İlaçlama, Bahçe İlaçlama, Böcek İlaçlama, Ev İlaçlaması…olmak üzere alanında uzman kadrosu ile İstanbul’un tüm ilçelerine hizmetlerimizi sunmaktayız…%100 Garantili ve ekonomik ilaçlama servisi…Sağlık Bakanlığı onaylı insektisitler ve garantili uygulamalarımız için bizleri arayabilirsiniz.”* şeklinde ifadelere ve Sağlık Bakanlığı logosuna yer verildiği,

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

Ayrıca söz konusu tanıtımlarda *“Sağlık Bakanlığı Onaylı…”* ifadeleri ve Sağlık Bakanlığı logosu kullanılmak suretiyle, söz konusu ürünün tüm etkileri ve sonuçları ile Bakanlık tarafından onaylandığı algısı oluşturularak tüketicilerin yanıltıldığı,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**19)**

**Dosya No: 2019/12301**

**Emrah DİK** isimli şahsa ait“Safbor Bor Mineralli Bulaşık Kapsülü” isimli deterjan ürününe ilişkin olarak www.safbor.com adresli internet sitesinin 22.12.2019 tarihli görünümünde yer alan tanıtımlar hakkındaki **2019/12301** no’lu dosya ile ilgili görüşme ve değerlendirmelerin **ertelenmesine** karar verilmiştir.

**20)**

**Dosya No: 2020/1140**

**Şikayet Edilen: Eczacıbaşı Tüketim Ürünleri Sanayi ve Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:***“Selpak Antibakteriyel Islak Mendil”* isimli ürüne ilişkin olarak muhtelif televizyon kanallarında yayınlanan reklam filmi.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler**: *“Selpak Antibakteriyel Islak Mendil”* isimli ürüne ilişkin olarak muhtelif televizyon kanallarında yayınlanan reklam filminde; *“Selpak Antibakteriyel Islak Mendil ile Covid-19 bulaşma riskini azaltın. Gün içinde birçok ortak alana dokunuyoruz. Covid-19 virüsüne karşı etkisi kanıtlanan* *Selpak Antibakteriyel Islak Mendil kullanın, kendinizi ve sevdiklerinizi Covid-19 a karşı koruyun. ”* sesli ifadelerine ve ekranda beliren yazılarda *“Biyositleri güvenli kullanınız. Kullanmadan önce her zaman ürün etiketini ve kullanım talimatlarını okuyunuz. SARS-CoV-2 virüsüne karşı etkinliği, bağımsız test kuruluşu tarafından test edilmiştir.”* ve *“Covid19 virüsüne karşı etkilidir.\* Acıbadem Labcell BSL-3 Laboratuvarı’nda etkinliği kanıtlanmıştır.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** *“Selpak Antibakteriyel Islak Mendil”* isimli ürüne ilişkin olarak muhtelif televizyon kanallarında yayınlanan reklam filminde;

*“Selpak Antibakteriyel Islak Mendil ile Covid-19 bulaşma riskini azaltın. Gün içinde birçok ortak alana dokunuyoruz. Covid-19 virüsüne karşı etkisi kanıtlanan* *Selpak Antibakteriyel Islak Mendil kullanın, kendinizi ve sevdiklerinizi Covid-19 a karşı koruyun. ”* sesli ifadelerine ve ekranda beliren yazılarda *“Biyositleri güvenli kullanınız. Kullanmadan önce her zaman ürün etiketini ve kullanım talimatlarını okuyunuz. SARS-CoV-2 virüsüne karşı etkinliği, bağımsız test kuruluşu tarafından test edilmiştir.”* ve *“Covid19 virüsüne karşı etkilidir.\* Acıbadem Labcell BSL-3 Laboratuvarı’nda etkinliği kanıtlanmıştır.”* ifadelerine yer verildiği,

Ancak, reklamlarda tanıtımı yapılan ürünün Covid-19 virüsüne karşı etkisi kanıtlanmış olsa bile, hasta bireylerin yüzeylere damlacık yolu ile korona virüs bulaştırma riskinin devam ettiği göz önüne alındığında, söz konusu reklam filminde yer alan ve tanıtımı yapılan ürününün kullanımının kişileri Covid-19’dan koruyacağına yönelik ifade ve görüntülerin, tüketiciler nezdinde söz konusu ürünün kullanımı neticesinde tekrar virüs bulaşının olmayacağı izlenimi uyandırdığı, bu durumun tüketicileri yanlış yönlendirici ve kamu sağlığını bozucu olacağı,

Diğer taraftan, sabun, deterjan gibi çeşitli alternatif temizlik ürünlerinin vücut yüzeyinde ve diğer yüzeylerde bulunan Koronavirüsü etkisiz hale getirebileceğinin genel kabul gördüğü, ancak reklam filminde yer alan *“Covid-19 virüsüne karşı etkisi kanıtlanan Selpak Antibakteriyel Islak Mendil kullanın, kendinizi ve sevdiklerinizi Covid-19 a karşı koruyun.”* ifadeleri ile söz konusu ürünün Covid-19 virüsünü öldürmede diğer temizlik ürünlerine karşı üstün olduğu algısı yaratıldığı,

Öte yandan, reklam filminde tanıtımı yapılan ürünün Coronavirüsü öldüreceğine yönelik ifadeler ile ürünün biyosidal etki gösterdiğinin iddia edildiği, bilindiği üzere biyosidal ürünlerin virüs, bakteri, mikrop gibi zararlı organizmaları yok etmek, etkisiz hale getirmek veya uzaklaştırmak amacı ile kullanılan ürünler olduğu, diğer taraftan biyosidal ürünlerin insan sağlığına zararlı olabilecek içeriklerinden dolayı ilgili mevzuatları gereği güvenli kullanımına yönelik etiketleme ve tanıtım yapılması gerektiği, bu bağlamda reklam filminde tanıtımı yapılan ürün, ilgili mevzuatı gereği biyosidal ürün ruhsatı bulunan bir ürün ise; reklam filminde yer alan ifade ve görüntüler ile söz konusu ürünün özel olarak Coronavirüsü yok etmeye yönelik bir ürün olduğu algısı yaratılmasının tüketiciler nezdinde yanıltıcı olacağı ve söz konusu ürünün hastalıktan korunma amaçlı aşırı kullanımına yol açacağı,

Son olarak, biyosidal ürünlere ilişkin mevzuat kapsamında insan hijyenine yönelik biyosidal ürünler için test organizmaları arasında Coronavirüs suşunun yer almadığı, bu nedenle tüketicide yanlış algı oluşturacak söz konusu iddiaların kullanımının Biyosidal Ürünler Yönetmeliği’nin “Etiketleme” başlıklı 36 ıncı maddesi doğrultusunda uygun olmadığı,

Açıklanan nedenlerle söz konusu tanıtımların,

- Biyosidal Ürünler Yönetmeliğinin 5 inci, 36 ncı ve 38 inci maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**21)**

**Dosya No: 2020/1141**

**Şikayet Edilen: Evyap Sabun Yağ Gliserin Sanayi ve Ticaret Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:***“Activex Antibakteriyel Islak Mendil”* isimli ürüne ilişkin olarak yayınlanan reklam filmi.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler**: *“Activex Antibakteriyel Islak Mendil”* isimli ürüne ilişkin olarak muhtelif televizyon kanallarında yayınlanan reklam filminde;*“Güvendiğiniz Activex koruması ile Koronavirüs riskine karşı önlem alın. Koronavirüs üzerinde etkisi kanıtlanan Activex Islak Mendil ile ailenizin ve sevdiklerinizin sağlığını koruyun. Türkiye’nin en güvenilen antibakteriyel markası Activex. Üstün hijyen, tam koruma. ”* sesli ifadelerine ve ekranda beliren yazılarda *“Güvendiğiniz Activex korumasıyla Koronavirüs\* riskine karşı önlem alın. Koronavirüs\*: SARS-CoV-2 virüsüne karşı etkinliği, bağımsız test kuruluşu tarafından kanıtlanmıştır.* *Biyositleri güvenli kullanınız. Kullanmadan önce her zaman ürün etiketini ve kullanım talimatlarını okuyunuz. En güvenilen\* Bağımsız araştırma şirketi Bolt İnsight’ın Temmuz 2020’de gerçekleştirdiği araştırmaya göre Activex, en güvenilen antibakteriyel kişisel temizlik markasıdır.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** *“Activex Antibakteriyel Islak Mendil”* isimli ürüne ilişkin olarak muhtelif televizyon kanallarında yayınlanan reklam filminde;

*“Güvendiğiniz Activex koruması ile Koronavirüs riskine karşı önlem alın. Koronavirüs üzerinde etkisi kanıtlanan Activex Islak Mendil ile ailenizin ve sevdiklerinizin sağlığını koruyun. Türkiye’nin en güvenilen antibakteriyel markası Activex. Üstün hijyen, tam koruma. ”* sesli ifadelerine ve ekranda beliren yazılarda *“Güvendiğiniz Activex korumasıyla Koronavirüs\* riskine karşı önlem alın. Koronavirüs\*: SARS-CoV-2 virüsüne karşı etkinliği, bağımsız test kuruluşu tarafından kanıtlanmıştır.* *Biyositleri güvenli kullanınız. Kullanmadan önce her zaman ürün etiketini ve kullanım talimatlarını okuyunuz. En güvenilen\* Bağımsız araştırma şirketi Bolt İnsight’ın Temmuz 2020’de gerçekleştirdiği araştırmaya göre Activex, en güvenilen antibakteriyel kişisel temizlik markasıdır.”* ifadelerine yer verildiği,

Sabun, deterjan gibi çeşitli alternatif temizlik ürünlerinin vücut yüzeyinde ve diğer yüzeylerde bulunan Koronavirüsü etkisiz hale getirebileceğinin genel kabul gördüğü, ancak reklam filminde yer alan *“Güvendiğiniz Activex koruması ile Koronavirüs riskine karşı önlem alın. Koronavirüs üzerinde etkisi kanıtlanan Activex Islak Mendil ile ailenizin ve sevdiklerinizin sağlığını koruyun.”* ifadeleri ile söz konusu ürünün Koronavirüsü öldürmede diğer temizlik ürünlerine karşı üstün olduğu algısı yaratıldığı,

Öte yandan, reklam filminde tanıtımı yapılan ürünün Coronavirüsü öldüreceğine yönelik ifadeler ile ürünün biyosidal etki gösterdiğinin iddia edildiği, bilindiği üzere biyosidal ürünlerin virüs, bakteri, mikrop gibi zararlı organizmaları yok etmek, etkisiz hale getirmek veya uzaklaştırmak amacı ile kullanılan ürünler olduğu, diğer taraftan biyosidal ürünlerin insan sağlığına zararlı olabilecek içeriklerinden dolayı ilgili mevzuatları gereği güvenli kullanımına yönelik etiketleme ve tanıtım yapılması gerektiği, bu bağlamda reklam filminde tanıtımı yapılan ürün, ilgili mevzuatı gereği biyosidal ürün ruhsatı bulunan bir ürün ise; reklam filminde yer alan ifade ve görüntüler ile söz konusu ürünün özel olarak Coronavirüsü yok etmeye yönelik bir ürün olduğu algısı yaratılmasının tüketiciler nezdinde yanıltıcı olacağı ve söz konusu ürünün hastalıktan korunma amaçlı aşırı kullanımına yol açacağı,

Son olarak, biyosidal ürünlere ilişkin mevzuat kapsamında insan hijyenine yönelik biyosidal ürünler için test organizmaları arasında Coronavirüs suşunun yer almadığı, bu nedenle tüketicide yanlış algı oluşturacak söz konusu iddiaların kullanımının Biyosidal Ürünler Yönetmeliği’nin “Etiketleme” başlıklı 36 ıncı maddesi doğrultusunda uygun olmadığı,

Açıklanan nedenlerle söz konusu tanıtımların,

- Biyosidal Ürünler Yönetmeliğinin 5 inci, 36 ncı ve 38 inci maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**22)**

**Dosya No: 2020/1215**

**Procter&Gamble Tüketim Malları Sanayi A.Ş.** unvanlı firmaya ait“İpana 3D White Luxe” markalı diş macununa ilişkin olarak yayınlanan reklam filmi ile Instagram isimli sosyal paylaşım sitesinde Firmaya ait sosyal medya hesabında yer alan tanıtımlar hakkındaki **2020/1215** no’lu dosya ile ilgili görüşme ve değerlendirmelerin **ertelenmesine** karar verilmiştir.

**23)**

**Dosya No: 2020/1332**

**Şikayet Edilen: Koruma Temizlik A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:**“Miss Arap Sabunu” isimli deterjan ürününe ilişkin olarak 14-23 Mayıs 2020 tarihleri arasında muhtelif televizyon kanallarında yayınlanan reklam filmi.

**Reklam Yayın Tarihi:** 14-23/05/2020

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler**: “Miss Arap Sabunu” isimli deterjan ürününe ilişkin olarak *“Yeni nesil anneleriz biz, doğal ev temizliği isteriz. Çocuklar evde her bir şeye rahatça dokunsun isteriz. Yeni bir arap sabunu, zeytinyağı özlü isteriz. Arap sabunu Miss, evin her yeri tertemiz.”* sesli ifadeleri ile ekranda *“Dermatolojik olarak test edilmiştir. %100 Doğal. Vegan. Paraben ve SLS içermez.”* yazılı ifadelerinin yer aldığı reklam filminde; animasyon bebek görselinin masaya ve küvete dökülen sütü yaladığı, yerde buluğu ve zeminle temas eden nesneleri ağzına götürdüğü ve yere elleriyle temas ettiği ve reklamda rol alan anne karakterinin bu davranışlara *“Rahat ol anne”* diyerek cevap verdiği görüntülere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** “Miss Arap Sabunu” isimli deterjan ürününe ilişkin olarak *“Yeni nesil anneleriz biz, doğal ev temizliği isteriz. Çocuklar evde her bir şeye rahatça dokunsun isteriz. Yeni bir arap sabunu, zeytinyağı özlü isteriz. Arap sabunu Miss, evin her yeri tertemiz.”* sesli ifadeleri ile ekranda *“Dermatolojik olarak test edilmiştir. %100 Doğal. Vegan. Paraben ve SLS içermez.”* yazılı ifadelerinin yer aldığı reklam filminde; animasyon bebek görselinin masaya ve küvete dökülen sütü yaladığı, yerde buluğu ve zeminle temas eden nesneleri ağzına götürdüğü ve yere elleriyle temas ettiği görüntüler ve reklamda rol alan anne karakterinin bu davranışlara *“Rahat ol anne”* diyerek cevap verdiğinin görüldüğü görüntüler ile muhtelif kimyasallar içeren deterjan ürünü ile temizlenmiş yüzeylere bebekler tarafından ağız ve el ile temas edilmesinin bebek sağlığı açısından herhangi bir zararı olmayacağı yönünde mesaj verilmesinin kamu sağlığını bozucu, çocukların fiziki gelişimini olumsuz etkileyici ve onlar için güvenlik açısından tehlike oluşturabilecek nitelikte, dolayısıyla tüketicileri yanıltıcı olduğu,

Açıklanan gerekçe ile söz konusu tanıtımların,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/1-b, 5/1-ı, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 24 üncü ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**24)**

**Dosya No: 2020/1475**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Domestos Etkili Omo Toz Deterjan”* isimli deterjan ürününe ilişkin reklam filmi ile https://www.omo.com/tr adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon - İnternet

**Tespitler**: “Domestos Etkili Omo Toz Deterjan” isimli deterjan ürününe ilişkin reklam filminde; *“Omo’nun yeni gücü Domestos etkili toz deterjan. Kusursuz leke çıkarma gücüyle en zorlu lekeleri bile ilk yıkamada çıkarır. Çamaşırlarda derinlemesine hijyen için yeni Domestos Etkili Omo Toz Deterjan.”* ifadelerine ve https://www.omo.com/tr adresli internet sitesinde *“Omo Domestos Etkili Toz Deterjan, çamaşırlarınızda kusursuz hijyen sağlar. Aynı zamanda özel geliştirilmiş olan formülü sayesinde çamaşırlardan zorlu lekeleri çıkarmak için etkin temizlik çözümleri sunar Beyaz ve açık renkli tüm çamaşırların oldukça hassas bir şekilde temizlenmesini sağlar.”* ifadesine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** “Domestos Etkili Omo Toz Deterjan” isimli deterjan ürününe ilişkin reklam filminde; *“Omo’nun yeni gücü Domestos etkili toz deterjan. Kusursuz leke çıkarma gücüyle en zorlu lekeleri bile ilk yıkamada çıkarır. Çamaşırlarda derinlemesine hijyen için yeni Domestos Etkili Omo Toz Deterjan.”* ifadelerine ve https://www.omo.com/tr adresli internet sitesinde *“Omo Domestos Etkili Toz Deterjan, çamaşırlarınızda kusursuz hijyen sağlar. Aynı zamanda özel geliştirilmiş olan formülü sayesinde çamaşırlardan zorlu lekeleri çıkarmak için etkin temizlik çözümleri sunar Beyaz ve açık renkli tüm çamaşırların oldukça hassas bir şekilde temizlenmesini sağlar.”* ifadesine yer verildiği,

Ancak, söz konusu tanıtımlarda bahsi geçen Domestos markasının, sodyum hipoklorit (klor) içeren ve bakteri/mikrop/virüslere karşı biyosidal etki gösteren ürünleri ile tüketiciler nezdinde bilinirliğinin yüksek olduğu, buna karşılık tanıtımı yapılan ürün içeriğinde klor bulunmaması ve ürünün biyosidal özelliği olmamasına rağmen, inceleme konusu reklamlarda yer verilen *“Derinlemesine hijyen/Kusursuz hijyen”* ifadeleri ile ürünün “Domestos Etkili” ismine vurgu yapılmasının, ortalama tüketici nezdinde ürünün klorlu çamaşır suyu ilave edilmiş biyosidal etkili bir ürün olduğu algısı yaratacağı, bu bağlamda söz konusu ürünün ilave edilen ağartıcı etken hammadde ile leke çıkarma performansının artırıldığı hususu ve reklamda yer verilen leke çıkarma iddiası ispatlanmış olmakla birlikte, reklamlarda yer verilen *“…derinlemesine hijyen için yeni Domestos Etkili Omo Toz Deterjan.” ve “Omo Domestos Etkili Toz Deterjan, çamaşırlarınızda kusursuz hijyen sağlar.”* ifadeleri ile ürünün leke çıkarma özelliğinin güçlendirilmesinin yanı sıra ürün içeriğine bakteri/virüs/mikrop öldürmeye yönelik biyosidal etki özelliği eklendiği intibaı yaratılarak tüketicilerin yanıltıldığı,

Açıklanan gerekçe ile söz konusu tanıtımların,

- Biyosidal Ürünler Yönetmeliğinin 5 inci ve 38 inci maddeleri,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5 inci, 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 **Unilever Sanayi ve Ticaret Türk A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**25)**

**Dosya No: 2020/1662**

**Şikayet Edilen: Aksan Kozmetik Sanayi ve Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:***“DeepFresh Antiviral Mendil”* isimli ürüne ilişkin olarak muhtelif televizyon kanallarında yayınlanan reklam filmi ile alt bant reklamı.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler**: “DeepFresh Antiviral Mendil” isimli ürüne ilişkin olarak muhtelif televizyon kanallarında yayınlanan reklam filminde; *“…Hayatı yaşamak istiyorsan dokunmadan olmaz. İşte yeni DeepFresh Antiviral Islak Mendil tam da bunun için. %75 alkol oranı ile ellerinizdeki ve dokunduğunuz yüzeylerdeki Coronavirüs dahil virüsleri %99,9 oranında yok eder. ” ve alt bant reklamında “DeepFresh’ten yeni anti viral mendil. Coronavirüs dahil virüsleri yok eder.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** *“DeepFresh Antiviral Mendil”* isimli ürüne ilişkin olarak muhtelif televizyon kanallarında yayınlanan reklam filminde; *“…Hayatı yaşamak istiyorsan dokunmadan olmaz. İşte yeni DeepFresh Antiviral Islak Mendil tam da bunun için. %75 alkol oranı ile ellerinizdeki ve dokunduğunuz yüzeylerdeki Coronavirüs dahil virüsleri %99,9 oranında yok eder. ”* ve alt bant reklamında *“DeepFresh’ten yeni anti viral mendil. Coronavirüs dahil virüsleri yok eder.”* ifadelerine yer verildiği,

Ancak, reklamlarda tanıtımı yapılan ürünün Coronavirüse karşı etkisi kanılanmış olsa bile, söz konusu ürün 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 ürününün yüzeylerde kullanımının Coronavirüsü yok edeceğine yönelik ifade ve görüntülerin, tüketiciler nezdinde söz konusu ürünün kullanıldığı yüzeylerde tekrar virüs bulaşının olmayacağı izlenimi uyandırdığı, bu durumun tüketicileri yanlış yönlendirici ve kamu sağlığını bozucu olacağı,

Diğer taraftan, sabun, deterjan gibi çeşitli alternatif temizlik ürünlerinin vücut yüzeyinde ve diğer yüzeylerde bulunan Koronavirüsü etkisiz hale getirebileceğinin genel kabul gördüğü, ancak reklam filminde yer alan *“İşte yeni DeepFresh Antiviral Islak Mendil tam da bunun için. %75 alkol oranı ile ellerinizdeki ve dokunduğunuz yüzeylerdeki coronavirüs dahil virüsleri %99,9 oranında yok eder..”* ifadeleri ile söz konusu ürünün ellerde ve yüzeylerde yer alan Coronavirüsü öldürmede diğer temizlik ürünlerine karşı üstün olduğu algısı yaratıldığı,

Öte yandan, reklam filminde tanıtımı yapılan ürünün Coronavirüsü öldüreceğine yönelik ifadeler ile ürünün biyosidal etki gösterdiğinin iddia edildiği, bilindiği üzere biyosidal ürünlerin virüs, bakteri, mikrop gibi zararlı organizmaları yok etmek, etkisiz hale getirmek veya uzaklaştırmak amacı ile kullanılan ürünler olduğu, diğer taraftan biyosidal ürünlerin insan sağlığına zararlı olabilecek içeriklerinden dolayı ilgili mevzuatları gereği güvenli kullanımına yönelik etiketleme ve tanıtım yapılması gerektiği, bu bağlamda reklam filminde tanıtımı yapılan ürün, ilgili mevzuatı gereği biyosidal ürün ruhsatı bulunan bir ürün ise; reklam filminde yer alan ifade ve görüntüler ile söz konusu ürünün özel olarak Coronavirüsü yok etmeye yönelik bir ürün olduğu algısı yaratılmasının tüketiciler nezdinde yanıltıcı olacağı ve söz konusu ürünün hastalıktan korunma amaçlı aşırı kullanımına yol açacağı,

Son olarak, biyosidal ürünlere ilişkin mevzuat kapsamında insan hijyenine yönelik biyosidal ürünler için test organizmaları arasında Coronavirüs suşunun yer almadığı, bu nedenle tüketicide yanlış algı oluşturacak söz konusu iddiaların kullanımının Biyosidal Ürünler Yönetmeliği’nin “Etiketleme” başlıklı 36 ıncı maddesi doğrultusunda uygun olmadığı,

Açıklanan nedenlerle söz konusu tanıtımların,

- Biyosidal Ürünler Yönetmeliğinin 5 inci, 36 ncı ve 38 inci maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**26)**

**Dosya No: 2020/1663**

**Şikayet Edilen: Aykut DEREBEYİ**

**Şikayet Edilen Reklam:**www.n11.com, www.hepsiburada.com ve www.gittigidiyor.com adresli internet sitelerinde yer alan *“ankagroup”* isimli satıcı hesabı tarafından satışı yapılan *“Glint”* markalı deterjan ürünlerine ilişkin tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: www.n11.com adresli internet sitesinde yer alan reklam veren şahsa ait olduğu tespit edilen *“ankagroup”* isimli satıcı hesabı tarafından satışı yapılan “Glint”markalı deterjan ürünlerine ilişkin tanıtımlarda, “Glint Bitkisel Temizleyici Yüzey Dezenfektan Leke Çıkarıcı” ürün isminde *“Dezenfektan”* ifadesine ve söz konusu ürünlere ilişkin olarak *“Glint özellikleri: Dezenfekte etmesi…”* ifadesine;www.hepsiburada.com adresli internet sitesinde satışı yapılan “Glint Bitkisel Temizleyici Çözücü&Leke Çıkarıcı 1 Litre” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“…dezenfektan özelliği vardır.”* ifadesine ve www.gittigidiyor.com adresli internet sitesinde satışı yapılan “Glint Bitkisel Temizleyici 4 Adet 1 Litre Genel Temizleyici Yüzey Dezenfektanı” ürün isminde *“Dezenfektan”* ifadesine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** www.n11.com adresli internet sitesinde yer alan *“ankagroup”* isimli satıcı hesabı tarafından satışı yapılan “Glint”markalı deterjan ürünlerine ilişkin tanıtımlarda, “Glint Bitkisel Temizleyici Yüzey Dezenfektan Leke Çıkarıcı” ürün isminde *“Dezenfektan”* ifadesine ve söz konusu ürünlere ilişkin olarak *“Glint özellikleri: Dezenfekte etmesi…”* ifadesine;www.hepsiburada.com adresli internet sitesinde satışı yapılan “Glint Bitkisel Temizleyici Çözücü&Leke Çıkarıcı 1 Litre” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“…dezenfektan özelliği vardır.”* ifadesine ve www.gittigidiyor.com adresli internet sitesinde satışı yapılan “Glint Bitkisel Temizleyici 4 Adet 1 Litre Genel Temizleyici Yüzey Dezenfektanı” ürün isminde *“Dezenfektan”* ifadesine yer verildiğinin tespit edildiği, Türk Dil Kurumu tarafından yayınlanan Güncel Türkçe Sözlüğe göre ‘Dezenfektan’ sözcüğünün ‘mikrop kırma özelliği olan’; ‘dezenfekte etmek’ fiilinin de ‘mikroplardan temizlemek, mikropsuzlaştırmak’ anlamının olduğu, bu bağlamda tanıtımı yapılan ürünün mikroplara karşı etkili olduğu yönünde ‘biyosidal etki’ gösterdiğinin iddia edilebilmesi için gerekli biyosidal ürün ruhsatının bulunmadığı*,*

Diğer taraftan, söz konusu tanıtımlarda yer verilen ürünün *“Su ile karışabilen, petrol bazlı solventlerin yerine geçecek yanmaz, uçucu olmayan biyolojik, çok güçlü bir çözücüdür. Uygulandığı alanda kir ve yağın yapısını bozarak su ile çözünmesini sağlar. Tamamen doğal hammaddelerden formüle edilmiştir. Asit, kostik, fenol, fosfat, solvent vs. içermez. Böyle doğal olmasına rağmen inanılmaz yağ, kir çözme ve koku giderme özelliğine sahiptir. Yüksek veya çok düşük pH derecesine sahip olmadığı için arıtma sistemlerinde ekstradan maliyet getirmez. Herhangi bir atık bertaraf prosedürüne gerek kalmaz Geniş bir kullanım alanına sahip bir üründür. Birçok temizlik ürününün üstesinden gelemediği, kirleri tek başına çözebilen bir etkiye haizdir.”* ifadelerinin ispatlanmadığı,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Biyosidal Ürünler Yönetmeliğinin 5 ve 38 inci maddeleri,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/1-b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5, 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 **Aykut DEREBEYİ** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**27)**

**Dosya No: 2020/344**

**Şikayet Edilen: Vitakap Sağlık ve Gıda Ürünleri San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Waterwipes Islak Mendil” isimli ürüne ilişkin olarak ürün ambalajında ve www.ailemicinsaglik.com adresli internet sitesinde yer alan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 07.02.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.ailemicinsaglık.com adresli internet sitesinin 07.02.2020 tarihli görünümünde; “*WaterWipes Doğal Islak Mendil”* ifadesine, 15.11.2020 tarihli görünümünde; *“Pamuktan & sudan daha saf”* ve *“%0 yapay koku ve renkler içermez”* ifadelerine,

Ürün ambalajlarında *“The World’s Purest Baby Wipes”* ifadesine ve “*Chemical Free” “When our daughter was born, she developed bad nappy rash on her sensitive skin. I wanted to find out why. When I looked at the wipes we were using, I was shocked to learn how many chemicals we were putting on her delicate skin. There had to be a better option, so I set about creating a safe and pure alternative. Years later, after a lot of testing and scientific research, the perfect baby wipes, WaterWipes, were born. Pure, gentle and safe for the most delicate skin, yet as convenient as a regular baby wipe”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Ürün ambalajlarında yer alan *“The World’s Purest Baby Wipes”* ifadesi, www.ailemicinsaglık.com adresli internet sitesinin 07.02.2020 tarihli görünümünde yer alan “*WaterWipes Doğal Islak Mendil”* ifadesi ve bahsi geçen internet sitesinin 15.11.2020 tarihli görünümünde yer alan “Pamuktan & sudan daha saf” ve “%0 yapay koku ve renkler içermez” ifadeleri ile ürünün tamamen doğal/doğada bulunan saf içeriğe sahip olduğu algısı yaratılarak tüketicilerin yanıltıldığı,

Bununla birlikte ürün ambalajlarında yer alan; “*Chemical Free” “When our daughter was born, she developed bad nappy rash on her sensitive skin. I wanted to find out why. When I looked at the wipes we were using, I was shocked to learn how many chemicals we were putting on her delicate skin. There had to be a better option, so I set about creating a safe and pure alternative. Years later, after a lot of testing and scientific research, the perfect baby wipes, WaterWipes, were born. Pure, gentle and safe for the most delicate skin, yet as convenient as a regular baby wipe”* ifadelerine yer verilerek tüketiciler nezdinde benzer nitelikteki diğer ıslak mendillerin içerdiği kimyasallar nedeniyle bebeklerin cildine zarar verdiği/pişik yaptığı; söz konusu ürün ise hiçbir kimyasal içermediği, “saf, nazik ve en hassas ciltlere uygun” olduğu için diğer ürünlerden üstün olduğu algısı yaratılarak rakip firmaların kötülendiği,

Dolayısıyla söz konusu tanıtımların,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7, 8, 10 ve 32 nci maddeleri

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Vitakap Sağlık ve Gıda Ürünleri San. ve Tic. 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.

