**T.C.**

**TİCARET BAKANLIĞI**

**Reklam Kurulu Başkanlığı**

**BASIN BÜLTENİ**

**Toplantı Tarihi :** 9 Şubat 2021

**Toplantı Sayısı :** 306

**İLETİŞİM**

**1)**

**Dosya No: 2020/1285**

**Şikâyet Edilen: Türk Telekomünikasyon A.Ş.**

**Şikâyet Edilen Reklam:** [www.turktelekom.com.tr](http://www.turktelekom.com.tr) adresli internet sitesinde yayınlanan “Türk Telekom'la Bi' Dünya Fırsat Şimdi de Beymen Outlet'lerde” başlıklı tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: [www.turktelekom.com.tr](http://www.turktelekom.com.tr) adresli internet sitesinde Aralık 2019 ayında yayınlanan "Türk Telekom'la Bi' Dünya Fırsat Şimdi de Beymen Outlet'lerde" başlıklı tanıtımlarda seçili outlet ürünler için tüketicilere %75 indirim oranının vaat edildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, [www.turktelekom.com.tr](http://www.turktelekom.com.tr) adresli internet sitesinde Aralık 2019 ayında yayınlanan "Türk Telekom'la Bi' Dünya Fırsat Şimdi de Beymen Outlet'lerde" başlıklı tanıtımlarda, *“Türk* *Telekom'la Bi' Dünya Fırsat Şimdi de Beymen Outlet'lerde. Beymen Outlet'te ve Beymen.com'daki Outlet* *Ürünlerinde %75 İndirim”* ifadelerine yer verildiği, ancak kampanya kapsamında Beymen Perakende ve Tekstil Yatırımları A.Ş. tarafından kesilen faturalarda satışı yapılan ürünlere söz konusu oranda indirimin uygulanmadığı, bu sebeple anılan reklamlarda gerçekte olduğundan daha fazla indirim uygulanıyormuş izlenimi oluşturularak tüketicilerin yanıltıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 14/2, 14/3, 14/4, 29/1, 29/2-c ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**2)**

**Dosya No: 2020/2343**

**Şikâyet Edilen: Turkcell İletişim Hiz. A.Ş.**

**Şikâyet Edilen Reklam:** @turkcellmagaza adresli Instagram hesabı ile “TurkcellMagaza” adresli Facebook hesabında yayınlanan “Kaçırılmayacak Fırsatlar Sarı Günler’de” başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: @turkcellmagaza adresli Instagram hesabı ile “TurkcellMagaza” adresli Facebook hesabında yayınlanan “Kaçırılmayacak Fırsatlar Sarı Günler’de” başlıklı reklamlarda *“Hometech Alfa 300i 229,71 TL yerine 221,41 TL x 12 ay, Son Gün 30 Nisan!”* ifadelerinin yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, @turkcellmagaza adresli Instagram hesabı ile Turkcell agaza adresli Facebook hesabında yayınlanan “Kaçırılmayacak Fırsatlar Sarı Günler’de”başlıklı reklamlarda, *“Hometech* *Alfa 300i 229,71 TL yerine 221,41 TL x 12 ay, Son Gün 30 Nisan!”* ifadelerine yer verildiği, ancak reklam içeriğinde tüketicilerin söz konusu ürünü temin etmek için ödemesi gereken toplam tutara yer verilmeyerek tüketicilerin eksik bilgilendirildiği ve anlam karışıklığına yol açıldığı, bu sebeplerle anılan reklamların tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 13/1, 13/2, 13/7 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**3)**

**Dosya No: 2020/3539**

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

**Şikâyet Edilen Reklam**: Muhtelif televizyon kanallarında yayınlanan “En İyiler Oscar’ı, Digitürk’lüler En İyileri Hak Eder” başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler**: 2020 yılı içerisinde yayınlanan “En İyiler Oscar’ı, Digitürk’lüler En İyileri Hak Eder ” başlıklı reklamlarda sesli olarak *“Bu yılın Oscarlı filmleri Joker, Rocketman, Parasite, Judy, Jojo Rabbit, Ford v Ferrari ve Toy Story 4 2020 yılı boyunca Digitürk’te. Üstelik Filmin Yıldızı Paketi ilk üç ay, ayda sadece 19 TL.”* ifadelerine ve altyazıda *“Kampanya 15 ay taahhütle Filmin Yıldızı Paketi’ni kapsar. İlk 3 ay ayda 19 TL, kalan aylar ayda 55 TL’dir. Kampanya kapsamında sezon sonuna kadar Anadolu Taraftar Paketi, Taraftar ve Dizi Paketi hediyedir. Aktivasyon ve iç kurulum ücretsizdir (…) Kampanya, 3 Mart 2020’ye kadar geçerlidir.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, Krea İçerik Hizmetleri ve Prodüksiyon A.Ş. tarafından 2020 yılında muhtelif televizyon kanallarında yayınlanan “En İyiler Oscar’ı, Digitürk’lüler En İyileri Hak Eder” başlıklı reklamlarda sesli olarak *“Bu yılın Oscarlı filmleri Joker,**Rocketman, Parasite, Judy, Jojo Rabbit, Ford v Ferrari ve Toy Story 4 2020 yılı boyunca Digitürk’te.**Üstelik Filmin Yıldızı Paketi ilk üç ay, ayda sadece 19 TL.”* ifadelerine ve altyazıda *“Kampanya 15 ay**taahhütle Filmin Yıldızı Paketi’ni kapsar. İlk 3 ay ayda 19 TL, kalan aylar ayda 55 TL’dir. Kampanya**kapsamında sezon sonuna kadar Anadolu Taraftar Paketi, Taraftar ve Dizi Paketi hediyedir. Aktivasyon**ve iç kurulum ücretsizdir (…) Kampanya, 3 Mart 2020’ye kadar geçerlidir.”* ifadelerine yer verildiği,

Ancak sesli ifadelerde bahsi geçen "Joker, Jojo Rabbit, Ford v Ferrari" isimli filmlerin "Filmin Yıldızı Paketi" içeriğinde bulunmadığı, anılan reklamlarda gerek sesli ifadelerde gerek ise alt yazı metninde "Filmin Yıldızı Paketi"ne ilişkin tanıtımlara yer verildiği göz önüne alınarak söz konusu filmlerin tamamının paket kapsamında izlenebileceği algısı oluşturulduğu, dolayısıyla tüketicilerin anılan kampanyayı tercih sebebi olabilecek bir konuda yanıltıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**4)**

**Dosya No: 2020/4768**

**Şikâyet Edilen: Turkcell İletişim Hiz. A.Ş.**

**Şikâyet Edilen Reklam**: [www.turkcell.com.tr/pasaj/cep-telefonu/android-telefonlar/samsung -galaxy-a71](http://www.turkcell.com.tr/pasaj/cep-telefonu/android-telefonlar/samsung%20-galaxy-a71) adresli internet sitesinde yayınlanan "Samsung Galaxy A71" başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 25.12.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: 25.12.2020 tarihinde Turkcell İletişim Hiz. A.Ş. adlı firmaya ait www.turkcell.com.tr/pasaj/cep-telefonu/android-telefonlar/samsung-galaxy-a71 adresli internet sitesinde yayınlanan "Samsung Galaxy A71" başlıklı reklamlarda *“3 Ayda Öde. Tarifene Ek 1.743,62x3 Ay”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, Turkcell İletişim Hiz. A.Ş. tarafından 25.12.2020 tarihinde www.turkcell.com.tr/pasaj/cep-telefonu/android-telefonlar/samsung-galaxy-a71 adresli internet sitesinde yayınlanan "Samsung Galaxy A71"başlıklı reklamlarda *“3 Ayda Öde. Tarifene Ek 1.743,62x3 Ay”* ifadelerine yer verildiği, ancak reklam içeriğinde söz konusu ürünü taksitli temin etmek için ödenmesi gereken toplam tutara yer verilmeyerek tüketicilerin eksik bilgilendirildiği, ayrıca anılan tanıtımlarda “*Avantajlı Teklif Peşin Fiyat 4.999 TL yerine 3.999 TL”* ifadelerinin yer aldığı, ancak kampanyalı ürünün satışa sunulan bir önceki fiyatının 4.999 TL olduğunun anılan firma tarafından ispatlanamadığı, dolayısıyla söz konusu indirim oranının gerçeği yansıtmadığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 13/1, 13/2, 13/, 14/2, 14/3, 14/4 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Turkcell İletişim Hiz. 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** verilmesinekarar verilmiştir.

**5)**

**Dosya No: 2020/5158**

**Şikâyet Edilen: Beymen Perakende ve Tekstil Yatırımları A.Ş.**

**Şikâyet Edilen Reklam:** www.beymen.com adresli internet sitesinde yayınlanan “Beymen Outlet'te ve Beymen.com'daki Outlet Ürünlerinde %75 İndirim” başlıklı tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: [www.beymen.com](http://www.beymen.com) adresli internet sitesinde Aralık 2019 ayında yayınlanan “Beymen Outlet'te ve Beymen.com'daki Outlet Ürünlerinde %75 İndirim" başlıklı tanıtımlarda seçili outlet ürünler için tüketicilere %75 indirim oranının vaat edildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, www.beymen.com adresli internet sitesinde Aralık 2019 ayında yayınlanan *"*Beymen Outlet'te ve Beymen.com'daki Outlet Ürünlerinde %75 indirim" başlıklı tanıtımlarda, *“Türk* *Telekom'la Bi' Dünya Fırsat Şimdi de Beymen Outlet'lerde. Beymen Outlet'te ve Beymen.com'daki Outlet**Ürünlerinde %75 İndirim”* ifadelerine yer verildiği, ancak kampanya kapsamında reklam veren firma tarafındankesilen faturalarda satışı yapılan ürünlere söz konusu oranda indirimin uygulanmadığı, bu sebeple anılanreklamlarda gerçekte olduğundan daha fazla indirim uygulanıyormuş izlenimi oluşturularak tüketicilerinyanıltıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 14/2, 14/3, 14/4, 29/1, 29/2-c ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**6)**

**Dosya No: 2019/2868**

**Şikayet Edilen: Turkcell İletişim Hizmetleri A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Anılan firmanın kendine ait internet sitesi ile mobil uygulamasında bulunan tarifeleri kredi kartı seçeneği olmasına rağmen satın alınamaması ve tarifelerin fiyatları.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, mobil aplikasyon

**Tespitler**: Tüketicinin sunduğu belgede ödeme sayfasında “ödeme alınırken hata ile karşılaşıldı. Lütfen kart bilgilerini kontrol ederek yeniden deneyiniz” yazısı görülmüş, ayrıca firmanın internet sitesinde tarifelerin kdv ve öiv dahil fiyatlarına yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, ihtisas komisyonu tarafından sunulan raporda da firma tarafından yapılan uygulamada herhangi bir hata olmadığı tüketicinin bireysel kartı ile alakalı bir problem olduğu, ayrıca firmanın internet sitesinde yer alan tarifelerin fiyatlarının kdv ve öiv dahil fiyatlar olduğu bilgisinin verildiği ifade edilmiş olup, ayrıca firma tarafından yapılan açıklamalar ve sunulan belgeler göz önüne alınarak herhangi bir aldatıcı/yanıltıcı ifadeye/uygulamaya yer verilmediği anlaşılmış, dolayısıyla anılan başvurunun 6502 sayılı Kanun’un 61 ve 62 nci maddesi hükümlerine **aykırı olmadığına** karar verilmiştir.

**7)**

**Dosya No: 2019/12506**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** "Bananevar" uygulamasında yapılan çarkı çevir tanıtımları

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, mobil aplikasyon

**Tespitler**: Bana Ne var bölümündeki çarkta çeşitli hediyelerin yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, anılan dosya 305 Reklam Kurulu’nda “müşterilere Vodafone’da kaldıkları yıl, tarife, yaş, abonelik tipi, 4,5G uyumlu akıllı telefon sahipliği, 4,5G aktifliği ve lokasyon bilgilerine göre önceden belirlenmiş hediye/avantajlar rastgele sunulduğu” ifadesinin internet sitesinde tüketicilerin bilgisine sunulup sunulmadığı hususunun araştırılması amacı ile ertelenmiş, firmaya sorulan bu durum karşısında <https://www.vodafone.com.tr/Servisler/vodafone-yanimda-uygulamasi.php> adresli internet sitesinde gerekli açıklamaların yer aldığı ifade edilmiş olup, ayrıca firma tarafından yapılan açıklamalar ve sunulan diğer belgeler göz önüne alınarak herhangi bir aldatıcı/yanıltıcı ifadeye/uygulamaya yer verilmediği anlaşılmış, dolayısıyla anılan başvurunun 6502 sayılı Kanun’un 61 ve 62 nci maddesi hükümlerine **aykırı olmadığına** karar verilmiştir.