**28)**

**Dosya No: 2020/1489**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** www.bepanthol.com.tr ile www.bepantholsensiderm.com adresli internet sitelerinde yer alan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 28.09.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet, Ambalaj

**Tespitler:** www.bepanthol.com.tr ile www.bepantholsensiderm.com adresli internet sitelerinin 28.09.2020 tarihli görünümünde

Bepanthol Intensive Vücut Losyonu: *“Bepanthol Intensive Vücut Losyonu, sahip olduğu bariyeri koruyarak, cildin esnek ve nemli tutulmasına yardımcı olur. İçeriğindeki Provitamin B5 ile kuru cildi derinlemesine nemlendirir. Bepanthol Intensive Vücut Losyonu, ferahlatıcı etkisinin yanı sıra cildinizin ihtiyaçlarını da karşılar. Losyonun içeriğindeki provitamin B5 (dekspantenol), cildinizi derinlemesine nemlendirir ve cildinizin sahip olduğu bariyeri koruyarak, esnek ve nemli tutulmasına yardımcı olur.”*

*Bepanthol Cilt Bakım Kremi: Paraben, parfüm ve renklendirici içermez*

*Bepanthol Onarıcı Bakım Merhemi* ürün isminde yer alan *onarıcı* ifadesinin ve *Koruyucu paraben, parfüm ve renklendirici içermez.*

*Bepanthol Dudak Bakım Kremi: Parfüm ve paraben içermez.*

Bepanthol Sensiderm isimli ürünün ambalajında yer alan: *“Kaşıntı Giderici Krem. Tahriş olmuş ciltte görülen kızarıklık ve kaşıntıyı giderir, cildi rahatlatır. Klinik olarak test edilmiştir.”* ifadesinin,

Söz konusu internet sitelerinde yer alan *Egzamanızı rahatlatın. İçeriğindeki özel lamellar lipidlerle zarar görmüş cilt bariyerinizi inceltmeden onarır.*

*Bepanthol Sensiderm Kortizon içermez.* *Egzamaya bağlı lezyon bulunan bölgede kullanılabilir. Cilt bariyerini inceltmeden onarır. Egzamanın neden olduğu kaşıntıyı 30 dakikada rahatlatır. Yoğun lamellar lipid içerir. Klinik olarak test edilmiştir. Koruyucu ve parfüm içermez. Bebeklerde ve çocuklarda kullanımı güvenlidir.*

*Bepanthol Sensiderm beyaz krem yapısı ve kortizon içermeyen formülüyle kaşıntıyı 30 dakikada rahatlatır ve cilt bariyerinin yeniden yapılandırılmasını sağlar. İçeriğindeki özel lamellar lipidler sayesinde zarar görmüş cilt bariyerini inceltmeden onarır. Kaşıntı, kızarıklık ve pul pul dökülme gibi şikayetleri giderilmesine destek olur.*

*Bepanthol Sensiderm ciltte; Kuruluk, atopik dermatit, egzama ve alerjik reaksiyonlar kaynaklı oluşabilecek kaşıntı ve kızarıklığı gider, cildin rahatlamasına yardımcı olur.*

*Bepanthol Sensiderm cilt bariyerini içeriğindeki özel lamellar lipidlerle güçlendirir. Bu sayede, tahrişe karşı doğal bir koruma oluşturan cildin kendi lipid tabakaları güçlenir ve bu da kaşıntı ve kızarıklığın giderilmesini sağlarken cildin yenilenerek düzelme sürecini de destekler.*

*“… Dolayısıyla kuruluk, atopik dermatit/egzama, alerjik cilt reaksiyonları ve diğer farklı cilt tahrişleri gibi durumlarda, Bepanthol Sensiderm bebekler, çocuklar ve yetişkinlerde oluşabilecek kaşıntı ve kızarıklıkların giderilmesi ve cildin rahatlatılması için geliştirilmiştir.*

*Bepanthol SensiDaily Vücut Kremi: İçeriğinde bulunan sheabutter, seabuckthorn yağı, zeytinyağı, B3 vitamini, Seramid 3, Provitamin B5 ve gliserin sayesinde cilt bariyerini güçlü bir şekilde destekler… Cilt bariyerini koruyarak, esnek ve nemli tutulmasına yardımcı olur.*

*SensiDaily Vücut Kremi çok kuru ve hassas ciltler için geliştirilmiş, bebeklikten itibaren kullanılabilen, prebiyotikli bir günlük vücut kremidir. Epidermiste bulunan ve cildin koruyucusu olan mikroflorayı, prebiyotik içeriği ile destekler. Bebeklerde ve çocuklarda kullanımı güvenlidir. Koruyucu, parfüm, paraben, SLS ve renklendirici içermez. Bepanthol® Sensidaily çok kuru ve çok hassas ciltler için geliştirilmiş özel formülü sayesinde 3 yolla cilt bariyerinizi destekler: Prebiyotikler cildinizin doğal korumasının bir parçası olan sağlıklı mikroflorayı destekler. Formülündeki sheabutter, seabuckthorn yağı, zeytinyağı,Seramid 3, gliserin B3 vitamini ve Provitamin B5 sayesinde uzun süreli ve etkin bir nemlendirme sağlar. İçeriğindeki lamellar lipidler cildimizde doğal olarak bulunan lipidlerle benzerdir. Bepanthol Sensidaily’nin cilt tarafından çok iyi tolere edildiği ve hassas ciltlerin kullanımına uygun olduğu klinik olarak kanıtlanmıştır. Bebekler için kullanımı güvenlidir2 ve pediatrik kontrol altında test edilmiştir.*

*Bepanthol Baby Pişik Önleyici Merhem: “Bepanthol Baby Pişik Önleyici Merhem, pişik oluşumunun önlenmesine yardımcı olur. Cildin sahip olduğu bariyer fonksiyonunu koruyarak bebek cildinin nemli, yumuşak, pürüzsüz, esnek tutulmasına yardımcı olur.* *Koruyucu, parfüm, paraben, SLS içermeyen ve nefes aldıran yapısıyla bebeğinizin cildinin esnek, nemli, yumuşak, pürüzsüz, esnek tutulmasına yardımcı olur.” (…)”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Bepanthol Sensiderm isimli ürünün tıbbi cihaz olarak kaydının bulunduğu ve www.bepanthol.com.tr ile www.bepantholsensiderm.com adresli internet sitelerinde ve ürün ambalajlarında yer alan muhtelif ürünlere yönelik reklam ve tanıtımlarda yer verilen iddiaların reklam veren firmanın sunmuş olduğu bilgi ve belgeler ile Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin *“İspat külfeti”* başlıklı 9 uncu maddesinde yer alan esaslar çerçevesinde ispatlandığı kanaatine varıldığından, söz konusu reklamların 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına***karar verilmiştir.

**29)**

**Dosya No: 2020/1496**

**Şikayet Edilen: Reckitt Benckiser Ev ve Hijyen Ürünleri A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Lysol Dezenfektan Sprey” isimli ürüne ilişkin ürün ambalajında ve www.lysol.com.tr adresli internet sitesinde yer alan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 19.10.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet, televizyon

**Tespitler:** Çeşitli televizyon kanallarında yayınlanan reklam ve tanıtımlarda “*Koronavirüs dahil hastalığa sebep olan virüs ve bakterileri öldürür”* ifadesine,

www.lysol.com.tr adresli internet sitesinin 19.10.2020 tarihli görünümünde *“Dünyada koronavirüs üzerinde etkinliği kanıtlanmış ilk marka olan, dünyanın 1 numaralı dezenfektan markası lysol, şimdi Türkiye'de! Koronavirüs\*\* dahil hastalığa sebep olan virüslerin, antibiyotik dirençli bakterilerin ve mantarların %99.9’unu öldürür​erek\* ailenizi hastalıklardan korumanıza yardımcı olur.”* İfadelerine,

Söz konusu internet sitesinde Koronavirüsü Anlamak başlığı altında virüs ile ilgili yapılan bilgilendirmenin ardından “Lysol Yeni Koronavirüs’ü (SARS-CoV-2) Öldürür mü?” alt başlığı altında yer alan *“Lysol Dezenfektan Sprey bağımsız üçüncü parti bir kuruluş tarafından test edilmiş olup, sert ve gözeneksiz zeminlerde bulunan COVID-19’un kaynağı olan SARS-Cov-2 virüsünü öldürdüğü Amerika Birleşik Devletleri Çevre Koruma Ajansı  tarafından onaylanmıştır.”*  ifadelerine,

www.lysol.com.tr adresli internet sitesinde *“Sağlık Bakanlığı Onay Tarihi Ve Ruhsat Numarası: 02/06/2020 - 2020/101”* ve elektronik ticaret platformlarında *“Sağlık Bakanlığı Tarafından Onaylanmıştır”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Çeşitli televizyon kanallarında yayınlanan reklam ve tanıtımlarda “*Koronavirüs dahil hastalığa sebep olan virüs ve bakterileri öldürür”* ifadesine,

www.lysol.com.tr adresli internet sitesinin 19.10.2020 tarihli görünümünde *“Dünyada koronavirüs üzerinde etkinliği kanıtlanmış ilk marka olan, dünyanın 1 numaralı dezenfektan markası lysol, şimdi Türkiye'de! Koronavirüs\*\* dahil hastalığa sebep olan virüslerin, antibiyotik dirençli bakterilerin ve mantarların %99.9’unu öldürür​erek\* ailenizi hastalıklardan korumanıza yardımcı olur.”* ifadelerine ve

Söz konusu internet sitesinde Koronavirüsü Anlamak başlığı altında virüs ile ilgili yapılan bilgilendirmenin ardından “Lysol Yeni Koronavirüs’ü (SARS-CoV-2) Öldürür mü?” alt başlığı altında yer alan *“Lysol Dezenfektan Sprey bağımsız üçüncü parti bir kuruluş tarafından test edilmiş olup, sert ve gözeneksiz zeminlerde bulunan COVID-19’un kaynağı olan SARS-Cov-2 virüsünü öldürdüğü Amerika Birleşik Devletleri Çevre Koruma Ajansı  tarafından onaylanmıştır.”*  ifadelerine yer verildiği

Ancak, reklamlarda tanıtımı yapılan ürünün Covid-19 virüsüne karşı etkisi kanıtlanmış olsa bile, hasta bireylerin yüzeylere damlacık yolu ile korona virüs bulaştırma riskinin devam ettiği göz önüne alındığında, söz konusu ürününün koronavirüsü öldüreceğine yönelik ifadelerin tüketiciler nezdinde ürünün kullanımı neticesinde tekrar virüs bulaşının olmayacağı izlenimi uyandırdığı, bu durumun tüketicileri yanlış yönlendirici ve kamu sağlığını bozucu olacağı,

Öte yandan, reklamlarda tanıtımı yapılan ürünün Koronavirüsü öldüreceğine yönelik ifadeler ile ürünün biyosidal etki gösterdiğinin iddia edildiği, bilindiği üzere biyosidal ürünlerin virüs, bakteri, mikrop gibi zararlı organizmaları yok etmek, etkisiz hale getirmek veya uzaklaştırmak amacı ile kullanılan ürünler olduğu, diğer taraftan biyosidal ürünlerin insan sağlığına zararlı olabilecek içeriklerinden dolayı ilgili mevzuatları gereği güvenli kullanımına yönelik etiketleme ve tanıtım yapılması gerektiği, bu bağlamda reklam ve tanıtımlarda yer alan ifadeler ile söz konusu ürünün özel olarak Koronavirüsü yok etmeye yönelik bir ürün olduğu algısı yaratılmasının tüketiciler nezdinde yanıltıcı olacağı ve söz konusu ürünün hastalıktan korunma amaçlı aşırı kullanımına yol açacağı,

Bununla birlikte, biyosidal ürünlere ilişkin mevzuat kapsamında insan hijyenine yönelik biyosidal ürünler için test organizmaları arasında Koronavirüs suşunun yer almadığı, bu nedenle tüketicide yanlış algı oluşturacak söz konusu iddiaların kullanımının Biyosidal Ürünler Yönetmeliği’nin “Etiketleme” başlıklı 36 ıncı maddesi doğrultusunda uygun olmadığı,

Son olarak www.lysol.com.tr adresli internet sitesinde *“Sağlık Bakanlığı Onay Tarihi Ve Ruhsat Numarası: 02/06/2020 - 2020/101”* ve elektronik ticaret platformlarında *“Sağlık Bakanlığı Tarafından Onaylanmıştır”* ifadelerine yer verildiği, ancak söz konusu ürün biyosidal bir ürün olduğu ve piyasaya arz edilebilmesinin ön koşulu olarak da Sağlık Bakanlığı tarafından ruhsatlandırılması veya tescil edilmesi gerektiğinden, tanıtımlarda bu ifadelerin kullanılması tüketiciler nezdinde reklamı yapılan ürüne özel bir onay verildiği ve bu ürünün diğerlerinden farklı ya da daha üstün olduğu algısı yarattığı,

Dolayısıyla söz konusu tanıtımların,

- Biyosidal Ürünler Yönetmeliğinin 5 inci, 36 ncı ve 38 inci maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Reckitt Benckiser Ev Ve Hijyen Ürünleri A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**30)**

**Dosya No: 2020/1059**

**Şikayet Edilen:** **Silkomed Medikal Kozmetik San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Therasilk” markalı kozmetik ürün tanıtımları

**Reklam Yayın Tarihi:** 18.09.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.therasilk.com.tr/ adresli internet sitesinin 18.09.2020 tarihli görünümünde yer alan;

“Therasilk Cilt Düzenleyici Krem”isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Yağlanma ve Yaşlanma Karşıtı.(…) İçerdiği yeni nesil C vitamini ve ipek proteinleri ile cildin fizyolojisine destek olur, akne, kuruma, yağlanma, lekelenme gibi sorunları azaltır. Kolajen sentezini artırır.(…)Ergenlerde sivilce, siyah nokta, yetişkin ciltte aşırı yağlanma, komedon oluşumu, yaşlı ciltlerde esneklik kaybı gibi. (…)Cilt düzenleyici sivilce sorunu yaşayan ergen ciltlerden, yaşlanma karşıtı ileri yaş ciltlere, karmadan kuruya ve karma ciltlere uygundur.(…)Cilt düzenleyici erkekler içinde uygun bir üründür. Yağlanma, sivilce, yaşlanma karşıtı günlük bakımda kullanabilirler. Ciltte akne oluşumunu önler. Lekelerin rengini açarak zamanla giderilmesine yardımcı olur. Ciltte var olan koyu renkli lekelerin görünümünü azaltarak zaman içerisinde giderilmesine yardımcı olur. Cildi aydınlatma etkisi vardır. Pigmentasyon eşitliği sağlayarak cildin aydınlık bir görünüm kazanmasını hedefler. Cildin bariyer fonksiyonlarını güçlendirir. Hyaluronıc Acıd(…)Hücre yenilenmesi ve onarımına katkıda bulunur. Limon Kabuğu Yağı: Derinin üst tabakasını güçlendirici etki gösterir. B5 vitamini aynı zamanda cildin yaşlanma sürecinin önüne geçmenizde size yardımcı olmakta ve cilt kırışıklıklarını önleyici etki göstermektedir. Cildi yatıştırır. Hassas ciltlerde kızarıklığın giderilmesine yardımcı olur. Ciltte üst tabakada bariyer oluşturur ve savunma sağlar. Lavanta Yağı: (…)Akne oluşumunu önler. C Vitamini(…)Cilt lekelerinin giderilmesinde etkilidir. Göz altı morluklarını önlediği bilinmektedir.(…)İpek Proteini: Hücresel hasarların onarılmasını sağlar. Cildin nem dengesini düzenleyerek hücre fizyolojisini destekler. Yatıştırıcı etkilidir. Cilt yüzeyinde nem kaybı sonucu ortaya çıkan pullanmayı önler. Güçlü antioksidan etki gösterdiği bilinmektedir.”,*

“Therasilk Bariyer Krem” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Tam Koruma. Therasilk bariyer krem vücut sıvılarına karşı (ter, idrar, vs..) cilt koruması sağlayan ve uzun süreli bariyer özelliği ile kızarıklık, çatlak, tahriş olmuş ciltleri koruyan, pH dengeli konsatre yapıda kremdir. İpek proteini içerir. Günlük rutininizde cilt yapınızın elverdiği ölçüde yüzünüzde, sivilce çıkarken üstüne, dudak uçuklarında, el-ayak bakımında, ufak yaralanmalarda, yanıkta kullanılır. Hasta bakımında flaster ve örtü yapışkanlığını azaltmaz. Paliatif bakımda özenli bakım için başucu kremidir. İpek proteini ile cildin nem dengesini fizyolojik sınırlar içinde dengelerken, keratin doku bütünlüğünü sağlar. Therasilk bariyer krem içerdiği çinko oksit ve besleyici yağların ipek proteiniyle birleşiminden her derde deva krem olarak anılır. İpek Proteini. Keratinosit hücrelere eğilim göstererek koruyucu etki gösterir. Yüksek antioksidan etki. Cildi yatıştırır.(…)Hindistan Cevizi Yağı(…)Cildi yatıştırır. Cilt kuruluğuna bağlı kızarıkların giderilmesinde yardımcı olur. Tatlı Badem Yağı: (…)Çatlakların giderilmesinde yardımcı olur. (…)Provitamin B5: Derinin üst tabakasını güçlendirici etki gösterir. B5 vitamini aynı zamanda cildin yaşlanma sürecinin önüne geçmenizde size yardımcı olmakta ve cilt kırışıklıklarını önleyici etki göstermektedir. Cildi yatıştırır Hassas ciltlerde kızarıklığın giderilmesine yardımcı olur. Ciltte üst tabakada bariyer oluşturur ve savunma sağlar. Balmumu(…)Cilt lekelerini önlemede yardımcı olur.”,*

“Therasilk Güneş Kremi” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“(…)İpek Proteini:Güçlü UV etkinlik ile güneş ışınlarına karşı kusursuz filtre oluşturur. Antioksidan etkisi hücresel DNA hasarlarının önlenmesi ve onarımında rol oynar.”,*

“Therasilk İpek Serum” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Parlak ve Dolgun bir Cilt.(…). Cildi dolgunlaştırır, pürüzsüz ve eşit tonda olmasını sağlar. Kuperöz görünümü yatıştırır. (…) Tip III kolajen sentezini tetikleyen formülasyon lifting etkisi sağlar. Antioksidan koruma sağlar. Cilt rengini dengeleyerek pigmentasyon ile savaşır. Cildin bağışıklık sistemini kuvvetlendirir ve Uv ışınlarının yaşlandırıcı etkisine karşı etkili bir kalkan oluşturur. Kuperöz görünüm küçük genişlemiş kırmızı kan damarlarının varlığı nedeniyle cildin, özellikle boyun, yanaklar ve burun üzerinde kırmızı ve kızarık göründüğü durumdur. Genellikle zayıf bağ dokusu ve zayıf kılcal duvarlar gibi kalıtsal faktörler neden olur.”,*

“Therasilk Pişik Kremi” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; “*Therasilk pişik kremi, hassas cilde sahip bebekler için formüle edilmiştir. Özel bileşim bebeklerin cildinin doğal olarak nefes almasını sağlayarak tahrişi azaltan düşük çinko oksit yüzdesi içerir. İçerisindeki %6 oranında Provitamin B5 ile ipek proteinleri bebeğinizin cildini tahriş edici sıvı ve salgılardan koruyarak bez kızarıklığının gelişmesini önleyen bir bariyer oluşturur. (…) Hassas Ciltler İçin Uygundur. (…)Bez Kızarıklığının Gelişmesini Önler. (...)Lanolin,(…)Cilt kuruluğu sebebiyle oluşan Kaşıntı ve hassasiyeti giderici etkiye sahiptir. Provitamin B5: Cildinize iyi gelen B5 vitamini pişik önleyici etkiye sahiptir. Cildin nem dengesini ayarlar ve kızarıkların oluşmasını önlemeye yardımcı olur. Ciltte bariyer oluşturur. Hindistan Cevizi Yağı: Kızarıklık önleyicidir. Pişik önleyici etkisi vardır. Cildi yağlandırarak pişiğin giderilmesine yardımcı olur.(…)Çinko Oksit: Pişiğin ilerlemesini önler. Ciltte savunma yaparak hızlı iyileşmeye yardımcı olur.(…)Yara oluşumunu önlemeye yardımcıdır. İpek Proteini: Cildi yatıştırır. (…)Cilt hasarlarını onardığı öngörülmektedir.”,*

“Therasilk Vücut Losyonu” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Therasilk vücut losyonu ipek proteinlerinin keratin tabakayı sarıp sarmalaması ile dışarıdan gelen olumsuz etkenlere karşı cildi korurken nem dengesini sağlar.(…) Kuruluk sebebiyle ciltte oluşan gerginlik ve rahatsızlık hissinin yatıştırılmasına destek olur.(…)Vitamin E: Güçlü bir antioksidan olarak, vücuttaki hücre oksidasyonu yüzünden gerçekleşen hasarı azaltmaya yardımcı olur. (…)Kalendula Yağı(…)Cildi yatıştırır ve nem kaybı sonucunda oluşan kaşıntıyı azaltır. Provitamin B5: Derinin üst tabakasını güçlendirici etki gösterir. (…) Cildi yatıştırır. Hassas ciltlerde kızarıklığın giderilmesine yardımcı olur. İpek Proteini(…). Keratinosit hücreleri üzerinden pullanmayı önlemeye yardımcıdır. Cildi yatıştırır. Doku onarımını destekler.”,*

“Kozmesötikler Nedir?” başlığı altında; *“Cilt bakımında etkin, biyolojik olarak aktif bileşenlere sahip kozmetik ürünlerdir. Cilt sağlığını iyileştirmek ve belirli cilt koşullarına, ince çizgiler, kırışıklık, gevşeklik ve hiperpigmentasyon gibi görünür yaşlanma belirtilerine neden olan hasarı, onarmaya yönelik ürünlerdir. Bu ürünler reçeteye dayalı ürünler ve tezgah üstü kozmetikler arasında bir köprü sunar ve bunların etkinliği bilim tarafından desteklenir.”,*

“Hakkımızda” başlığı altında; *“Therasilk olarak misyonumuz CİLT SAĞLIĞINI iyileştirmektir. Araştırma ve yenilik açısından cilt bakım endüstrisine liderlik etmeye ve bilimin desteklediği gelişmiş cilt bakımını sağlamaya kararlıyız.”,*

“Sık Sorulan Sorular” başlığı altında; “*Ürünlerin dekübit ve ürtiker endikasyonu üzerindeki etkileri nasıldır?* *Bariyer krem dekübit oluşumunu önlemek için tasarlanmıştır. Ürtiker alerjik bir reaksiyon sonucu oluşan döküntü olduğu için önleyici veya tedavi edici bir etki amaçlı olmasa da kuru cildi rahatlatmak için kullanılabilir. (…)Pişik kremi diğer ürünlere göre 5 kat daha fazla geçirgense bebeklerin transdermal geçişlerinde yetişkinlere göre daha fazla olduğundan kızarıklık etkiler gösterir mi? Transepidermal geçişte Str.corneumun dış tabakası maddenin emilim ve dağılımı (partisyonu) için birinci aşamadır. Deri yoluyla temasta Sstr. Corneuma anite gösteren ipek molekülleri işlevin buradan gerçekleştirir ve epidermis ve dermise eğilim göstermez. Hipoalerjen özelliği ile ipek protein bebeklerde kızarıklık, tahriş, alerji yapmaz. Pişik kreminin genel içerik formulasyonuna bakıldığında hiçbir yan etki gözlenmemiştir. (…)Ürünlerin kırışıklık ve derin çizgiler üzerindeki etki mekanizması nasıl çalışır? Antioksidan etkiyle gösterir. (…)Cilt düzenleyicinin lekeler üzerinde etkisi ne kadar sürede görülür? Cildin kendini yenileme süreci 21 gün kabul edilirse 3haftalık bir süre içinde günde 2 kez düzenli kullanımında kalıcı etkisi görünür ve içerdiği maddeler sayesinde ilk kullanımdan itibaren leke görünümünde azalma gözlenir.”* şeklinde ifadelere yer verildiği,

https://www.instagram.com/therasilk/ ve https://www.facebook.com/therasilk adresli internet sayfasının 18.09.2020 tarihli görünümünde; *“BAŞKENT ÜNİVERSİTESİ'nin bilimsel altyapısında geliştirilen ipek proteinli mucizevi formül cildinize aradığınız çare. Cilt üzerinde oluşturduğu uzun süreli bariyer etki ile kızarıklık, çatlak, tahriş olmuş ciltleri korur. Kuru ciltleri nemlendirir diyabete bağlı yaralarda etkin koruma sağlar. Minör yara ve yanıklarda etkindir. Flaster ve örtü yapışkanlığını azaltmaz. Kuru cildi nemlendirmek suretiyle Atopik dermatitte yardımcıdır. Therasilk Bariyer Kremin fark yaratan üstünlükleri ve avantajları içerdiği ipek proteini, cildinizin nem dengesini düzenler ve keratin dokuya dayanıklı kılar.(…)KOZA PEELİNG. Japonların güzellik iksiri olarak kabul edilmiştir. Deri yüzeyinde kalan, gözenekleri tıkayarak sivilce ve akne oluşumuna neden olan tüm kirleri cilde hasar vermeden temizler. Anti oksidan etkisiyle detoks görevi yapar geleneksel peeling malzemelerine göre cildi çizmeden ve mikro yarıklar oluşturmadan temizler. (…)Cilt Düzenleyici Krem. 72 saatte hücre yenileme özelliği. 72 saat içerisinde hücre yenilenmesini arttıran ve 1 ay içerisinde cildin yağ dengesini düzenleyen, akne ve akne izlerini azaltan, lekelerin açılmasını sağlayan, renk düzensizliğini eşitleyen, kolajen sentezini tetikleyerek sıkılığı artıran, ince çizgilere etki eden, her cilt tipine uygun dermatolojik olarak test edilmiş eşsiz bir üründür. Patent Hakları Başkent Üniversitesi'ne aittir. Dermatolojik, hipoantialerjiktir. (…)Yeni Nesil Therasilk Şampuanımız: - Saç dökülmesine karşı etkilidir - Saç derisini besler kepeklenmeyi önler - Saç derisinde kanlanma artırır - Kaşıntı ve kabuklanmayı önler - Kapalı ve güneş görmeyen saçlar için flora düzenleyici ve yağlanma engelleyicidir.(…) YAŞLANMA KARŞITI İPEK SERUM. İpek molekülleri, kolajen ve hyaluronik asitin birleşmesiyle geliştirilmiş formül cadı fındığı ekstresi ile zenginleştirilmiştir. Bu güçlü formülün bileşimi ciltte 24 saat nemlilik sağlar. Cilt kırışıklıklarını açar, cildi dolgunlaştırır, pürüzsüz ve eşit tonda olmasını sağlar, cildinizi aydınlatır. (…)”* şeklinde ifadelere,

Bununla birlikte anılan tanıtımlarda; *“Cilt Düzenleyici Krem düzenli ve doğru kullanımda, sivilce ve sivilce lekeleri üzerinde etkilidir. (…)24 sat içerisinde ipek moleküllerinin onarıcı etkisini gözlemlediğimiz bir yara. Her Derde Deva Therasilk Bariyer Krem”* ifadeleri ile birlikte hastaların tedavi öncesi ve sonrası akne ve yara görsellerine yer verildiği,

https://www.n11.com/magaza/therasilk adresli internet sayfasının 18.09.2020 tarihli görünümünde; *“Therasilk Cilt Düzenleyici; Sivilce oluşumunu engeller, yaşlanma etkileriyle savaşır. (…)Kolajen sentezini artırır. (…)Ciltte akne oluşumunu önler.(…)Pigmentasyon eşitliği sağlayarak cildin aydınlık bir görünüm kazanmasını hedefler. Cildin bariyer fonksiyonlarını güçlendirir. (…)Therasilk Güneş Kremi; Antioksidan etkisi hücresel DNA hasarlarının önlenmesi ve onarımında rol oynar.(…)Therasilk Pişik Kremi; Cilt kuruluğu sebebiyle oluşan Kaşıntı ve hassasiyeti giderici etkiye sahiptir. (…) Ciltte savunma yaparak hızlı iyileşmeye yardımcı olur.(…)Yara oluşumunu önlemeye yardımcıdır. İpek Proteini: Cildi yatıştırır. (…)Cilt hasarlarını onardığı öngörülmektedir. (…)Therasilk Vücut Losyonu;Keratinosit hücreler üzerinden pullanmayı önlemeye yardımcıdır. Cildi yatıştırır. Doku onarımını destekler.”* şeklinde,

https://www.hepisburada.com/magaza/silkomed adresli internet sayfasının 18.09.2020 tarihli görünümünde; *“Therasilk Ipek Kokon Peeling.* *Japonların güzellik iksiri olarak kabul edilmiştir. Deri yüzeyinde kalan, gözenekleri tıkayarak sivilce ve akne oluşumuna neden olan tüm kirleri cilde hasar vermeden temizler. Anti oksidan etkisiyle detoks görevi yapar geleneksel peeling malzemelerine göre cildi çizmeden ve mikro yarıklar oluşturmadan temizler. Masaj etkisi kanlanmayı artırır besleyici proteinler cilde nüfuz eder. Sıcak suda çözünen koza içinde barındırdığı proteinlerin en iyi şekilde cilde nüfuzunu sağlar. (…)”* şeklinde ifadelere yer verildiği,

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; Kozmetik Mevzuatına tabi bulunan tüm kozmetik ürünlerin, insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve etkileri geçici olan ürünler olması gerektiği; bu bağlamda inceleme konusu tanıtımlarda yer alan tedaviye yönelik ve endikasyon belirten ifadelerin ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği;ayrıca şayet anılanürünler söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “kozmetikürün” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği,“beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilmesi gereken ürünlerin reklamınınyapılmasının ise mevzuata uygun olmadığı,

Bununla birlikte, inceleme konusu tanıtımlarda yer alan altı çizili ifadelerin ispata muhtaç olduğu ve söz konusu iddiaların doğruluğuna ilişkin bilgi ve belgelerin sunulamadığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 4/c, 5/a, 5/b, 5/c, 5/ç, 5/d, 7/1 maddeleri,

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 ve 10 uncu maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**SAĞLIK**

**31)**

**Dosya No: 2019/2643**

**Şikayet Edilen: Özel Dentgrp Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği San. ve Tic. Ltd. Şti. (Dent KM Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği - Diş Hekimi Kanun Mercimek)**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.dentkm.com/tr adresli internet sitesinde ve www.instagram.com, www.facebook.comadresli sosyal paylaşım sitelerinde yayınlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 29.09.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.dentkm.com/tr adresli internet sitesinin 29.09.2020 tarihli görünümünde örnek olarak, *"Yüksek kaliteli dental hizmetleri sunuyoruz. (...) Tecrübeli ve her biri birbirinden başarılı Özel Dent KM Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği’nin diş hekimleri, İzmir'in yanı sıra Ege Bölgesi'ne ve yurtdışındaki hastalarına en iyi şekilde hizmet vermeye devam etmektedir. Hastalarımıza huzurlu bir klinik ortamında, eğitim ve bilgi düzeyi yüksek hekimlerimizle en yüksek kalitede hizmet vermekteyiz. Hekimlerimiz sürekli eğitim ve bilgilerini güncellemeyi, diş hekimliği ve sağlık yönünde gelişmeleri ve yeni teknolojileri takip edip, bunları uygulamayı düstur olarak kabul etmişlerdir. (...)"* gibi ifadelere,

www.instagram.com ve www.facebook.com adresli sosyal paylaşım sitelerinin 10.06.2019 tarihli görünümlerinde örnek olarak, *"İstenmeyen lekelerden kurtulmak çok kolay... Zirkonyum diş kaplama ile artık çok doğal ve beyaz gülüşlere sahip olabilirsiniz... Ağız de diş sağlığında kalıcı ve estetik tedaviler..."* şeklinde ifadelere ve hastaların kuruluşu öven nitelikteki yorumlarına,

www.instagram.com adresli internet sitesinde Diş Hekimi Kanun MERCİMEK isimli şahsa ait hesap üzerinden, örnek olarak 04.07.2018, 12.08.2018, 10.09.2018 tarihlerinde yapılan paylaşımlarda, hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ilişkin görüntülere,

yer verildiği görülmüştür.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu tanıtımların; sağlık alanında faaliyet gösteren kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm yükleyen, tıbbi işlemlere yönelik talep yaratıcı ve sağlık mevzuatında izin verilen bilgilendirme sınırını aşan nitelikte değerlendirildiği, dolayısıyla söz konusu tanıtımların;

- 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanun’un 40 ıncı maddesi,

- 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,

- Ağız ve Diş Sağlığı Hizmeti Sunulan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğinin 25 inci maddeleri,

- 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 Kanun'un 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Özel Dentgrp Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği San. ve Tic. Ltd. Şti. (Dent KM Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği - Diş Hekimi Kanun Mercimek)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**32)**

**Dosya No: 2019/11319**

**Şikayet Edilen: Dr. Ali KAVUZLU**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.alikavuzlu.com adresli internet sitesinde ve www.instagram.com, www.facebook.com adresli sosyal paylaşım sitelerinde yayınlanan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 28.09.2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.alikavuzlu.com adresli internet sitesinin 28.09.2020 tarihli görünümünde, *"Daha iyi bir görünüş, sağlıklı bir nefes ve kendinize güveninizi arttırmak ister misiniz? Bir burun estetiği operasyonu düşünüyorsanız, ameliyatın nasıl yapıldığını, ne gibi süreçlerden geçtiğinizi, görünüşünüzün ve sağlığınızın ne şekilde düzeleceğini bilmek isteyeceksinizdir. Görüşme sırasında Dr. Ali Kavuzlu burnunuzu hem fonksiyonel hem de estetik olarak değerlendirir. Burnunuzun fotoğraflarını çeker, fotoğraflar üzerinden sizin burnunuzun görünümü ile ilgili düşüncelerinizi tartışarak neler yapılabileceğini anlatır. Böylelikle hastalarımız ameliyat öncesi gerçekçi bir beklenti içerisine girer. (...) Dr. Ali Kavuzlu ameliyatta en iyi sonuca ulaşmanız için bir Kulak Burun Boğaz Uzmanı ve Yüz Estetik Cerrahı olarak tüm cerrahi becerisini ve bilgi birikimini kullanacaktır. Ameliyat öncesi ve sonrası tüm sorularınızı içtenlikle cevaplandıracaktır. (...) Dr. Ali Kavuzlu 15 yıllık Burun Estetiği tecrübesiyle size yardımcı olmaktan mutluluk duyacaktır.", "Ankara’da En İyi Burun Estetiği Yapan Doktor. (...) Ankara, burun estetiği ameliyatlarının sıklıkla gerçekleştirildiği illerimizden bir tanesidir. Ankara’da en iyi burun estetiği yapan doktor listesi oldukça kabarıktır. Op. Dr. Ali Kavuzlu, bu listenin ilk sıralarında yer almaktadır. Uzun meslek hayatında, pek çok tedavide yer almış ve hastaları bu tedavilerden olumlu sonuçlar almıştır."*

gibi ifadelere,

www.instagram.com ve www.facebook.com adresli sosyal paylaşım sitelerinde, hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ilişkin görüntülere,

yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu tanıtımların, hekimlik mesleğini icra eden şahsın faaliyetlerine ticari bir görünüm yükleyen, tıbbi işlemlere yönelik talep yaratıcı ve sağlık mevzuatında izin verilen bilgilendirme sınırını aşan nitelikte değerlendirildiği, dolayısıyla söz konusu tanıtımların;

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

- 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,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**33)**

**Dosya No: 2019/12252**

**Şikayet Edilen: Meltem AYABAKAN (Epilaformplus Güzellik Salonu)**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.epilaformplus.com adresli internet sitesinde ve www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde yayınlanan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 30.09.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.epilaformplus.com adresli internet sitesinin 30.09.2020 tarihli görünümünde, sağlık alanında hizmet sunmaya yetkisi bulunmayan ve bir güzellik salonu olarak faaliyet gösteren kuruluşa ilişkin olarak, *"Geniş hizmet yelpazesi... Epilaformplus geniş hizmet yelpazesiyle ihtiyaçlarınıza karşılık bulabileceğiniz güçlü bir işletmedir. Cilt bakımından,* ***lazer epilasyona*** *pek çok konuda hizmet alabilirsiniz....", "Modern ekipman… En modern cihaz ve ekipmanlarla işlemlerinizi sorunsuz gerçekleştiriyor ve güzelliğinize güzellik katıyoruz."* gibi kuruluşta tıbbi işlemlerin uygulandığına dair tanıtımlar yapıldığı,

*"Buz başlıklı SHR Epilasyon… Hızlı, Acısız, Etkili… Renk Ayrımı Olmaksızın Ultrasonik*

*Epilasyon…Leke tedavisi… Ameliyatsız Göğüs Büyütme… Selülit Tedavisi…"* gibi kuruluşun yetkisi dahilinde olmayan ve doktor tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlere yönelik talep yaratıcı ifadelere yer verildiği,

*“Uygulamada en güncel cihazları kullanmaları, bir hastane hijyeninde çalışıyor olmaları ve tabi ki fiyatları sebebiyle tercih ettim ve çok memnun kaldım. Tüm yazı rahat geçirmenin keyfi inanılmazdı :) Kaç seans derlerse o seansın sonunda iş bitiyor gerçekten. Tüm çalışanlara tekrar çok teşekkür ederim. Sevgiler.”* gibi tıbbi işlemlere yönelik olarak hastaların yorumlarına yer verildiği,

www.instagram.com adresli internet sitesinin 30.09.2020 tarihli görünümünde, "#lazerepilasyon #altıniğneliradyofrekans #botox #prptedavisi #lpglipomassage #ozonkabini #bentedavisi #dövmesilme" gibi tabip tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlerin isimlerinin sıralandığı, "Ben ve cilt tedavisi" başlığı altında, uygulama yapılan hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere yer verildiği, "*Kemer üstü epilasyon 8 seans 2.000 TL*." gibi, tıbbi işlemlere yönelik kampanya bilgilerinin sunulduğu,

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 **Meltem AYABAKAN (Epilaformplus Güzellik Salonu)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma** cezası verilmesinekarar verilmiştir.

**34)**

**Dosya No: 2019/12502**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** www.dunyagoz.com ve www.facebook.com adresli internet sitelerinde yayınlanan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 07.10.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.dunyagoz.com ve www.facebook.com adresli internet sitelerinin 07/10/2020 tarihli görünümünde örnek olarak, *"Dünyagöz Sağlık Planı İle Herkes Göz Ameliyatı Olabilir. Bugün Plana Katılıp Yarın Lazer Ameliyatı İçin Hemen Ara! Dünyagöz Hastaneler Grubu, iyi görmek herkesin hakkı misyonuyla oluşturduğu DÜNYAGÖZ SAĞLIK PLANI her kesimden insanın Dünyagöz kaltesiyle, eşit koşullarda göz sağlığı hzmetini almasını, ihtyacı olan amelyatı vakit kaybetmeden olaiblmesini sağlıyor! Herkesin İyi Görmesi için Harika Bir Planımız Var!"* şeklindeifadelerin yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu tanıtımlarda geçen ifadelerin sağlık alanında faaliyet gösteren kuruluşun çalışmalarına ticari bir görünüm yükleyen, talep yaratıcı nitelikte olduğu, bu durumun ilgili mevzuatta izin verilen bilgilendirme ve tanıtım sınırlarını aşarak "reklam" niteliğinde değerlendirildiği; dolayısıyla söz konusu tanıtımların;

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

- 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,

- Özel Hastaneler Yönetmeliğinin 60 ıncı maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Dünya Göz Hastanesi Sanayi ve Ticaret Anonim Şirketi (Özel Dünya Göz Hastanesi)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **104.781-TL. (Yüzdörtbinyediyüzseksenbir Türk Lirası) idari para ve** **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**35)**

**Dosya No: 2019/12751**

**Şikayet Edilen: Hayriye PARLAK (ZENGİN) (Medeks Estetik Salonu)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 20.03.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu internet sitesinin 20.03.2020 tarihli görünümünde örnek olarak,

*- “İstanbul Şişli’de bulunan merkezimizde 12+ yıldır müşterilerimize kişiye özel “terzi işi” saç ekim hizmeti sunuyoruz. Bugüne kadar gerçekleştirdiğimiz 20.000 ‘den fazla işlem ile kazandığımız uzmanlığı müşterilerimizin hizmetine sunmaktan gurur duyuyor, mutlu müşterilerimiz sayesinde biz de mutlu olmaya devam ediyoruz. Doğal görünümlü saçlara kavuşmak için daha fazla beklemeyin!.”, “Sakal ve Bıyık Ekimi…Sakal modasını kaçırmayın. Sakal, son dönemde tüm dünyada tekrar moda oldu. Kolaylıkla Ulaşılan Bir Teknik Olan Sakal ve Bıyık Ekimi Sorunları Ortadan Kaldırıyor.”* gibi tıbbi işlemlere yönelik talep yaratıcı ifadelere,

*- “Saç Ekim Aşamaları Ücretsiz Danışma İşlem öncesi, yüz yüze ya da uzaktan fotoğraf yoluyla size özel bir değerlendirme gerçekleştirerek ihtiyacınız ve arzunuz doğrultusunda sizin için en iyi çözümü belirleyeceğiz. Doğal bir görünüm için size en uygun* *saç nakil sayısını beraber seçeceğiz. İşlem Öncesi Muayene İşlem günü, işlem öncesinde saçlarınızın fotoğraflarını çekecek, gerekli kan testlerini gerçekleştireceğiz*. *Saç Kökü Çıkarma Aşaması İşlemin ilk aşamasında, saçlarınızı tamamen tıraş ettikten sonra, bu işlem için özel olarak geliştirilmiş bir alet ile ense bölgenizden gerekli sayıda saç kökünü alacağız. Lokal anestezi sayesinde canınız hiç yanmayacak! Kanal Açma Aşaması Saç kökü çıkarma aşamasını tamamladıktan sonra, saç nakli yapılacak alanlarda kanallar açacağız. Saçınızın doğal çıkış yönüne göre gerçekleştireceğimiz işlem sayesinde saçlarınız doğal bir görünüme sahip olacak. Saç Nakli Aşaması Bu aşamada aldığımız tüm saç köklerini birer birer açmış olduğumuz kanallara yerleştireceğiz. PRP (Kök hücre) Aşaması Sizden küçük bir miktar kan aldıktan sonra, kanı özel bir işlem ile ayrıştırarak saç derinize tekrar enjekte edeceğiz. Bu işlem sayesinde ilgili bölge canlanarak çok daha sağlıklı ve dayanıklı bir hale kavuşacak. İşlem Sonrası İşlem sonrası süreci, günlük yıkamaları ve dikkat etmeniz gereken konuları size ayrıntılı bir biçimde anlatacak ve gerekli ilaçlarınızı vereceğiz. (…)”* ifadeleriyle kuruluşta uygulanan tedavi yöntemlerine ve hastaların tedavi öncesine ve sonrasına ilişkin görüntü ve videolara,

yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Kuruluşun sağlık alanında hizmet sunmaya yetkili olmadığı ve ruhsatının da bulunmadığı halde, inceleme konusu internet sitesinde söz konusu kuruluşla ilgili olarak tabip tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlar yayınlandığı, ayrıca sağlık mevzuatında “saç merkezi” olarak tanımlanan bir sağlık kuruluşu türü bulunmadığı halde, söz konusu tanıtımlarda “Medeks Hair Center” ismiyle tanıtım yapıldığı, dolayısıyla bu durumun;

- 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanun’un 1 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 5/1, 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 **Hayriye PARLAK (ZENGİN) (Medeks Estetik Salonu)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma** cezası verilmesinekarar verilmiştir.

**36)**

**Dosya No: 2019/8898**

**Şikayet Edilen:** **Fatma Burcu AKTI (BRC Este Life Güzellik Salonu)**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.instagram.com/brc\_estelife\_izmit/ ve https://www.facebook.com/brcestelife/ adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 03.10.2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.instagram.com/brc\_estelife\_izmit/ adresli internet sitesinin 03.10.2019tarihli görümünde örnek olarak; *“Lazer epilasyon batık tüy sorununu kökten yok eder. Bazı kişilerde bacak, kasık bölgesinde batıktan kaynaklanan sivilceler, iltihaplar ve sonrasında izler ve lekeler oluşur. Lazer epilasyon tüyleri incelterek ve yok ederek batık tüy sorununu tedavi etmektedir. Bu sayede sivilce, leke ve iz problemleri de ortadan kalkmaktadır. (…)Alma Lasers tarafından geliştirilen son teknoloji Soprano Ice, yeni başlığı ile artık 2 kat hızlı, ayrıca ten rengi ayırmadan ve en ince tüylerde bile mükemmel sonuçlar elde etmek mümkün. Geliştirilmiş güçlü soğutucu mekanizması ve seri atışları sayesinde Diod Lazer cihazları arasında açık ara farkla en acısız sistem olan Buz Lazer.”* şeklinde,

https://www.facebook.com/brcestelife/ adresli internet sitesinin 03.10.2019 tarihli görünümünde örnek olarak; *“Soprano Buz Lazer Epilasyon Ağrısız acısız yanıksız en ince tüylerde bile etkilidir peki siz hazır mısınız”* şeklinde ifadelere yer verildiği ve kuruluş isminin “BRC Estelife Estetik” şeklinde belirtildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; güzellik salonlarında uygulanması mevzuat gereği yasak olan ve tabip tarafından uygulanması gerektiğinden tanıtımının da yapılmasına izin verilmeyen tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara yer verildiği ve kuruluş isminin “BRC Estelife Estetik” şeklinde belirtildiği,

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 kaldırıldığı ve Geçici 5 inci maddesi ile de güzellik salonları sağlık kuruluşu statüsünden çıkarıldığı, bu bağlamda, 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 isimlerini açıkça "salon" olarak belirtmesi gerektiğinin hükme bağlandığı,

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 yapılabileceğinin açıkça belirtildiği,

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

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

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

- İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğin16 ncı maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Fatma Burcu AKTI (BRC Este Life Güzellik Salonu)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**37)**

**Dosya No: 2019/8902**

**Şikayet Edilen:** **Semra ÜLKER (Semra Ülker Güzellik Salonu)**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.sabeautycenter.com, www.facebook.com/Uzman EstetisyenSemraUlker/ ve www.instagram.com/sabeautycenter/ adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 02.10.2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.sabeautycenter.com adresli internet sitesinin 02.10.2019 tarihli görünümünde örnek olarak; *“Semra Ülker Beauty Center.* SA BEAUTY CENTER|İZMİT LAZER EPİLASYON*(…)Epilasyonda Ütüleme Sistem. Buz başlık sayesinde ağrı-sızıya ve yanık riskine son!(…) Cilt Bakımı ve Tedavileri(…)Uzman Estetisyen Semra Ülker ve Aylin Tümer tarafından yapılan cilt bakımı, (…) akne tedavisi, (...)”* şeklinde ifadelere,

https://www.facebook.com/UzmanEstetisyenSemraUlker/ adresli internet sitesinin 02.10.2019 tarihli görünümünde örnek olarak; *“PLEXR PEN PLAZMA ENERJİSİ (…)Plexr Pen Leke Tedavisi. Öncesi-sonrası. (…)Buz başlık epilasyonla istenmeyen tüylerinizden acısız kurtulun yaz kış demeden. %50 indirimli.* (...)*tüm vücut paket 999TL (…)Dermapenin faydaları: -Sivilce ve sivilce izlerinin tedavisi (…)-Cilt yüzeyindeki çatlakların tedavisi (…)-Ciltteki yaraların tedavisi(…)”* şeklinde ifadeler ile birlikte hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine,

https://www.instagram.com/sabeautycenter/ adresli internet sitesinin 02.10.2019 tarihli görünümünde örnek olarak; *“Siz de göz çevresi kırışıklıklarından rahatsız oluyorsanız kolay acısız müdahale(..)%50 indirim (…)#kırışıklıktedavisi”* şeklinde ifadelere yer verildiği,

Bununla birlikte, inceleme konusu tanıtımlarda kuruluşun *“Semra Ülker Beauty Center”* olarak isimlendirildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; kuruluşta sunulan hizmetler arasında *“Lazer epilasyon, akne tedavisi ve leke tedavisi”* gibi doktor kontrolünde uygulanması gereken ve güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara yer verildiği ve anılan tıbbi işlemlere ilişkin kampanyaların düzenlendiği, bununla birlikte, inceleme konusu tanıtımlarda kuruluşun  *“Semra Ülker Beauty Center”* olarak isimlendirildiği,

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 kaldırıldığı ve Geçici 5 inci maddesi ile de güzellik salonları sağlık kuruluşu statüsünden çıkarıldığı, bu bağlamda, 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 isimlerini açıkça "salon" olarak belirtmesi gerektiğinin hükme bağlandığı,

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 yapılabileceğinin açıkça belirtildiği,

Bu bağlamda; sağlık alanında faaliyeti olmayan kuruluşun inceleme konusu internet sitelerinde yapılan tanıtımlar aracılığıyla sağlık alanında faaliyet gösterdiği, tabip tarafından yapılması gereken ve güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen tıbbi işlemleri uyguladığı yönünde bir algı oluşturduğu; anılan tıbbi işlemlerin doktor kontrolünde ve sağlık kuruluşları bünyesinde uygulanması gerektiği, ayrıca ilgili mevzuatta “güzellik merkezi” şekilde bir sağlık kuruluşu türünün tanımlı olmadığı ve güzellik salonlarının isminin “güzellik salonu” şekilde açıkça yazılması gerektiği, dolayısıyla söz konusu tanıtımların ilgili mevzuata aykırı olarak benzer kuruluşlar arasında haksız rekabete yol açtığı, tüketici yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

- İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğin16 ncı maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**38)**

**Dosya No: 2019/8903**

**Şikayet Edilen:** **Mustafa Samed YENİCE (Brassiva Estetik Güzellik Salonu)**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://brassiva.com, www.instagram.com/brassivaestetikveguzellik/ ve www.facebook.com/Brassiva-Estetik-Güzellik-203094619760510/ adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 02.10.2019, 30.09.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://brassiva.com adresli internet sitesinin 30.09.2020 tarihli görünümünde örnek olarak; *“İstenmeyen tüylerden kalıcı olarak kurtulmanın en etkili yolu Lazer epilasyondur. (…)Brassiva Estetik & Güzellik olarak yılların tecrübesi ve uzmanlığıyla hizmet vermekteyiz. En son teknoloji Amerikan menşeili lazer çeşitlerimiz ve uzman gözetiminde yapılan lazer epilasyon işlemlerimizle en kısa sürede kalıcı olarak istenmeyen tüylerden kurtulmanın rahatlığını yaşayabilirsiniz.(…) Altın İğneRadyofrekans. Altın İğne cihazı ile deri altına mikro iğnelerle ısı verilerek müdahalede bulunulur. Al tının iletkenliği sayesinde doku bozulmadan uyarım yapılmış olur ve derinin kendisini yenilemesi için kollajenler harekete geçer. (…)Altın iğne tedavisinin etkisi genelde 2. Altın iğne uygulamasından sonra görülmeye başlar. ALTIN İĞNE UYGULAMASININ KULLANIMALANLARI. Gözenek Sıkılaştırma, Akne Tedavisi, Akne İzi Tedavisi, Yüz Germe, (…)Kırışıklık Tedavisi, İz Tedavisi, Çatlak Tedavisi, Aşırı Terleme Tedavisi (…)”* şeklinde,

https://www.instagram.com/brassivaestetikveguzellik/adresli internet sitesinin 02.10.2019 tarihli görünümünde örnek olarak; *“Leke tedavisinde etkili sonuç. Medlite qswitch ndyag lazer ile leke tedavisi. Tek seansta dahi açılma sağlanır.”* şeklinde,

https://www.facebook.com/Brassiva-Estetik-Güzellik-203094619760510/adresli internet sitesinin 02.10.2019 tarihli görünümünde örnek olarak; *“Lazer Epilasyon. 15 ayrı cihaz 15 farklı teknoloji.(…)* *Koltukaltı-21₺(...)”* şeklinde ifadelere yer verildiği,

Bununla birlikte, inceleme konusu tanıtımlarda kuruluşun“Brassiva Estetik ve Güzellik”olarak isimlendirildiği tespit edilmiştir

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; kuruluşta sunulan hizmetler arasında *“Lazer epilasyon, akne tedavisi, leke tedavisi”* gibi doktor kontrolünde uygulanması gereken ve güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara yer verildiği ve anılan tıbbi işlemlere ilişkin kampanyaların düzenlendiği,bununla birlikte, inceleme konusu tanıtımlarda kuruluşun *“Brassiva Estetik ve Güzellik”* olarak isimlendirildiği,

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 kaldırıldığı ve Geçici 5 inci maddesi ile de güzellik salonları sağlık kuruluşu statüsünden çıkarıldığı, bu bağlamda, 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 isimlerini açıkça "salon" olarak belirtmesi gerektiğinin hükme bağlandığı,

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 yapılabileceğinin açıkça belirtildiği,

Bu bağlamda; sağlık alanında faaliyeti olmayan kuruluşun inceleme konusu internet sitelerinde yapılan tanıtımlar aracılığıyla sağlık alanında faaliyet gösterdiği, tabip tarafından yapılması gereken ve güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen tıbbi işlemleri uyguladığı yönünde bir algı oluşturduğu; anılan tıbbi işlemlerin doktor kontrolünde ve sağlık kuruluşları bünyesinde uygulanması gerektiği, güzellik salonlarının isminin “güzellik salonu” şekilde açıkça yazılması gerektiği, dolayısıyla söz konusu tanıtımların ilgili mevzuata aykırı olarak benzer kuruluşlar arasında haksız rekabete yol açtığı, tüketici yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

- İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğin16 ncı maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**39)**

**Dosya No: 2019/8905**

**Şikayet Edilen:** **Fatma ÖZ (Ceren Estetik ve Güzellik Salonu)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 02.10.2019, 30.09.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.facebook.com/cerenozmalatya/ adresli internet sitesinin 02.10.2019 tarihi görünümünde; kuruluşta sunulan hizmetler arasında *“Lazer epilasyon, Somon DNA, Dolgu ve Botoks”* gibi*,*

Anılan internet sitesinin 30.09.2020 tarihli görünümünde ise; sunulan hizmetler arasında *“Mezoterapi, Leke Tedavisi, Lazer Epilasyon, Botoks, Dolgu, Çatlak Tedavisi”* gibi tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara yer verildiği, anılan tıbbi işlemlere ilişkin kampanyaların düzenlendiği ve hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği,

Bununla birlikte, inceleme konusu tanıtımlarda kuruluşun *“Ceren Öz Estetik ve Güzellik Merkezi”* olarak isimlendirildiği,

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; kuruluşta sunulan hizmetler arasında *“Mezoterapi, Leke Tedavisi, Lazer Epilasyon, Botoks, Dolgu, Çatlak Tedavisi, Somon DNA”* gibi doktor kontrolünde uygulanması gereken ve güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara yer verildiği, anılan tıbbi işlemlere ilişkin kampanyaların düzenlendiği ve hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği,bununla birlikte, inceleme konusu tanıtımlarda kuruluşun *“Ceren Öz Estetik ve Güzellik Merkezi”* olarak isimlendirildiği,

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 kaldırıldığı ve Geçici 5 inci maddesi ile de güzellik salonları sağlık kuruluşu statüsünden çıkarıldığı, bu bağlamda, 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 isimlerini açıkça "salon" olarak belirtmesi gerektiğinin hükme bağlandığı,

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 yapılabileceğinin açıkça belirtildiği,

Bu bağlamda; sağlık alanında faaliyeti olmayan kuruluşun inceleme konusu internet sitelerinde yapılan tanıtımlar aracılığıyla sağlık alanında faaliyet gösterdiği, tabip tarafından yapılması gereken ve güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen tıbbi işlemleri uyguladığı yönünde bir algı oluşturduğu; anılan tıbbi işlemlerin doktor kontrolünde ve sağlık kuruluşları bünyesinde uygulanması gerektiği, ayrıca ilgili mevzuatta “güzellik merkezi” şekilde bir sağlık kuruluşu türünün tanımlı olmadığı ve güzellik salonlarının isminin “güzellik salonu” şekilde açıkça yazılması gerektiği, dolayısıyla söz konusu tanıtımların ilgili mevzuata aykırı olarak benzer kuruluşlar arasında haksız rekabete yol açtığı, tüketici yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

- İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğin16 ncı maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**40)**

**Dosya No: 2019/8908**

**Şikayet Edilen:** **Neslihan TAŞAN (Ness Güzellik Salonu)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 02.10.2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.facebook.com/nessguzellikfethiye adresli internet sitesinin 02.10.2019 tarihli görünümünde; *“Ness Güzellik Merkezi. (…)Erkek Lazer Epilasyon(…)Batık tedavisi için en etkili yöntem Lazer Epilasyon(…)”* şeklinde, 30.09.2020 tarihli görünümünde ise *“Dermapen ile gözenek sıkılaştırma. GÖZENEK TEDAVİSİ.(…) Bay-Bayan Buz Epilasyon için geç kalmadınız. 4 Mevsim 4 Seans Hızlı Sonuç”* şeklinde,

https://www.instagram.com/nessguzellikfethiye/ adresli internet sitesinin 02.10.2019 tarihli görünümünde; *“Lekelerinizle yaşamak zorunda değilsiniz...Dermapen işlemi ile cilt problemleriniz tamamen yok olsun.”* şeklinde, 30.09.2020 tarihli görünümünde ise; “*Batık tedavisi için en etkili yöntem Lazer Epilasyon(…)”* şeklinde ifadelere ve hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği,

Bununla birlikte, inceleme konusu tanıtımlarda kuruluşun *“Ness Güzellik Merkezi”* olarak isimlendirildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; kuruluşta sunulan hizmetler arasında *“Lazer Epilasyon, Dermapen, Gözenek Tedavisi”* gibi doktor kontrolünde uygulanması gereken ve güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara ve hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği,bununla birlikte, inceleme konusu tanıtımlarda kuruluşun *“Ness Güzellik Merkezi”* olarak isimlendirildiği,

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 kaldırıldığı ve Geçici 5 inci maddesi ile de güzellik salonları sağlık kuruluşu statüsünden çıkarıldığı, bu bağlamda, 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 isimlerini açıkça "salon" olarak belirtmesi gerektiğinin hükme bağlandığı,

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 yapılabileceğinin açıkça belirtildiği,

Bu bağlamda; sağlık alanında faaliyeti olmayan kuruluşun inceleme konusu internet sitelerinde yapılan tanıtımlar aracılığıyla sağlık alanında faaliyet gösterdiği, tabip tarafından yapılması gereken ve güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen tıbbi işlemleri uyguladığı yönünde bir algı oluşturduğu; anılan tıbbi işlemlerin doktor kontrolünde ve sağlık kuruluşları bünyesinde uygulanması gerektiği, ayrıca ilgili mevzuatta “güzellik merkezi” şekilde bir sağlık kuruluşu türünün tanımlı olmadığı ve güzellik salonlarının isminin “güzellik salonu” şekilde açıkça yazılması gerektiği, dolayısıyla söz konusu tanıtımların ilgili mevzuata aykırı olarak benzer kuruluşlar arasında haksız rekabete yol açtığı, tüketici yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

- İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğin16 ncı maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**41)**

**Dosya No: 2019/8909**

**Şikayet Edilen:** **Emine ŞAHİN YULUĞ (Em-Şa Güzellik Salonu)**

**Şikayet Edilen Reklam:** http://www.emsaestetik.com/, www.facebook.com/emsaestetik1/ ve www.instagram.com/emsaestetik/ adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 01.10.2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** http://www.emsaestetik.com/ adresli internet sitesinin 01.10.2019 tarihli görünümünde örnek olarak; *“Emsa Estetik ve Güzellik Merkezi. Sakarya Lazer Epilasyon. Tüysüz ve pürüzsüz bir cilt günümüzde bayanlar için olduğu kadar erkekler için de önem arz etmektedir. Lazer epilasyon yöntemi tüylerden kurtulmanın en sağlıklı ve zararsız yoludur.”* şeklinde,

https://www.facebook.com/emsaestetik1/ adresli internet sitesinin 01.10.2019 tarihli görünümünde örnek olarak; *“3 kombinle leke uygulama tedavimiz.1-Hidrafacial ile derinlemesine cildimizi temizledik. 2-Dermapen ile mikro iğneleme işlemi yaparak tüm gözeneklerimizi açdık. 3-Mezotarapi ile leke giderici ve gözenek sıkılaştırıcı serumumuzu elektrik akımıyla epidermisden dermise geçiş sağladık.!(4 ile 6 seans arasında leke ve gözenek probleminizden kurtulabilisiniz)(…)Yılbaşı kampanyası kaçırılmaz! Buz Lazer Tüm Vücut 2600 TL değil 1750 TL(…)”* şeklinde,

https://www.instagram.com/emsaestetik/adresli internet sitesinin 01.10.2019 tarihli görünümünde örnek olarak; *“Akne/Skar Tedavisi(…)Lazer Epilasyon(…)”* şeklinde ifadelere yer verildiği ve anılan tıbbi işlemlere ilişkin kampanyaların düzenlendiği,

Bununla birlikte, inceleme konusu tanıtımlarda kuruluşun *“Emsa Estetik ve Güzellik Merkezi”* olarak isimlendirildiği,

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; kuruluşta sunulan hizmetler arasında *“Lazer epilasyon, dermapen, mezoterapi, leke tedavisi”* gibi doktor kontrolünde uygulanması gereken ve güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara yer verildiği ve anılan tıbbi işlemlere ilişkin kampanyaların düzenlendiği,bununla birlikte, inceleme konusu tanıtımlarda kuruluşun *“Emşa Estetik ve Güzellik Merkezi”* olarak isimlendirildiği,

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 kaldırıldığı ve Geçici 5 inci maddesi ile de güzellik salonları sağlık kuruluşu statüsünden çıkarıldığı, bu bağlamda, 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 isimlerini açıkça "salon" olarak belirtmesi gerektiğinin hükme bağlandığı,

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 yapılabileceğinin açıkça belirtildiği,

Bu bağlamda; sağlık alanında faaliyeti olmayan kuruluşun inceleme konusu internet sitelerinde yapılan tanıtımlar aracılığıyla sağlık alanında faaliyet gösterdiği, tabip tarafından yapılması gereken ve güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen tıbbi işlemleri uyguladığı yönünde bir algı oluşturduğu; anılan tıbbi işlemlerin doktor kontrolünde ve sağlık kuruluşları bünyesinde uygulanması gerektiği, ayrıca ilgili mevzuatta “güzellik merkezi” şekilde bir sağlık kuruluşu türünün tanımlı olmadığı ve güzellik salonlarının isminin “güzellik salonu” şekilde açıkça yazılması gerektiği, dolayısıyla söz konusu tanıtımların ilgili mevzuata aykırı olarak benzer kuruluşlar arasında haksız rekabete yol açtığı, tüketici yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

- İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğin16 ncı maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Emine ŞAHİN YULUĞ (Em-Şa Güzellik Salonu)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**42)**

**Dosya No: 2019/8914**

**Şikayet Edilen:** **Nilüfer KAPLAN (Nilüfer Güzellik Salonu)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 01.10.2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.instagram.com/niluferestetikguzellik/ adresli internet sitesinin 01.10.2020 tarihli görünümünde örnek olarak; *“Buz Başlık Lazer İle Konya Halkımızın Hizmetindeyiz. \*31 Mayısa Kadar %50 İndirim Fırsatından Yararlanabilirsiniz.”* şeklinde ifadelere yer verildiği ve anılan tıbbi işlemlere ilişkin kampanyaların düzenlendiği, bununla birlikte, inceleme konusu tanıtımlarda kuruluşun *“Nilüfer Estetik ve Güzellik”* olarak isimlendirildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; kuruluşta sunulan hizmetler arasında *“Lazer epilasyon”* gibi doktor kontrolünde uygulanması gereken ve güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara yer verildiği ve anılan tıbbi işlemlere ilişkin kampanyaların düzenlendiği, bununla birlikte, inceleme konusu tanıtımlarda kuruluşun *“Nilüfer Estetik ve Güzellik”* olarak isimlendirildiği,

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 kaldırıldığı ve Geçici 5 inci maddesi ile de güzellik salonları sağlık kuruluşu statüsünden çıkarıldığı, bu bağlamda, 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 isimlerini açıkça "salon" olarak belirtmesi gerektiğinin hükme bağlandığı,

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 yapılabileceğinin açıkça belirtildiği,

Bu bağlamda; sağlık alanında faaliyeti olmayan kuruluşun inceleme konusu internet sitesinde yapılan tanıtımlar aracılığıyla sağlık alanında faaliyet gösterdiği, tabip tarafından yapılması gereken ve güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen tıbbi işlemleri uyguladığı yönünde bir algı oluşturduğu; anılan tıbbi işlemlerin doktor kontrolünde ve sağlık kuruluşları bünyesinde uygulanması gerektiği, ayrıca güzellik salonlarının isminin “güzellik salonu” şekilde açıkça yazılması gerektiği, dolayısıyla söz konusu tanıtımların ilgili mevzuata aykırı olarak benzer kuruluşlar arasında haksız rekabete yol açtığı, tüketici yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

- İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğin16 ncı maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**43)**

**Dosya No: 2019/8915**

**Şikayet Edilen:** **Yaşar KÜLAY (Roal Güzellik Salonu)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 01.10.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.instagram.com/roalguzelliksalonu/ adresli internet sitesinin 01.10.2020 tarihli görünümünde; *“ROAL Güzellik Salonu #lazerepilasyon #altinigne #medikalciltbakımı #prp #gözkapağıestetiği #mezoterapi #örümcekağıestetiği #dolgu #botox(…)Saç Ekimi(…)Bayrama özel indirimler!!!Botoks:%15indirim Dudak dolgusu: %20indirim(…) Saç, Yüz ve Vücut Mezoterapi”* şeklinde ifadelere yer verildiği ve anılan tıbbi işlemlere ilişkin kampanyaların düzenlendiği, ayrıca hastaların saç ekimi tedavisi öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; kuruluşta sunulan hizmetler arasında *“Lazer epilasyon, dolgu, botoks, saç ekimi, mezoterapi”* gibi doktor kontrolünde uygulanması gereken ve güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara yer verildiği ve anılan tıbbi işlemlere ilişkin kampanyaların düzenlendiği, ayrıca hastaların saç ekimi tedavisi öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği,

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 kaldırıldığı ve Geçici 5 inci maddesi ile de güzellik salonları sağlık kuruluşu statüsünden çıkarıldığı, bu bağlamda, 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,

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 yapılabileceğinin açıkça belirtildiği,

Bu bağlamda; sağlık alanında faaliyeti olmayan kuruluşun inceleme konusu internet sitesinde yapılan tanıtımlar aracılığıyla sağlık alanında faaliyet gösterdiği, tabip tarafından yapılması gereken ve güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen tıbbi işlemleri uyguladığı yönünde bir algı oluşturduğu; anılan tıbbi işlemlerin doktor kontrolünde ve sağlık kuruluşları bünyesinde uygulanması gerektiği, dolayısıyla söz konusu tanıtımların ilgili mevzuata aykırı olarak benzer kuruluşlar arasında haksız rekabete yol açtığı, tüketici yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

- İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğin16 ncı maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**44)**

**Dosya No: 2019/12574**

**Şikayet Edilen:** **Dt. Ahmet Fatih CENGİZ (Face Orthodontics Clinique)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 08.10.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.instagram.com/doctor.face/ adresli internet sayfasının 08.10.2020 tarihli görünümünde örnek olarak;

*“MERHABAAAAAA. Bu zamana kadar hastalarımın ağız dışı profil fotoğraflarını çok paylaşmadım ama bu hastamdaki muazzam değişimi paylaşmam gerekiyordu. Hastama da paylaşıma izin verdiği için tekrar teşekkür ediyorum. Hastam herhangi bir çene ameliyatı olmaksızın, dudaklarına herhangi bir botoks veya dolgu işlemi yaptırmaksızın SADECE ORTODONTİK tedaviyle dişlerden dudaklara, çene ucundan burun ucuna kadar yaşadığı iyileşmeyi görmekteyiz… Ortodonti sadece dişleri tedavi etmez; dişler vasıtasıyla total gülüşünüzü, dudaklarınızı, yüz profilinizi iyileştirir. (Dünya Ortodontisinde kabul edilen Dr.Arnett’in TVL çizgisi burunaltı subnasale noktasından geçen, yer düzlemine dik yüz estetiği ve dudakların ilişkisini değerlendirdiğimiz çizgidir. Hastamın öncesi ve sonrası dudaklarının bu çizgiye olan mesafesinin değişimine dikkat ediniz lütfen) (…)Dudak damak yarıkları derneği kongresinde sunduğum bilimsel posterim. Posterimin sonuç kısmını özetliyim: Dudak damak yarıkları çevresel ve genetik faktörlerin bir arada rol oynadığı multifaktöriyel bir hastalıktır. Dünya genelinde 600-1000 doğumda bir görülmektedir. (…). Bu bebekleri #ortodontist , #plastikcerrah , #konuşmaterapisti nden oluşan multidisipliner bir tedavi beklemektedir. Kooperasyonun yüksek olduğu bilinçli ailelerde çok güzel sonuçlar alabiliyoruz (…)Loading new case. Sadece ortodontik tedaviyle dudaklardaki değişim.”* şeklinde tıbbi işlemlere yönelik talep yaratıcı ifadelere yer verildiği,

*“Smile make over with Orthodontics. (…)4 yıl öncesinde Uzmanlık eğitim yıllarıma ait bir damon vakası...(…) Ortodonti dişler kadar dudaklarla; çeneler kadar yüz profiliyle ilgilenir!(…)”* şeklinde ifadelerle birlikte hastaların tedavi öncesine ve sonrasına ilişkin görüntülerin paylaşıldığı,

*“Sadece gülüşünüzü değiştirmiyor. (…)Gülümseme sanatını icra ediyoruz @doctor.face sayesinde.(…)Teşekkür ederim gülüşlerimin mimarı @doctor.face”* şeklinde hastaların teşekkür, övgü ve onay niteliğindeki ifadelerine yer verildiği;

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; inceleme konusu tanıtımların, sağlık alanında çalışan kuruluşun ve hekimlik mesleğini yürüten şahsın faaliyetlerine ticari bir görünüm yükleyen, sağlık alanında izin verilen bilgilendirme ve tanıtım faaliyetleri sınırlarını aşan ve mevzuata aykırı nitelikte değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

- Ağız ve Diş Sağlığı Hizmeti Sunulan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin 25 inci maddesi

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**45)**

**Dosya No: 2020/1503**

**Şikayet Edilen:** **Orhan KURT (Nostalji Güzellik Salonu)**

**Şikayet Edilen Reklam:** http://nostaljiguzelliksalonu.com/ ve https://www.instagram.com/ nostaljiguzelliksalonu/ adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 02.10.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** http://nostaljiguzelliksalonu.com/ adresli internet sitesinin 02.10.2020 tarihli görünümünde örnek olarak; *“Hizmetlerimiz: Lazer Epilasyon, Botoks, Mezoterapi, Çatlak Tedavisi, Dolgu,(...)Akupunktur”* şeklinde,

https://www.instagram.com/nostaljiguzelliksalonu/ adresli internet sitesinin 02.10.2020 tarihli görünümünde örnek olarak; *“15 Aralık dolgu botoks günü. Kaçıranlar için randevularımız başladı @dr.tolunayzeybekler. 15 nde dolgu botoks günümüz ve ünlü hocamız tolunay zeybekler ile beraberiz...(…)Lazer epilasyonda dev kampanya. Her bölge 50 TL(…)Plazma pen(…)Strıort Metodu. Dünyada ilk ve tek Çatlak Tedavisi(…)Lazer Epilasyon 1600 yerine 1200 TL Çatlak Tedavisi 1700 yerine 1300TL. (…)Tüm yüz botoks 650 TL(…)Dermapen. Cilt lekelerine son. 6+2 seans 1300 TL. Akne sivilce(…)Kasım ayı kampanyamız tüm hastalarımıza gelsin... Ünlü hocamız tolunay zeybekler ile dolgu botoks günü 2 Kasım Cumartesi 1100 tl yerine sadece 550 tl botoks fiyatımız.(…)6 seans sıkılaşma ve selülit tedavisi 300 TL. (…)Çene dolgusu(…)Mezoterapi 95 TL. Kaçırılmayacak son fırsat”* şeklinde ifadelere yer verildiği, anılan tıbbi işlemlere ilişkin kampanyaların düzenlendiği ve hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; kuruluşta sunulan hizmetler arasında *“Mezoterapi, Dermapen, Lazer Epilasyon, Botoks, Dolgu, Çatlak Tedavisi, Akupunktur”* gibi doktor kontrolünde uygulanması gereken ve güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara yer verildiği, anılan tıbbi işlemlere ilişkin kampanyaların düzenlendiği ve hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği,

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 kaldırıldığı ve Geçici 5 inci maddesi ile de güzellik salonları sağlık kuruluşu statüsünden çıkarıldığı, bu bağlamda, 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,

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 yapılabileceğinin açıkça belirtildiği,

Bu bağlamda; sağlık alanında faaliyeti olmayan kuruluşun inceleme konusu internet sitelerinde yapılan tanıtımlar aracılığıyla sağlık alanında faaliyet gösterdiği, tabip tarafından yapılması gereken ve güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen tıbbi işlemleri uyguladığı yönünde bir algı oluşturduğu; anılan tıbbi işlemlerin doktor kontrolünde ve sağlık kuruluşları bünyesinde uygulanması gerektiği, dolayısıyla söz konusu tanıtımların ilgili mevzuata aykırı olarak benzer kuruluşlar arasında haksız rekabete yol açtığı, tüketici yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

- İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğin16 ncı maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**46)**

**Dosya No: 2020/1504**

**Şikayet Edilen:** **Pumpkin Güzellik Hizmetleri Ticaret Limited Şirketi (Pumpkin Güzellik Salonu)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 02.10.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.instagram.com/pumpkinbeautyspa/ adresli internet sitesinin 02.10.2020 tarihli görünümünde örnek olarak;

*“Hydrafacial daha aydınlık güzel ve genç cilde konforlu bir şekilde ulaşmayı sağlayan Hydradermabrazyon teknolojisine sahiptir. Bu yöntem ilk defa cilt temizleme , (…)akne tedavisi işlemelerinin kombine edildiği bir sistemdir. (…)Selülit Tedavisi(…)STRİORT İLE ÇATLAK TEDAVİSİ. Yeni nesil bir tedavi yöntemi olan striort, uygulanan tek bir seans ile cilt çatlaklarını %80’e kadar azaltabilen bir çatlak tedavisidir.*(…*)”* şeklinde,

https://www.facebook.com/pumpkinbeautyspa adresli internet sitesinin 02.10.2020 tarihli görünümünde örnek olarak;

*“YENİ YIL HOŞCAKAL LEKE. Q SWITCHED + DERMAPEN 4 SEANS 2020₺ (…)Akne. Kırışıklık tedavisi. Mantar Tedavisi.(…) ÜCRETSİZ PODOLOJİ MUAYENESİ (…)Podolojinin verdiği hizmetler nelerdir?(…)Mantar hastalığı olan tırnak bakımı ve rehabilitasyonu(…)*” şeklinde ifadelere yer verildiği, anılan tıbbi işlemlere ilişkin kampanyaların düzenlendiği ve hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği,bununla birlikte, inceleme konusu tanıtımlarda kuruluşun *“*Pumpkin Beauty&Spa More*”* olarak isimlendirildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; kuruluşta sunulan hizmetler arasında *“Akne Tedavisi, Selülit Tedavisi, Dermapen, Çatlak Tedavisi”* gibi doktor kontrolünde uygulanması gereken ve güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara yer verildiği, anılan tıbbi işlemlere ilişkin kampanyaların düzenlendiği ve hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği,bununla birlikte, inceleme konusu tanıtımlarda kuruluşun *“*Pumpkin Beauty&Spa More*”* olarak isimlendirildiği,

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 kaldırıldığı ve Geçici 5 inci maddesi ile de güzellik salonları sağlık kuruluşu statüsünden çıkarıldığı, bu bağlamda, 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 isimlerini açıkça "salon" olarak belirtmesi gerektiğinin hükme bağlandığı,

Bu bağlamda; sağlık alanında faaliyeti olmayan kuruluşun inceleme konusu internet sitelerinde yapılan tanıtımlar aracılığıyla sağlık alanında faaliyet gösterdiği, tabip tarafından yapılması gereken ve güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen tıbbi işlemleri uyguladığı yönünde bir algı oluşturduğu; anılan tıbbi işlemlerin doktor kontrolünde ve sağlık kuruluşları bünyesinde uygulanması gerektiği, ayrıca güzellik salonlarının isminin “güzellik salonu” şekilde açıkça yazılması gerektiği, dolayısıyla söz konusu tanıtımların ilgili mevzuata aykırı olarak benzer kuruluşlar arasında haksız rekabete yol açtığı, tüketici yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

- İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğin16 ncı maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**GIDA**

**47)**

**Dosya No: 2020/1655**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından et ve şarküteri ürünlerine ilişkin olarak yayınlanan "Kaynağı belli et" ibareli reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Yayınlandığı Mecra:** Afiş, Etiket, İnternet

**Tespitler:** Bakanlığımıza yapılan başvuruya ilişkin olarak yapılan inceleme sonucunda; www.migros.com.tr adresli internet sitesinin 29.09.2020 tarihli görünümünde Dana Bonfile adlı ürünün satış sayfasında, “Dana bonfile, lezzetli bir et çeşididir. Kaynağı belli et, Migros müşterilerine ulaşana kadar 220 kontrolden geçmiştir. Migros’ta etin kalitesi doğru ve kaliteli ham madde seçmekle başlar. Migros’ta et ürünleri, soğuk zinciri sağlanarak depolanır. Et ve et ürünleri, günlük sevkiyat sonucu taze olarak Migros müşterilerine ulaşır. Ham madde temininden, kesim ve soğutmaya, üretim, depolama ve dağıtımdan mağazada satışına kadar tüm süreçler Migros Kalite Yönetim Sistemi denetimlerinden geçmektedir. Ham maddeler Bakanlık onaylı ve Migros Kalite Sistemi denetiminden geçmiş çiftlik ve tedarikçilerden temin edilir. Hayvanların yasal mevzuata uygun olarak rapor ve canlı kontrolleri veteriner hekimler tarafından yapılır. Kesim sonrasında dana-kuzu karkas, sakatatlar ve kesilmiş olarak tedarikçilerden temin edilen ham maddeler tesise kabul sürecinde veteriner hekimler tarafından yüzde 100 kontrol edilir.” şeklinde ifadelere yer verildiği, “Kaynağı belli et” ve “Etlerimiz 220 farklı denetimden geçer” ibareli reklam afişlerinin Migros mağazalarında kullanıldığı, ayrıca kasap etiketleri ile reyon camlarında yer alan şeritlerde “Kaynağı belli et” ibaresine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Migros Ticaret A.Ş. tarafından et ve şarküteri ürünlerine ilişkin olarak yayınlanan "Kaynağı belli et" ibareli reklam ve tanıtımlara ilişkin olarak, Migros mağazalarının kasap reyonlarında satışa sunulan taze ve işlenmiş et ürünlerinin firmaya ait taze et üretim tesislerinde üretildiği, tedarik, üretim, depolama ve satış süreçlerinde gerçekleştirilen 220 adet kalite kontrol uygulamasının yer aldığı liste ile yapılan işlemlere ilişkin açıklamaların Bakanlığımıza sunulduğu, etin izlenebilirliğinin firma tarafından garanti edilmesi nedeniyle “Kaynağı belli et” ibaresinin reklam sloganı olarak kullanıldığı tespit edilmiş olup söz konusu ibare ve reklamlarda ilgili reklam ve gıda mevzuatı hükümlerine aykırı bir unsura rastlanmadığından, anılan reklam ve tanıtımların 6502 sayılı Kanun'un 61 inci maddesine ***aykırılık teşkil etmediği*** görüş ve kanaatine varılmıştır.

**48)**

**Dosya No: 2020/1656**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından düzenlenen “Nutella Kazandıran Kavanozlar” başlıklı promosyon kampanyasına ilişkin reklam ve tanıtımlar ile anılan kampanya kapsamında tüketicilere yönelik olarak gerçekleştirilen ticari uygulamalar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 01.09.2018 – 30.11.2018

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon, İnternet, Broşür, Açık Hava İlanı, Afiş

**Tespitler:** Bakanlığımıza yapılan başvuruya ilişkin olarak yapılan inceleme sonucunda; Ferrero Türkiye Çikolata ve Tarım Ürünleri San. ve Dış Tic. A.Ş. tarafından 01.09.2018 – 30.11.2018 tarihleri arasından düzenlenen “Nutella Kazandıran Kavanozlar” başlıklı kampanya kapsamında Nutella kapaklarında yer alan kodların Nutella mobil uygulamasına girilmesi karşılığında, biriktirilen puanlara karşılık gelen Nutella isme özel etiket, Nutella bıçağı, Nutella hoparlör ve Nutella lambası gibi seçimlik ödüllerin kazanıldığı, Nutella 400 gr. kavanozunun kapağı altında yer alan barkod karşılığında 100 puan, 750 gr. kavanozunun kapağı altında yer alan barkod karşılığında 200 puan kazanıldığı, Nutella isme özel etiket hediyesinin 200 puan, Nutella bıçağının 500 puan, Nutella hoparlörün 1000 puan, Nutella lambasının ise 1500 puan karşılığında kazanılabileceği,

Kampanyanın başlangıcından bir ay sonra 01.10.2018 tarihinde, kampanya koşullarına “Kampanyaya ticari şirketler katılamaz. Aynı kullanıcının bir ay içerisinde 8’den fazla kod girmesi ticari kullanım olarak değerlendirilir ve bu miktarı aşan kod girişleri geçersiz sayılır.” şeklindeki kampanya şartının dahil edildiği, yapılan bu değişikliğin ilgili reklam mecralarında tüketicilere duyurulduğu, söz konusu katılım şartının kampanya başlangıcında kampanya koşulları arasında yer almadığı hususları tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firma tarafından düzenlenen “Nutella Kazandıran Kavanozlar” başlıklı kampanya kapsamında Nutella kapaklarında yer alan kodların Nutella mobil uygulamasına girilmesi karşılığında, biriktirilen puanlara karşılık gelen Nutella isme özel etiket, Nutella bıçağı, Nutella hoparlör ve Nutella lambası gibi seçimlik ödüllerin kazanıldığı, kampanya koşulları başlığı altında duyurulan, “Kampanyaya ticari şirketler katılamaz. Aynı kullanıcının bir ay içerisinde 8’den fazla kod girmesi ticari kullanım olarak değerlendirilir ve bu miktarı aşan kod girişleri geçersiz sayılır.” şeklindeki kampanya katılım koşulu ile kod gönderme hakkının bir ay içerisinde 8 adet kod ile sınırlı olacak şekilde belirlendiği,

Bakanlığımıza ulaşan tüketici şikayetinde, tüketicinin kampanyaya katılım göstererek biriktirmiş olduğu kodları uygulamaya girmesine rağmen, kazanılan hediye ürünlerin ticarete konu edileceği öne sürülerek firma tarafından geçersiz sayıldığı ve tüketicinin Nutella mobil uygulaması üzerinden biriktirmiş olduğu puanlar karşılığında seçtiği ödül ürünlerin gönderilmediğinin ifade edildiği, konuya ilişkin olarak firma tarafından yapılan açıklamada ise, tüketicinin girmiş olduğu 65 adet kodun “Nutella Kazandıran Kavanozlar” kampanya koşullarına uygun olarak ticari kullanım amacı taşıdığının değerlendirildiği ve girilen kodların “Kampanya Koşulları” na uygun olarak geçersiz sayıldığının belirtildiği,

Bu kapsamda, firma tarafından kod gönderme hakkının bir ay içerisinde 8 adet kod ile sınırlandırılarak 8 adetten fazla kod girişinin ticari kullanım olarak değerlendirileceği ve bu miktarı aşan kod girişlerinin geçersiz sayılacağı ilan edilmekle birlikte, tüketici tarafından Nutella mobil uygulamasına girişi yapılan 65 adet kod ve bu kodlar karşılığında kazanılan puanların tümüyle geçersiz sayılmasının açık bir haksız ticari uygulama olduğu, kampanya katılım koşulları doğrultusunda, tüketicinin, Nutella mobil uygulamasına kaydetmiş olduğu aylık 8 adet kod karşılığında her halükarda hediye ürün talep etme hakkına sahip olduğu, bununla birlikte, firma tarafından belirlenerek ilan edilen kampanya katılım koşullarına aykırı olarak tüketici tarafından girişi yapılan 65 adet kodun tamamının geçersiz sayılarak tüketiciye hediye ürün gönderimi yapılmamasının mesleki özenin gereklerine uymayan haksız bir ticari uygulama olarak değerlendirildiği,

Tüm bu hususların da;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 15, 28, 29 ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 62 nci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Ferrero Türkiye Çikolata ve Tarım Ürünleri San. ve Dış Tic. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/13 üncü maddeleri uyarınca **anılan haksız ticari uygulamaları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**49)**

**Dosya No: 2020/1657**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** “Redoxon Efervasan Tablet” ve ”Redoxon Kids” adlı takviye edici gıda ürünlerine yönelik radyo spotları.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Yayınlandığı Mecra:** Radyo

**Tespitler:** Bakanlığımıza yapılan başvuruya ilişkin olarak yapılan inceleme sonucunda; Power FM isimli radyo kanalında, 22.06.2020 – 19.10.2020 tarihleri arasında yayınlanan radyo spotlarında, “C, D vitamini ve çinko içeren Redoxon sunar. Redoxonla gardını al!” ve “C, D vitamini ve çinko içeren Redoxon sundu. Redoxonla gardını al!” şeklinde ifadelere yer verildiği,

Reklam Kurulu’nun 12.05.2020 tarih ve 297 sayılı toplantısında, “Redoxon Efervasan Tablet” ve "Redoxon Kids" markalı takviye edici gıdalara ilişkin tanıtımlar hakkında gerçekleştirilen görüşme ve değerlendirmeler neticesinde, halihazırda geçerli olan mevzuat hükümlerine göre, çeşitli vitaminler, probiyotikler gibi insanın bağışıklık sistemine etkisi - katkısı olabilecek ürünlerin tanıtımlarında kullanılabilecek beyanların “bağışıklık sisteminin normal fonksiyonuna katkıda bulunur.” veya “bağışıklık sistemini desteklemeye yardımcı olur.” şeklinde sınırlandırılmış olmasına rağmen, Redoxon Efervasan Tablet C Vitamini, D Vitamini, ve Çinko İçeren Takviye Edici Gıda’ya ilişkin radyo ve TV reklamlarında; "Mevsim geçişleri bağışıklığınızı tehdit edebilir. Redoxonla gardını al!", " Klima rüzgarları sert eser. Bağışıklığı tehdit eder. Redoxonla Gardını al!", "Mevsim değişiyorsa eğer bağışıklığı tehdit eder. Redoxonla Gardını Al!" şeklinde ve "Redoxon Kids" adlı ürüne ilişkin TV ve radyo reklamlarında da benzer şekilde; "Okul dönemi çocuklarınızın bağışıklığını tehdit edebilir. Redoxon Kidsle Gardını Al!" şeklinde ifadelere yer verildiği, böylece söz konusu ürünlerin bağışıklık sistemini güçlendirerek hastalıklara karşı koruduğu yönünde bir mesaj verildiği, bu beyanların ise ilgili mevzuatta izin verilen sınırların dışına çıkan "Sağlık Beyanı" olduğu görüş ve kanaatine varılarak, Bayer Türk Kimya San. Ltd. Şti. hakkında 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca anılan reklamları durdurma cezası verilmesine karar verildiği hususları tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** “Gardını al” şeklindeki reklam sloganının tek başına kullanıldığında ürünü sağlıkla ilişkilendiren bir sağlık beyanı olmadığı, Reklam Kurulu’nun 12.05.2020 tarih ve 297 sayılı toplantısında, inceleme konusu televizyon ve radyo reklamlarında yer verilen "Mevsim geçişleri bağışıklığınızı tehdit edebilir. Redoxonla gardını al!", " Klima rüzgarları sert eser. Bağışıklığı tehdit eder. Redoxonla Gardını al!", "Mevsim değişiyorsa eğer bağışıklığı tehdit eder. Redoxonla Gardını Al!" ve "Okul dönemi çocuklarınızın bağışıklığını tehdit edebilir. Redoxon Kidsle Gardını Al!" şeklinde ifadelerin, reklamlar bir bütün olarak değerlendirildiğinde ürünün bağışıklık sistemini tehdit eden dış etmenlere ve hastalıklara karşı koruduğu mesajını ileten sağlık beyanları olduğu görüş ve kanaatine varılarak anılan reklamları durdurma cezası verildiği, bununla birlikte, ürünün içeriğinde bulunan bileşenler sayılarak yalnızca "Gardını al" şeklindeki reklam sloganına yer verilen radyo spotlarında reklam ve gıda mevzuatı hükümlerine aykırı bir unsura rastlanmadığından, anılan reklamların 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 inci maddesine ***aykırılık teşkil etmediği*** görüş ve kanaatine varılmıştır.