**8)**

**Dosya No: 2019/99997**

**Şikayet Edilen: Turkuaz Dijital İletişim Reklam Org.Dan. İnş.ve San. Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam/HTU**: 0 850 473 75 82 numaralı hat üzerinden gerçekleştirilen telefon aramaları

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Yayınlandığı Mecra:** Arama/HTU

**Tespitler**: TTNET A.Ş.’nin müşterisi ve aynı zamanda çalışanı olan Ebuzer Gülce’nin ekte yer alan şikayet dilekçesinde, kendisine yapılan aramada; *“Altyapınızı kontrol ettiğimizde iki firmadan hizmet alabilir durumdasınız. Bunlardan birisi TÜRK Telekom diğeri Millenicom. Türk Telekom da devam etmeniz ve taahhüt vermeniz koşulunda aylık 8 mbps limitsiz internet 94₺, Millenicom da ise 16 mbps limitsiz internet 84₺ . Aradaki fark sadece 10₺ değil ayrıca hızda 2 kat faydadır. Hangi hizmeti istiyorsanız sözleşmeyi ayağınıza kadar gönderiyoruz.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

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

0850 473 75 82 numaralı telefon hattından hali hazırda sözleşmeleri devam eden Ttnet abonesi tüketicilerin arandığı, "Türk Telekom'dan-TTNET'ten arıyoruz" denilerek mevcut Ttnet sözleşmelerinin bittiği/bitmek üzere olduğu şeklinde yanıltıcı bilgi verildiği, aboneliğin yenilenmezse faturaların artacağı, bu ay itibariyle AKN uygulamasının kalktığı, internet paketinin değiştirilmezse yeni ücretlerle faturaların artacağı şeklinde yanıltıcı bilgi verilmek suretiyle "altyapınızı kontrol ettiğimizde iki firmadan hizmet alabilir durumdasınız biri Millenicom biri Türk Telekom, aylık 8 Mbps hız limitsiz internet 94TL Telekom'da iken Millenicomda aylık 16 Mbps limitsiz internet 84 TL, sadece 10 TL değil iki kat hız veriyoruz Millenicom ile" ifadelerinin kullanılması suretiyle Millenicom internet paketinin ön plana çıkartılarak kampanya tanıtımları yapıldığı, daha uygun fiyata fiber internet vaadi verildiği, tüketicinin Türk Telekom'dan aradıklarını belirten firma yetkililerine neden Millenicom'u öne çıkaran tanıtımlar yaptıklarını sorduğunda aynı altyapının kullanıldığı cevabının verildiği, tüketicinin teklifi düşüneceğini söylemesi üzerine ise bugün fatura kesim tarihi olduğu için eğer bugün işlem yapılmaz ise 100 TL'nin üzerinde fatura ödeneceği söylenerek zaman kısıtıyla tüketicilerin tercih yapmaya zorlandığı, yeni internet sözleşmesi yapılması konusunda sürekli aranmak suretiyle tüketicilerin rahatsız edildiği,

Böylece tüketicilere başka firmaların internet hizmetlerinin daha uygun olduğu belirtilerek Ttnet müşterilerinin taahhütleri bitmediği halde sözleşme yenilemeye zorlandığı, Ttnet firmasının itibarından izinsiz biçimde yararlanıldığı,

Dolayısıyla telefon aracılığıyla yapılan tanıtımların tüketicileri yanıltıcı ve yanlış yönlendirici nitelikte olduğu ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği, ayrıca bahsedilen yanıltıcı bilgilendirme suretiyle tüketicinin normalde taraf olmayacağı bir kampanyaya abone olmasına sebep olunmak suretiyle tüketicinin güveninin kötüye kullanıldığı ve bu durumun da aldatıcı ihmal neticesinde bir haksız ticari uygulama olduğu,

Firmadan talep ve açıklama yapılmasına ilişkin Bakanlık yazımızın tebliğ edilmesine rağmen herhangi bir cevap verilmediği ve belge sunulmadığı, dolayısıyla ispat yükü firmada olmasına rağmen tüketici iddialarının aksinin ispatlanamadığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Turkuaz Dijital İletişim Reklam Org.Dan. İnş.ve San. Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 ile 77/13 maddeleri uyarınca **8.546 TL (Sekizbinbeşyüzkırkaltı Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesinekarar verilmiştir.

**ÖRTÜLÜ REKLAM**

**9)**

**Dosya No: 2020/2271**

**Şikayet Edilen: SilivriGraf Prodüksiyon Gazete Dergi İnternet Yayıncılık Reklam ve Tanıtım Danışmanlık Hizmetleri**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.supersilivri.com adresli internet sitesinde yayınlanan *“Silivri’de Yeni Bir Sektör”* başlıklı yazı

**Reklam Yayın Tarihi:** 23.02.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.supersilivri.com adresli internet sitesinin 23.02.2020 tarihli görünümünde yayınlanan “Silivri'de Yeni Bir Sektör”başlıklı yazı içerisinde, *“Elif Bilici, Silivri'de vermeye başladığı koçluk hizmetinin ayrıntılarını anlattı. Silivri geçtiğimiz günlerde yeni bir kavramla tanıştı. 2009 ila 2014 yılları arasında Silivri Belediye Başkan Yardımcısı olarak görev yapan Elif Bilici, koçluk hizmetleri ve aile danışmanlığı alanında hizmet vermek üzere kendi ofisini açınca Silivri’de bütün dikkatler “Koçluk” kavramı üzerine yoğunlaştı. Elif Bilici, yeni işi ve koçluk hizmetleri hakkında şu bilgileri veriyor: “Koçum Benim”... Evet ofisimi açtığımdan beri en çok karşılaştığım hitap şekli bu; “Koçum benim”… “Koç” deyince dilimizde akla önce erkek koyun, daha sonra da çeşitli spor dallarında antrenör manasında kullanılan koç geliyor. Ben her ikisi de değilim… Koç kelimesinin İngilizce'de de iki manası var. Birincisi uzun seyahatlerde kullanılan bir otobüsten, bir demir yolu vagonundan ve seyahat etmekten bahsediyor. İkincisi ise spor talimi ya da antremanını, özel dersi ve ilave eğitimi kapsıyor. Eğitim sektöründe yer aldığım için aklınıza ilk etapta ikinci tanım gelebilir ama aslında ben tam olarak birinci tanımla ilgileniyorum. Çünkü benim işim aslında tamamen “bir yolculukla” ilgili. Kişilerin mevcut konumları ile ulaşmak istedikleri nokta arasındaki yolculuktan bahsediyorum. Örneğin sevdiği kişi ile ilişkisinde sorunlar yaşayan kişinin bulunduğu konumu ile ilişkisi sağlıklı hale geldiğindeki konumu arasındaki çizgi. Ya da matematikten sadece 5 net çıkarırken 15 net hedefleyen öğrencinin kat edeceği mesafe. Kişinin işinden duyduğu memnuniyetsizliğin, tatmin ve mutlu bir kariyere dönüştüğü bir seyahat. Hangi alanı ya da üniversitede hangi bölümü seçeceğini bilmeyen birinin yaşadığı belirsizlik ile karar verdiği an arasındaki yolculuk. Çocuğu ile iletişim kurmakta zorlanan bir annenin çaresizliği ile ilişkilerini yeniden yapılandırdıkları an arasındaki süreç... İşte benim işim tam olarak bu! İnsanların şu andaki durumlarıyla gelecekte olmak istedikleri, hedefledikleri konumları arasındaki yolculuklarında onlara yol arkadaşlığı yapmak. Yani matematik dersinden aşina olduğumuz gibi A noktasından B noktasına giderken danışanımın yan koltuğunda ona eşlik etmek. Peki bunu nasıl yapıyorum? İşime öncelikle danışanımın doğuştan yaratıcı, becerikli, bütün ve ihtiyacı olan cevaplara ulaşabilecek kapasitede olduğuna inanarak başlarım. Bu nedenle de ona tavsiyede bulunmam, yönlendirmem, akıl vermem. Onun aklının kendine yeteceğini bilirim. Ona ilk olarak ne istediğini, hangi noktayı hedeflediğini, süreç sonunda nerede olmak istediğini sorarım. Daha sonra mevcut durumunu ve şimdi nerede, hangi noktada olduğunu öğrenirim. Derin ve samimi bir şekilde dinleyerek ihtimalleri, yapılabileceklerini ve alternatiflerini belirlemesini ve anlatmasını ister ve son olarak belirlenen hedefe ulaşabilmek için nelerin değiştirilmesi gerektiğini; tespit edilen adımları uygulamak için nasıl bir eylem planı yapacağını; hedefe giderken ne tür engellerle karşılaşabileceğini; sonuca giden yolda gerekebilecek destekleri ve ulaşılması gereken noktaya gidene kadarki bağlılık ve kararlılığını tespit edecek sorular sorarım. Yani aslında ben bir koç olarak sadece danışanımı çok dikkatli bir şekilde dinler ve ona doğru ve güçlü sorular sorarım. Hedefini, gideceği yolu, nasıl gideceğini belirlemek ona kalır…Koç sadece kişide farkındalık yaratır. Farklı bakış açıları kazandırarak olayları hiç görmediği şekilde algılamasını sağlar. Kendisini keşfetmesini destekler ve değişimi noktasında sorduğu sorularla aydınlanmasını sağlayarak danışanının hedefe giden yoluna ışık tutar.”, “ELİF BİLİCİ KİMDİR? Silivri doğumlu olan Elif Bilici; 1999 yılında İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi İngilizce Bölümü'nü, 2019 yılında da İstanbul Üniversitesi Sosyoloji Bölümü’nü bitirdi. İstanbul Üniversitesi’nde Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi yüksek lisansı yaptı. Başkent Üniversitesi’nin Aile Danışmanlığı ve Eğitim Danışmanlığı programlarını başarıyla tamamladı. Yeditepe Üniversitesi’nde Öğrenci ve Eğitim Koçluğu programını tamamladı. Sola Unitas Akademi’de Yaşam Koçluğu, Öğrenci ve Eğitim Koçluğu, İlişki Koçluğu, Ebeveyn Koçluğu ve Takım Koçluğu eğitimlerini de yine başarıyla tamamladı. Elif Bilici, 2009 ila 2014 yılları arasında Silivri Belediye Başkan Yardımcısı ve Silivri Belediye Meclis Üyesi olarak görev yaptı. Bilici, halen Özel Silivri Final Okulları’nda yönetici olarak görev yapıyor."* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** www.supersilivri.com adresli internet sitesinin 23.02.2020 tarihli görünümünde yayınlanan “Silivri'de Yeni Bir Sektör”başlıklı yazı içerisinde, "Elif Bilici Koçluk Hizmetleri Aile Danışmanlığı" adlı kuruluşun sahibi Elif BİLİCİ tarafından sunulan hizmetin nitelikleri hakkında tüketicilerin aydınlanma, bilgilendirilme ihtiyacını karşılama ve haber verme amacının dışına çıkan ifadelerin kullanıldığı; bununla birlikte, bahsi geçen kuruluşa ait fotoğrafa ve kuruluşun sahibi Elif BİLİCİ'ye ait özgeçmişe yer verilmek suretiyle tüketicilerin kuruluşa yönlendirildiği; bu nedenle, Elif BİLİCİ adlı şahsa ait "Elif Bilici Koçluk Hizmetleri Aile Danışmanlığı" adlı kuruluşun örtülü reklamının yapıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, söz konusu ifadelerin,

- 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 **SilivriGraf Prodüksiyon Gazete Dergi İnternet Yayıncılık Reklam ve Tanıtım Danışmanlık Hizmetleri** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**10)**

**Dosya No:** **2020/5051**

**Şikayet Edilen: TGRT Haber TV A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.tgrthaber.com.tr adresli internet sitesinde yayınlanan *"Tretin Krem Nedir, Ne İşe Yarar, Tretin Krem Kullananların Yorumları”* başlıklı yazı