**50)**

**Dosya No: 2020/1659**

**Şikayet Edilen: Coca-Cola Satış ve Dağıtım A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından düzenlenen “Beyaz kapaklarda 1 LT Coca-Cola şekersiz bedava” başlıklı promosyon kampanyasına ilişkin reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Yayınlandığı Mecra:** Afiş, Ambalaj, İnternet, Televizyon

**Tespitler:** Bakanlığımıza yapılan başvuruya ilişkin olarak yapılan inceleme sonucunda; Coca-Cola Satış ve Dağıtım A.Ş. tarafından gerçekleştirilen “Beyaz kapaklarda 1 LT Coca-Cola şekersiz bedava” başlıklı promosyon kampanyasının 01.07.2020 – 11.12.2020 tarihlerini kapsadığı, kampanyaya ilişkin reklam afişlerinde, “Beyaz kapaklarda 1 LT Coca-Cola şekersiz bedava” ana vaadi ile birlikte dipnot olarak, “Coca-Cola Orijinal Tat 2.5 L PET, Coca-Cola Orijinal Tat - Daha Az Kalori 2,5 L PET, Coca-Cola Şekersiz 2,5 L PET, Fanta Portakal 2,5 L PET, Sprite 2,5 L PET ürünlerinin üzerinde "BOŞ YOK\*’ ibaresi bulunan promosyonlu beyaz renkli kapağın içerisinde yer alan 10 haneli kodu, "Daha Daha” uygulaması veya www.dahadaha.com internet adresindeki ilgili kısma girdikten sonra elde edilecek QR kodu ve/veya dijital şifreyi T.C sınırları içinde bu promosyona katılmayı kabul etmiş bir satış noktasına ileterek satış noktasının kodu/şifreyi ilgili CCINEXT uygulamasında okutması sonrasında hediye ürünü kazandığınızı teyit eder bildirimi alması üzerine bir adet Coca-Cola Şekersiz 1 L PET hediyenizi alabilirsiniz.” şeklinde ifadelere yer verildiği, kampanyaya ilişkin duyuruların ve kampanya katılım koşullarının www.dahadaha.com, www.coca-cola.com.tr adresli internet sitelerinde ve promosyonlu ürünlerin etiketlerinin arkasında yer aldığı, ayrıca tüketicilerin kampanya hakkında detaylı bilgiler ile kampanyaya katılım sağlayan satış noktaları için 444 30 40 veya 0850 201 30 40 numaralı çağrı hatlarına yönlendirildiği, kampanyaya ilişkin reklam afişlerinin kampanyaya katılan satış noktalarında sergilendiği,

Söz konusu kampanya ile birlikte, geçmişte, toplanan kapakların satış noktalarına teslim edilmesi karşılığında hediye ürünün tüketicilere verilmesi şeklinde uygulanan promosyon kampanyalarının, kampanyalı ürünlerin kapakları altında yer alan kodların Coca-Cola Daha Daha mobil uygulamasına girilmesi suretiyle oluşturulan QR kodlar veya dijital şifrelerin satış noktasına sunulması karşılığında hediye ürünün tüketicilere verilmesi şeklinde güncellendiği, ayrıca tüketicilerin Daha Daha mobil uygulamasında bulanan harita özelliğini kullanarak kendi konumlarına en yakın noktada bulunan kampanyaya katılmayı kabul etmiş satış noktalarını görebildikleri,

Bakanlığımıza iletilen tüketici şikayetleri incelendiğinde, tüketicilerin uygulamada yer alan harita özelliğini kullanarak kampanyaya katılan satış noktalarına gitmelerine rağmen hediye ürünü temin edemedikleri, satış noktaları tarafından çeşitli gerekçeler öne sürülerek hediye ürünün verilmediği şeklinde iddialara yer verildiği hususları tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Coca-Cola Satış ve Dağıtım A.Ş. tarafından düzenlenen “Beyaz kapaklarda 1 LT Coca-Cola şekersiz bedava” başlıklı promosyon kampanyasına yönelik reklam ve tanıtımlara ilişkin olarak, söz konusu kampanyaya ilişkin katılım koşullarında, kampanya duyurularında ve kampanya uygulamasında reklam mevzuatı hükümlerine aykırı bir husus bulunmadığı anlaşıldığından, anılan reklamların 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 inci maddesine ***aykırılık teşkil etmediği*** görüş ve kanaatine varılmıştır.

**51)**

**Dosya No: 2020/1031**

**Şikayet Edilen:** **Zehra KELEŞ**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.instagram.com/zehraa\_stayfit/?hl=tr adresli Instagram hesabında yer alan "Stay Fit" markalı gıda tanıtımları.

**Reklam Yayın Tarihi:** 28.07.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.instagram.com/zehraa\_stayfit/?hl=tr adresli internet sayfasının 28.07.2020 tarihli görünümünde; “Stay Fit Biberiye Suyu” ile "Stay Fit Tea" isimli ürünlere ilişkin tanıtımlarda*; "İştah keser. Tokluk hissi verir. Metabolizmayı hızlandırır. Yağların parçalanmasını sağlar. Diyet ve spora gerek kalmadan sağlıklı bir şekilde kilo vermenizi sağlamaktadır. Stayfit ile tanışın kilolarla vedalaşın. (...) Düzenli kullanımda 4 ila 12 kilo verimi görülür. Midenizi küçültür.” “tarım bakanlığı onaylıdır"* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; inceleme konusu tanıtımlarda endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç ifadeler kullanılarak mevzuatta izin verilen sağlık beyanlarının dışına çıkan tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği, böylelikle söz konusu ürünlerin insan fizyolojisine ve/veya metabolizmasına etki eden bir “tıbbi ürün” gibi tanıtıldığı, tıp literatüründe hastalık olarak tanımlanan ve hekim kontrolünde tedavi edilmesi gereken bazı sağlık sorunlarının anılan ürünlerle tedavi edildiği veya tedavisine yardımcı olunduğu izlenimi oluşturularak tüketicilerin yanıltıldığı, ayrıca şayet anılan ürünler söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda "gıda takviyesi" kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilmesi gereken ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuata uygun olmadığı; bununla birlikle ürünün tüm etkileri ve sonuçları ile Bakanlık tarafından onaylandığı algısı oluşturularak satışının yapıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

- Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliğinin 5, 7, 8, 9, 13 ve 15 inci maddeleri,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/1-b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 9/1, 9/2, 9/5, 11/1 ve 26 ncı maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**52)**

**Dosya No: 2020/1035**

**Şikayet Edilen:** **Sezgin ÖZDEMİR**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://urun.n11.com/saglik-destek-urunleri/polibor-prostat-damlasi-24-ml-P434845684 adresli internet sayfasında yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 14.08.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:**https://urun.n11.com/saglik-destek-urunleri/polibor-prostat-damlasi-24-ml-P434845684 adresli internet sayfasının 14.08.2020 tarihli görünümünde; aktarhanem mağaza adı ile satışa sunmuş olduğu ürün tanıtımında *"Polibor Prostat Damlası"* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**53)**

**Dosya No: 2020/1036**

**Şikayet Edilen:** **Aleyna SARAÇ**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://urun.n11.com/saglik- destek-urunleri/3-adet-polibor-prostat-damlasi-24-ml-ucretsiz-kargo-P431102306, https://urun.n11.com/saglik-destek-urunleri/2-adet-polibor-prostat-damlasi-24-ml-ucretsiz-kargo-P431101819, https://urun.n11.com/saglik-destek-urunleri/polibor-prostat-damlasi-24-ml-ucretsiz-kargo-P431101456 adresli internet sayfalarında yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 14.08.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://urun.n11.com/saglik-destek-urunleri/3-adet-polibor-prostat-damlasi-24-ml-ucretsiz-kargo-P431102306, https://urun.n11.com/saglik-destek-urunleri/2-adet-polibor-prostat-damlasi-24-ml-ucretsiz-kargo-P431101819,https://urun.n11.com/saglik-destek-urunleri/polibor-prostat-damlasi-24-ml-ucretsiz-kargo-P431101456 adresli internet sayfalarının 14.08.2020 tarihli görünümünde; AleynaBitkisel mağaza adı ile satışa sunmuş olduğu ürün tanıtımında *"Polibor Prostat Damlası"* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**54)**

**Dosya No: 2020/1037**

**Şikayet Edilen:** **Mücahit YILDIRIM**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://urun.n11.com/saglik-destek- urunleri/2-adet-prostat-damlasi-orjinal-urun-ucretsiz-kargo-P305662990,https://urun.n11.com/vitamin-ve-mineraller/akciger-surubu-yesil-cilek-detoksu-100-ml-P324177366 adresli internet sayfalarında yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 14.08.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://urun.n11.com/saglik-destek-urunleri/2-adet-prostat-damlasi-orjinal-urun-ucretsiz-kargo-P305662990 adresli internet sayfasının 14.08.2020 tarihli görünümünde; bitkiseleczane mağaza adı ile satışa sunmuş olduğu ürün tanıtımında *"Prostat Damlası"* şeklinde, https://urun.n11.com/vitamin-ve-mineraller/akciger-surubu-yesil-cilek-detoksu-100-ml-P324177366 adresli internet sayfasının 14.08.2020 tarihli görünümünde ise; *"Akciğer Şurubu (Yeşil Çilek Detoksu)"* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**55)**

**Dosya No: 2020/1038**

**Şikayet Edilen:** **Alya Sağlık Dağıtım ve Medikal Tıbbi Ürün. İth. İhr. San. Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://urun.n11.com/seker- olcum-cihazlari/diasin-damla-30-ml-diasin-seker-dengeleme-P391790277 adresli internet sayfasında yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 14.08.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://urun.n11.com/seker-olcum-cihazlari/diasin-damla-30-ml-diasin-seker-dengeleme-P391790277 adresli internet sayfasının 14.08.2020 tarihli görünümünde; firmanın DOĞALASİTANE mağaza adı ile satışa sunmuş olduğu ürün tanıtımında *"DİASİN DAMLA 30 Ml - DİASIN ŞEKER DENGELEME"* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Alya Sağlık Dağıtım ve Medikal Tıbbi Ürünler İth. İhr. San. Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**56)**

**Dosya No: 2020/1039**

**Şikayet Edilen:** **Cengiz KAYA**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://urun.n11.com/saglik-destek- urunleri/akciger-surubu-yesil-cilek-detoksu-100-ml-P311446756 adresli internet sayfasında yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 14.08.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://urun.n11.com/saglik-destek-urunleri/akciger-surubu-yesil-cilek-detoksu-100-ml-P311446756 adresli internet sayfasının 14.08.2020 tarihli görünümünde; herbalmarket mağaza adı ile satışa sunmuş olduğu ürün tanıtımında *"Akciğer Şurubu (Yeşil Çilek Detoksu)"* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**57)**

**Dosya No: 2020/1040**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://urun.n11.com/saglik-destek-urunleri/akciger-surubu-yesil-cilek-detoksu-100-m-P326797175 adresli internet sayfasında yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 14.08.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://urun.n11.com/saglik-destek-urunleri/akciger-surubu-yesil-cilek-detoksu-100-m-P326797175 adresli internet sayfasının 14.08.2020 tarihli görünümünde; ikizleraktar mağaza adı ile satışa sunmuş olduğu ürün tanıtımında *"Akciğer Şurubu Yeşil Çilek Detoksu"* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**58)**

**Dosya No: 2020/1041**

**Şikayet Edilen:** **Orçun BAYSAL**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://urun.n11.com/saglik-destek-urunleri/kibarli-p1-prostat-performans-vitaminli-paket-P96444010 adresli internet sayfasında yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 14.08.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://urun.n11.com/saglik-destek-urunleri/kibarli-p1-prostat-performans-vitaminli-paket-P96444010 adresli internet sayfasının 14.08.2020 tarihli görünümünde; KibarlıShop mağaza adı ile satışa sunmuş olduğu ürün tanıtımında *"KİBARLI P1 Prostat performans Vitaminli Paket"* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**59)**

**Dosya No: 2020/1042**

**Şikayet Edilen:** **Yahya ÇİFTÇİ**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://urun.n11.com/diger/polibor-prostat-damlasi-24-ml-2-adet-P431140178, https://urun.n11.com/diger/akciger-surubu-yesil-cilek-detoksu-P308614383, https://urun.n11.com/krem-ve-losyon/variflex-krem-varis-ve-selulit-kremi-100ml-2-adet-P434334511 adresli internet sayfalarında yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 14.08.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://urun.n11.com/diger/polibor-prostat-damlasi-24-ml-2-adet-P431140178 adresli internet sayfasının 14.08.2020 tarihli görünümünde; NaturaMarket mağaza adı ile satışa sunmuş olduğu ürün tanıtımında *"Polibor Prostat Damlası"* şeklinde, https://urun.n11.com/diger/akciger-surubu-yesil-cilek-detoksu-P308614383 adresli internet sayfasının aynı tarihli görünümünde; *"Akciğer Şurubu-Yeşil Çilek Detoksu"* şeklinde ve https://urun.n11.com/krem-ve-losyon/variflex-krem-varis-ve-selulit-kremi-100ml-2-adet-P434334511 adresli internet sayfasının 14.08.2020 tarihli görünümünde ise; *"Variflex Krem Varis ve Selülit Kremi" "kılcal çatlaklar için, gebelik varisleri..."* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 ve 10 uncu maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**60)**

**Dosya No: 2020/1043**

**Şikayet Edilen:** **Piksel 216 İnternet Hizmetleri Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://urun.n11.com/diger/polibor-prostat-damlasi-1-kutu-P423681777, https://urun.n11.com/diger/polibor-prostat-damlasi-2-kutu-P423682401 adresli internet sayfalarında yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 14.08.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://urun.n11.com/diger/polibor-prostat-damlasi-1-kutu-P423681777, https://urun.n11.com/diger/polibor-prostat-damlasi-2-kutu-P423682401 adresli internet sayfalarının 14.08.2020 tarihli görünümlerinde; firmanın PikselShop mağaza adı ile satışa sunmuş olduğu ürün tanıtımında *"Polibor Prostat Damlası"* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Piksel 216 İnternet Hizmetleri Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**61)**

**Dosya No: 2020/1044**

**Şikayet Edilen:** **Tam Net Pazarlama Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://urun.n11.com/diger/polibor-prostat-damlasi-24-ml-P428288883 adresli internet sayfasında yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 14.08.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://urun.n11.com/diger/polibor-prostat-damlasi-24-ml-P428288883 adresli internet sayfasının 14.08.2020 tarihli görünümünde; firmanın TAMNET-PAZARLAMA mağaza adı ile satışa sunmuş olduğu ürün tanıtımında *"Polibor Prostat Damlası"* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**62)**

**Dosya No: 2020/1045**

**Şikayet Edilen:** **Ümmühan Nazlı BELET**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://urun.n11.com/saglik-destek-urunleri/prostat-damlasi-30ml-P436707735 adresli internet sayfasında yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 14.08.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://urun.n11.com/saglik-destek-urunleri/prostat-damlasi-30ml-P436707735 adresli internet sayfasının 14.08.2020 tarihli görünümünde; UnbDışTicaret mağaza adı ile satışa sunmuş olduğu ürün tanıtımında *"Prostat Damlası"* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**63)**

**Dosya No: 2020/1046**

**Şikayet Edilen:** **Boğaç Buğra BARUT**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://urun.n11.com/vitamin-ve-mineraller/prostaquil-30-kapsul-prostat-P425597630 adresli internet sayfasında yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 14.08.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://urun.n11.com/vitamin-ve-mineraller/prostaquil-30-kapsul-prostat-P425597630 adresli internet sayfasının 14.08.2020 tarihli görünümünde; UZMANSAĞLIK mağaza adı ile satışa sunmuş olduğu ürün tanıtımında *"PROSTAQUİL 30 KAPSÜL (PROSTAT)"* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**64)**

**Dosya No: 2020/1047**

**Şikayet Edilen:** **Yasemin KOCA BERBER**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://urun.n11.com/saglik-destek-urunleri/2-adet-prostat-damlasi-orjinal-urun-P436971043, https://urun.n11.com/saglik-destek-urunleri/3-adet-akciger-surubu-yesil-cilek-detoksu-100-ml-P433172259 adresli internet sayfalarında yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 14.08.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://urun.n11.com/saglik-destek-urunleri/2-adet-prostat-damlasi-orjinal-urun-P436971043 adresli internet sayfasının 14.08.2020 tarihli görünümünde; ÜrünStore mağaza adı ile satışa sunmuş olduğu ürün tanıtımında *"2 Adet Prostat Damlası"* şeklinde, https://urun.n11.com/saglik-destek-urunleri/3-adet-akciger-surubu-yesil-cilek-detoksu-100-ml-P433172259 adresli internet sayfasının aynı tarihli görünümünde ise; *"3 Adet Akciğer Şurubu (Yeşil Çilek Detoksu) 100ml"* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**65)**

**Dosya No: 2020/1048**

**Şikayet Edilen:** **Selim DURAN**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://urun.n11.com/diger/polibor-prostat-damlasi-24-ml-P299985196 adresli internet sayfasında yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 14.08.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://urun.n11.com/diger/polibor-prostat-damlasi-24-ml-P299985196 adresli internet sayfasının 14.08.2020 tarihli görünümünde; yarendogalurunler mağaza adı ile satışa sunmuş olduğu ürün tanıtımında *"Polibor Prostat Damlası 24 ml"* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**66)**

**Dosya No: 2020/1049**

**Şikayet Edilen:** **Emine ALICI**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://urun.n11.com/bitki-besini-ve-vitamin/biopros-prostat-damlasi-P332458714, https://urun.n11.com/vitamin-ve-mineraller/diasin-damla-30-ml-diasin-seker-dengeleme-P372210012 adresli internet sayfalarında yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 14.08.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://urun.n11.com/bitki-besini-ve-vitamin/biopros-prostat-damlasi-P332458714 adresli internet sayfasının 14.08.2020 tarihli görünümünde; YILDIZLARSHOP mağaza adı ile satışa sunmuş olduğu ürün tanıtımında *"Biopros Prostat Damlası"* şeklinde, https://urun.n11.com/vitamin-ve-mineraller/diasin-damla-30-ml-diasin-seker-dengeleme-P372210012 adresli internet sayfasının aynı tarihli görünümünde ise; *"Diasin Damla 30 ml- Diasin Şeker Dengeleme"* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**67)**

**Dosya No: 2020/1050**

**Şikayet Edilen:** **Hakmar Gıda Turizm Hayvancılık ve İnşaat Sanayi Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Hakmar Market Tuzla Şubesi tarafından düzenlenen 13.02.2020 tarihli kampanyaya ilişkin kısa mesajlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 13.02.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Kısa Mesaj

**Tespitler:** Hakmar Market Tuzla Şubesi tarafından 13.02.2020 tarihinde tüketicilere: *"Değerli müşterilerimiz 13 Şubat Perşembe Tuzla Hipermarketimize özel, Tavuk Bütün Kg 8.95, Ananas Adet 6.95, Elma Kırmızı-Golden Kg 3.49, Muz Yerli Kg 7.99, Domates Kg 3.99, Patates Kg 2.49, Soğan Kg 1.99, Havuç Turp Kg 1.99, Karnabahar Tane 3.95 TL"* içerikli kısa mesajın gönderildiği ancak kampanya günü Hakmar Market Tuzla Şubesi’nden alışveriş yapan şikayet sahibi tüketiciye *Ananas ürününün 9.90 TL ve Yerli Muz ürününün 9.99 TL* den satıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firma tarafından 13.02.2020 tarihinde düzenlenen kampanyada "Değerli müşterilerimiz 13 Şubat Perşembe Tuzla Hipermarketimize özel, Tavuk Bütün Kg 8.95, Ananas Adet 6.95, Elma Kırmızı-Golden Kg 3.49, Muz Yerli Kg 7.99, Domates Kg 3.99, Patates Kg 2.49, Soğan Kg 1.99, Havuç Turp Kg 1.99, Karnabahar Tane 3.95 TL" şeklinde ifadelere yer verildiği,

Şikayetçinin dilekçe ekinde ibraz ettiği 13.02.2020 tarih 18:48 saatli fişte Ananas ürününün 9.90 TL ve Yerli Muz ürününün 9.99 TL den satılmasının Yönetmeliğin 7/5-a maddesinin, *“Reklamlar, aşağıda sayılan haller başta olmak üzere, hiçbir konuda tüketiciyi doğrudan veya dolaylı olarak yanıltabilecek ifade ya da görüntüler içeremez: (…) ç)Mal veya hizmetin değeri ve ödenecek gerçek toplam fiyatı,”* hükmüne aykırı olduğuna,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/5-ç, 14 ve 18 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Hakmar Gıda Turizm Hayvancılık ve İnşaat Sanayi Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**68)**

**Dosya No: 2020/1084**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** www.probest.com.tr adresli internet sitesi, “Probest Türkiye” isimli Instagram hesabı ile muhtelif televizyon kanallarında yayınlanan reklamlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 29.01.2020-12.04.2020-04.08.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet, Televizyon

**Tespitler:** http://www.probest.com.tr/ adresli internet sitesinin 04.08.2020 tarihli görünümünde yer alan *"Hangi Probiyotiğe İhtiyacın Olduğunu Söylüyoruz"* testinde; Probest Defens ürünü ile ilgili olarak *“İçinde toplam 1 milyar mikroorganizma bulunduran Probest Defense vücut direncinizi arttırarak daha seyrek soğuk algınlığı geçirmenize yardımcı olur. Ayrıca içeriğindeki benzersiz 2 suş sayesinde hastalık süresinin kısalmasına ve boğaz ağrısı, yutma güçlüğü, ses kısıklığı, burun akıntısı, burun tıkanıklığı, öksürük gibi semptomların hafiflemesinde etkilidir. Probest Defense sayesinde; Üst solunum yolu enfeksiyonlarına karşı daha bilinçli korunabilir, Hasta geçirilen gün sayısının azalmasını ve şiddetinin hafiflemesini sağlayabilirsiniz.”,* Probest Digestive ürünü ile ilgili olarak; *"İçinde toplam 10 milyar probiyotik mikroorganizma bulunduran Probest Defense, modern hayatta sık karşılaşılan ve tekrarlayan gaz, şişkinlik, karın ağrısı, düzensiz tuvalet alışkanlığı gibi sindirim sorunlarının tedavisinde etkilidir. Probest Digestive sayesinde; Gaz oluşumu, şişkinlik ve/veya karın ağrılarınızın azalmasına, Dışkılama alışkanlığında düzelmesine, IBS semptomlarınızda iyileşmesine ve Sindirim sisteminizin daha düzenli çalışmasına yardımcı olabilirsiniz."* şeklinde ifadelere yer verildiği,

https://www.instagram.com/probestturkiye/ adresli "Probest Türkiye" isimli Instagram hesabının 16.09.2020 tarihli görünümünde *"kapı gibi bağışıklık"* ifadesi ve anılan Instagram hesabının https://www.instagram.com/p/B7\_BoJEp\_hT/ adresli gönderisinin 16.09.2020 tarihli görünümünde *çocuk animasyonu ve virüs görsellerinin* birlikte kullanıldığı,

Muhtelif televizyon kanallarında Ocak-Nisan 2020 tarihlerinde yayınlanan reklamlarda, *"Kapı gibi bağışıklık" "Virüslere karşı kapınızı kapatın. Probest Defense Çiğneme Tableti sizi ve ailenizi ağızdan başlayarak korumaya yardımcı olur."* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; probiyotik mikroorganizma içeren gıdaların tanıtımında, Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği’nde yer alan “Sağlık Beyanları” başlığı altında belirtilen ifadelerin dışına çıkılmasının yasak olduğu, buna göre aynı Yönetmeliğin Eki’nde yer alan hükümler uyarınca probiyotik mikroorganizma içeren gıdaların tanıtımının yalnızca; “Probiyotik mikroorganizmalar, sindirim sistemini düzenlemeye ve bağışıklık sistemini desteklemeye yardımcı olur.” şeklinde yapılabileceği, ancak inceleme konusu tanıtımlarda yer alan söz konusu ifadeler ile mevzuatta izin verilen sağlık beyanlarının dışına çıkıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Abdi İbrahim İlaç Sanayi ve Ticaret A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **419.126,00-TL(Dörtyüzondokuzbinyüzyirmialtı Türk Lirası)** **idari para ve** **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**69)**

|  |  |
| --- | --- |
| **Dosya No: 2020/541**  **Şikayet Edilen: Kampotu İlaç Gıda Sanayi ve Ticaret A.Ş.** |  |
| **Şikayet Edilen Reklam:**Kampotu İlaç Gıda Sanayi ve Ticaret A.Ş. tarafından satışa sunulan "VOONKA" markalı takviye edici gıda statüsündeki ürünlerden Voonka Sambucus Nigra, Voonka Kids Niloya Gummies Vitamin C ve Voonka Collagen Beauty Plus isimli ürünlerin tanıtımlarında mevzuata aykırı sağlık beyanlarının yer aldığına dair şikayet. |  |
| **Reklam Yayın Tarihi:** 18.06.2020 |  |
|  |  |
| **Yayınlandığı Mecra:** İnternet |  |

**Tespitler:** https://www.instagram.com/voonka/ adresli sosyal medya hesabının 19.06.2020 tarihli görünümünde "Voonka Sambucus Nigra" isimli ürünün; *"Bağışıklığını Koru Salgınlardan Korkma! Koronavirüs salgını gündemdeyken, sen bağışıklığını korumayı ihmal etme.(...) Haftaya modu düşük başlayanlardan mısın? İhtiyaç hissetttiğin her an ayakta kal diye vitamin destekçin Voonka seninle.(...) Sambucus Nigra çiğneme tableti kış mevsiminde destekçin."* şeklinde, "Voonka Kids Niloya Gummies Vitamin C" isimli ürünün; *"Her mevsim güçlü bağışıklık.(...) Niloya Gummies Vitamin C her mevsim çocuğunuzun yanında!(...) Çocukların evde geçen günlerine ara verme zamanı geldi! 11.00-15.00 saatleri arasında doyasıya koşup oynayacakları bugünlerde de Voonka Kids Niloya Gummies Vitamin C onların yanında!(...) Salgın hastalıklar; virüsler ve mevsim geçişleri çocuğunuzun bağışıklık sistemini etkileyebilir. Bunun için siz de önleminizi hemen alın! Voonka Kids Niloya Gummies Vitamin C eczanelerde!"* şeklinde, https://www.instagram.com/voonkabeauty/ adresli sosyal medya hesabının 19.06.2020 tarihli görünümünde "Voonka Beauty Collagen" isimli ürünün; *"Yüzünüzdeki kırışıklık ve sarkmalar için Voonka Beauty ürünlerimizi kullanırken, yüz yogası ile de kaslarınızı çalıştırabilirsiniz.(...) 25 yaş itibariyle vücutta kollajen üretimin azalır. Güçlü içeriği ile Voonka Beauty ürünleri eczanelerde sizi bekliyor.(...) Kollajen ile cildimiz daha canlı!(...)"* şeklinde ifadelerle tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, bahse konu tanıtımlarda endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç ifadeler kullanılarak mevzuatta izin verilen sağlık beyanlarının dışına çıkan tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği, böylelikle söz konusu ürünlerin insan fizyolojisine etki ederek insan sağlığına doğrudan veya dolaylı olarak fayda sağlayan yahut hastalıklara veya belirtilerine karşı etkili olan “tıbbi ürünler” gibi tanıtıldığı, diğer taraftan şayet anılan ürünler söz konusu tanıtımda belirtilen iddiaları ispatlar nitelikte ise, bu durumda “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, hâl böyle iken “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilen ürünlerin reklam ve tanıtımının yapılmasının ise mevzuat gereği yasak olduğu, diğer taraftan Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği'nin Ek-4'ünde yer alan "Çocukların gelişimi ve sağlığına ilişkin beyanlar" listesinde C vitamini için izin verilmiş herhangi bir sağlık beyanı olmamasına rağmen bahse konu reklamlarda C vitamininin çocukların bağışıklık sisteminin korunmasına ve güçlenmesine katkı yapacağına atıfta bulunulduğu, bu itibarla söz konusu tanıtımların,

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/c, 5/ç, 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, 8, 9 ve 13’üncü maddeleri,

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

- Kozmetik Yönetmeliği’nin 10’uncu maddesi,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Kampotu İlaç Gıda Sanayi ve Ticaret A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63’üncü ve 77/12’nci maddeleri uyarınca **104.781-TL (Yüz dört bin yedi yüz seksen bir Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**70)**

**Dosya No: 2018/1509**

**Şikayet Edilen:** **Red Bull Dağ. ve Paz. Ticaret Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** 21.01.2018 tarihinde Sinan Erdem Spor Salonu’nda gerçekleştirilen “TBL Tahincioğlu All Star” spor müsabakası saha kenarı reklam panolarında yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 21.01.2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Diğer-Saha kenarı reklam panosu

**Tespitler:** 21.01.2018 tarihinde Sinan Erdem Spor Salonu’nda gerçekleştirilen “TBL Tahincioğlu All Star” spor müsabakası saha kenarı reklam panolarında; firmaya ait “Red Bull” markalı enerji içeceği görseli ile *“Red Bull Kanatlandırır”* ibaresinin yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; 21.01.2018 tarihinde Sinan Erdem Spor Salonu’nda gerçekleştirilen “TBL Tahincioğlu All Star” spor müsabakası saha kenarı reklam panolarında; firmaya ait “Red Bull” markalı enerji içeceği görseli ile “Red Bull Kanatlandırır” ibaresinin yer aldığı, ancak spor tesislerinde enerji içeceği kapsamında değerlendirilen ürünlerin reklamının yapılmasının mevzuat gereği yasak olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

**-** Türk Gıda Kodeksi Enerji İçecekleri Tebliği’nin11/2 maddesi;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Red Bull Dağ. ve Paz. Ticaret Limited Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**71)**

**Dosya No: 2018/2556**

**Şikayet Edilen:** **Haks Hamzaoğlu Kimya Sanayi ve Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Nurse Harvey's Gaz Giderici Damla” isimli ürün tanıtımları

**Reklam Yayın Tarihi:** 29.05.2019, 30.03.2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Televizyon, internet

**Tespitler:** www.nurseharveys.com adresli internet sitesinin 29.05.2019 tarihli görünümünde; *“Gaz Giderici Damla”* şeklinde,

Tv8 logolu televizyon kanalında 30.03.2018 tarihinde yayınlanan reklamlarda ise; *“Nurse Harvey's en saf içerikleriyle gaz ve sindirim sorunlarının giderilmesinde yardımcıdır. İlaç değildir. CE belgesi Sınıf 2A Tıbbi Cihazdır.”* şeklinde ifadeler ile birlikte bebek görseline yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; söz konusu reklamlarda Reklam Mevzuatı hükümlerine aykırı bir unsura rastlanmadığından, anılan reklamların 6502 sayılı Kanun'un 61 inci maddesine ***aykırılık teşkil etmediğine*** karar verilmiştir.