**Reklam Yayın Tarihi:** 27.01.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.tgrthaber.com.tr adresli internet sitesinin 27.01.2020 tarihli görünümünde yayınlanan "Tretin Krem Nedir, Ne İşe Yarar, Tretin Krem Kullananların Yorumları”başlıklı yazı içerisinde;*"Birçok kişi gerek fiziksel yapısı itibariyle, gerekse mevsim geçişlerinde cilt sorunları yaşıyor. Bu sorunu ortadan kaldıracak "Tretin Krem" hakkında hazırladığımız makalemizi keyifle okumanızı diliyoruz. Tretin, cilt soyucu etkisiyle cilt üzerinde var olan sorunların tedavisinde kullanılan etkili bir kremdir. Cilt lekeleri, siyah noktalar, sivilceler, sedef hastalığı, vücutta ve yüzdeki güneş lekeleri, kahverengi koyu lekeler, akne izleri aynı zamanda göz altı morlukları ve göz çevresi kırışıklıklarının giderilmesinde de etkilidir. İçeriğindeki A vitamini sayesinde hem iz gidermede etkili hem de leke giderici etkili bir kremdir. Tretin; bilinen bazı yan etkilerine rağmen, şimdiye kadar kullanmış insanlardan tam puan almış, Sağlık Bakanlığı onaylı, eczanelerde reçete ile satılan tıbbi bir merhemdir. Tretin Krem Nedir? 30 gr'lık bir tüp içerisinde satılan Tretin Krem derinin üst tabakası olan epidermisteki hücrelerdeki sinirlerin uyarılmasını sağlayarak hem aşırı keratin oluşumunu baskılar hem de cildin kendi doku onarıcı mekanizmasını devreye sokarak, kısa süre içerisinde ölü derileri değiştirmek istemesine ve cildin soyularak, alttan çıkacak yeni deri sayesinde yenilenmesini sağlar. Tretin Kremin İçeriğinde Ne Var? A vitamini açısından güçlü olan ve retinoik bir içeriğe sahip kremde İsopropil Miristat, Karbopol 1382, Polisorbat 80, Migliol 812(orta zincirli trigliserid), Gliserol, sıvı parafin, Butil Hidroksitoluen, Butil Hidroksianol, Metil parahidroksibenzoat, Propil parahidroksibenzoat, Sodyum hidroksid, saf su gibi yardımcı maddeler de bulunur. Tretin Neden Her Yerde Satılmıyor? Tretin Kremi Nereden temin Edebilirim? Tretin Krem Fiyatları Nelerdir? Uzun süre tretin krem üretimini durdurmuştu. Bu sebeple kremi eczanelerde mümkün değildi. Yeniden üretilerek eczanelerde yerini almış oldu. Eczanelerde reçeteli ve reçetesiz bir şekilde 17.86 TL'ye satın alınarak kullanılabilir. Cildi hassa olan kişilerin cilt soyucu özelliği sebebiyle Tretin Krem hekim önerisi olmadan kullanılmamasını öneriyoruz. Tretin Krem Ne İşe Yarar? Cilde Faydaları Nelerdir? Vücuttaki leke, akne tedavisinde, cildi yapılandırmada hem de yaşlanmanın önüne geçmede faydaları olan Tretin Krem; Kan dolaşımını hızlandırarak kolajen artırımı sağlar, deri gözeneklerinin sıkılaşmasına yardımcı olur. Göz morlukları ve göz çevresi kırışıklıklarını giderir. Akne tedavisinde çok etkilidir. Sivilce izlerini yok eder. Güneş lekelerini iyileştirir. Yüzdeki ve tendeki çillerin görünümünü azaltır. Cildin yaşlanmasını yavaşlatarak, yaşlılığa bağlı cilt lekelerinin rengini açar. Ciltteki renk tonunu eşitleyerek, beyaz ve pürüzsüz bir cilde sahip olunmasına yardımcı olur. Sedef hastalığına çok iyi gelir. Siyah noktaları ciltten söker atar. Cildin güçlenmesini sağlar ve kalınlaşmasını engeller. Tretin Krem Nasıl Kullanılır? Oldukça kuvvetli bir etken maddeye sahip olması ve cilt soyucu özelliği sebebiyle, günlük olarak kullanılması gereken Tretin Krem bir nohut tanesi kadar parmak uçlarına sıkılarak, bu miktardaki merhemin tüm cilde ince bir tabaka halinde yayılarak yedirilmesi şeklinde harici kullanıma uygundur. Kullanım sonrası ciltte pul pul dökülme ve hafif yanma gibi etkiler normal kabul edilmekle beraber, Tretini sürdükten sonra kesinlikle güneşe çıkılmamalıdır. Acnelyse Krem ile Tretin Krem'i karıştırılarak kullanıldığı da çok sık karşımıza çıkmakla beraber, etken maddeleri ve etki alanları açısından benzerlik gösterdikleri için hangisinin etki gösterdiğini tespit edebilmek adına, Acnelyse'den ya* *da Sivex Losyon ya da Imex krem gibi sivilce kremlerinden ayrı kullanılması tavsiye edilir. Tretin Kremin Alternatifi Var Mı? Cilt Lekeleri İçin En Leke Giderici Başka Kremler Var Mı? Expigment, Madecassol, Contractubex gibi cilt lekesi giderici ve hücre yenileyici, doku onarıcı kremler ile ise kesinlikle karıştırılarak kullanılmaz. Cildinize aşırı tahribat verme riski taşır. Tretin Krem Ne Zaman Etki Gösterir? Sivilce izleri ve lekeler için kullanımında; cilt lekelerinde etkili bir merhem olan Expigment krem kadar çabuk etki etmese de. Biraz sabır ve düzenli kullanım sayesinde, 3 ila 4 ay içerisinde Tretin Kremin ilk etkileri görmeye başlayabilir. Yaklaşık altı ay sonra ciltteki derinin değiştiğine daha pürüzsüz, daha beyaz ve lekelerden kurtulmuş olursunuz. Etkisini daha çabuk göstermesi için Tretin tedavisine paralel Çinko hapını yine doktor gözetiminde kullanabilirsiniz. Sivilceler üzerindeki etkisi, cilt lekelerine nazaran çok daha hızlıdır. Bazı kullanıcılar, ürünü kullanmaya başladıktan sonra, özellikle alın ve çene bölgelerinde bulunan devasa sivilcelerin ve iltihaplı aknelerin zaman zaman sadece bir gecede ortadan kalktığına ya da 2- 3 gün içerisinde sivilcelerden tamamen arındıklarına şahit olmuşlardır. Tretin Krem Kullananların Deneyimleri. Tretin krem kullananlar tecrübelerini ve yaşadıklarını paylaştılar: Doktor tavsiyesiyle bu ürünü kullanmaya başladım. Yaklaşık olarak 3 ay oldu. Düzenli bir kullanımda gerçekten işe yarayan bir krem. Sivilcelerim neredeyse tamamen geçti. Çok güzel bir ilaçtır. Tek ilaçla birden fazla sorun halletmiş olursunuz. Sivilceler, çizgiler, lekeler gibi pek çok sorun çözümüne katkı sağlar. Bu cilt ilacını kullananların yorumlarından sonra kremi aldım. Sanırım biraz fazla kullandım. Cildimde kızarıklık meydana geldi ve ilacı bırakmak zorunda kaldım. Dikkatli kullanmak ve ince bir tabaka şeklinde sürmek çok önemli. Sivilce izlerim de etki gösterdi. Ancak cildimi sanki biraz kuruttu. Nemlendirici desteği yapmak zorunda kaldım. Bu ürün kullandım etkili bir ilaç. Ancak lekelerin kaybolması zor. Sabır göstermek gerekiyor."* gibi ifadelere bahsi geçen ürünün fotoğrafına yer verildiği yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** www.tgrthaber.com.tr adresli internet sitesinde yayınlanan *"Tretin Krem Nedir, Ne İşe Yarar, Tretin Krem Kullananların Yorumları”* başlıklı yazı içerisinde, "Tretin"adlı ürüne ilişkin ürün özellikleri, cilt sağlığı üzerindeki etkileri hakkında, tüketicilerin aydınlanma, bilgilendirilme ihtiyacını karşılama ve haber verme amacının dışına çıkan ifadelerin kullanıldığı; bununla birlikte, bahsi geçen ürünün fotoğrafı, fiyatı ve nasıl temin edilebileceği bilgisine yer verilmek suretiyle tüketicilerin yönlendirildiği; bu nedenle, "Tretin" adlı ürünün örtülü reklamının yapıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, söz konusu ifadelerin;

- 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 **TGRT Haber TV A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**11)**

**Dosya No: 2018/2498**

**Şikayet Edilen: SDN Bilişim İnternet Yay. San. Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.shiftdelete.net adresli internet sitesinde yer alan *"37 bin TL’lik hesap kimde kaldı? SDN – Kafalar"* başlıklı yazı

**Reklam Yayın Tarihi:** 02.02.2018

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu, shiftdelete.net adresli internet sitesinde 02.02.2018 tarihinde (https://shiftdelete.net/37-bin-tllik-hesap-kimde-kaldi-sdn-kafalar adresli sayfada) yayınlanan *"37 bin TL’lik hesap kimde kaldı? SDN – Kafalar"*başlıklı yazıda;

*"YouTube dünyasının sevilen ismi Kafalar ekibi ile ilginç ve bir o kadar da eğlenceli videoda bir araya geldik. Kafalar’ın sevilen serisi Hesap Kimde‘nin yeni bölümüne konuk olduk. Media Markt mağazasında gerçekleşen alışveriş bakalım nasıl geçti?*

*“Hesap Kimde?” videosunun yeni konuğu biz olduk! Bilmeyen takipçilerimiz için “Hesap Kimde?” nasıl bir konsepte sahip onu anlatalım. Bu video serisinde, Kafalar ekibi ve konukları bir mağazaya girip, istekleri her şeyi almakta tamamen özgürler. İşin gergin kısmı da tam olarak bu noktada başlıyor, çünkü ödeme bölümü geldiğinde herkesin ismi bir zarfa konuyor. Hangi zarf seçilirse kasadaki toplam meblağ o kişi tarafından ödeniyor.*

*Eh, bu kez bizimle beraber çektikleri videoda hesap tam 37 bin TL olunca, ödeme kısmında gerginlik tavan yaptı. Bu eğlenceli videoyu hemen aşağıdan izleyebilirsiniz. Ayrıca aldığımız ürünleri hediye ettiğimiz videoya da buradan ulaşabilirsiniz. İyi seyirler!"*

şeklinde ifadelere yer verildikten sonra yazının devamında Media Markt mağazasında çekimi yapılan bir videoya (https://www.youtube.com/watch?v=MFdrmrx5m-U adresli link) yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu yazıda yer alan videonun girişinde Media Markt mağaza tabelasının ekrana getirildiği ve ön plana çıkarıldığı, daha sonra mağaza içinde alışveriş yapılırken Media Markt çalışanlarının kıyafetleri üzerinde ve mağaza içi materyaller üzerinde firma logosunun sık sık görüldüğü, videoda geçen konuşmalarda Media Markt ifadesinin sesli olarak birçok kez telaffuz edildiği, dolayısıyla tüketicilerin istemeden ve farkına varmadan reklama maruz bırakıldığı ve böylelikle Media Markt isimli teknoloji firmasının örtülü reklamının yapıldığı kanaatine varıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, söz konusu ifadelerin ve videonun;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, mecra kuruluşu **SDN Bilişim İnternet Yay. San. Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**12)**

**Dosya No: 2018/7424**

**Şikayet Edilen: Habertürk Gazetecilik ve Matbaacılık A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://hthayat.haberturk.com/ adresli internet sitesinde yayınlanan *"Aşkım Kapışmak: Tahrik et tatmin etme!"*başlıklı yazı

**Reklam Yayın Tarihi:** 16.02.2018

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu, https://hthayat.haberturk.com/yasam/roportajlar/haber/1029718-askim-kapismak-tahrik-et-tatmin-etme adresli internet sayfasında 16.02.2018 tarihinde yayınlanan ve halihazırda 30.12.2020 tarihi itibariyle halen erişilebilen *"Aşkım Kapışmak: Tahrik et tatmin etme!"* başlıklı yazıda;

*"Aşkım Kapışmak ile Cihangir’deki ofisinde buluştuk. Yeni kitabı "Kalbin Anahtarı 2 – Ruhuna Dokun" üzerine konuştuk. İdeal ilişki için yapılması gerekenleri ve ruha dokunmanın sırlarını öğrenmek için hemen sordum. - İnsan ruhuna nasıl dokunur?*

*Bedene yönelik büyük bir çılgınlık var. Bütün programlar giyilmesi gereken kıyafetler, yapılması gereken makyajlar üzerine kuruldu. İnsanlar sadece bedenleri ile yaşamaya başladılar. Çok güzel kadın ve çok yakışıklı adam olmak istiyorlar. Spor salonları, kadınları etkilemek için kas yapan erkekler ile doldu. Kadınlar sağlıklı yaşam adına spor yapmıyor. En iyi bikiniyi taşıma derdindeler. Bedenin ne kadar güzel olursa ruhun da o kadar güzel olacağına inanan bir grup var. Bu büyük bir tehlikedir. Benim yapmış olduğum terapi değil bir telkin. Hem kendime yapmaya çalıştığım hem de insanlara anlatmaya çalıştığım bir şey. Bütün öğretilenler bedene dokunabilir ama ben son 2 kitabımda biraz da ruha dokunmak istedim.*

*"Bana hasta değil, hastanın hasta ettiği geliyor"*

*- Neden mutlu değiliz? Mutlu olmanın formülü var mı?*

*Mutlu olmanın formülü yok. Böyle kitaplara inanmayın artık! 3 adımda mutluluk, 8 adımda liderlik, 5 adımda etkin başarı diye bir şey yok. Bu popüler kültürün dayatmasıdır. İnsanlar mutlu olmaya değil memnun olmaya açlar. Bunu karıştırıyorlar. Bizde adanmışlık yok. Memnun olmak istiyorsan neden yaşadığını bileceksin. Mutsuzluğun neden arttığını araştırdıklarında aitlik duygusunun azaldığı görülmüştür. Dünyaya, aileye aitlik azaldı. Cinler, uzaylılar çok fazla dikkatimizi çekiyor. Başka bir dünyanın arayışına girmeye başladık. Astrolojiye, kuantuma meraklı olduk. ''Neden yaşıyorum?'' Bu soruya cevap bulduğunda memnun olmaya başlıyorsun. Bir insan yemek için, seks için, aşk için yaşayamaz. Ama çok var. Bu bir ruhsal problemdir. Bedenleri ile ruhlarını buluşturamayan insanlar mutsuz olacaklar. Yolda yürürken bile göz kontağı kurmayan bir insan silsilesi var. Narsizm zamanındayız. İnsanlar kendilerine kitli.*

*- Kişilik bozukluğunun belirtileri nelerdir?*

*Sapkınlık ve kurbanlık diye bir şey var. Sapkın kişilik bozukluğu olan insanlar kendilerine bir kurban bulurlar. İlişkilerine çok iyi, çok sevecen başlarlar. Ama bilinç dışında karşı cinsten nefret ediyordur. Siz bunu anlamazsınız. Sizi kendine bağlar. Bağladığınızı anladığında sizinle nedenini bilmediğiniz bir şekilde dalga geçer. İşinizle, cinsiyetinizle dalgaya geçmeye başlar. Özellikle erkekler bunu çok yapıyor. ‘’Kadın dediğin nedir ki?’’ ‘’*

*Aman işte kadın milleti değil mi?’’ Karşı taraf cümleyi anlamadığı için bocalar. Anlam veremediği için de çabuk unutur. Çünkü sevdiği için o tarafını görmüyor. Sadece partneriniz olarak düşünmeyin. İş arkadaşınız, müdürünüz, patronunuz veya normal bir arkadaşınız da olabilir. Bu tarz insanlar başkalarının yanında çok eleştirir. Bir de kendilerini çok acındırırlar. Kendilerini acındırırken cümlelerini tamamlamazlar. Karşı taraftan beklerler. Karşı taraf hemen etkilenir ve cümlelerini onaylayarak tamamlar. Böylelikle kurban sapkın olana daha çok bağlanır. Ağızları çok iyi laf yapar. Futbol, siyaset, sanat ve din hakkında inanılmaz güzel konuşurlar. Dışarıdan bu çifti izleyenler hep kurbanı suçlu bulurlar. Kurban boşanmaya ya da ayrılmaya kalktığında sapkın olan ‘’tabii git ayrıl, rahat battı’’ deyip karşı tarafı suçlar. Hiçbir zaman hatalarını kabul etmezler. Zaten bana hasta tedaviye gelmiyor. Hastanın hasta ettiği geliyor. (Gülüyor.)*

*- Peki, bir ilişkinin ideal olabilmesi için nelere dikkat etmeliyiz?*

*Sağlıklı insanlar bir arada ise onların ilişkileri mutluluk getirir. Partnerinizin sağlıklı olup olmadığına bakın. Biz buna bakmayız Özlem. Biz öncelikle tipine bakarız. Sonra tavrına bakarız. Nasıl bir kültürde yetişmiş? Ailesine zaman ayırıyor mu? Çok çalışıp bahane yaratıp ailesine zaman ayırmıyorsa, uzak dur! Evlendikten sonra sana da aynısını yapacak. Statüsü düşük olan insanlar ile olan ilişkisine bakın. Merhametli mi? Stres ile nasıl mücadele ediyor? Örneğin, sana çok iyi davranıyor ama trafikte ne yapıyor? İş arkadaşıyla nasıl konuşuyor? Kuyrukta beklemeye tahammülü var mı? Sabırlı mı? İlişkinizde ilk 90 gün çok önemli. Bir anda birlikte yaşamaya kalkmayın. Bir anda hayatına girmeyin. Çabuk elde etmeyin, edilmeyin.*

*- Günümüzde kadına şiddet ve tecavüzler epeyi arttı. Bunu nasıl değerlendiriyorsunuz?*

*Erkekler bebekken sünnet edilsin. 4 ya da 5 yaşında sünnet etmeyin! Bunu anlasınlar artık! Çocuklarda büyük bir travma oluyor. Bu korkuyu bastırmak için düğün gibi törenler ile maksimum ödüller veriyorsunuz. Ergenlik döneminde cinsellikten korktukça daha fazla ilişkiye girmek gibi bir duruma dönüşüyor. Sürekli ödül bekliyor. Dünyanın en önemli organı olduğunu zannediyor ve onun peşinde koşmaya başlıyor. Ödüllendirmek istediği için de psikolojik şiddet yapmaya başlıyor. Şiddetin ve kadını dışlamanın en büyük sebeplerinden biri 4 ya da 6 yaşlarında yapılan sünnetlerdir. Kız çocuğuna evlenene kadar vajina kapat diyorken erkek çocuğuna çıkart diyorsun. Annelerden şunu istiyorum: Erkek çocuklarınıza muhakkak temizlik yaptırın! Müthiş bir stres atma, empati kurma tekniğidir. Çünkü erkekler kadını dışlayıp küçümserken kadının olduğu sıfatları da dışlarlar. Ev temizlemek onlar için aşağılık bir şeydir. Araştırılmalara göre küçükken anne ve babaya temizlik esnasında yardım eden erkek çocukları ileride şiddete başvurmuyor.*

*"Birlikte sorun çözenlerin ilişkileri uzun sürüyor"*

*- Partnerimiz ile problemlerimizi çözmek için nasıl bir yol izlemeliyiz?*

*Küs kalmak çok tehlikelidir. Hakkının yenildiğini, gururunun kırıldığını, değer görmediğini hissediyorsan bedel ödetmenin zamanı gelmiştir. Seviyorum diye ilişki devam etmez. Sorumluluk, saygı, sadakat, sevgi, sabır var mı? Biz Türklerde sevgi var ama diğerleri yok. Ben her zaman "tahrik et, tatmin etme" derim. Örneğin, sizi arıyor. Size ulaşamasın. Geri döndüğünde çok mutluymuş gibi konuşun. Evdeyken çay istedi. Çayını verin. "Ben de seninle çay içmek istiyorum ama kitap okumam gerek" deyip uzaklaşın. Diğer odadan hafif kahkaha seslerinizi duymasını sağlayın. İyice sinir edin. Odağı size dönsün. ‘’Mutlu ama benim yüzümden değil, benim dışımda da mutlu olmaya başladı.’’ Bu cümleyi ona hissettirin. Bir şey yapılması gerekiyorsa siz halletmeyin, ona yaptırmaya çalışın. Sofranızı kurarken mutlaka yardım etsin. Çocuğunuzun veli toplantısına gitsin. Gitmiyorsa siz de gitmeyin. Çocuğunuz ağladığında baba ile muhatap edin onu. Sizin değerinizin bilinmesi gerekiyor.*

*- Uzun süren ilişkinin sırrı nedir?*

*Mutlu ve sağlıklı ilişki için üretilmiş acıdan uzak durmak gerekiyor. Derin sohbetler yapan çiftlerin ilişkileri uzun sürüyor. Birlikte eğlenenlerin ilişkileri uzun sürmüyor. Birlikte sorun çözenlerin ilişkileri uzun sürüyor.*

*- Panik atak ve depresyon günümüzün hastalığı oldu. O halde sizin anlatımlarınıza göre ilaçsız tedavi mümkün diyebilir miyiz?*

*Psikoloji akımını kesinlikle desteklemiyorum. Psikoloji bilimi kendisini yüzde yüz ispatlamadı. 1700’lü yıllarda ortaya çıkmış, Hıristiyanlığın zayıflamasından sonra din zayıfladığı için kişilerin anlam kargaşasından dolayı ortaya çıkmış bir bilimden bahsediyoruz. Şizofreni yüzde yüz tedavi edilemiyorsa, otizm hala çözülmemişse, depresyon tedavisinde ilaçlarla insanların hayatlarını mahvedilebiliyorsa orada bir duracaksınız.*

*- Sık sık duş alın.*

*- Tüm depresyon hastalıklarının en önemli çözümü: sabah çok erken kalkın. Güneş doğduğunda uyanın.*

*- Çevrelerinizi değiştirin. Psikologlar kalabalığa girin diyor. Çok büyük tehlikedir. Az ve değerli insanlarla olmaya çalışın.*

*- Okuma yapın. Maneviyat, sığınmak, şefkat duygusu çok önemli olduğu için dua edin.*

*- Alkol ve uyuşturucudan uzak durun. Psikologlar alkolü tavsiye ediyor. Duyunca kafayı yiyorum.*

*- Sıcak içeceklerden uzak durun. Vücut ısınızı arttırmayın.*

*- Az yiyip, az uyuyun. En iyi ilaç spordur. Yürüyüş yapın.*

*- Omega3 kullanın.*

*- Turkuaz ve turuncuya yakın olun. Kırmızıdan uzak durun. Yeşil rahatlatır. Sohbetin, maneviyatın rengidir. Mavi gücün rengidir.*

*- Evinizde küçük değişiklikler yapın. Fazlalıkları atın.*

*- Saldırgan televizyon programlarından uzak durun.*

*- İlişkide partnerimizin yalan söylediğini nasıl anlarız?*

*Kadınsa anlayamazsınız. (Gülüyor.) Burunlarını kaşırlar ve gözlerini kaçırırlar. Yalan söyleyen kişiler hiperaktif olur. Örneğin, sen ona bir şey sorduğunda kaçamak cevaplar verirken birden bire sessizlik olur. O sessizlik sonrası birden bire saldırıya geçiyorsa yalan söylemiştir. Konu kapandığında başka bir konu açın. O başka konuda hemen tebessüm ediyorsa yalan söylemiştir. Çünkü konu kapandığı ve değiştiği için rahatlar. Şu an ayaklarımın ikisi de sana bakıyor. Yalan söylerken bilinç dışı ayakları yön değiştirir. Çünkü kaçmak ister. Gereksiz zamir kullanırlar. Ama en tipik refleks bağırarak saldırmaya geçmesidir.*

*- Ünlülerin beden dili nasıl sizce? Yardımcı olmak istediğiniz isimler var mı?*

*Beden dili olarak Yıldız Tilbe’ye eğitim vermek isterim. Cumhurbaşkanımız beden dilini çok iyi kullanıyor. Beyazıt Öztük’ün ekrandaki beden dili çok iyidir. Kadına nasıl davranması gerektiğini çok iyi biliyor. Kemal Kılıçdaroğlu’na eğitim vermek isterim. Omuzları çok düşük duruyor. Binnur Kaya’nın da ihtiyacı var. Engin Günaydın’a eğitim vermek isterim. Beden dilini zayıf buluyorum. Okan Bayülgen beden dilini iyi kullanıyor. Gözlerini çok çarpıcı kullanıyor. Röportaj: Özlem Genç, Fotoğraflar: Kağan Dil”*

şeklinde ifadelere ve Aşkım Kapışmak'a ait olduğu anlaşılan "Kalbin Anahtarı-2" isimli kitabın elde tutularak gösterildiği bir fotoğrafa yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu yazıda yer alan ifade ve görseller bir arada değerlendirildiğinde kişilere ait isim, unvan, marka ve görsellerin kullanımının içinde bulunduğu yazının formatı ve boyutuyla uyumlu olduğu ve abartılı olmadığı, haber verme ve bilgilendirme sınırları içerisinde kalındığının değerlendirildiği, bu nedenle anılan yazıda örtülü reklam bulunmadığı, dolayısıyla söz konusu yazının, 6502 sayılı Kanun’un 61 inci maddesi hükmüne **aykırı olmadığına** karar verilmiştir.

**13)**

**Dosya No: 2018/7580**

**Şikayet Edilen: Çayan Prodüksiyon Fotoğrafçılık Basın Yayın San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.medyaege.com.tr adresli internet sitesinde yayınlanan *"Akıllı mercek ile net görmek artık mümkün"* başlıklı yazı

**Reklam Yayın Tarihi:** 12.10.2018

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu, www.medyaege.com.tr adresli internet sitesinde 12.10.2018 tarihinde https://www.medyaege.com.tr/akilli-mercek-ile-net-gormek-artik-mumkun-93451h.htm adresli sayfada yayınlanan *"Akıllı mercek ile net görmek artık mümkün"*başlıklı yazıda;

*"Özel Mirkelam Göz Tıp Merkezi Başhekimi Dr. Hüseyin Mirkelam, gelişen teknoloji ile birlikte kullanılmaya başlanan göz içi akıllı mercekler sayesinde uzak, orta ve yakın mesafelerde kesintisiz ve net görüş elde etmenin artık mümkün olduğunu belirtti.*

*Özel Mirkelam Göz Tıp Merkezi Başhekimi Dr. Hüseyin Mirkelam, kataraktın göz sağlığını ve yaşam kalitesini önemli derecede olumsuz etkilediğini söyleyerek, "Kişinin görme seviyesi ve kalitesini düşüren katarakt, genellikle yaşlanma ile ortaya çıksa da bazen travma, darbe, diyabet gibi sebeplerle oluşabildiği gibi doğuştan da gelebiliyor. Göz merceğinin şeffaflığının yitirmesi nedeniyle görmede zamanla azalma, ışığa karşı hassasiyet, gece görüşünde bozulma, renklerde solma gibi sıkıntılar meydana geliyor" dedi.*

*İlaç ya da gözlükle tedavi edilemeyen kataraktın tek tedavisinin cerrahi yöntem olduğunu dile getiren Başhekimi Dr. Hüseyin Mirkelam, "10 dakika gibi kısa bir sürede deforme olan doğal göz lensinin yerine uyguladığımız akıllı mercekler görme kalitesini yeniden arttırarak kişinin her mesafede net bir görüş kazanmasını sağlıyor. Kesintisiz sürekli görüş imkânı sunan üç odaklı bu merceklerle, 80 yaşındaki bir hasta 18 yaşındaki bir gencin göz kalitesine kavuşuyor. Başkaları tarafından fark edilmesi olanaksız olan bu mercekler zamanla doğal göz yerine geçerek, kişinin yaşamı boyunca gözün içinde varlığını sürdürüyor" şeklinde konuştu.*

*Yakın-uzak ve orta mesafeli odaklama özelliğine sahip olan bu mercekler sayesinde kişinin ileri yaşına rağmen rahatlıkla bilgisayar ve araç kullanabileceğine dikkat çeken Mirkelam, 'Bu merceklerin uzak, orta ve yakın görmek, hem gece hem gündüz kaliteli görmek ve renkleri daha net ve olduğu gibi algılama gibi olumlu etkileri bulunuyor. Akıllı mercekler alerji yapmadığı gibi doku tarafından kabul edilmemesi de söz konusu değil. Damla anestezisi ile dakikalar içinde tamamlanan operasyon ağrısız olduğu gibi hastanede yatmayı da gerektirmemektedir. Kişi tedaviden bir gün sonra normal hayatına dönebilmektedir' diye konuştu."*

şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu yazıda yer alan ifade ve görseller bir arada değerlendirildiğinde kişilere ait isim, unvan, marka ve görsellerin kullanımının içinde bulunduğu yazının formatı ve boyutuyla uyumlu olduğu ve abartılı olmadığı, haber verme ve bilgilendirme sınırları içerisinde kalındığının değerlendirildiği, bu nedenle anılan yazıda örtülü reklam bulunmadığı, dolayısıyla söz konusu yazının, 6502 sayılı Kanun’un 61 inci maddesi hükmüne **aykırı olmadığına** karar verilmiştir.