**72)**

**Dosya No: 2020/1660**

**Şikayet Edilen: Dia Bitkisel Ürünler Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam**: https://www.diabitkisel.com adresli internet sitesinde "Detoksia" ve "Dia Kapsül" isimli ürünlere ilişkin reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 24.09.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <https://www.diabitkisel.com> adresli internet sitesinin görünümünde, Detoksia ve Dia Kapsül isimli ürünlerin insan fizyolojisine ve/veya metabolizmasına etki eden bir “tıbbi ürün” gibi tanıtıldığı, ayrıca şayet anılan ürünler söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “gıda takviyesi” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilen ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuat gereği yasak olduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** <https://www.diabitkisel.com> adresli internet sitesinin 24.09.2020 tarihli görünümünde,*"DİA KAPSÜL: Yağ yakıcı, iştah kapatıcı, metabolizma düzenleyici, hücre yenileyici ve sıkılaştırıcı özellikleri vardır. Bir kutu Dia kapsül 45 günlük kullanımdır ve ortalama 8-12 kg. arası bir kayıp yaşatır. Tamamen bir bitkisel ürün olup, hiçbir yan etkisi yoktur. Tarım Bakanlığı tarafından onaylı olan ürünümüzü 11 yaşından büyük çocuklar ile emziren annelerde güven içinde kullanabilirler. DETOKSİA: 26 bitkiden oluşup, limon aromalı tamamen doğal ve yenilebilir bitkilerden oluşmuş 100% bitkisel bir çaydır. Şeker, Troid, Tansiyon hastalarının ve hatta emziren annelerin dahil rahatlıkla kullanabileceği bir üründür. 100% Bitkisel Olduğu İçin Yan Etkisi Yoktur.Yağ Yakma, Ödem Attırma Özeliğine Sahiptir. İştahınızı kapayıp tokluk hissi vererek düzenli beslenme ile kolayca formunuzu bulmayı sağlar, bölgesel olarak hücre yenileme özelliğine sahiptir. Bitkiye karşı alerjik durum söz konusu değil ise bu ürünümüzü rahatlıkla kullanabilirsiniz. Hiç bir yan etkisi yoktur. Ürünümüzü emziren anneler ikinci aydan itibaren güvenle kullanır, içeriğindeki anason ve rezene sütünüze katkı sağlar, ayrıca vereceğimiz beslenme listesi su miktarı sütünüzün kalitesini arttırır."* vb. şeklinde endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç ifadeler kullanılarak mevzuatta izin verilen sağlık beyanlarının dışına çıkan tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği, böylelikle sözkonusu ürünlerin insan fizyolojisine ve/veya metabolizmasına etki eden bir “tıbbi ürün” gibi tanıtıldığı, ayrıca şayet anılan ürünlerin söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “gıda ürünü” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilen ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuat gereği yasak olduğu;

Dolayısıyla, mevzuata aykırılık teşkil eden söz konusu tanıtımların,

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

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Dia Bitkisel Ürünler Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesinekarar verilmiştir.

**73)**

|  |  |
| --- | --- |
| **Dosya No: 2020/1666** |  |
| **Şikayet Edilen: Sifar İlaçları Sanayi ve Ticaret A.Ş.** |  |
| **Şikayet Edilen Reklam:**Firmaya ait sosyal medya hesabında Natur D3 Sprey 400 IU isimli ürünün yetişkinler için onay almasına rağmen bebekler için kullanımına dair özel niteliklere sahip olduğunun vurgulanarak yanıltıcı biçimde mevzuata aykırı reklam ve tanıtım yapıldığına dair şikayet. |  |
| **Reklam Yayın Tarihi:** 19.06.2020 |  |
|  |  |
| **Yayınlandığı Mecra:** İnternet |  |

**Tespitler:** instagram.com/newlifeturkiye adresli internet sitesinde "Natur D3 Sprey 400 IU, bebeğin için temiz içerik. Natur D3 Sprey 400 IU, BEBEĞİNİZ İÇİN YAŞAMIN İLK GÜNÜNDEN İTİBAREN KULLANABİLECEĞİNİZ KADAR TEMİZ İÇERİKLİDİR." ifadeleri ile Tarım ve Orman Bakanlığı'ndan yetişkinlerin kullanımına dair ruhsat alınmış bir ürünün yenidoğan bebekte bile kullanılabileceğine dair özel nitelikte bir ürünmüş gibi yanıltıcı biçimde tanıtım ve reklamının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, instagram.com/newlifeturkiye adresli internet sitesinde Natur D3 Sprey 400 IU isimli ürüne ilişkin kullanılan ifadeler ve görsel ile Tarım ve Orman Bakanlığı'ndan yetişkinlerin kullanımına dair ruhsat alınmış bir ürünün yenidoğan bebekte bile kullanılabileceğine dair özel nitelikte bir ürünmüş gibi yanıltıcı biçimde tanıtım ve reklamının yapıldığı, bu itibarla söz konusu tanıtımların,

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 4/c, 5/a, 5/b, 5/c, 5/ç, 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, 8, 9 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, 9/1, 9/2, 9/3. 9/4, 9/5, 26/1’inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Sifar İlaçları Sanayi ve Ticaret A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63’üncü ve 77/12’nci maddeleri uyarınca **104.781-TL (Yüz dört bin yedi yüz seksen bir Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**74)**

**Dosya No: 2020/1675**

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

**Şikayet Edilen Reklam**: “Saf Muz Tozu” isimli ürünün etiketinde ve bazı internet sitelerinde ürünün “GDO’suz” ve “Saf” ifadeleri kullanılarak yapılan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** safnutrition.co, www.trendyol.com, www.gittigidiyor.com, www.ebazaar.com ve [www.vegandukkan.com](http://www.vegandukkan.com) adresli internet sitelerinde satışı yapılan Saf Muz Tozu isimli ürünün tanıtım ve reklamlarında ilgili mevzuata aykırı olarak “GDO’suz ve Saf” ifadelerinin kullanıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** “Saf Muz Tozu" adlı ürünün "GDO'suz ve saf" ifadelerinin mevzuat gereği yasak olduğu halde etikette kullanılması ve bu şekilde reklamının yapılarak satışının gerçekleştirilmesinin ilgili mevzuat gereği yasak olduğu;

Dolayısıyla, mevzuata aykırılık teşkil eden söz konusu tanıtımların,

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

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**TEKNOLOJİ**

**75)**

**Dosya No: 2020/1576**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** www.hepsiburada.com adresli internet sitesinde *"Vade farksız 9 taksit fırsatı"* başlığı ile yapılan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** Nisan 2020, 30.09.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.hepsiburada.com adresli internet sitesinde yayınlanan "*Vade farksız 9 taksit fırsatı"* başlıklı reklamlarda, Yapı Kredi World özellikli kredi kartlarına sahip tüketicilere, vade farksız 9 taksit imkanı sağlandığının belirtildiği; bununla birlikte, inceleme konusu reklamlarda yer alan dipnot metninde, *“WorldCard peşin fiyatına taksit kampanyası, 150 TL ve üzeri alışverişlerde, taksit kısıtı olmayan ürünlerde geçerlidir.* *Kampanya bireysel kredi kartlarında geçerlidir. Telekomünikasyon ve kuyum ürünleri kampanyaya dahil değildir.* *Taksit kampanyasına Yapı Kredi Worldcard’lar ile birlikte Albaraka, Anadolubank ve Vakıfbank Worldcard’lar dahildir.”* şeklinde kampanya detaylarına yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar**: www.hepsiburada.com adresli internet sitesinde yayınlanan "Vade farksız 9 taksit fırsatı" başlıklı reklamlarda, Yapı Kredi World özellikli kredi kartlarına sahip tüketicilere, vade farksız 9 taksit imkanı sağlandığının belirtildiği; bununla birlikte, inceleme konusu reklamlarda yer alan kampanya detaylarında, kampanyanın taksit kısıtı olan ürünlerde geçerli olmadığı şeklindeki ana vaadin istisnası niteliğinde bilgiye yer verildiği; şikayete konu edilen “LG 49UM7100PLB 19" markalı televizyonun satış fiyatı göz önünde bulundurulduğunda, söz konusu ürünlerde, ilgili mevzuatı gereğince en fazla 6 taksit imkanı sağlanabildiğinin 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* OYBİRLİĞİYLE** karar verilmiştir.

**DAYANIKLI TÜKETİM MALLARI**

**76)**

**Dosya No: 2019/4738**

**Şikayet Edilen: Levent ÜSTÜN (Üstün Teknik)**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.ist-vaillantkombiservisi.com adresli internet sitesinde yapılan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 29.01.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.ist-vaillantkombiservisi.com adresli internet sitesinin 29.01.2020 tarihli görünümünde yapılan tanıtımlarda ve internet sitesi adında “Vaillant” logosunun kullanıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** ww.ist-vaillantkombiservisi.com adlı internet sitesinin adresinde ve site içerisinde yapılan tanıtımlarda, “Vaillant” markasına ait unsurların ve logonun kullanılarak, adı geçen markaya ait kombi ürünlerine ilişkin “Teknik Servis” olarak faaliyette bulunulduğu yönünde ibarelere yer verildiği;

Ancak, adı geçen markanın Türk Patent ve Marka Kurumu 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;

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 **Levent ÜSTÜN(Üstün Teknik)** hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**77)**

**Dosya No: 2020/1577**

**Şikayet Edilen: Evkur Alışveriş Merkezleri Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.evkur.com adresli internet sitesinde satışa sunulan "Pilsan Fortune 12 V Kumandalı Araba 5244" markalı ürüne ilişkin yapılan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 15.09.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.evkur.com adresli internet sitesinde "Pilsan Fortune 12 V Kumandalı Araba 5244" markalı ürünün 15.09.2020 tarihinde 485,00-TL satış fiyatı ile tüketicilere sunulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** www.evkur.com adresli internet sitesinde satışı yapılan "Pilsan Fortune 12 V Kumandalı Araba 5244" markalı ürünün 15.09.2020 tarihinde 485,00-TL satış fiyatı ile tüketicilere sunulduğu; inceleme konusu reklamlara istinaden başvuru sahibi tüketici indirimli fiyat üzerinden alışveriş yapıldığı; ancak, ürünün satış fiyatının yanlış belirtildiği gerekçesiyle şikayet edilen firma tarafından siparişin iptal edildiği; dolayısıyla, söz konusu reklamlarda yer alan vaadin yerine getirilmeyerek tüketicilerin yanıltıldığı;

Ayrıca, adı geçen firmanın, makul sayılabilecek bir süre ve miktarda söz konusu ürünü belirtilen fiyattan sunamayacağına veya başka bir yerden tedarik edemeyeceğine ilişkin yeterli bilgi sahibi olmasına rağmen, tüketiciyi bu konuda uyarmaksızın 485-TL satış fiyatı üzerinden edinmeye davet ederek haksız ticari uygulamada bulunduğu;

Bu nedenle anılan reklamların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 6; 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5; 9; 11; 13; 28 ve “Haksız Ticari Uygulama Olarak Kabul Edilen Örnek Uygulamalar” Ekinde yer alan A - Aldatıcı Ticari Uygulamalar” maddesinin 5 inci fıkrası,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**78)**

**Dosya No: 2020/1585**

**Şikayet Edilen: Emre SALIR (Emsa Mühendislik)**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.snowwater.com.tr adresli internet sitesinde alkali su arıtma sistemlerine ilişkin yapılan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 30.09.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.snowwater.com.tr adresli internet sitesinin 30.09.2020 tarihli görünümünde, şikayet edilen firma tarafından satışı gerçekleştirilen alkali su arıtma sistemlerine ilişkin;

Ana sayfa içerisinde *"Hayat veren doğallık alkali su mucizesi" başlığı ile yapılan tanıtımlarda, "Alkali iyonize su, mükemmel bir bağışıklık sistemi koruyucusudur. Antioksidan yapısı ile vücuttaki asit/alkali dengesini korur. Mikro yapısı ile hücrelerde mükemmel nemlenme (hidrasyon) sağlar. Vücudun hücre seviyesinde yenilenerek genç, sağlıklı ve diri yaşlanmaya sebep olan "serbest radikalleri" temizler. Vücudumuzda uzun yıllar biriken asidik toksinleri nötralize ederek arınmaya yardımcı olur. Uzun yaşamı destekler. Vücuttaki oksijen oranının artmasını sağlar. Vücuttaki yağların yakımını hızlandırır. Zengin mineral kaynaklarına sahiptir Cildin nemlenmesini sağlar. Bağışıklık sistemini korur. Damar ve kalp sistemine destek verir. Yüksek tansiyonu engeller. Tazelik, zindelik ve enerji verir. Kanser riskini ortadan kaldırır."* şeklinde ifadelere yer verildiği;

Etkili su arıtma" başlığı ile yapılan tanıtımlarda, *"Filtrelerimiz, kurşun ve asbestin %99.99'unu ve diğer 62'den fazla zararlı kirletici maddeleri, zararlı organik maddeleri ve bakterileri temizler."* şeklinde ifadelere yer verildiği;

"Sertifikalı ve Garantili Ürünler" başlığı ile yapılan tanıtımlarda, *"Water Quality Association Altın Mühür, FDA, NSF, CE, Düzen Norwest Çevre Sağlık Hizmetleri, TÜV Cert ISO 9001-ISO 14001"* adlı kurumlardan alınmış belge ve sertifikalara yer verildiği;

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** www.snowwater.com.tr adresli internet sitesinin 30.09.2020 tarihli görünümünde *"Hayat veren doğallık alkali su mucizesi"* başlığı ile yapılan tanıtımlarda, *"Alkali iyonize su, mükemmel bir bağışıklık sistemi koruyucusudur. Antioksidan yapısı ile vücuttaki asit/alkali dengesini korur. Mikro yapısı ile hücrelerde mükemmel nemlenme (hidrasyon) sağlar. Vücudun hücre seviyesinde yenilenerek genç, sağlıklı ve diri yaşlanmaya sebep olan "serbest radikalleri" temizler. Vücudumuzda uzun yıllar biriken asidik toksinleri nötralize ederek arınmaya yardımcı olur. Uzun yaşamı destekler. Vücuttaki oksijen oranının artmasını sağlar. Vücuttaki yağların yakımını hızlandırır. Zengin mineral kaynaklarına sahiptir Cildin nemlenmesini sağlar. Bağışıklık sistemini korur. Damar ve kalp sistemine destek verir. Yüksek tansiyonu engeller. Tazelik, zindelik ve enerji verir. Kanser riskini ortadan kaldırır."* şeklinde ve buna benzer tedaviye yönelik ve endikasyon belirterek ürünün tedavi edici ya da tedaviye yardımcı olarak kullanımına dair ifadelerle tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği, böylelikle tıp literatüründe hastalık olarak kabul edilen ve hekim kontrolünde tedavi edilmesi gereken rahatsızlıkların anılan ürünler ile tedavi edilebileceği izlenimi oluşturulduğu ve söz konusu bilimsel iddiaların da ispata muhtaç olduğu; ayrıca şayet anılan ürünler söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilmesi gereken ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuata uygun olmadığı; dolayısıyla, inceleme konusu reklamların, her koşulda mevzuata aykırılık teşkil ettiği,

Bununla birlikte, inceleme konusu internet sitesinde, "Etkili su arıtma" başlığı ile yapılan tanıtımlarda yer alan *"Filtrelerimiz, kurşun ve asbestin %99.99'unu ve diğer 62'den fazla zararlı kirletici maddeleri, zararlı organik maddeleri ve bakterileri temizler."* şeklinde ifadelere yer veriliği; söz konusu iddiaların, nesnel, ölçülebilir, sayısal verilere dayanan olgular olması nedeniyle; doğruluğunun, bilimsel geçerliliği olan bilgi ve belgelerle ispata muhtaç olduğu; ancak, şikayet edilen firma tarafından bu iddiaların ispatlanamadığı;

Bu nedenle anılan reklamların;

-Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 5 inci maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,reklam veren **Emre SALIR (Emsa Mühendislik)** hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**79)**

**Dosya No: 2020/1586**

**Şikayet Edilen: Esli Endüstriyel Ürünler Paz. San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** ravent.com.tr adresli internet sitesinde, alkali su arıtma sistemlerine ilişkin yapılan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 30.09.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** ravent.com.tr adresli internet sitesinin 30.09.2020 tarihli görünümünde, şikayet edilen firma tarafından satışı gerçekleştirilen alkali su arıtma sistemlerine ilişkin;

Ana sayfa içerisinde yapılan tanıtımlarda, *“Türkiye'nin En Çok Tercih Edilen Su Arıtma Cihazı"* şeklinde ibarelerin kullanıldığı;

*"Sertifikalı&Onaylı"* başlığı altında yapılan tanıtımlarda ise Water Quality Association Sertifikası, CE, ISO 9001 ve CTR Helal Belgesi gibi sertifika ve belgelere yer verildiği;

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** ravent.com.tr adresli internet sitesinin 30.09.2020 tarihli görünümünde yer alan anasayfa içerisinde, şikayet edilen firma tarafından satışı gerçekleştirilen su arıtma cihazlarına ilişkin, *"Türkiye'nin En Çok Tercih Edilen Su Arıtma Cihazı"* şeklinde ibarelerin kullanıldığı; buna göre, inceleme konusu reklamlarda bahsi geçen ürünlerin, benzer ürünler arasında en çok tercih edilen ürün olduğunun vurgulandığı; söz konusu iddiaların, nesnel, ölçülebilir, sayısal verilere dayanan olgular olması nedeniyle; doğruluğunun, bilimsel geçerliliği olan bilgi ve belgelerle ispata muhtaç olduğu; ancak, adı geçen firma tarafından bu iddiaların ispatlanamadığı;

Bu nedenle anılan reklamların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**80)**

**Dosya No: 2020/1587**

**Şikayet Edilen: Royal Green Su Arıtma Sistemleri Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.rosuaritma.com adresli internet sitesinde, alkali su arıtma sistemlerine ilişkin yapılan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 30.09.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.rosuaritma.com adresli internet sitesinin 30.09.2020 tarihli görünümünde alkali su arıtma sistemlerine ilişkin yapılan tanıtımlarda;

Ana sayfa içerisinde *“NSF Onaylı Kaliteli Tavsiye Edilen Su Arıtma Cihazı”, “Royal Green Alkali antioksidan doğal zengin mineralli Amerikan malı NSF onaylı su arıtma cihazları”, “En Çok Satılan ve Tavsiye Edilen Ev Tipi Arıtma”, “(…)Bu temizliği sağlamak için Royal Green Ters Ozmoz su arıtma sistemi size aradığınız damıtılmış, içimi yumuşak, mineralli ve Antioksidan 9pH kaliteli suyu sunmaktadır. Tüm ürünlerimiz NSF ve FDA Tarafından Onaylıdır. Arıtma cihazlarında kaliteli ve uygun fiyatlı marka Royal Green, Siz de arıtma cihazı konusunda kaliteli bir marka ile tanışacaksınız, kaliteli ve uygun fiyatlı su arıtma cihazları, kaliteli arıtma cihazı, su arıtma, lider su arıtma cihazları.”* şeklinde ifadelerin kullanıldığı;

Ayrıca, "Belgelerimiz" başlığı ile yapılan tanıtımlarda, satışı gerçekleştirilen ürünlerin, Water Quality Association Sertifikası, NSF Sertifikası ve FDA onayına sahip olduğunun belirtildiği;

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** www.rosuaritma.com adresli internet sitesinin 30.09.2020 tarihli görünümünde yer alan ana sayfa içerisinde, şikayet edilen firma tarafından satışı gerçekleştirilen su arıtma cihazı sistemlerine ilişkin,  *“En Çok Satılan ve Tavsiye Edilen Ev Tipi Arıtma”, “9pH kaliteli su”, “lider”, "Türkiye'nin 1 numaralı su arıtma cihazları"* gibi ifadelerin kullanıldığı; buna göre, inceleme konusu reklamlarda, bahsi geçen su arıtma sistemlerinin kullanılması neticesinde elde edilen suyun 9ph değerine sahip olduğunun belirtildiği; ayrıca, bu sistemlerin, benzer ürünler arasında en çok tercih edilen ürünler olduğunun vurgulandığı; söz konusu iddiaların, nesnel, ölçülebilir, sayısal verilere dayanan olgular olması nedeniyle; doğruluğunun, bilimsel geçerliliği olan bilgi ve belgelerle ispata muhtaç olduğu; ancak, adı geçen firma tarafından bu iddiaların ispatlanamadığı;

Bu nedenle anılan reklamların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,reklam veren **Royal Green Su Arıtma Sistemleri Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti.** hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**81)**

**Dosya No: 2020/1558**

**Şikayet Edilen: Uğur Kalender Su Arıtma Sistemleri İmalat İth. İhr. San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya aitFacebook sayfasında damacana sularına yönelik kötüleme içeren tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** Nisan 2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu firmaya ait Facebook sayfasında su arıtma cihazlarına ilişkin olarak yer alan tanıtımlarda damacana suları ile ilgili olarak;

*“Korona Virüsünün Plastik Yüzeylerde 2-3 Gün Yaşadığını biliyor musunuz? Evinize virüs taşıttırmayın... Sağlığınızı bir damacanaya sığdırmayın... Her gün bu eziyeti çekmek zorunda değilsiniz! Su arıtma cihazı taktırın siz de, cebinizde rahat etsin!... Evinize Bakteri Taşıtmayın! Su arıtma cihazı ile temiz su için, kafanız rahat etsin!”*

şeklinde ifadelere, anılan ifadelerle birlikte üzerinde çarpı işareti olan damacana görsellerine ya da su arıtma cihazıyla damacananın yan yana gösterildiği görsellere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu reklamlarda damacana sularının evlere virüs ve bakteri taşıdığı, sağlıksız olduğu yönünde bir algı oluşturulduğu, böylelikle tüm damacana su markalarının ve bu iş kolunda faaliyet gösteren firmaların kötülendiği, haksız rekabete yol açıldığı,

Diğer taraftan virüs ve bakterilerden korunmanın yeterli temizlik, hijyen ve diğer korunma kuralları ile ilgili bir durum olduğu, su arıtma sisteminin reklamını yapabilmek için bu konunun damacana sularına indirgenmesinin reklamların doğru ve dürüst olması ile ilgili ilkeyi ihlal ettiği ve haksız rekabete yol açtığı, bu nedenle söz konusu reklamların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7/1-2-3-4, 7/5/a, 7/8-ç, 8/1, 9/1-5, 10/1 maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Uğur Kalender Su Arıtma Sistemleri İmalat İth. İhr. San. ve Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**TÜTÜN VE ALKOL**

**82)**

**Dosya No: 2019/11462**

**Şikayet Edilen: Anadolu Efes Biracılık ve Malt. Sanayii A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Anılan firmaya ait olduğu bilinen EFES PİLSEN (ANADOLU EFES) bira markasının, çeşitli mecralarda (konser, etkinlik vb.) ismi/markası ve görüntüsü verilmeden çeşitli faaliyetlerde benzer ve onu çağrıştıran şekil ve renk kombinasyonları ile bahsi geçen bira içeceğiyle özdeşleştiği/onu teşvik ettiği iddia edilen “birlikte güzel” ifadesi ve #birliktegüzel hashtagi (anahtar kelime, etiketleme)

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Yayınlandığı Mecra:** Açıkhava/Etkinlik

**Tespitler:** Çeşitli mecralarda (konser, etkinlik vb.) ismi/markası ve görüntüsü verilmeden çeşitli faaliyetlerde “birlikte güzel” ifadesi ve #birliktegüzel hashtagi (anahtar kelime, etiketleme) kullanıldığı tespit edilmiştir.

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

**83)**

**Dosya No: 2019/11463**

**Şikayet Edilen: Anadolu Efes Biracılık ve Malt. Sanayii A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Anılan firmaya ait olduğu bilinen EFES PİLSEN (ANADOLU EFES) bira markasının, çeşitli mecralarda (konser,etkinlik vb.) ismi/markası ve görüntüsü verilmeden çeşitli faaliyetlerde benzer ve onu çağrıştıran şekil ve renk kombinasyonları ile bahsi geçen bira içeceğiyle özdeşleştiği/onu teşvik ettiği iddia edilen “birlikte güzel” ifadesi ve #birliktegüzel hashtagi (anahtar kelime, etiketleme)

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Yayınlandığı Mecra:** Açıkhava/Etkinlik

**Tespitler:** Çeşitli mecralarda (konser,etkinlik vb.) ismi/markası ve görüntüsü verilmeden çeşitli faaliyetlerde “birlikte güzel” ifadesi ve #birliktegüzel hashtagi (anahtar kelime, etiketleme) kullanıldığı tespit edilmiştir.

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

**84)**

**Dosya No: 2019/11464**

**Şikayet Edilen: Anadolu Efes Biracılık ve Malt. Sanayii A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Anılan firmaya ait olduğu bilinen EFES PİLSEN (ANADOLU EFES) bira markasının, çeşitli mecralarda (konser,etkinlik vb.) ismi/markası ve görüntüsü verilmeden çeşitli faaliyetlerde benzer ve onu çağrıştıran şekil ve renk kombinasyonları ile bahsi geçen bira içeceğiyle özdeşleştiği/onu teşvik ettiği iddia edilen “birlikte güzel” ifadesi ve #birliktegüzel hashtagi (anahtar kelime, etiketleme)

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Yayınlandığı Mecra:** Açıkhava/Etkinlik

**Tespitler:** Çeşitli mecralarda (konser,etkinlik vb.) ismi/markası ve görüntüsü verilmeden çeşitli faaliyetlerde “birlikte güzel” ifadesi ve #birliktegüzel hashtagi (anahtar kelime, etiketleme) kullanıldığı tespit edilmiştir.

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

**85)**

**Dosya No: 2019/11465**

**Şikayet Edilen: Anadolu Efes Biracılık ve Malt. Sanayii A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Anılan firmaya ait olduğu bilinen EFES PİLSEN (ANADOLU EFES) bira markasının, çeşitli mecralarda (konser,etkinlik vb.) ismi/markası ve görüntüsü verilmeden çeşitli faaliyetlerde benzer ve onu çağrıştıran şekil ve renk kombinasyonları ile bahsi geçen bira içeceğiyle özdeşleştiği/onu teşvik ettiği iddia edilen “birlikte güzel” ifadesi ve #birliktegüzel hashtagi (anahtar kelime, etiketleme)

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Yayınlandığı Mecra:** Açıkhava/Etkinlik

**Tespitler:** Çeşitli mecralarda (konser,etkinlik vb.) ismi/markası ve görüntüsü verilmeden çeşitli faaliyetlerde “birlikte güzel” ifadesi ve #birliktegüzel hashtagi (anahtar kelime, etiketleme) kullanıldığı tespit edilmiştir.