**14)**

**Dosya No: 2018/7581**

**Şikayet Edilen: Mynet Medya Yayıncılık Uluslararası Elekt. Bilg. ve Hab. Hiz. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.mynet.com adresli internet sitesinde yer alan *"Net Görüşte Akıllı Mercek Dönemi"* başlıklı yazı

**Reklam Yayın Tarihi:** 11.10.2018

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu, www.mynet.com adresli internet sitesinde 11.10.2018 tarihinde https://www.mynet.com/net-goruste-akilli-mercek-donemi-180104110674 adresli sayfada yayınlanan *"Net Görüşte Akıllı Mercek Dönemi"* başlıklı yazıda;

*"Özel Mirkelam Göz Tıp Merkezi Başhekimi Dr. Hüseyin Mirkelam, gelişen teknoloji ile birlikte kullanılmaya başlanan göz içi akıllı mercekler sayesinde uzak, orta ve yakın mesafelerde kesintisiz ve net görüş elde etmenin artık mümkün olduğunu belirtti.*

*Özel Mirkelam Göz Tıp Merkezi Başhekimi Dr. Hüseyin Mirkelam, kataraktın göz sağlığını ve yaşam kalitesini önemli derecede olumsuz etkilediğini söyleyerek, "Kişinin görme seviyesi ve kalitesini düşüren katarakt, genellikle yaşlanma ile ortaya çıksa da bazen travma, darbe, diyabet gibi sebeplerle oluşabildiği gibi doğuştan da gelebiliyor. Göz merceğinin şeffaflığının yitirmesi nedeniyle görmede zamanla azalma, ışığa karşı hassasiyet, gece görüşünde bozulma, renklerde solma gibi sıkıntılar meydana geliyor" dedi.*

*İlaç ya da gözlükle tedavi edilemeyen kataraktın tek tedavisinin cerrahi yöntem olduğunu dile getiren Başhekimi Dr. Hüseyin Mirkelam, "10 dakika gibi kısa bir sürede deforme olan doğal göz lensinin yerine uyguladığımız akıllı mercekler görme kalitesini yeniden arttırarak kişinin her mesafede net bir görüş kazanmasını sağlıyor. Kesintisiz sürekli görüş imkânı sunan üç odaklı bu merceklerle, 80 yaşındaki bir hasta 18 yaşındaki bir gencin göz kalitesine kavuşuyor. Başkaları tarafından fark edilmesi olanaksız olan bu mercekler zamanla doğal göz yerine geçerek, kişinin yaşamı boyunca gözün içinde varlığını sürdürüyor" şeklinde konuştu.*

*Yakın-uzak ve orta mesafeli odaklama özelliğine sahip olan bu mercekler sayesinde kişinin ileri yaşına rağmen rahatlıkla bilgisayar ve araç kullanabileceğine dikkat çeken Mirkelam, 'Bu merceklerin uzak, orta ve yakın görmek, hem gece hem gündüz kaliteli görmek ve renkleri daha net ve olduğu gibi algılama gibi olumlu etkileri bulunuyor. Akıllı mercekler alerji yapmadığı gibi doku tarafından kabul edilmemesi de söz konusu değil. Damla anestezisi ile dakikalar içinde tamamlanan operasyon ağrısız olduğu gibi hastanede yatmayı da gerektirmemektedir. Kişi tedaviden bir gün sonra normal hayatına dönebilmektedir' diye konuştu."*

şeklinde ifadelere ve anılan doktorun muayene sırasında çekilmiş fotoğraflarına yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu yazıda yer alan fotoğrafların boyutlarının yazının uzunluğuna oranla abartılı, büyük ve orantısız olduğu, böylelikle haber verme ve bilgilendirme amacının dışına çıkılarak anılan doktorun ve dolayısıyla Özel Mirkelam Göz Tıp Merkezi isimli sağlık kuruluşunun örtülü reklamının yapıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, söz konusu ifadelerin;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, mecra kuruluşu **Mynet Medya Yayıncılık Uluslararası Elekt. Bilg. ve Hab. Hiz. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**15)**

**Dosya No: 2020/691**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** FOX TV kanalında yayınlanan "Çağla ile Yeni Bir Gün" isimli program

**Reklam Yayın Tarihi:** 29.11.2019

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** İnceleme konusu FOX TV kanalında 29.11.2019 tarihinde yayınlanan "Çağla ile Yeni Bir Gün" isimli programda Dr. Cihan AVAROĞLU'nun konuk edildiği, çocuk sağlığına ilişkin sohbet esnasında balık yağı ürünlerinden bahsedildiği, bu kapsamda anılan programda geçen diyaloglarda;

*“Sunucu: Beynin sağlığı için birtakım yağlar gerekiyor ve özellikle hep soruyoruz, hep merak ediyoruz şimdi çok konuşulan bir konu balık yağları, balık yağı gerçekten kullanılmalı mı?”*

*Doktor: “Haftada 2-3 kez yarım kilo balık yemek gerekiyor. Siz bir annesiniz, haftada 2-3 kez yarım kilo balık yiyen çocuk var mı?” Bu durumda bizim mutlak mutlak olarak Omega3 desteğine ihtiyacımız var.*

*Sunucu: “O zaman hangi balık yağını ne zaman kimler tercih etmeli? Balık yağının faydaları nelerdir?*

*Doktor: Balık yağının faydaları saymakla bitmez. Soğuk denizlerin balıkları daha yağlıdır. Küçük balıklar tercih edilmelidir. İşletmeler balık yağı ürününü üretirken ağır metallerden arındırıyorlar. Tabii uluslararası sertifikası olmalıdır.(...)*

*Sunucu: Peki balık yağıyla ilgili nelere dikkat etmeliyiz?*

*Doktor: Annelerimize şunları söyleyelim. (...) Balık yağının içinde EPA ve DHA isimli komponentler vardır. Çocuklar için gerekli olan DHA'dır ve 250-300 mg olmalıdır ve EPA'yı bir birim kabul edersek 4-5 birim DHA olmalıdır.(...)”*

*Sunucu: “Peki Hocam balık yağları okside olur mu?”*

*Doktor: “Tabii ki olur. Bugün kapağını açtığınız balık yağının kokusu 1 gün sonra, 3 gün sonra, 7 gün sonra 15 gün sonraki balık yağı açısından hem renk hem koku, hem de tat olarak çok fazla fark olacaktır ve çocuğunuz da içmek isteyemeyecektir. O yüzden çocuklar balık yağını çok sevmezler. Mutlaka balık yağı şart, şundan yararlanılması gerekir. Artık dünyada ve ülkemizde çok özel teknolojiler ile üretilmiş balık yağları var. Örneğin jel kıvamında balık yağı var. Açtığınız anda sadece o anda oksijen ile temas ediyor ve çocuğunuza verdiğiniz anda bitiyor. Bu şekilde okside olmasına mahal verilmemiş oluyor.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu programın sponsor markasının Easy Fish Oil isimli balık yağı takviyesi olduğu, ayrıca programın sunucusu Çağla ŞIKEL'in Easy Fish Oil isimli balık yağı ürününün reklam yüzü olduğu, programda doktor tarafından verilen bilgilerin Easy Fish Oil isimli jel formundaki balık yağının özellikleriyle birebir örtüştüğü, jel formundaki balık yağları arasında en bilinen markalardan birinin Easy Fish oil olduğu dikkate alındığında sunucu tarafından sorulan "Balık yağı okside olur mu" şeklindeki soruların ve karşılığında verilen cevabın, sıvı formdaki balık yağı ürünlerini kötüleyici ve tüketicileri dolaylı olarak Easy Fish Oil isimli jel formundaki balık yağı ürünlerine yönlendirici nitelikte olduğu, böylelikle anılan programda Easy Fish Oil isimli ürünün örtülü reklamının yapıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, söz konusu ifadelerin,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, mecra kuruluşu **Huzur Radyo TV A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77 **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**16)**

**Dosya No: 2020/4098**

**Şikayet Edilen: İnternet Haber Yayıncılık Danışmanlık ve Org. Hiz. Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.internethaber.com adresli internet sitesinde yer alan *"Atasay elini taşın altına koydu! Yüzde 35'e varan kalıcı indirim yaptı"* başlıklı yazı

**Reklam Yayın Tarihi:** 20.08.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu https://www.internethaber.com/atasay-elini-tasin-altina-koydu-yuzde-35e-varan-kalici-indirim-yapti 2121495h.htm?utm\_source=gazeteoku&utm\_medium=referral adresli internet sayfasında 20.08.2020 tarihinde yayınlanan *"Atasay elini taşın altına koydu! Yüzde 35'e varan kalıcı indirim yaptı"* başlıklı yazıda;

*“Atasay koronavirüs sürecinde yaşanan 'Kampanya Avcılığı'nı bitirmek için harekete geçti. Ünlü marka ‘Yeni Normal Fiyatlar’ konseptiyle ürün fiyatlarını, bundan sonra devamlı geçerli olacak şekilde yüzde 15 ila 35 oranında düşürdü.*

*Atasay'ın aldığı 'indirim' kararı firmaların sezonluk indirimlerinden hayli farklı. Firma indirimi hem tüm ürünlerine uyguladı hem de 'daimi' kıldı. Yani bir hafta içinde almazsanız indirimi kaçırırsınız gibi bir durum artık yok. İndirim oranı da yüzde 15 ile 35 aralığında uygulanacak.*

*Tüketicilerin bundan sonra ‘Kampanya Avcılığı’ yapmalarına gerek kalmayacağını söyleyen Atasay Mücevherat CEO’su Atasay Kamer, bu 'kalıcı indirim' için şunları söyledi:*

*Kafana takma kendine yakışanı tak*

*\*“Dünyanın, dolayısıyla ülkemizin geçirdiği zor zamanlarda bu uygulamayı başlatma kararı aldık. Biz tüketicinin önündeki engelleri kendi adımıza kaldırmak istedik. Düğün yapacak olanlar, hediye alacaklar veya kendisini ödüllendirmek isteyenler ‘kafasına takmasın’, ‘kendisine yakışanı taksın’ diye bu adımı kararlılıkla attık.*

*Elimizi taşın altına koyduk*

*\*Mücevherat sektörünün lideri olarak elimizi taşın altına sokmamız gerekiyordu. Bu süreci birlikte hareket ederek, toplum olarak birbirimize destek olarak aşabiliriz. Yeni normal fiyatlara sadece karlılığımızdan ödün vererek değil, işleyişimizdeki tüm sistemi değiştirerek ulaştık.*

*İndirimler kalıcı hale gelecek*

*\*“Dünyanın içinde bulunduğu duruma bakılınca herkesin üzerine düşen fedakarlık payını yerine getirmesi gerektiğine inanıyoruz. Pandemi ile birlikte sistemde bir değişikliğe gidilmesi gerektiği anlaşıldı. Tüm zincir için yeni bir fiyat politikası izlenmesi gerektiği görüldü ve bu kalıcı hale gelecek.*

*\*Sadece Atasay olarak değil, tedarik zincirimiz, üreticilerimiz, lojistik ekiplerimiz, çalışanlarımız ve mağazalarımız olarak bir çok fedakarlıkta bulunduk ve bulunmaya devam edeceğiz. Yurt içi ve yurt dışındaki 161 mağazamız ve 800’ü aşkın çalışanımız kalıcı olarak devam edecek yeni normal fiyatlarla müşterilerimize hizmet vermeye hazırız.*

*Anın Atasay'ı dönemi başladı*

*2020 yılının ilk 3 ayında başarılı bir büyüme performansı gösterdiklerini ifade eden Atasay Kamer, şu bilgileri paylaştı:*

*\*“Bu dönemde satışlarımız bir önceki yılın aynı dönemine oranla yüzde 38’in üzerinde artış göstermişti. Bu dönemde rakamlar anlamında zorlu bir süreç olsa da devamlı yeni kararlar almaya ve yeni projeler üretmeye odaklanarak maksimum verimle geçirdik. Dönemin geçmişle kıyas değil, ‘An’a odaklanma dönemi olduğu görüyoruz. Aynı şeyin tüketicilerimiz için de geçerli olduğunu düşünüyoruz. Bu nedenle ‘Anın Atasay’ı’ dönemini başlattık.*

*\*‘Anın Atasayı’ demek; ana göre ürün, ana göre Pazar yerleri ve satış politikası, ana göre fiyat, ana odaklanan yurtdışı yapılanması ve zaten ‘an’da yaşayan Atasay.com’un daha da güçlenmesi demek. Kaliteli ürün, maksimum müşteri memnuniyeti ve konforu ile müşteri güveni konularında eskiye bağlı kalacağız. Ancak “Anın Atasay’ı” olarak anın koşullarında tüketicinin yanında olmak adına daha çok araştıracağız, çeşitli fedakarlıklar aracılığıyla yeni gündeme adapte olacağız.*

*Bu dönemde ‘ana’ odaklanıyoruz, tüketicilerin davranışlarını ve geri bildirimlerini takip ediyoruz. Bu da müşterilerimiz için maksimumda fayda yaratmamız anlamına geliyor.*

*Tüm enerjimizi düğün çiftlerini ve aileleri rahatlatmaya harcıyoruz*

*\*“Sektörümüzü yakından ilgilendiren düğün sezonu tam gaz devam ediyor. Kuralları değişti ama duyguları, ritüelleri değişmedi. Evlenecek çiftleri ve ailelerini rahatlatmamız lazım. Önlerinde fiyat engeli olmasın istiyoruz. Şu anda bütün enerjimizi düğünü olan çiftleri ve aileleri rahatlatmak için harcıyoruz. Her sene yenilediğimiz katalog ürünlerimizin yelpazesini pandemi odağında geliştirdik. Ürün adetlerini artırdık.*

*\*Bu bağlamda alyans, pırlanta, düğün seti gibi bir dizi katalog geliştirdik ve yaklaşık 300 adet ürünü yeni normal fiyatlarıyla 161 mağazamız ve 205 satış noktamız ile buluşturduk, buluşturmaya devam ediyoruz.*

*Pırlantada 1.150 TL, alyanslarda çifti 1.850 TL, düğün setlerinde ise 6.525 TL’den başlayan fiyatlarla tüketicilere geniş yelpazede ürün sunarak herkese konfor sunmaya devam edeceğiz.”*

şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu yazıda Atasay firmasının ve ürünlerinin övüldüğü, yazıda reklam sloganı tarzında ara başlıkların kullanıldığı ve firmanın yaptığı indirimlerden bahsedildiği, bu şekilde tüketicilerin anılan firmaya yönlendirildiği, diğer taraftan söz konusu yazının Ekonomi Haberleri kategorisinde haber (röportaj) görünümünde yayınlandığı ve yazının reklam olduğunu gösterecek şekilde "ilandır, reklamdır, advertorial vb." bir uyarı işaretinin kullanılmadığı, böylelikle haber kategorisinde bir yazı okumak isteyen tüketicilerin farkına varmadan ve istemeden anılan firmanın reklamına maruz bırakıldığı ve dolayısıyla Atasay isimli şirketin örtülü reklamının yapıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla söz konusu ifadelerin,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, mecra kuruluşu **İnternet Haber Yayıncılık Danışmanlık ve Org. Hiz. Tic. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**17)**

**Dosya No: 2020/5146**

**Şikayet Edilen: Hürhaber Medya Matbaa Rek. Org. Dağ. Paz. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.silivrihurhaber.com adresli internet sitesinde yayınlanan *“Tepecikspor, Silivri’de Durdu"* başlıklı yazı

**Reklam Yayın Tarihi:** 25.09.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu www.silivrihurhaber.com adresli internet sitesinde 25.09.2020 tarihinde http://www.silivrihurhaber.com/tepecikspor-silivri-de-durdu-77273.html adresli sayfada yayınlanan *"Tepecikspor, Silivri’de Durdu"* başlıklı yazıda;

*“TFF 3. Lig ekiplerinden Büyükçekmece Tepecikspor zorlu Tekirdağ deplasmanı öncesi Silivri'ye uğrayarak Ömer Tabala'nın misafiri oldular.*

*Tekirdağspor ile oynayacakları lig maçı için yola çıkan Tepecikspor kafilesi Silivri'de durdu. Öğle yemeği ve cuma namazı için Silivri'de duran sporcu kafilesini Şöhret Saç Tava ve Balık sahibi Ömer Tabala karşıladı. Burada öğle yemeğini yiyen kafile ardından Tekirdağ'da konaklayacakları otele hareket etti.”*

şeklinde ifadelere ve sporcu kafilesinin Şöhret Saç Tava ve Balık isimli restoranın tabelası altında çekildiği bir fotoğrafına yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu yazıda yer alan fotoğrafta, restoranın isminin ve logosunun bulunduğu tabelanın abartılı bir biçimde ön plana çıkarıldığı ve içinde bulunduğu yazının boyutu ile uyumlu olmadığı, ayrıca yazı içerisinde de Şöhret Saç Tava ve Balık isimli restorandan ve sahibinden bahsedildiği, böylelikle okuyucuların farkına varmadan anılan restoranın reklamına maruz bırakıldığı, haber verme amacının dışına çıkılarak adı geçen restoranın örtülü reklamının yapıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla söz konusu ifadelerin,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, mecra kuruluşu **Hürhaber Medya Matbaa Rek. Org. Dağ. Paz. ve Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**18)**

**Dosya No: 2020/5147**

**Şikayet Edilen: Hürhaber Medya Matbaa Rek. Org. Dağ. Paz. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.silivrihurhaber.com adresli internet sitesinde yayınlanan *"Üniversite tercih zamanı"* başlıklı yazı

**Reklam Yayın Tarihi:** 05.08.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu www.silivrihurhaber.com adresli internet sitesinde 05.08.2020 tarihinde http://www.silivrihurhaber.com/universite-tercih-zamani-76606.html adresli sayfada yayınlanan *"Üniversite tercih zamanı"* başlıklı yazıda;

*“Meva Kurs, üniversite adaylarını tercih dönemi hakkında bilgilendirdi*

*Kurumun eğitim koordinatörü Ayşe Mine Coşkun, 6 Ağustos 2020 tarihinde başlayacak üniversite tercih dönemi hakkında adayları bilgilendirmek üzere bir açıklamada bulundu.*

*Coşkun'un Hürhaber okurlarıyla paylaştığı açıklama şöyle: “2020 yılı üniversite sınavlarına hazırlığın stresli ve yorucu kısmı sona erdi. Sınav sonuçlarının açıklanmasının ardından öğrenci için “hasat dönemi” olarak adlandırabileceğimiz tercih dönemi kapıda. ÖSYM Başkanlığı tarafından tercih dönemi 6- 14 Ağustos 2020 olarak belirlendi.*

*MEVA Kurs olarak tercih döneminde adaylarımızı bazı konularda bilgilendirmek istiyoruz.*

*Adaylarımız 6-14 Ağustos tarihleri arasında gerçekleştirebilecekleri tercihlerle ilgili Yükseköğretim Programları ve Kontenjanlarının bulunduğu siteyi dikkatlice incelemelidir.(http://osym.gov.tr)*

*Tercih listesi oluşturulurken mümkünse bir uzmandan yardım alınmalıdır. Meslek tercihleri, bölümlerin bulunduğu üniversiteler, burslar, burs oranları ve varsa kafa karıştıran sorulara cevaplar uzman rehber öğretmenler ile birlikte aydınlatıldığında adaya daha faydalı olacaktır. Meva Kurs olarak öğrencilerimize yardım etmek üzere hazırız.*

*Tercih kılavuzu incelendiğinde var olan birçok sayı kafa karıştırıcı gelebilir. Tercih edeceğimiz programlar, puan türleri, özel koşulları, bursları ve tabi ki kontenjanlar önemlidir. Unutmayın ki kılavuzu doğru anlamak doğru seçimde anahtardır. Aksi takdirde özel koşulları olan ve bu koşulları incelemeden bir tercih yapmak hak kaybına uğramanıza neden olabilir.*

*Ülkemizde uygulanan sınavların şekilleri, soru ağırlıkları ve konuları her yıl değişkenlik gösterebilmektedir. Bu yüzden tercih yaparken puanınızdan daha önemli olan Türkiye geneli başarı sıralamanızdır. 2019 yılı sayısal puanı 460 puan olan bir öğrencinin sıralaması 22 bin iken 2020 yılında sayısal puanı 460 olan bir öğrencinin sıralaması bu yıl 43 binlerdedir. Oluşan bu büyük fark sınavın daha kolay olduğu ve öğrencilerin soruları doğru cevaplama oranının yükseldiğini bize gösterir.*

*Tercih yaparken sıralamanın çok önemli olduğunu unutmayalım. Bu hem gelecekteki mesleğimizi belirleyecek hem de doğru sıralama ile istediğimiz üniversite ve bölüme yerleşmemizi sağlayacaktır. Tercih edilen bölüme puanı yüksek olan yerleşir, sizin tercihinizi 1. sırada yazdığınız bölümü puanı fazla olan aynı bölümü son tercihe dahi yazsa yerleşme hakkı puanı yüksek olana aittir.”*

şeklinde ifadelere ve yazıda bahsi geçen kurs yöneticisinin bir fotoğrafına yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu yazıda yer alan ifade ve görseller bir arada değerlendirildiğinde kişilere ait isim, unvan, marka ve görsellerin kullanımının içinde bulunduğu yazının formatı ve boyutuyla uyumlu olduğu ve abartılı olmadığı, haber verme ve bilgilendirme sınırları içerisinde kalındığının değerlendirildiği, bu nedenle anılan yazıda örtülü reklam bulunmadığı, dolayısıyla söz konusu yazının, 6502 sayılı Kanun’un 61 inci maddesi hükmüne **aykırı olmadığına** karar verilmiştir.

**FİNANSAL HİZMETLER**

**19)**

**Dosya No: 2020/1288**

**Şikâyet Edilen: Türk Ekonomi Bankası A.Ş.**

**Şikâyet Edilen Reklam**: “TEB Banka Kartı ile Alışverişlerinize 30 TL İndirim”başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: Türk Ekonomi Bankası A.Ş. tarafından [www.teb.com.tr](http://www.teb.com.tr) adresli internet sitesinde yayınlanan “TEB Banka Kartı ile Alışverişlerinize 30 TL İndirim***”*** başlıklı reklamlarda *“TEB Banka kartlarınızla 25-30 Kasım 2019 tarihleri arasında tüm sektörlerden toplamda 300 TL üzeri ve harcama yapın, 30 TL indirim kazanın. Kampanyaya katılım için harcamadan önce CUMA yazıp 4616’ya SMS gönderebilir veya CEPTETEB Mobil Uygulaması kampanyalar sayfasından katılımınızı gerçekleştirebilirsiniz.”* ifadelerinin yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, www.teb.com.tr adresli internet sitelerinde yayınlanan “TEB Banka Kartı ile Alışverişlerinize 30 TL İndirim” başlıklı reklamlarda, *“TEB Banka kartlarınızla 25-30 Kasım 2019* *tarihleri arasında tüm sektörlerden toplamda 300 TL üzeri ve harcama yapın, 30 TL indirim kazanın.* *Kampanyaya katılım için harcamadan önce CUMA yazıp 4616’ya SMS gönderebilir veya CEPTETEB* *Mobil Uygulaması kampanyalar sayfasından katılımınızı gerçekleştirebilirsiniz.”* ifadelerinin yer aldığı, ancak söz konusu indirimden CEBTETEB Mobil Uygulaması kampanya sayfası üzerinden faydalanmak istenildiğinde *“Hemen Katıl”* butonunun tüketicileri kredi kartı başvuru sayfasına yönlendirdiği, anılan indirimden yalnızca SMS gönderimi yoluyla faydalanılabildiği halde reklam içeriğinde CEBTETEB Mobil Uygulaması üzerinden de bu işlemin yapılabileceği ifade edilerek tüketicilerin aldatıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**KOZMETİK VE TEMİZLİK ÜRÜNLERİ**

**20)**

**Dosya No: 2019/11739**

**Şikayet Edilen: Glohe Doğal Ürünler Kozmetik A.Ş.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 14.08.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.incia.com/ adresli internet sitesinin 14.08.2020 tarihli görünümünde yer alan "Karın Çatlak Krem Jel 75ml" isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *"Asiatic asit, Madecassic asit ve Asiaticoside gibi cildin hızlı rejenerasyonunu destekleyen aktiflere sahip %100 Doğal Gotu Kola Ekstresi, kollajen sentezini artırıp cildin sürekli nemli ve sıkı kalmasını sağlar. (...) hamilelikte oluşabilecek çatlak izlerinin oluşumunu engellenmeye yardımcı olur. İçeriğindeki doğal içerikli bileşenler ile cildin elastikiyetini ve kollajen sentezlenmesini arttırıcı etki gösterir. (...) INCIA Karın Çatlak Jel Kremi içerisinde bulunan Asiaticoside, Madecassic Acid ve Asiatic Acid ile cilt hücrelerinin rejenerasyonunu düzenleyerek kollajen sentezini arttırır ve cildin daha sağlıklı bir biçimde yenilenmesini sağlar.(...)"* ifadelerine;

"Koruyucu Vücut Losyonu" isimli ürüne yönelik tanıtımlarda; *"Limon Okaliptüs Yağı, Skualen, Bitkisel Gliserin Ksantan Gam, E vitamini: , Sentetik Koruyucu Yok! Sentetik Boya Yok! Parfüm Yok! INCIA yer altı sularını kirletmez, doğaya zarar vermez. Ürünlerimiz; mineral yağ, silikon, sentetik emülgatör, boya, paraben ve diğer sentetik koruyucular içermez. Cildinizin florası ile %100 uyumludur. (...) İçeriğindeki mikrokapsüle limon okaliptüsü ile çevresel olumsuzluklara karşı tam ve güvenilir koruma sağlar. INCIA Vücut Koruyucu Sprey Krem üretiminde tamamen doğal olan mikrokapsüle limon okaliptüsü (Eucalyptus citriodora) yağı kullanılmıştır. %100 doğal mikrokapsüle formundaki etken madde yoğun koruyucu özellikteki bileşenleri ile çevresel olumsuzluklara karşı doğal koruma sağlar. Bu etken maddenin mikrokapsüle formunda olması ürünün daha uzun süre etkili olmasını sağlarken yoğun kokusunu da dengelemeye yardımcı olur. Yoğun nemlendirme etkisi ile vücudunuzun yumuşacık olmasına yardım eder. İçermiş olduğu bitkisel gliserin ve sorbitol sayesinde cildin yoğun bir şekilde nemlenmesine ve yumuşamasına yardımcı olur. Cildinizin beslenmesine ve serbest radikallere karşı korunmasına yardım eder,. İçerdiği Skualen ile cildin beslenmesine ve nemlendirilmesine yardımcı olur. Güçlü bir antioksidan olarak bilinen E vitamini sayesinde cildi serbest radikallere karşı korumaya destek olur. Cildinizin florası ile uyumlu Bazı kremlerin içinde raf ömrünü uzatabilmek için metilizotiazolinon, paraben, fenoksietanol vb katkı maddeleri kullanılmaktadır. Bu ve benzeri katkı maddeleri zamanla derinin doğal katmanına zarar vererek dışarıdan gelebilecek tehditlere karşı cildi savunmasız hale getiriyor. INCIA %100 Doğal Güneş Kremi’nde hiçbir sentetik katkı maddesi kullanmadık. İçeriğindeki sabit bitkisel yağların tümünü soğuk sıkım teknolojisi ile, tüm uçucu yağları da damıtma yöntemi kullanarak %100 doğallıkla ürettik. Doğal Güneş Kremi’nin cildin doğal yapısına uyumunu ve mikrobiyolojik açıdan uygunluğunu Bioarge Laboratuvarlarında test ettik. Yapay koku ve boyalar içermez. Hoş ve doğal kokuludur. INCIA doğal kremleri hiçbir sentetik boyar ve koku maddesi içermez. Kokusu yapay parfümlerden değil içeriğindeki doğal esansiyel bitki özlerinden, rengi de yine içeriğinde kullandığımız bitkisel yağların doğal renklerinden geliyor. INCIA Vücut Koruyucu Sprey Krem doğal Limon Okaliptus yağı kokuludur."* ifadelerine,