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

**TURİZM**

**86)**

**Dosya No: 2019/11651**

**Şikayet Edilen: Garp Otelcilik Emlak Dan. Tur. İnş. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından “Throne Beach Resort & Spa Hotel” adlı tesise yönelik olarak konaklama rezervasyon hizmeti sunan muhtelif internet sitelerinde yer verilen reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Bakanlığımıza yapılan başvuruya ilişkin olarak yapılan inceleme sonucunda; “Throne Beach Resort & Spa” adlı tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan “Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi” bulunmamasına karşın www.trivago.com.tr, www.tripadvisor.com.tr, www.tr.hotels.com ve www.otelz.com adresli internet sitelerinin 09.10.2020 tarihli görünümlerinde yer alan reklam ve tanıtımlarda "5 Yıldız" görsellerine yer verilmek suretiyle “5 Yıldızlı Otel” olarak tanıtıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** “Throne Beach Resort & Spa” adlı tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan “Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi” bulunmamasına karşın www.trivago.com.tr, www.tripadvisor.com.tr, www.tr.hotels.com ve www.otelz.com adresli internet sitelerinin 09.10.2020 tarihli görünümlerinde yer alan reklam ve tanıtımlarda "5 Yıldız" görsellerine yer verilmek suretiyle “5 Yıldızlı Otel” olarak tanıtılmasının tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı olduğu, bu durumun da;

- Turizmi Teşvik Kanunu’nun 5/a maddesi,

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

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Garp Otelcilik Emlak Dan. Tur. İnş. ve Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **104.781 TL (Yüzdörtbinyediyüzseksenbir Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**87)**

**Dosya No: 2019/11872**

**Şikayet Edilen: Tatilbudur Seyahat Acenteliği ve Turizm A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.tatilbudur.com adresli internet sitesinin ana sayfasında "Son dakika otelleri" başlığı altında yer alan muhtelif turizm tesislerine ilişkin indirimli satış kampanyasına yönelik reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019-2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Bakanlığımıza yapılan başvuruya ilişkin olarak yapılan inceleme sonucunda; www.tatilbudur.com adresli internet sitesinin ana sayfasında "Son dakika otelleri" başlığı altında duyurulan indirim kampanyasına ilişkin olarak, anılan internet sitesinin 07.10.2020 tarihli görünümünde, Venezia Palace Deluxe Resort Hotel adlı tesisin gecelik kişi başı 598,50 TL yerine 299,25 TL fiyattan, Horus Paradise Luxury Resort adlı tesisin gecelik kişi başı 498 TL yerine 249 TL fiyattan, The Xanthe Resort & Spa Hotel adlı tesisin ise gecelik kişi başı 490 TL yerine 245 TL fiyattan %50 indirimli olarak satışa sunulduğunu belirten reklam ve tanıtımlara yer verildiği, bununla birlikte, söz konusu tesislere ilişkin olarak 07-12 Ekim 2020 tarihleri arasında 5 gece konaklamalı olacak şekilde gerçekleştirilen bir sorgulamada, Venezia Palace Deluxe Resort Hotel adlı tesisin en uygun gecelik kişi başı 359 TL, Horus Paradise Luxury Resort adlı tesisin en uygun gecelik kişi başı 289 TL, The Xanthe Resort & Spa Hotel adlı tesisin ise en uygun gecelik kişi 292,50 TL fiyattan satıldığının görüldüğü, ileri tarihli sorgulamalarda da benzer fiyatlarla karşılaşıldığı, bu itibarla www.tatilbudur.com ana sayfasında "Son dakika otelleri" başlığı altında yer alan %50 indirimli satış fiyatlarının gerçek durumu yansıtmadığı ve oda fiyatlarının daha yüksek olduğu,

Öte yandan Bakanlığımız tarafından firmaya gönderilen 08.10.2020 tarihli resmi yazıya istinaden firma tarafından yapılan açıklamalar kapsamında, Venezia Palaca Resort Hotel adlı tesisin gecelik kişi başı 598,50 TL yerine 299,25 TL fiyattan 06.10.2020 ve 07.10.2020 tarihlerinde, Horus Paradise Luxury Resort adlı tesisin gecelik kişi başı 498 TL yerine 249 TL fiyattan 01.10.2020 tarihinde ve The Xanthe Resort& Spa Hotel adlı tesisin ise gecelik kişi başı 490 TL yerine 245 TL fiyattan 12.10.2020 tarihinde satışının yapıldığı ve söz konusu satışlara ilişkin rezervasyon onay formları ile ödeme belgelerinin Bakanlığımıza sunulduğu hususları tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firma tarafından www.tatilbudur.com adresli internet sitesinin ana sayfasında "Son dakika otelleri" başlığı altında muhtelif turizm tesislerine ilişkin olarak yayınlanan reklam ve tanıtımlara ilişkin olarak, "Son dakika otelleri" başlığı altında tanıtımı yapılan tesislerin Bakanlığımız tarafından firmaya gönderilen resmi yazının tarihinden önce vadedilen indirimli fiyatlarından satışının yapıldığını gösteren rezervasyon onay formları ile ödeme belgelerinin inceleme dosyasına sunulduğu, dolayısıyla indirimli satış kampanyasına ilişkin söz konusu tanıtımlarda reklam mevzuatı hükümlerine aykırı bir unsura rastlanmadığından, anılan reklamların 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 inci maddesine ***aykırılık teşkil etmediği*** görüş ve kanaatine varılmıştır.

**88)**

**Dosya No: 2019/10048**

**Şikayet Edilen: Termalde Termal Otel İşletmeciliği Tur. İnş. Paz. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam / Haksız Ticari Uygulama:** Söz konusu firma tarafından devre mülk satışına yönelik olarak gerçekleştirilen ticari uygulamalar

**Tespitler:** Bakanlığımıza yapılan bir tüketici başvurusuna ilişkin olarak; başvuru sahibi tüketicinin Termal Otel İşletmeciliği Tur. İnş. Paz. A.Ş.’ye ait hediye tatil kampanyası kapsamında düzenlenen bir tanıtım toplantısına davet edildiği ve söz konusu tanıtım toplantısında tüketiciye psikolojik baskı ve zorlama yoluyla devre mülk satışı yapıldığı, ayrıca sözleşmeden dönmek isteyen tüketicinin talebinin firma tarafından kabul edilmediği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Bakanlığımıza yapılan bir tüketici başvurusuna ilişkin olarak; başvuru sahibi tüketicinin Termalde Termal Otel İşletmeciliği Tur. İnş. Paz. A.Ş.’ye ait hediye tatil kampanyası kapsamında düzenlenen bir tanıtım toplantısına davet edildiği ve söz konusu tanıtım toplantısında tüketiciye psikolojik baskı ve zorlama yoluyla devre mülk satışı yapıldığı, ayrıca sözleşmeden dönmek isteyen tüketicinin talebinin firma tarafından kabul edilmeyerek tüketici mağduriyetine sebebiyet verildiği, dolayısıyla Termalde Termal Otel İşletmeciliği Tur. İnş. Paz. A.Ş. tarafından tüketicileri aldatıcı, yanıltıcı ve tüketicilerin bilgi ve tecrübe eksikliklerini istismar edici nitelikte haksız ticari uygulamalarda bulunulduğu, bu durumun da;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 28, 29, 30, 31 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, ticari uygulamada bulunan **Termalde Termal Otel İşletmeciliği Tur. İnş. Paz. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/13 üncü maddeleri uyarınca **8.546.TL (Sekizbinbeşyüzkırkaltı Türk Lirası) idari para ve anılan ticari uygulamaları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**89)**

**Dosya No: 2019/12160**

**Şikayet Edilen: Durmazlar Turizm İnş. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Pineta Club Hotel”*isimli tesise ilişkin olarak https://tr.hotels.com, www.tripadvisor.com.tr, www.otelz.com ve www.trivago.com.tr adresli internet sitelerinde yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 31.12.2019

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Durmazlar Turizm İnş. ve Tic. A.Ş.’ye ait olup, Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi bulunmayan *“Pineta Club Hotel”* isimli tesise ilişkin olarak https://tr.hotels.com adresli internet sitesinin 31.12.2019 tarihli görünümünde yayınlanan reklamlarda *“Club Hotel Pineta – All Inclusive 4 Yıldızlı”* ibarelerine;www.otelz.com ve www.trivago.com.tr adresli internet sitelerinin 31.12.2019 tarihli görünümlerinde yayınlanan reklamlarda *“*\*\*\*\**”(dört yıldız)* görsellerine; www.tripadvisor.com.tr adresli internet sitesinin 31.12.2019 tarihli görünümünde yayınlanan reklamlarda ise *“OTEL SINIFI* \*\*\*\**”(dört yıldız)* ibare ve görsellerine yer verilmek suretiyle *“4 Yıldızlı Otel”* şeklinde tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Durmazlar Turizm İnş. ve Tic. A.Ş.’ye ait olup, Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi bulunmayan *“Pineta Club Hotel”* isimli tesise ilişkin olarak https://tr.hotels.com adresli internet sitesinin 31.12.2019 tarihli görünümünde yayınlanan reklamlarda *“Club Hotel Pineta – All Inclusive 4 Yıldızlı”* ibarelerine;www.otelz.com ve www.trivago.com.tr adresli internet sitelerinin 31.12.2019 tarihli görünümlerinde yayınlanan reklamlarda *“*\*\*\*\**”(dört yıldız)* görsellerine; www.tripadvisor.com.tr adresli internet sitesinin 31.12.2019 tarihli görünümünde yayınlanan reklamlarda ise *“OTEL SINIFI* \*\*\*\**”(dört yıldız)* ibare ve görsellerine yer verilmek suretiyle *“4 Yıldızlı Otel”* şeklinde tanıtımının yapılmasınıntüketiciyi aldatıcı, yanıltıcı ve haksız rekabete yol açıcı 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 **Durmazlar Turizm İnş. ve 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.

**90)**

**Dosya No: 2019/12326**

**Şikayet Edilen: Fatihcan Güven Turizm Taş. Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Joker Side Hill Suite Hotel”* isimli tesise ilişkin olarak www.jokerhotels.com, side-hill-hotel.sidehotels.org, www.tripadvisor.com.tr ve www.otelz.com adresli internet sitelerinde yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 31.12.2019

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Fatihcan Güven Turizm Taş. Tic. Ltd. Şti.’ye ait olup, Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi bulunmayan *“Joker Side Hill Suite Hotel”* isimli tesise ilişkin olarak www.jokerhotels.com adresli internet sitesinin 31.12.2019 tarihli görünümünde yayınlanan yorumların altında “\*\*\*\*\*”*(beş yıldız)* görsellerine yer verilmek suretiyle *“5 Yıldızlı Otel”*;side-hill-hotel.sidehotels.org, www.tripadvisor.com.tr ve www.otelz.com adresli internet sitelerinin 31.12.2019 tarihli görünümlerinde yayınlanan reklamlarda ise “\*\*\*”*(üç yıldız)* görsellerine yer verilmek suretiyle *“3 Yıldızlı Otel”* şeklinde tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Fatihcan Güven Turizm Taş. Tic. Ltd. Şti.’ye ait olup, Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi bulunmayan *“Joker Side Hill Suite Hotel”* isimli tesise ilişkin olarak www.jokerhotels.com adresli internet sitesinin 31.12.2019 tarihli görünümünde yayınlanan yorumların altında “\*\*\*\*\*”*(beş yıldız)* görsellerine yer verilmek suretiyle *“5 Yıldızlı Otel”*;side-hill-hotel.sidehotels.org, www.tripadvisor.com.tr ve www.otelz.com adresli internet sitelerinin 31.12.2019 tarihli görünümlerinde yayınlanan reklamlarda ise “\*\*\*”*(üç yıldız)* görsellerine yer verilmek suretiyle *“3 Yıldızlı Otel”* şeklinde tanıtımının yapılmasınıntüketiciyi aldatıcı, yanıltıcı ve haksız rekabete yol açıcı 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 **Fatihcan Güven Turizm Taş. 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.

**91)**

**Dosya No: 2020/1147**

**Şikayet Edilen: IFC Global Sertifikasyon Muayene ve Eğitim Hizmetleri A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.facebook.com adresli internet sitesinde Güvenli Turizm Sertifikası’na ilişkin olarak yayınlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** IFC Global Sertifikasyon Muayene ve Eğitim Hizmetleri A.Ş. unvanlı firmanın, Güvenli Turizm Sertifikasyon Programı’na ilişkin olarak Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı’na müracaatta bulunduğu, ancak Ajans tarafından yetkilendirilmediği, buna karşın firma tarafından www.facebook.com adresli internet sitesinin 08.10.2020 tarihli görünümünde yer alan tanıtımlarda, *“Güvenli Turizm Sertifikası için bize ulaşabilirsiniz. +90 850 304 35 00* #IFCGLOBAL #STAYSAFE #COVID19*”* şeklinde ifadelere yer verilmek suretiyle Güvenli Turizm Sertifikasyon Programı’na dahil ve bu sertifikaya yetkili denetim firmalarından biri olduğu izlenimi oluşturulduğu ve *“Güvenli Turizm Sertifikası”* ibaresi kullanılarak yetkisiz sertifika düzenlendiği hususları tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı tarafından, Kültür ve Turizm Bakanlığı’nın öncülüğünde, Sağlık, Ulaştırma, İçişleri ve Dışişleri Bakanlıklarının katkılarıyla, uluslararası standartlarda denetim yapılmak suretiyle Güvenli Turizm Sertifikasyon Programı’nın uygulanmakta olduğu, söz konusu program kapsamında Covid-19 normalleşme sürecinde turizm sektöründe faaliyette bulunmakta olup gerekli kriterleri yerine getiren işletmelerin tüketici nezdinde güvenli ve hijyenik olduğu hususunun belgelendiği, Güvenli Turizm Sertifikasyon Programı’nın denetim işlemlerinin Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı’nın yetkilendirdiği akredite firmaları tarafından yapıldığı, program kapsamında ilgili Bakanlıktan işletme ve yatırım belgesi almış işletmelere, Bakanlık tarafından uygun görülecek diğer işletmelere ve transfer amaçlı yolcu taşımalarında kullanılan karayolu taşıtlarına, belirlenen kriterlere uymaları şartıyla *“Güvenli Turizm Sertifikası”* sağlandığı, bu kriterlere uygunluk denetiminin ise Türkiye Turizm Tanıtım Geliştirme Ajansı ve Türk Akreditasyon Kurumu (TÜRKAK) onaylı denetleme firmaları tarafından yapıldığı, bu yetkili denetleme firmalarının Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı’na ait web sitesinde güncel olarak yayınlandığı, ilgili web sitesinde yetkilendirilmiş denetim firmaları dışında kalan diğer firmaların ise bu denetimi yapmaya yetkili olmadığı;

Bu kapsamda IFC Global Sertifikasyon Muayene ve Eğitim Hizmetleri A.Ş. unvanlı firmanın, Güvenli Turizm Sertifikasyon Programı’na ilişkin olarak Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı’na müracaatta bulunduğu, ancak Ajans tarafından yetkilendirilmediği, buna karşın firma tarafından www.facebook.com adresli internet sitesinin 08.10.2020 tarihli görünümünde yer alan tanıtımlarda, *“Güvenli Turizm Sertifikası için bize ulaşabilirsiniz. +90 850 304 35 00* #IFCGLOBAL #STAYSAFE #COVID19*”* şeklinde ifadelere yer verilmek suretiyle, Ajans’ın izni olmaksızın Güvenli Turizm Sertifikasyon Programı’na dahil ve bu sertifikaya yetkili denetim firmalarından biri olduğu izlenimi oluşturulduğu ve *“Güvenli Turizm Sertifikası”* ibaresi kullanılarak yetkisiz sertifika düzenlendiği, bu bağlamda, söz konusu firmanın Güvenli Turizm Sertifikasyon programında yer almamasına ve sertifika düzenleme yetkisi olmamasına karşın, inceleme konusu tanıtımlarda bu yönde gerçeği yansıtmayan, firmaları ve dolayısıyla tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı ifadelere yer verildiği, ayrıca Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı tarafından verilen yetki ile düzenlenebilen Güvenli Turizm Sertifikası’nın itibarından haksız şekilde faydalanıldığı, dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **IFC Global Sertifikasyon Muayene ve Eğitim Hizmetleri A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **104.781.TL (Yüzdörtbinyediyüzseksenbir Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**92)**

**Dosya No: 2020/1161**

**Şikayet Edilen: IQM Uluslararası Belgelendirme Eğitim ve Gözetim Hiz. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.linkedin.com adresli internet sitesinde Güvenli Turizm Sertifikası’na ilişkin olarak yayınlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** IQM Uluslararası Belgelendirme Eğitim ve Gözetim Hiz. Ltd. Şti. unvanlı firmanın Uygunluk Değerlendirme Kuruluşları Derneği ve Sistem Belgelendirme Kuruluşları Derneği tarafından uygulanan Sağlıklı İş Yeri Programı kapsamında Sağlıklı İş Yeri Belgelendirmesi yapan kuruluşlar arasında yer aldığı, ancak Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı tarafından yetkilendirilmiş firmalar arasında bulunmadığı, buna karşın firma tarafından https://www.linkedin.com/posts/iqm-belgelendirme-international-registrars-5244a7b5\_sa%C4%9Fl%C4%B1kl%C4%B1-i%CC%87%C5%9Fyeri-belgelendirme-kapsam%C4%B1nda-activity-6706922353168814080-bycD/ URL adresli internet sitesinde 2020 yılı içerisinde yer alan tanıtımlarda, *“Sağlıklı İşyeri Belgelendirme Kapsamında HAVAİST Covid 19 Salgınına karşı aldığı tedbirler ile IQM Belgelendirme tarafından yapılan denetim sonucunda Güvenli Turizm Belgesi almaya hak kazanmıştır.”* şeklinde ifadelere yer verilmek suretiyle, Ajans’ın izni olmaksızın, Güvenli Turizm Sertifikasyon Programı’na dahil ve bu sertifikaya yetkili denetim firmalarından biri olduğu izlenimi oluşturulduğu ve *“Güvenli Turizm Sertifikası”* ibaresi kullanılarak yetkisiz sertifika düzenlendiği hususları tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı tarafından, Kültür ve Turizm Bakanlığı’nın öncülüğünde, Sağlık, Ulaştırma, İçişleri ve Dışişleri Bakanlıklarının katkılarıyla, uluslararası standartlarda denetim yapılmak suretiyle Güvenli Turizm Sertifikasyon Programı’nın uygulanmakta olduğu, söz konusu program kapsamında Covid-19 normalleşme sürecinde turizm sektöründe faaliyette bulunmakta olup gerekli kriterleri yerine getiren işletmelerin tüketici nezdinde güvenli ve hijyenik olduğu hususunun belgelendiği, Güvenli Turizm Sertifikasyon Programı’nın denetim işlemlerinin Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı’nın yetkilendirdiği akredite firmaları tarafından yapıldığı, program kapsamında ilgili Bakanlıktan işletme ve yatırım belgesi almış işletmelere, Bakanlık tarafından uygun görülecek diğer işletmelere ve transfer amaçlı yolcu taşımalarında kullanılan karayolu taşıtlarına, belirlenen kriterlere uymaları şartıyla *“Güvenli Turizm Sertifikası”* sağlandığı, bu kriterlere uygunluk denetiminin ise Türkiye Turizm Tanıtım Geliştirme Ajansı ve Türk Akreditasyon Kurumu (TÜRKAK) onaylı denetleme firmaları tarafından yapıldığı, bu yetkili denetleme firmalarının Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı’na ait web sitesinde güncel olarak yayınlandığı, ilgili web sitesinde yetkilendirilmiş denetim firmaları dışında kalan diğer firmaların ise bu denetimi yapmaya yetkili olmadığı;

Bu kapsamda IQM Uluslararası Belgelendirme Eğitim ve Gözetim Hiz. Ltd. Şti. unvanlı firmanın,Uygunluk Değerlendirme Kuruluşları Derneği ve Sistem Belgelendirme Kuruluşları Derneği tarafından uygulanan Sağlıklı İş Yeri Programı kapsamında Sağlıklı İş Yeri Belgelendirmesi yapan kuruluşlar arasında yer aldığı, ancak Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı tarafından yetkilendirilmiş firmalar arasında bulunmadığı, buna karşın firma tarafından https://www.linkedin.com/posts/iqm-belgelendirme-international-registrars-5244a7b5\_sa%C4%9Fl%C4%B1kl%C4%B1-i%CC%87%C5%9Fyeri-belgelendirme-kapsam%C4%B1nda-activity-6706922353168814080-bycD/ URL adresli internet sitesinde 2020 yılı içerisinde yer alan tanıtımlarda, *“Sağlıklı İşyeri Belgelendirme Kapsamında HAVAİST Covid 19 Salgınına karşı aldığı tedbirler ile IQM Belgelendirme tarafından yapılan denetim sonucunda Güvenli Turizm Belgesi almaya hak kazanmıştır.”* şeklinde ifadelere yer verilmek suretiyle, Ajans’ın izni olmaksızın Güvenli Turizm Sertifikasyon Programı’na dahil ve bu sertifikaya yetkili denetim firmalarından biri olduğu izlenimi oluşturulduğu ve *“Güvenli Turizm Sertifikası”* ibaresi kullanılarak yetkisiz sertifika düzenlendiği, bu bağlamda anılan firmanın Güvenli Turizm Sertifikasyon programında yer almamasına ve sertifika düzenleme yetkisi olmamasına karşın, inceleme konusu tanıtımlarda bu yönde gerçeği yansıtmayan, firmaları ve dolayısıyla tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı ifadelere yer verildiği, ayrıca Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı tarafından verilen yetki ile düzenlenebilen Güvenli Turizm Sertifikası’nın itibarından haksız şekilde faydalanıldığı, dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **IQM Uluslararası Belgelendirme Eğitim ve Gözetim Hiz. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **104.781.TL (Yüzdörtbinyediyüzseksenbir Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**93)**

**Dosya No: 2020/1162**

**Şikayet Edilen: Kayzer Kalibrasyon Eğitim ve Danışmanlık Hizmetleri San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.facebook.com ve www.linkedin.com adresli internet sitelerinde Güvenli Turizm Belgelendirme hizmetine ilişkin olarak yayınlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Kayzer Kalibrasyon Eğitim ve Danışmanlık Hizmetleri San. ve Tic. Ltd. Şti. unvanlı firmanın Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı tarafından yetkilendirilmiş firmalar arasında bulunmamasına karşın, firma tarafından www.facebook.com adresli internet sitesinde 2020 yılı içerisinde yayınlanan tanıtımlarda, *“COVID-19 Güvenli Üretim, Güvenli Hizmet, Okulum Temiz ve Güvenli Turizm Belgesi hakkında detaylı bilgi ve başvurular için; mailto:info@kayzerkalibrasyon.com”* ifadelerine;

https://www.linkedin.com/feed/update/urn:li:activity:6701898340117815296/ URL adresli internet sitesinde 2020 yılı içerisinde yer alan tanıtımlarda ise, *“Firmamız KAYZER DANIŞMANLIK VE EĞİTİM HİZMETLERİ olarak: OTELLER İÇİN Güvenli Turizm, RESTORANLAR VE LOKANTALAR İÇİN Güvenli Turizm, (…) belgelendirme hizmeti vermekteyiz. Bilgi İçin:hulusiada@kayzerkalibrasyon.com”* şeklinde ifadelere yer verilmek suretiyle, Ajans’ın izni olmaksızın, Güvenli Turizm Sertifikasyon Programı’na dahil ve bu sertifikaya yetkili denetim firmalarından biri olduğu izlenimi oluşturulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı tarafından, Kültür ve Turizm Bakanlığı’nın öncülüğünde, Sağlık, Ulaştırma, İçişleri ve Dışişleri Bakanlıklarının katkılarıyla, uluslararası standartlarda denetim yapılmak suretiyle Güvenli Turizm Sertifikasyon Programı’nın uygulanmakta olduğu, söz konusu program kapsamında Covid-19 normalleşme sürecinde turizm sektöründe faaliyette bulunmakta olup gerekli kriterleri yerine getiren işletmelerin tüketici nezdinde güvenli ve hijyenik olduğu hususunun belgelendiği, Güvenli Turizm Sertifikasyon Programı’nın denetim işlemlerinin Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı’nın yetkilendirdiği akredite firmaları tarafından yapıldığı, program kapsamında ilgili Bakanlıktan işletme ve yatırım belgesi almış işletmelere, Bakanlık tarafından uygun görülecek diğer işletmelere ve transfer amaçlı yolcu taşımalarında kullanılan karayolu taşıtlarına, belirlenen kriterlere uymaları şartıyla *“Güvenli Turizm Sertifikası”* sağlandığı, bu kriterlere uygunluk denetiminin ise Türkiye Turizm Tanıtım Geliştirme Ajansı ve Türk Akreditasyon Kurumu (TÜRKAK) onaylı denetleme firmaları tarafından yapıldığı, bu yetkili denetleme firmalarının Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı’na ait web sitesinde güncel olarak yayınlandığı, ilgili web sitesinde yetkilendirilmiş denetim firmaları dışında kalan diğer firmaların ise bu denetimi yapmaya yetkili olmadığı;

Bu kapsamda, Kayzer Kalibrasyon Eğitim ve Danışmanlık Hizmetleri San. ve Tic. Ltd. Şti. unvanlı firmanın Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı tarafından yetkilendirilmiş firmalar arasında bulunmamasına karşın, firma tarafından www.facebook.com adresli internet sitesinde 2020 yılı içerisinde yayınlanan tanıtımlarda, *“COVID-19 Güvenli Üretim, Güvenli Hizmet, Okulum Temiz ve Güvenli Turizm Belgesi hakkında detaylı bilgi ve başvurular için; mailto:info@kayzerkalibrasyon.com”* ifadelerine;

https://www.linkedin.com/feed/update/urn:li:activity:6701898340117815296/ URL adresli internet sitesinde 2020 yılı içerisinde yer alan tanıtımlarda ise, *“Firmamız KAYZER DANIŞMANLIK VE EĞİTİM HİZMETLERİ olarak: OTELLER İÇİN Güvenli Turizm, RESTORANLAR VE LOKANTALAR İÇİN Güvenli Turizm, (…) belgelendirme hizmeti vermekteyiz. Bilgi İçin:hulusiada@kayzerkalibrasyon.com”* şeklinde ifadelere yer verilmek suretiyle, Ajans’ın izni olmaksızın Güvenli Turizm Sertifikasyon Programı’na dahil ve bu sertifikaya yetkili denetim firmalarından biri olduğu izlenimi oluşturulduğu; bu bağlamda anılan firmanın Güvenli Turizm Sertifikasyon programında yer almamasına ve sertifika düzenleme yetkisi olmamasına karşın, inceleme konusu tanıtımlarda bu yönde gerçeği yansıtmayan, firmaları ve dolayısıyla tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı ifadelere yer verildiği, ayrıca Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı tarafından verilen yetki ile düzenlenebilen Güvenli Turizm Sertifikası’nın itibarından haksız şekilde faydalanıldığı, dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Kayzer Kalibrasyon Eğitim ve Danışmanlık Hizmetleri San. ve Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **104.781.TL (Yüzdörtbinyediyüzseksenbir Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**DİĞER**

**94)**

**Dosya No: 2020/1626**

**Şikayet Edilen: Giochi Preziosi Eğitim Araçları Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait Facebook ve Instagram kurumsal sosyal medya hesapları tarafından “Cry Babies” adlı oyuncak ürünlerine ilişkin olarak yayınlanan reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 19.08.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Bakanlığımıza yapılan başvuruya ilişkin olarak yapılan inceleme sonucunda; Firmaya ait “gpturkiye” isimli Instagram kurumsal sosyal medya hesabı ile “GPTurkiye” isimli Facebook kurumsal sosyal medya hesabı tarafından 19.08.2020 tarihinde “Cry Babies” adlı oyuncak bebeklerin tanıtımına ilişkin olarak yayınlanan reklam görselinde, tanıtımı yapılan oyuncak bebeğin yüzü ikiye bölünerek ağlayan ve gülen bebek yüzü görseli ile birlikte ağlayan bebek yüzü tarafında “Yemekte brokoli olduğunu görünce”, gülen bebek yüzü tarafında ise “Yemekten sonraki tatlıyı görünce” ifadelerine, söz konusu paylaşımların açıklama bölümünde ise, “Cry Babies de tıpkı senin gibi! Kim yemekte brokoli olmasına sevinir ki? Minika Çocuk TV ve Kitoons Türkçe Youtube kanallarında Cry Babies Magic Tearsın maceralarını kaçırma!” ifadelerine yer verildiği, söz konusu reklam görselinin 20.08.2020 tarihinde yayından kaldırıldığı,

Ayrıca firmaya ait “Giochi Preziosi” isimli Youtube kanalında “Cry Babies” adlı oyuncak bebeklerin tanıtımına yönelik olarak yayınlanan reklam filmlerinde çocuk oyuncular ile çocukları hedef alan görsel sunum ve mesajların yer aldığı hususları tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firmaya ait “gpturkiye” isimli Instagram kurumsal sosyal medya hesabı ile “GPTurkiye” isimli Facebook kurumsal sosyal medya hesabı tarafından 19.08.2020 tarihinde “Cry Babies” adlı oyuncak bebeklerin tanıtımına ilişkin olarak yayınlanan reklam görselinde, tanıtımı yapılan oyuncak bebeğin yüzü ikiye bölünerek ağlayan ve gülen bebek yüzü görseli ile birlikte ağlayan bebek yüzü tarafında “Yemekte brokoli olduğunu görünce”, gülen bebek yüzü tarafında ise “Yemekten sonraki tatlıyı görünce” ifadelerine, söz konusu paylaşımların açıklama bölümünde ise, “Cry Babies de tıpkı senin gibi! Kim yemekte brokoli olmasına sevinir ki? Minika Çocuk TV ve Kitoons Türkçe Youtube kanallarında Cry Babies Magic Tearsın maceralarını kaçırma!” ifadelerine yer verilerek sağlıklı ve besleyici bir sebze olan brokolinin çocukları üzen ya da ağlatan besin kategorisinde bulunduğu, aşırı tüketimi tavsiye edilmeyen şeker içerikli tatlı gıdaların ise çocukları güldürdüğü ve mutlu ettiği şeklinde bir izlenim oluşturulduğu, “Kim yemekte brokoli olmasına sevinir ki?” şeklinde bir ifade ile sebzeli yemeklerin “sevilmeyen/ağlatan” kategoride olduğu mesajı ile çocukların sağlıklı gıdalara karşı şartlandırıldığı, şekerli besinlerin tüketiminin özendirildiği, böylelikle çocuklara sağlıksız beslenme alışkanlığı aşılanarak olumsuz tutum ve davranışların teşvik edildiği,

Diğer yandan, firma tarafından söz konusu reklam görselinin hedef kitlesinin çocuklar olmadığı ve ilgili paylaşımların çocukların kullanımına açık mecralarda yayınlanmadığı iddia edilmekteyse de “Cry Babies de tıpkı senin gibi! Kim yemekte brokoli olmasına sevinir ki?” şeklindeki reklam mesajının doğrudan çocukları hedef aldığı, ayrıca söz konusu reklamda çocukların Minika Çocuk TV ve Kitoons Türkçe Youtube kanallarına yönlendirildiği, yine benzer şekilde firmaya ait “Giochi Preziosi” isimli Youtube kanalında “Cry Babies” adlı oyuncak bebeklerin tanıtımına yönelik olarak yayınlanan reklam filmlerinde çocuk oyuncular ile çocukları hedef alan görsel sunum ve mesajların yer aldığı, bu itibarla, inceleme konusu reklam görseli ile doğrudan çocuklar hedef alınarak çocukların sağlıklı bir gıdaya karşı şartlandırıldığı,

Tüm bu hususların da;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 24/1-a, 24/1-j ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 62 nci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**95)**

**Dosya No: 2018/5720**

**Şikayet Edilen: Akbulut Tekstil Sanayi ve Ticaret A. Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait Milas mağazasının girişinde bulunan afişte yer alan ifadeler

**Reklam Yayın Tarihi:** 2018

**Yayınlandığı Mecra:** Afiş

**Tespitler:** Firmaya ait Milas mağazasının girişinde bulunan afişlerin ana vaadinde *“Her 300,00 TL alışverişe 50,00 TL anında hediye çeki”* ifadesine anılan afişlerin dipnotunda *“Sonbahar/Kış koleksiyonuna dahil ürünlerde geçerlidir. İndirimli ve outlet ürünler kampanyaya dahil değildir. Seçili ürünlerde geçerli değildir.”* ifadesine yer verildiği ancak sonbahar/kış koleksiyonundan 379,90 TL tutarında alışveriş yapan tüketiciye tanıtımların ana vaadinde belirtildiği üzere anında 50,00 TL hediye çeki verilmeyerek söz konusu kampanyadan faydalandırılmadığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firmaya ait Milas mağazasının girişinde bulunan afişlerin ana vaadinde *“Her 300,00 TL alışverişe 50,00 TL anında hediye çeki”* ifadesine anılan afişlerin dipnotunda *“Sonbahar/Kış koleksiyonuna dahil ürünlerde geçerlidir. İndirimli ve outlet ürünler kampanyaya dahil değildir. Seçili ürünlerde geçerli değildir.”* ifadesine yer verildiği ancak sonbahar/kış koleksiyonundan 379,90 TL tutarında alışveriş yapan tüketiciye tanıtımların ana vaadinde belirtildiği üzere anında 50,00 TL hediye çeki verilmeyerek söz konusu kampanyadan faydalandırılmadığı dolayısıyla anılan tanıtımların tüketicileri yanıltıcı olduğu,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Akbulut Tekstil 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.