"Doğal Yer Temizleyici 700ml" isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *"İçeriğindeki Bitkiler ve Yağlar; Zeytinyağı, Hindistan Cevizi Yağı,Palm Çekirdeği Yağı, Hint Yağı, Sirke, Boraks , Portakal Kabuğu Yağı, Greyfurt Yağı, Gliserin, Sentetik Koruyucu Yok! Sentetik Boya Yok! Parfüm Yok! INCIA yer altı sularını kirletmez, doğaya zarar vermez. Ürünlerimiz; Sülfat, Fosfat, Amonyak, Klor, Sls, Sles, Paraben, Sentetik Koruyucular, Petrol Kimyasalları, Kimyasal Köpürtücüler, Hayvansal Yan Ürünler, Boyalar, Sentetik Kokular içermez. Cildinizin florası ile %100 uyumludur. Doğada %100 geri dönüşen gıda tipi ambalajlar kullanılır. Son ürün serbest kostik içermez. (...) Ahşap, parke, laminant, seramik, fayans gibi tüm yüzeylerde etkili temizlik sağlar. INCIA Doğal Yer Temizleyici'nin içeriğindeki boraks minerali doğanın güçlü dezenfektanlarındandır. Boraks su, oksijen, sodyum ve bor minerallerinden oluşan güçlü alkali özellikte doğal bir mineraldir. Bununla birlikte greyfurt ve portakal kabuklarında bulunan d-limonen ve kirleri çıkartma özelliği ile bilinen sirke bu formülde bir araya getirilmiştir. INCIA Doğal Yer Temizleyici'nin doğal yağlardan oluşan yumuşak yapısı sayesinde ahşap, fayans, laminant gibi tüm yüzeyleri hassas ve hijyenik bir şekilde temizler. Sizi ve sevdiklerinizi korur. Tamamen doğal bitkisel yağlardan, doğada bulunan boraks mineralinden ve sirkeden oluşan formülü ile tüm yerlerde ihtiyacınız olan hijyeni sağlamayı başardık. Cildinizin doğasına ya da soluduğunuzda solunum yollarınıza zarar verebilecek hiçbir katkı maddasi içeren kir sökücü kullanmadık. Cildinizin florası ile uyumludur. Temizleyicilerde raf ömrünü uzatabilmek için sentetik koruyucular (Metilkloroizotiazolinon ve metilizotizolinon vb.) kullanılabiliyor. Ve bu maddelerin bir kısmı durulanmasına rağmen cilt katmanında kalıyor ve cildin doğal katmanına zarar vererek dışarıdan gelebilecek tehditlere karşı cildi savunmasız hale getirebiliyor. INCIA Doğal Yer Temizleyici’mizin cilt katmanına zarar vermediğini ve mikrobiyolojik açıdan uygunluğunu yaptığımız testlerle gösterdik. Yapay koku ve boyalar içermez. Hoş ve doğal kokuludur. INCIA Doğal Yer Temizleyici, hiçbir sentetik boyar ve koku maddesi içermez. Kokusu yapay parfümlerden değil içeriğindeki doğal esansiyel bitki özlerinden, rengi de yine içeriğinde kullandığımız bitkisel yağların doğal renklerinden geliyor."* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Diğer yandan, "Koruyucu Vücut Losyonu" isimli ürüne yönelik tanıtımlarda yer verilen; "*Limon Okaliptüs Yağı, Skualen, Bitkisel Gliserin Ksantan Gam, E vitamini: INCIA yer altı sularını kirletmez, doğaya zarar vermez. Ürünlerimiz; mineral yağ, (...) sentetik emülgatör, (...) diğer sentetik koruyucular içermez. Cildinizin florası ile %100 uyumludur. (...) İçeriğindeki mikrokapsüle limon okaliptüsü ile çevresel olumsuzluklara karşı tam ve güvenilir koruma sağlar. INCIA Vücut Koruyucu Sprey Krem üretiminde tamamen doğal olan mikrokapsüle limon okaliptüsü (Eucalyptus citriodora) yağı kullanılmıştır. %100 doğal mikrokapsüle formundaki etken madde yoğun koruyucu özellikteki bileşenleri ile çevresel olumsuzluklara karşı doğal koruma sağlar. Bu etken maddenin mikrokapsüle formunda olması ürünün daha uzun süre etkili olmasını sağlarken yoğun kokusunu da dengelemeye yardımcı olur. Yoğun nemlendirme etkisi ile vücudunuzun yumuşacık olmasına yardım eder. İçermiş olduğu bitkisel gliserin ve sorbitol sayesinde cildin yoğun bir şekilde nemlenmesine ve yumuşamasına yardımcı olur. Cildinizin beslenmesine ve serbest radikallere karşı korunmasına yardım eder,. İçerdiği Skualen ile cildin beslenmesine ve nemlendirilmesine yardımcı olur. Güçlü bir antioksidan olarak bilinen E vitamini sayesinde cildi serbest radikallere karşı korumaya destek olur. Cildinizin florası ile uyumlu Bazı kremlerin içinde raf ömrünü uzatabilmek için metilizotiazolinon, paraben, fenoksietanol vb katkı maddeleri kullanılmaktadır. Bu ve benzeri katkı maddeleri zamanla derinin doğal katmanına zarar vererek dışarıdan gelebilecek tehditlere karşı cildi savunmasız hale getiriyor. INCIA %100 Doğal Güneş Kremi’nde hiçbir sentetik katkı maddesi kullanmadık. İçeriğindeki sabit bitkisel yağların tümünü soğuk sıkım teknolojisi ile, tüm uçucu yağları da damıtma yöntemi kullanarak %100 doğallıkla ürettik. Doğal Güneş Kremi’nin cildin doğal yapısına uyumunu ve mikrobiyolojik açıdan uygunluğunu Bioarge Laboratuvarlarında test ettik. (...) Hoş ve doğal kokuludur. INCIA doğal kremleri hiçbir sentetik boyar ve koku maddesi içermez. Kokusu yapay parfümlerden değil içeriğindeki doğal esansiyel bitki özlerinden, rengi de yine içeriğinde kullandığımız bitkisel yağların doğal renklerinden geliyor. INCIA Vücut Koruyucu Sprey Krem doğal Limon Okaliptus yağı kokuludur."* ifadelerinin,

"Doğal Yer Temizleyici 700ml"isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen;   
*"İçeriğindeki Bitkiler ve Yağlar; Zeytinyağı, Hindistan Cevizi Yağı,Palm Çekirdeği Yağı, Hint Yağı, Sirke, Boraks , Portakal Kabuğu Yağı, Greyfurt Yağı, Gliserin,(...) NCIA yer altı sularını kirletmez, doğaya zarar vermez. Ürünlerimiz; (...) Sentetik Koruyucular, Petrol Kimyasalları, Kimyasal Köpürtücüler, Hayvansal Yan Ürünler (...) içermez. Cildinizin florası ile %100 uyumludur. Doğada %100 geri dönüşen gıda tipi ambalajlar kullanılır. Son ürün serbest kostik içermez. (...) Ahşap, parke, laminant, seramik, fayans gibi tüm yüzeylerde etkili temizlik sağlar. INCIA Doğal Yer Temizleyici'nin içeriğindeki boraks minerali doğanın güçlü dezenfektanlarındandır. Boraks su, oksijen, sodyum ve bor minerallerinden oluşan güçlü alkali özellikte doğal bir mineraldir. Bununla birlikte greyfurt ve portakal kabuklarında bulunan d-limonen ve kirleri çıkartma özelliği ile bilinen sirke bu formülde bir araya getirilmiştir. INCIA Doğal Yer Temizleyici'nin doğal yağlardan oluşan yumuşak yapısı sayesinde ahşap, fayans, laminant gibi tüm yüzeyleri hassas ve hijyenik bir şekilde temizler. Sizi ve sevdiklerinizi korur. Tamamen doğal bitkisel yağlardan, doğada bulunan boraks mineralinden ve sirkeden oluşan formülü ile tüm yerlerde ihtiyacınız olan hijyeni sağlamayı başardık. Cildinizin doğasına ya da soluduğunuzda solunum yollarınıza zarar verebilecek hiçbir katkı maddasi içeren kir sökücü kullanmadık. Cildinizin florası ile uyumludur. Temizleyicilerde raf ömrünü uzatabilmek için sentetik koruyucular (Metilkloroizotiazolinon ve metilizotizolinon vb.) kullanılabiliyor. Ve bu maddelerin bir kısmı durulanmasına rağmen cilt katmanında kalıyor ve cildin doğal katmanına zarar vererek dışarıdan gelebilecek tehditlere karşı cildi savunmasız hale getirebiliyor. INCIA Doğal Yer Temizleyici’mizin cilt katmanına zarar vermediğini ve mikrobiyolojik açıdan uygunluğunu yaptığımız testlerle gösterdik. (...) Hoş ve doğal kokuludur. (...) Kokusu yapay parfümlerden değil içeriğindeki doğal esansiyel bitki özlerinden, rengi de yine içeriğinde kullandığımız bitkisel yağların doğal renklerinden geliyor."* ifadelerinin,

"Karın Çatlak Krem Jel 75ml"isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen;   
*"ÜRÜN ÖZELLİĞİ. Kantaron yağının cildin rejenerasyonuna pozitif etkisi, çatlak görünümünü hafifletir. Omega 3 ve linoleik asit bakımından zengin olan Tatlı Badem ve Keten Tohumu yağları, elastikiyeti artırarak cilt fonksiyonlarını güçlendirir. (...) BHT, BHA, (...) içermez.Dermatolojik olarak test edilmiştir. Hipoalerjeniktir. ÜRÜN HAKKINDA DİĞER BİLGİLER Cildin nemlenmesi nasıl sağlar INCIA Karın Çatlak Jel Kremi içerdiği doğal içerikler ile cildin nemli kalmasını sağlar. İçerisindeki doğal yağlar ile trans epidermal su kaybını azaltarak (...) Dış etkenlere karşı nasıl koruma sağlar. INCIA Karın Çatlak Jel Kremi cilt üzerinde dayanıklı ve esnek bir tabaka oluşturarak dış etmenlerin cilde zarar vermesini engeller. İçeriğindeki doğal içerikli bileşenler ile (...) Cildin yenilenmesini nasıl düzenler INCIA Karın Çatlak Jel Kremi içerisinde bulunan (...) cildin daha sağlıklı bir biçimde yenilenmesini sağlar. INCIA anne ürünleri hiçbir sentetik boyar ve koku maddesi içermez. Rengini de yine içeriğinde kullandığımız bitkisel yağların doğal renklerinden geliyor."* ifadelerinin doğruluğunun ispatlanamadığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 üncü ve 10 uncu maddeleri,

- Sağlık Beyanları ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 4/c, 5 inci, 7 nci maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Glohe Doğal Ürünler Kozmetik A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **104.781,00-TL (YüzdörtbinyediyüzseksenbirTürk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesinekarar verilmiştir.

**21)**

**Dosya No: 2019/12807**

**Şikayet Edilen: Emre GÜNDOĞDU**

**Şikayet Edilen Reklam/HTU:** www.hepsiburada.com/ adresli internet sitesinde "kozmetikburada" mağaza adıyla yayınlanan "Bioblas Şampuan Organicare Yağlı Saçlar 400 Ml" ürününe ilişkin tanıtımlar.

**Reklam/HTU Yayın Tarihi:** 10.07.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet/Haksız Ticari Uygulama

**Tespitler:**www.hepsiburada.com/bioblas-sampuan-organicare-yagli-saclar-400-ml-p-HBV000008RA9L?magaza=Kozmetikburada uzantılı internet sitesinin 10.07.2020 tarihli görünümünde yayınlanan HBV000008RA9L stok kodlu "Bioblas Şampuan Organicare Yağlı Saçlar 400 Ml" isimli ürünün "Bıoblas Şampuan Organicare Yağlı Saçlar 400 Ml" ifadeleriyle satışa sunulduğu ancak ilan edilen ürünler ile tüketicilere gönderilen ürünün gramaj, kalite ve diğer nitelik unsurları açısından oldukça farklı olduğu, ayrıca tüketiciye satış sonrasında gönderilen 25.05.2019 tarih ve 028884 seri numaralı faturada "8680512626077 BIOBLAS 360 Ml Şampuan Organic Care Yağlı" ifadelerinin yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; www.hepsiburada.com/bioblas-sampuan-organicare-yagli-saclar-400-ml-p-HBV000008RA9L?magaza=Kozmetikburada uzantlı internet sitesinin 10.07.2020 tarihli görünümünde yayınlanan HBV000008RA9L stok kodlu "Bioblas Şampuan Organicare Yağlı Saçlar 400 Ml" isimli ürünün "Bıoblas Şampuan Organicare Yağlı Saçlar 400 Ml" ifadeleriyle satışa sunulduğu ancak ilan edilen ürünler ile tüketicilere gönderilen ürünün gramaj, kalite ve diğer nitelik unsurları açısından oldukça farklı olduğu, ayrıca tüketiciye satış sonrasında gönderilen 25.05.2019 tarih ve 028884 seri numaralı faturada "8680512626077 BIOBLAS 360 Ml Şampuan Organic Care Yağlı" ifadelerinin yer aldığı, bu durumun da tüketicileri yanıltıcı olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren ve haksız ticari uygulamada bulunan **Emre GÜNDOĞDU** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**22)**

**Dosya No: 2019/12813**

**Şikayet Edilen: Perrigo Kişisel Bakım Ürünleri San. Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.perrigo.com.tr/ adresli ve https://www.bio-oil.com/tr adresli internet siteleri, "biooiltr" başlıklı Instagram hesabında yer alan ve muhtelif televizyon kanalları ile "Bio-Oil Tr" başlıklı Youtube hesabında yayınlanan "Bio-Oil Cilt Bakım Yağı" başlıklı ürüne yönelik tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon-İnternet

**Tespitler:** www.perrigo.com.tr/ adresli internet sitesinin 24.08.2020 tarihli görünümünde yer alan “Bio-Oil Cilt Bakım Yağı” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Çatlak. Cilt lekeleri. (...) Çatlak: Bio-Oil, cilt üzerindeki çatlak görünümünde gözle görülür azalma sağlar. Cilt Lekeleri: Bio-Oil, hem açık hem de koyu ten renklerinde, cilt üzerindeki leke ve düzensiz cilt tonu görünümlerinin iyileşmesine yardımcı olur. (...).”* ifadelerine,

www.bio-oil.com/tr adresli internet sitesinin aynı tarihli görünümünde *"1987 yılında, Bio‑Oil yara izleri ve (...) görünümünü azaltmaya yardımcı olmak üzere yağı kullanarak bir ilke imza attı. O zamanlar, raflardaki neredeyse bütün ürünler ya krem ya da losyon formundaydı, dolayısıyla bu ürüne oldukça şüpheci yaklaşıldı. Günümüzde ise bu ürün dünyanın bir numaralı yara izi ve çatlak ürünü haline geldi. 2010 yılında Bio‑Oil, yağın diğer cilt sorunlarını tedavi etmek üzere nasıl kullanılabileceğini araştırmak amacıyla özel bir laboratuvar kurdu. 2018 yılında, kuru ciltlerin tedavisine yönelik olarak yağ bazlı bir formül piyasaya sürdü. 2020 yılının 3. çeyreğinde, Bio‑Oil’in orijinal yara izi ve çatlak ürününün doğal bir versiyonu piyasaya sürülecektir.(...)", "Yara izleri ve çatlaklar: Yağ, cildi iyileştirmek gibi dikkate değer bir güce sahiptir. (...) Bio‑Oil® Cilt Bakım Yağı, bir yağı klinik denemelere tabi tutarak yara izleri (...) görünümünü azaltabileceğini kanıtlayan ilk ürünlerden birisi olmuştur. Bu klinik denemelerin başarıyla sonuçlanmasından sonra dünya genelindeki doktorlar ve eczacılar ürünü tavsiye etmeye başlamıştır. Günümüzde Bio‑Oil® Cilt Bakım Yağı, (...) yara izi ve çatlak ürünü haline gelmiştir. "* ifadelerine,