**96)**

**Dosya No: 2019/2612**

**Şikayet Edilen: Doğuş Planet Elektronik Ticaret ve Bilişim Hizmetleri A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.n11.com adresli internet sitesinden misafir girişi yaparak alışveriş yapan tüketiciye firma tarafından gönderilen e-postada yer alan ifadeler

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.n11.com adresli internet sitesinden misafir girişi yaparak alışveriş yapan tüketiciye firma tarafından gönderilen e-postada belirtildiği üzere kuponları kazanabilmesi için e-postada belirtilen link üzerinden üyeliğini gerçekleştirmesi gerektiği ancak firma tarafından üyeliğin link üzerinden değil internet siteleri üzerinden gerçekleştirildiğinin ifade edildiği, tüketici tarafından da üyeliğin link üzerinden gerçekleştirildiğine ilişkin ispatlayıcı bir belge sunulmadığı tespit edilmiştir.

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

**97)**

**Dosya No: 2019/12258**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait www.flo.com.tr adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ait www.flo.com.tr adresli internet sitesinden 19080800273850-1 sipariş numarasıyla *"Tom Hands Erkek Saati", "Kinetix Erkek Sneaker Ayakkabı"* ve *"Forester Erkek Ayakkabı"* markalı ürünleri satın alan tüketicinin siparişinin firma tarafından tedarik edilemediği gerekçesiyle iptal edildiği, firma tarafınızdan tedarik edilemediği belirtilmesine rağmen anılan internet sitesinde *Kinetix Erkek Sneaker Ayakkabı"* ve *"Forester Erkek Ayakkabı"* markalı ürünlerin fiyatlarının artırılarak, *"Tom Hands Erkek Saati"* markalı ürünün aynı fiyattan yeniden satışa sunulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firmaya ait www.flo.com.tr adresli internet sitesinden 19080800273850-1 sipariş numarasıyla *"Tom Hands Erkek Saati", "Kinetix Erkek Sneaker Ayakkabı"* ve *"Forester Erkek Ayakkabı"* markalı ürünleri satın alan tüketicinin siparişinin firma tarafından tedarik edilemediği gerekçesiyle iptal edildiği, firma tarafınızdan tedarik edilemediği belirtilmesine rağmen anılan internet sitesinde *Kinetix Erkek Sneaker Ayakkabı"* ve *"Forester Erkek Ayakkabı"* markalı ürünlerin fiyatlarının artırılarak, *"Tom Hands Erkek Saati"* markalı ürünün aynı fiyattan yeniden satışa sunulduğunun görüldüğü bu sebeplerle tüketicilerin yanıltıldığı,

Bununla birlikte, firmanın, makul sayılabilecek bir süre ve miktarda söz konusu ürünleri belirtilen fiyattan sunamayacağına veya başka bir yerden tedarik edemeyeceğine ilişkin yeterli bilgi sahibi olmasına rağmen, tüketiciyi bu konuda uyarmaksızın www.flo.com.tr adresli internet sitesinde belirtilen satış fiyatları üzerinden edinmeye davet ederek haksız ticari uygulamada bulunduğu;

Dolayısıyla, söz konusu reklam ve ticari uygulamaların; tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği, bu durumun da;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Flo Mağazacılık ve Pazarlama A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma ve 85.480.-TL (Seksenbeşbindörtyüzseksen Türk Lirası) idari para cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**98)**

**Dosya No: 2019/12270**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait www.flo.com.tr adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ait www.flo.com.tr adresli internet sitesinden 19070100253392 sipariş numarasıyla 2 adet Crocs Terlik satın alan tüketicinin siparişinin firma tarafından tedarik edilemediği gerekçesiyle iptal edildiği, iptalin gerçekleştiği gün içinde anılan internet sitesinde ürün fiyatlarının artırılarak yeniden satışa sunulduğunun görüldüğü tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firmaya ait www.flo.com.tr adresli internet sitesinden 19070100253392 sipariş numarasıyla 2 adet Crocs Terlik satın alan tüketicinin siparişinin firma tarafından tedarik edilemediği gerekçesiyle iptal edildiği, iptalin gerçekleştiği gün içinde anılan internet sitesinde ürün fiyatlarının artırılarak yeniden satışa sunulduğunun görüldüğü bu sebeplerle tüketicilerin yanıltıldığı,

Bununla birlikte, firmanın, makul sayılabilecek bir süre ve miktarda söz konusu ürünleri belirtilen fiyattan sunamayacağına veya başka bir yerden tedarik edemeyeceğine ilişkin yeterli bilgi sahibi olmasına rağmen, tüketiciyi bu konuda uyarmaksızın www.flo.com.tr adresli internet sitesinde belirtilen satış fiyatları üzerinden edinmeye davet ederek haksız ticari uygulamada bulunduğu;

Dolayısıyla, söz konusu reklam ve ticari uygulamaların; tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği, bu durumun da;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Flo Mağazacılık ve Pazarlama A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma ve 85.480.-TL (Seksenbeşbindörtyüzseksen Türk Lirası) idari para cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**99)**

**Dosya No: 2019/12272**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait www.flo.com.tr adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ait www.flo.com.tr adresli internet sitesinden 19063020505388 sipariş numarasıyla *"Crocs Crogband Koyu Kahve Unisex Terlik"* markalı ürünü satın alan tüketicinin siparişinin firma tarafından tedarik edilemediği gerekçesiyle iptal edildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firmaya ait www.flo.com.tr adresli internet sitesinden 19063020505388 sipariş numarasıyla *"Crocs Crogband Koyu Kahve Unisex Terlik"* markalı ürünü satın alan tüketicinin siparişinin firma tarafından tedarik edilemediği gerekçesiyle iptal edildiği bu sebeple tüketicilerin yanıltıldığı,

Bununla birlikte, firmanın, makul sayılabilecek bir süre ve miktarda söz konusu ürünü belirtilen fiyattan sunamayacağına veya başka bir yerden tedarik edemeyeceğine ilişkin yeterli bilgi sahibi olmasına rağmen, tüketiciyi bu konuda uyarmaksızın www.flo.com.tr adresli internet sitesinde belirtilen satış fiyatları üzerinden edinmeye davet ederek haksız ticari uygulamada bulunduğu;

Dolayısıyla, söz konusu reklam ve ticari uygulamaların; tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği, bu durumun da;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Flo Mağazacılık ve Pazarlama A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma ve 85.480.-TL (Seksenbeşbindörtyüzseksen Türk Lirası) idari para cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**100)**

**Dosya No: 2020/1502**

**Şikayet Edilen: Dsm Grup Danışmanlık İletişim ve Satış Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.trendyol.com adresli internet sitesinde yer alan ifadeler

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.trendyol.com adresli internet sitesinden satın alınan ayıplı ürünler ya da tüketiciler tarafından beğenilmeyen ürünler hakkında yapılan olumsuz yorumların firma tarafından onaylanmadığı hususuna ilişkin tüketici tarafından şikayet konusu ile ilgili ispatlayıcı bir bilgi belge sunulamadığı tespit edilmiştir.

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

**101)**

**Dosya No: 2020/1628**

**Şikayet Edilen: Mustafa Dişyapar Miniş Çocuk İç Giyim ve Çorap**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.n11.com adlı internet sitesi üzerinden yapılan çocuk iç çamaşırı tanıtımları

**Reklam Yayın Tarihi:** 16.07.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.n11.com adlı internet sitesinin 16.07.2020 tarihli görünümünde; firma tarafından satışa sunulan çocuk iç çamaşırlarının çocuk bedeni üzerinden sergilendiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu internet sitesi üzerinden tanıtımı yapılan çocuk iç çamaşırının çocuk bedeni üzerinden sergilenmesinin istismar edici nitelikte olduğu ve mevzuata aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiştir.

Bu nedenle, inceleme konusu reklamların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5 inci ve 32 inci maddeleri

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,reklam veren **Mustafa Dişyapar Miniş Çocuk İç Giyim ve Çorap** hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca belirtilen hususlara ilişkin **anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesinekarar verilmiştir.

**102)**

**Dosya No: 2020/1629**

**Şikayet Edilen: Baki Şahin Baki Tekstil**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.n11.com adlı internet sitesinde yer alan çocuk iç çamaşırı tanıtımları

**Reklam Yayın Tarihi:** 26.08.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.n11.com adlı internet sitesinin 26.08.2020 tarihli görünümünde; söz konusu firma tarafından satışa sunulan çocuk iç çamaşırlarının çocuk bedeni üzerinden sergilendiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu internet sitesi üzerinden tanıtımı yapılan çocuk iç çamaşırının çocuk bedeni üzerinden sergilenmesinin istismar edici nitelikte olduğu ve mevzuata aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiştir.

Bu nedenle, inceleme konusu reklamların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5 inci ve 32 inci maddeleri

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**103)**

**Dosya No: 2020/1632**

**Şikayet Edilen: Batı Mümessillik Dış Ticaret ve Turizm A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.n11.com adlı e-ticaret platformu üzerinden satışa sunulan *"Skechers Escape Plan Siyah"* adlı ürüne ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 02.03.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Tüketici tarafından e-ticaret platformu olan www.n11.com internet sitesi üzerinden indirimli olarak satışa sunulan adı geçen ürünün 02.03.2020 tarihinde sipariş edildiği, firma tarafından 03.03.2020 tarihinde tedarik edilemediği iddiasıyla siparişin iptal edildiği ancak aynı ürünün 05.03.2020 tarihinde daha yüksek fiyattan tekrar aynı platform üzerinden satışa sunulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu tanıtımlarda stok durumuna ilişkin bilgi verilmemesi ve malın stokta bulunmaması durumunun edimin imkânsızlaşması anlamına gelmeyeceği nedenleriyle söz konusu uygulamanın tüketicilerin satın alma kararını etkileyen aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu, mevzuata aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmektedir.

Bu nedenle, inceleme konusu reklamların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 9/1, 13/1, 13/9, 14/1, 14/2, 14/3, 14/4 28, 29 uncu ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 inci ve 62 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,reklam veren **Batı Mümessillik Dış Ticaret ve Turizm A.Ş.** hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca belirtilen hususlara ilişkin **anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesinekarar verilmiştir

**104)**

**Dosya No: 2020/1119**

**Şikayet Edilen: Halil Ozan Yılmaz**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.trendyol.com ve www.gittigidiyor.com adresli e-ticaret sitelerinde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 19.08.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.trendyol.com ve www.gittigidiyor.com adresli e-ticaret sitelerinde yer alan tişört ve sweatshirt ürünlerinin; *"Normal",* *"LGBT"* ifadeleriyle birlikte, LGBT ve gökkuşağı temalarıyla satışa sunulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu ürün ve tanıtımların "+18" yaş uyarısına yer verilmeden satışa sunulduğu, bu durumun çocukların ve gençlerin zihinsel, ahlaki, psikolojik ve toplumsal gelişim özelliklerini olumsuz yönde etkilediği, kültürel ve ahlaki sosyal davranışları bozmaya, değiştirmeye yönelik olduğu,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 24/1-a, 24/1-f ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**105)**

**Dosya No: 2020/1120**

**Şikayet Edilen: Hakan KAŞLIOĞLU**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.trendyol.com ve www.gittigidiyor.com adresli e-ticaret sitelerinde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 19.08.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.trendyol.com ve www.gittigidiyor.com adresli e-ticaret sitelerinde yer alan kupa bardak ürünlerinin; *"LGBT Power", "Equality, Bisexual, Freedom, Lesbian, Gay, Love is Love, Homosexual, LGBT Relationship"* gibi ifadelerle birlikte, LGBT ve gökkuşağı temalarıyla satışa sunulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu ürün ve tanıtımların "+18" yaş uyarısına yer verilmeden satışa sunulduğu, bu durumun çocukların ve gençlerin zihinsel, ahlaki, psikolojik ve toplumsal gelişim özelliklerini olumsuz yönde etkilediği, kültürel ve ahlaki sosyal davranışları bozmaya, değiştirmeye yönelik olduğu,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 24/1-a, 24/1-f ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**106)**

**Dosya No: 2020/1121**

**Şikayet Edilen: İlter Mert ÇANKAYA**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.trendyol.com, www.ciceksepeti.com ve www.gittigidiyor.com adresli e-ticaret sitelerinde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 19.08.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.trendyol.com, www.ciceksepeti.com ve www.gittigidiyor.com adresli e-ticaret sitelerinde yer alan telefon kılıfı ürünlerinin; *"LGBT", "Love is Love", "Pride"* gibi ifadelerle birlikte, LGBT ve gökkuşağı temalarıyla satışa sunulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu ürün ve tanıtımların "+18" yaş uyarısına yer verilmeden satışa sunulduğu, bu durumun çocukların ve gençlerin zihinsel, ahlaki, psikolojik ve toplumsal gelişim özelliklerini olumsuz yönde etkilediği, kültürel ve ahlaki sosyal davranışları bozmaya, değiştirmeye yönelik olduğu,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 24/1-a, 24/1-f ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**107)**

**Dosya No: 2020/1122**

**Şikayet Edilen: Neplic Tekstil İnternet Pazarlama Hizm. San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.trendyol.com, www.ciceksepeti.com ve www.gittigidiyor.com adresli e-ticaret sitelerinde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 19.08.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.trendyol.com adresli e-ticaret sitesinde yer alan plaj havlusu ürünlerinin; *"Peace, Love is Love, Pride, LGBT"* gibi ifadelerle birlikte, LGBT ve gökkuşağı temalarıyla satışa sunulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu ürün ve tanıtımların "+18" yaş uyarısına yer verilmeden satışa sunulduğu, bu durumun çocukların ve gençlerin zihinsel, ahlaki, psikolojik ve toplumsal gelişim özelliklerini olumsuz yönde etkilediği, kültürel ve ahlaki sosyal davranışları bozmaya, değiştirmeye yönelik olduğu,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 24/1-a, 24/1-f ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**108)**

**Dosya No: 2020/1123**

**Abc Radyo Televizyon ve Dijital Yayıncılık A.Ş. (Tele 1 Tv)** isimli kuruluşa ait **TELE 1 logolu televizyon kanalında "Evrensel Gazetesi"ne ait reklamlar** hakkındaki dosya ile ilgili görüşme ve değerlendirmelerin **ertelenmesine** karar verilmiştir.

**109)**

**Dosya No: 2020/1124**

**Bülten Basin Yayin Reklamcilik Ticaret Limited Şirketi (Evrensel Gazetesi)** isimli kuruluşa aittelevizyon reklamlar hakkındaki dosya ile ilgili görüşme ve değerlendirmelerin **ertelenmesine** karar verilmiştir.

**110)**

**Dosya No: 2018/6444**

**Şikayet Edilen: S Şans Oyunları A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından düzenlenen bahis tanıtımları

**Reklam Yayın Tarihi:** 2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firma tarafından www.mackolik.com ve www.twitter.com adresli internet sitesi üzerinden gerçekleştirilen tanıtımlarda “İnanılmaz rekor! tek kuponda 3.830.435 TL kazandırdı bu Goal kaçmaz” ve “Tek kuponda 3.830.435 TL kazandıran #rindane1982'nin bugünkü #iddaa kuponuna şimdiden 796 kişi oynadı! İşte o kupon” şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firmaca 2018 yılı içerisinde, www.mackolik.com adresli internet sitesi üzerinden "İnanılmaz rekor! tek kuponda 3.830.435 TL kazandırdı bu Goal kaçmaz" ve https://twitter.com/tuttur/status/1054337536708001792 adresli internet sitesi üzerinden "Tek kuponda 3.830.435 TL kazandıran #rindane1982'nin bugünkü #iddaa kuponuna şimdiden 796 kişi oynadı! İşte o kupon” şeklinde ifadeleri içerecek şekilde yayınlanan tanıtımların, ilgili mevzuat ile söz konusu bahis oyunlarında en fazla 500.000 TL kazanılmasının mümkün olduğu ve Reklam Mevzuatında "Belirli bir mal veya hizmetin şans oyunlarında kazanmayı kolaylaştırdığını iddia etmenin" aldatıcı ticari uygulama örneği olarak sayıldığı göz önüne alındığında, tüketicileri yanıltıcı olduğu değerlendirilmiştir.

Bu nedenle, inceleme konusu reklamların;

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin Haksız Ticari Uygulama Olarak Kabul Edilen Örnek Uygulamalar Ekinin 12 nci maddesi,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,reklam veren **S Şans Oyunları A.Ş.** hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri dahilinde belirtilen hususlara ilişkin olarak **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**111)**

**Dosya No: 2018/7460**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından [www.hepsiburada.com](http://www.hepsiburada.com) adresli internet sitesi üzerinden düzenlenen tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ait ilgili internet sitesinde ürünün satın alındığı gün kargoya verileceğine ilişkin bir ifadeye yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firmadan alınan cevabi yazı ve eklerinden, söz konusu siparişlerin firma tarafından ilan edildiği üzere siparişin yapıldığı gün kargoya teslim edildiği anlaşılmış olup anılan tanıtımların 6502 sayılı Kanun’un 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**112)**

**Dosya No: 2019/4795**

**Şikayet Edilen: Gazikent Petrol Akaryakıt ve Otom. San. Ve Tic. A.Ş**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait TP Akaryakıt tesisinde düzenlenen indirim kampanyasının mevzuata aykırı olduğu iddiasına yer verilmiştir.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Afiş

**Tespitler:** Firma tarafından uygulanan söz konusu indirimin tüketicilere ilan edilen fiyat listesi üzerinden değil, Enerji Piyasası Düzenleme Kurulu tarafından kurula ait internet sitesinde ilan edilen tavsiye edilen fiyatlar üzerinden gerçekleştirildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firmaya ait Gaziantep TP Akaryakıt tesisinde Gaziantep Ticaret İl Müdürlüğü tarafından 15.05.2020 tarihinde gerçekleştirilen denetimde, firmaya ait ilanlarda "Haftanın Üç Günü Şok Kampanya Pazar-Çarşamba-Cuma Lpg %16, Benzin %6, Motorin %6" şeklinde indirim kampanyası ilanlarına yer verilmesine karşın söz konusu indirimin tüketicilere ilan edilen fiyat listesi üzerinden değil, Enerji Piyasası Düzenleme Kurulu tarafından ilan edilen tavsiye edilen fiyatlar üzerinden gerçekleştirildiği, tüketicilerin satın alma kararını etkileyen söz konusu uygulamaların 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 **Gazikent Petrol Akaryakıt ve Otom. San. ve Tic. A.Ş** hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **8.546 TL (Sekizbinbeşyüzkırkaltı Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma** cezaları verilmesine karar verilmiştir.

**113)**

**Dosya No: 2019/8218**

**Şikayet Edilen: Tamer Tanca Mağazacılık San. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait Konya M1 AVM mağazasında düzenlenen indirim kampanyasının mevzuata aykırı olduğu iddiasına yer verilmiştir.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Afiş, etiket

**Tespitler:** Firmaya ait etiket görsellerinde ürünün 699 TL üzerinden yapılan indirimle 215,90 TL bedel ile satışa sunulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firmaya ait Konya M1 AVM mağazasında 02.04.2019 tarihinde düzenlenen “İndirim” kampanyası kapsamında satışa sunulan ayakkabıların 699 TL üzerinden yapılan indirimle 215,90 TL bedel ile satışa sunulduğu yönünde tanıtımlarda bulunulduğu ancak firma tarafından sunulan belgelerden ürünün bir önceki fiyatının 439.99 TL olduğu, ayrıca ürüne ilişkin reklamlarda, indirimli satış başlangıç ve bitiş tarihleri ile ürüne ilişkin stok bilgilerine yer verilmediği, söz konusu uygulama ile "Yapılan indirimin miktarı veya oranı hesaplanırken, indirimli fiyattan bir önceki fiyat esas alınır" şeklindeki yükümlülük başta olmak üzere Reklam Mevzuatında indirimli satışlara ilişkin olarak belirlenen hükümlerin ihlal edildiği 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 **Tamer Tanca Mağazacılık San. ve Tic. A.Ş.** hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri dahilinde belirtilen hususlara ilişkin olarak **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**114)**

**Dosya No: 2019/10121**

**Şikayet Edilen: Carrefoursa Carrefour Sabancı Tic. Mrk. A.Ş.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ait [www.carrefoursa.com](http://www.carrefoursa.com) adresli internet sitesi üzerinden yapılan indirimli satış tanıtımlarının tüketicinin siteye üye olmasından sonra yayından kalktığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firmaya ait www.carrefoursa.com adresli internet sitesinin 19.04.2019 tarihli görünümünde, tuvalet kağıdı ürününün, ilgili siteden alışveriş yapmak için bir ön koşul olan üyelik işleminden önce indirimli olarak satışa sunulduğu, ancak üyelik işlemi gerçekleştirildikten sonra söz konusu indirimin ürüne uygulanmadığı, ayrıca ürüne ilişkin reklamlarda, indirimli satış başlangıç ve bitiş tarihleri ile ürüne ilişkin stok bilgilerine yer verilmediği, söz konusu uygulama ile "Yapılan indirimin miktarı veya oranı hesaplanırken, indirimli fiyattan bir önceki fiyat esas alınır" şeklindeki yükümlülük başta olmak üzere Reklam Mevzuatında indirimli satışlara ilişkin olarak belirlenen hükümlerin ihlal edildiği 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 **Carrefoursa Carrefour Sabancı Tic. Mrk. A.Ş.** hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri dahilinde belirtilen hususlara ilişkin olarak **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**HAKSIZ TİCARİ UYGULAMALAR**

**115)**

**Dosya No: 2018/7274**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından [www.hepsiburada.com](http://www.hepsiburada.com) adresli internet sitesi üzerinden düzenlenen tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ait [www.hepsiburada.com](http://www.hepsiburada.com) adresli internet sitesi üzerinden “Oral B Genius Siyah Pro 9000 Şarj Edilebilir Diş Fırçası” adlı ürünün 1314 TL üzerinden yapılan indirimle 549.90 TL bedel ile satışa sunulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firmaya ait anılan sitede yer verilen "Oral B Genius Siyah Pro 9000 Şarj Edilebilir Diş Fırçası" adlı ürüne ilişkin reklam ve tanıtımlarda, ürünün 1.314 TL üzerinden yapılan indirimle 549.90 TL bedel ile satışa sunulmasına karşın indirim öncesi fiyat ile (1.314 TL) satıldığına ilişkin kanıt sunulamadığı, ayrıca ürüne ilişkin reklamlarda, indirimli satış başlangıç ve bitiş tarihleri ile ürüne ilişkin stok bilgilerine yer verilmediği, söz konusu uygulama ile "Yapılan indirimin miktarı veya oranı hesaplanırken, indirimli fiyattan bir önceki fiyat esas alınır" şeklindeki yükümlülük başta olmak üzere Reklam Mevzuatında indirimli satışlara ilişkin olarak belirlenen hükümlerin ihlal edildiği 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 **D-Market Elektronik Hizmetler ve Tic. A.Ş.** hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri dahilinde belirtilen hususlara ilişkin olarak **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**116)**

**Dosya No: 2019/3004**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmanın bayi ve müşteri temsilcileriyle hizmetin dondurulmasına ilişkin yapılan görüşmelerin tüketiciyi yanıltıcı ve yanlış yönlendirici nitelikte olduğu iddiası.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Telefon

**Tespitler:** Firma tarafından tüketiciyle aralarında geçen ses kaydı sunulmuş ve tüketiciye dondurulma süresinin biteceği ve 03.04.2019 tarihinde faturalamanın başlayacağının sms olarak gönderildiğine dair belgelerle sabitlenmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firma tarafından sunulan bilgi ve belgeler çerçevesinde anılan ifadelerin 6502 sayılı Kanun’un 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**4. Diğer Konuların Konuşulması**

**4.1)**

**Dosya No: 2019/9595**

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 gerekçesiyle, Reklam Kurulu’nun 08.09.2020 tarih ve 301 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.

**4.2)**

**Dosya No: 2018/5084**

**L’oreal Türkiye Kozmetik San. ve Tic. A.Ş.** isimli firmaya ait La Roche-Posay markalı “Lipikar”, “Effaclar” ve “Toleriane” isimli ürün serilerine ilişkin olarak www.laroche-posay.com.tr adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar hakkında Reklam Kurulu’nun 08.09.2020 tarih ve 301 sayılı toplantısında bahsi geçen firma hakkında verilen 104.781-TL (Yüzdörtbinyediyüzseksenbir Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları kararına ilişkin olarak, reklam veren firma tarafından yapılan itirazın görüşülmesi neticesinde,

Başvuruda yer verilen; idari cezaya konu reklamlarda yer alan kozmetik ürünlerin kullanım amacı doğrultusunda hangi tüketici ihtiyaçlarını karşılayacağı yönelik ifadelerin Kozmetik Yönetmeliğinde yer alan kozmetik tanımına uygun olduğu, buna göre söz konusu tanıtımlarda yer verilen kozmetik ürünlerin akneye, alerjiye veya atopiye eğilimli ciltlerde kullanılabileceğine yönelik ifadelerin reklam mevzuatı çerçevesinde de uygun bulunmasına ilişkin talebin değerlendirilmesi ve diğer taraftan Sağlık Bakanlığı Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Kurumu’ndan inceleme konusu tanıtımlara ilişkin olarak verilen görüş doğrultusunda, söz konusu ürünlere yönelik sağlık beyanı içeren veya bu yönde algı oluşturan doğrudan veya dolaylı bir anlatım içermeyen ifadelerin ilgili Kozmetik Mevzuatı çerçevesinde kullanımının uygun olduğuna, bu bağlamda idari ceza konusu tanıtımlarda yer verilen;

“Lipikar” kozmetik ürün serisi için; *“Atopiye Eğilim Gösterebilen Ciltler”* ifadesinin kozmetik tanımında yer alan amaçlar doğrultusunda kullanılabileceği, *“Cilt bariyerini güçlendirerek, ciltte rahatlama sağlar, çok kuru ciltleri yatıştırır ve kuruluk sonucu oluşan kaşınma hissini azaltmaya yardımcı olarak, cildi rahatlatır”* ifadesinin kaşıntının kuruluk kaynaklı olduğu belirtildiği için kullanılabileceği,

“Toleriane” isimli kozmetik ürün serisi için; *“Alerjiye eğilim gösteren ciltler”* ifadesinin kozmetik tanımında yer alan amaçlar doğrultusunda kullanılabileceği, *“Uzun süreli rahatlama sağlar”* ifadesinin kullanılabileceği,

“Effaclar” isimli kozmetik ürün serisi için; *“Yağlı ve Akneye Eğilim Gösteren Cilt”* ifadesinin kozmetik tanımında yer alan amaçlar doğrultusunda kullanılabileceği, *“İrritasyon karşıtıdır”, “Geniş gözenek ve düzensiz cilt dokusu görünümünün düzelmesine yardımcı”, “Cilt yüzeyi homojen bir görünüme kavuşur”, “Cildin bariyer işlevini güçlendirmeye yardımcı olur”, “Burun ve çevresi siyah noktalardan arındı pürüzsüz hale geldi”, “Cilt yenilenir, temizlenir ve tekrarlayan siyah noktalardan arınır”, Düzensiz cilt dokusu”*, *“Cilt dokusu düzelir”, “Tüm siyah noktalar gidiyor”* ve *“Leke görünümü karşıtı ve tekrarlama karşıtı etkisi”* ifadelerinin kullanılabileceği, **buna göre söz konusu idari cezanın gerekçesinden yukarıda yer verilen ifadelerin çıkarılarak bu yöndeki itirazınızın kabulüne,**

Buna karşılık inceleme konusu tanıtımlarda yer alan ve idari cezanın gerekçesini oluşturan ilgili kozmetik mevzuatına ve reklam mevzuatına aykırı diğer ifadelere ilişkin olmak üzere **Reklam Kurulu’nca tesis edilen 104.781-TL (YüzdörtbinyediyüzseksenbirTürk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezalarının kaldırılmasına ilişkin itirazın reddine** karar verilmiştir.