"biooiltr" başlıklı Instagram hesabındaki tanıtımlarda; *“(...) Çok iyi rafine edilmiş mineral yağlar, Bio-Oil’in içeriğinde bulunmasının yanı sıra egzama, pişik gibi ciddi cilt problemlerinin tedavisinde de kullanılan önemli bir maddedir. (...)”, "Hızlı kilo alıp vermeye bağlı çatlaklarda da çözüm dünyanın 1 numarasında! (...)" "Aynada gördüğün bu lekesiz, çatlaksız ve pürüzsüz cilt senin! Çünkü bakımın Bio-Oil!"* ifadelerine,

Firma tarafından 2019 yılında ulusal düzeyde yayın yapan muhtelif televizyon kanalları ile muhtelif tarihlerde "Bio-Oil Tr" başlıklı Youtube hesabında yayınlanan tanıtımlarda "*Hamilelik. Ergenlik. Kilo alıp verme. Bio-oil ile çatlaklarınız sizi üzmesin.* (...)" ifadelerine ve hamile görsellerine yer verildiği,

Bununla birlikte, "biooiltr" başlıklı Instagram hesabındaki tanıtımlarda; *“(...) Çok iyi rafine edilmiş mineral yağlar, (...) önemli bir maddedir. Bunun sebebi, mineral yağların bitkisel yağlara nazaran çok güçlü bir şekilde ve uzun süre cildin nem oranını koruyabilmesidir. Ayrıca maksimum seviyede rafine edilmesi sebebiyle mineral yağların herhangi bir kanserojen etkiye yol açmadığı bilimsel olarak kanıtlanmış, Dünya Sağlık Örgütü'ne (WHO) bağlı Uluslararası Kanser Araştırmaları Ajansı (IARC) tarafından da onaylanmıştır.”* ifadelerine yer verildiği,

Diğer yandan, https://www.bio-oil.com/tr adresli internet sitesinde "*Bio‑Oil® Cilt Bakım Yağı, bir yağı klinik denemelere tabi tutarak yara izleri (...) görünümünü azaltabileceğini kanıtlayan ilk ürünlerden birisi olmuştur. Bu klinik denemelerin başarıyla sonuçlanmasından sonra dünya genelindeki doktorlar ve eczacılar ürünü tavsiye etmeye başlamıştır. Günümüzde Bio‑Oil® Cilt Bakım Yağı, (...) yara izi ve çatlak ürünü haline gelmiştir. "* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; https://www.perrigo.com.tr/ adresli internet sitesinin 24.08.2020 tarihli görünümünde yer alan “Bio-Oil Cilt Bakım Yağı” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Çatlak. Cilt lekeleri. (...) Çatlak: Bio-Oil, cilt üzerindeki çatlak görünümünde gözle görülür azalma sağlar. Cilt Lekeleri: Bio-Oil, hem açık hem de koyu ten renklerinde, cilt üzerindeki leke ve düzensiz cilt tonu görünümlerinin iyileşmesine yardımcı olur. (...).”* ifadelerine,

https://www.bio-oil.com/tr adresli internet sitesinin aynı tarihli görünümünde *"1987 yılında, Bio‑Oil yara izleri ve (...) görünümünü azaltmaya yardımcı olmak üzere yağı kullanarak bir ilke imza attı. O zamanlar, raflardaki neredeyse bütün ürünler ya krem ya da losyon formundaydı, dolayısıyla bu ürüne oldukça şüpheci yaklaşıldı. Günümüzde ise bu ürün dünyanın bir numaralı yara izi ve çatlak ürünü haline geldi. 2010 yılında Bio‑Oil, yağın diğer cilt sorunlarını tedavi etmek üzere nasıl kullanılabileceğini araştırmak amacıyla özel bir laboratuvar kurdu. 2018 yılında, kuru ciltlerin tedavisine yönelik olarak yağ bazlı bir formül piyasaya sürdü. 2020 yılının 3. çeyreğinde, Bio‑Oil’in orijinal yara izi ve çatlak ürününün doğal bir versiyonu piyasaya sürülecektir.(...)", "Yara izleri ve çatlaklar: Yağ, cildi iyileştirmek gibi dikkate değer bir güce sahiptir. (...) Bio‑Oil® Cilt Bakım Yağı, bir yağı klinik denemelere tabi tutarak yara izleri (...) görünümünü azaltabileceğini kanıtlayan ilk ürünlerden birisi olmuştur. Bu klinik denemelerin başarıyla sonuçlanmasından sonra dünya genelindeki doktorlar ve eczacılar ürünü tavsiye etmeye başlamıştır. Günümüzde Bio‑Oil® Cilt Bakım Yağı, (...) yara izi ve çatlak ürünü haline gelmiştir. "* ifadelerine,

"biooiltr" başlıklı Instagram hesabındaki tanıtımlarda; *“(...) Çok iyi rafine edilmiş mineral yağlar, Bio-Oil’in içeriğinde bulunmasının yanı sıra egzama, pişik gibi ciddi cilt problemlerinin tedavisinde de kullanılan önemli bir maddedir. (...)”, "Hızlı kilo alıp vermeye bağlı çatlaklarda da çözüm dünyanın 1 numarasında! (...)" "Aynada gördüğün bu lekesiz, çatlaksız ve pürüzsüz cilt senin! Çünkü bakımın Bio-Oil!"* ifadelerine,

Firma tarafından 2019 yılında ulusal düzeyde yayın yapan muhtelif televizyon kanalları ile muhtelif tarihlerde "Bio-Oil Tr" başlıklı Youtube hesabında yayınlanan tanıtımlarda "Hamilelik. Ergenlik. Kilo alıp verme. Bio-oil ile çatlaklarınız sizi üzmesin. (...)" ifadelerine ve hamile görsellerine yer verildiği,

Ancak Kozmetik Mevzuatına tabi bulunan tüm kozmetik ürünlerin, insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve etkileri geçici olan ürünler olması gerektiği; bu bağlamda inceleme konusu tanıtımlarda yer alan tedaviye yönelik ve endikasyon belirten ifadelerin ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği; ayrıca şayet anılan ürünler söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “kozmetik ürün” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilmesi gereken ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuata uygun olmadığı, dolayısıyla her koşulda söz konusu ürün ile ilgili olarak yapılan bu nitelikteki tanıtımların mevcut mevzuata aykırılık teşkil ettiği,

Bununla birlikte, "biooiltr" başlıklı Instagram hesabındaki tanıtımlarda yer verilen; “(...) Çok iyi rafine edilmiş mineral yağlar, (...) önemli bir maddedir. Bunun sebebi, mineral yağların bitkisel yağlara nazaran çok güçlü bir şekilde ve uzun süre cildin nem oranını koruyabilmesidir. Ayrıca maksimum seviyede rafine edilmesi sebebiyle mineral yağların herhangi bir kanserojen etkiye yol açmadığı bilimsel olarak kanıtlanmış, Dünya Sağlık Örgütü'ne (WHO) bağlı Uluslararası Kanser Araştırmaları Ajansı (IARC) tarafından da onaylanmıştır.” ifadelerinin doğruluğunun ispatlanamadığı,

Diğer yandan, https://www.bio-oil.com/tr adresli internet sitesinde *"Bio‑Oil® Cilt Bakım Yağı, bir yağı klinik denemelere tabi tutarak yara izleri (...) görünümünü azaltabileceğini kanıtlayan ilk ürünlerden birisi olmuştur. Bu klinik denemelerin başarıyla sonuçlanmasından sonra dünya genelindeki doktorlar ve eczacılar ürünü tavsiye etmeye başlamıştır. Günümüzde Bio‑Oil® Cilt Bakım Yağı, (...) yara izi ve çatlak ürünü haline gelmiştir. "* ifadelerine yer verildiği, ancak tanıtımı yapılan ürünle doktor ve eczacılar arasında ilişki kurulması ve bu sayede ürünle ilgili sağlığa yönelik atıfta bulunulmasının tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı olduğu, aynı zamanda Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin “Tanıklı reklamlar” başlıklı 16 ncı maddesinin “(3) Reklamlarda; doktor, diş hekimi, veteriner hekim ve eczacılar ile sağlık kuruluşlarının bir mal veya hizmete yönelik sağlık beyanında bulunduğuna ilişkin ya da bu izlenimi uyandıran herhangi bir görüntü, beyan veya atfa yer verilemez.” hükmüne aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 üncü ve 10 uncu maddeleri,

- Sağlık Beyanları ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 4/c, 5 inci, 7 nci maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Perrigo Kişisel Bakım Ürünleri San. Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **341.921,00-TL (ÜçyüzkırkbirbindokuzyüzyirmibirTürk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesinekarar verilmiştir.

**23)**

**Dosya No: 2020/3468**

**Şikayet Edilen: Nahit CAN**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.facebook.com/pages/category/Health-Beauty/Hemorr-7-105584911301695/ adresli internet sayfasında yer alan “Hemorr Onarıcı Krem” ürününe yönelik tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 18.11.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.facebook.com/pages/category/Health-Beauty/Hemorr-7-105584911301695/ adresli internet sayfasının 18.11.2020 tarihli görünümünde; "Hemorr Onarıcı Krem" ürününe yönelik olarak; *"Basur (Hemoroid) Kaşıntı, Akıntı, Çatlak Acıya SONN. Hemorr kullan Rahat Et. Hemorr Onarıcı Krem ile hemoroid (basur) sorunlarında etkili çözüm sağlar. İç ve dış hemoroid şikayetleri olan Meme, Kaşıntı, akıntı, çatlak, fistül ve kanama şikayetinde kullanılır ilk 3 günde büyük ölçüde şikayetleriniz azalır ve düzenli kullanımda tedaviye yardımcı olur. #hemoroidtedavisi #hemoroid #hemoroit #içhemoroid #dışhemoroid #basurtedavisi İçeriğinde yer alan doğal aktifler Kalamin, Aynı Sefa Bitkisi Yağı, At kestanesi ve çay ağacı yağı ile formüle edilmiş içeriği ile eşsiz bir tedavi sunar. Hemoroid Tedavisinde Etkili Çözüm 1 Günde Hızlı Etki"* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; Kozmetik Mevzuatına tabi bulunan tüm kozmetik ürünlerin, insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve etkileri geçici olan ürünler olması gerektiği; bu bağlamda inceleme konusu tanıtımlarda yer alan tedaviye yönelik ve endikasyon belirten ifadelerin ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği; ayrıca şayet anılan ürünler söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “kozmetik ürün” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilmesi gereken ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuata uygun olmadığı dolayısıyla her koşulda, söz konusu ürün ile ilgili olarak yapılan bu nitelikteki tanıtımların mevcut mevzuata aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 üncü ve 10 uncu maddeleri,

- Sağlık Beyanları ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 4/c, 5 inci, 7 nci maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**24)**

**Dosya No: 2020/4574**

**Şikayet Edilen: Ertuğrul Murat İKİS**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.instagram.com/ gumus\_suyu\_istanbul/?hl=tr adresli internet sitesinde yer alan ürün tanıtımları.

**Reklam Yayın Tarihi:** 17.12.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com/gumus\_suyu\_istanbul/?hl=tr adresli gumus\_suyu\_istanbul hesap adlı internet sayfasının 17.12.2020 tarihli görünümünde;

"Emi Gümüşsuyu" ürününe yönelik olarak; *"Rahim enfeksiyonları, Rahim yaraları, Rahim iltihaplanması tedavilerinde tedavi kürü ve birleşik frekanslı Gümüşsuyu etkin çözümdür (...) Candida Mantarının En Büyük Düşmanı Gümüşsuyudur. (...) Gümüşsuyu Sigaranın Bütün Olumsuz Etkilerini Vücudunuzdan Temizler Daha Derin Nefes Almanızı Sabahları Dinç Uyanmanızı Sağlar Üstelik Sigara İçmeye Devam Etseniz Dahi Sağlığınızı Korumaya Devam Eder. "* şeklinde,

"İyotlu Gümüşsuyu" ürününe yönelik olarak; *"İyot Bir Çok Kanser Türünün Önlenmesinde ve Tedavisinde Bir Numaralı Maddedir. İyot Tiroid Bezini Çok İyi Çalıştırır, Prostat ve Meme Kanserini Engeller ve Tedavi Eder. (...) Kadınlarda Üreme Sorunları ve Erkeklerde İktidarsızlık ve Erken Boşalma Sorunları İyot Eksikliği Sebebiyle Meydana Gelmektedir. "* şeklinde,

"Emi Gümüşsuyu Sprey" ürününe yönelik olarak; *"Saç Diplerindeki Egzama, Kaşıntı ve Pullanmadan Gümüşsuyu Sprey ile Kurtulun Saç Diplerini Tedavi Eder Güçlendirir. (...) Gümüş suyunu sprey olarak Yüzünüze ve maskenin üstüne Ve gözlerinize Sıkarak virüslere karşı 6 saat boyunca korunabilirsiniz Virüsler Yüzünüze ve Maskenize Değdiği anda Gümüş suyu yok eder 6 Saat Virüslere karşı Yokedici Güvenli Koruma Sağlayın"* şeklinde,

"Gümüşsuyu Cilt Tonik" ürününe yönelik olarak; *"Sivilceleri tedavi eder. Renk eşitsizliklerini dengeler İçeriğindeki Gümüş sayesinde virüslere karşı Kalkan vazifesi görür."* şeklinde,

"Gümüş Özlü Sedef ve Egzama Kremi" ürününe yönelik olarak; *"Sedef ve Egzama Kremi İyileşmeyen inatçı Sedef Hastalığı Bitmeyen Egzama sorunları Geliştirilmiş Formüllü Kesin Tedavi"* şeklinde,

"Gümüş Boğaz Sprey" ürününe yönelik olarak*; "Gümüş Boğaz Sprey Astım Tedavisi Üst solunum Yolu hastalıkları Göğüs Hastalıkları Grip Soğuk Algınlığı Bademcik hastalıkları Virüslere ve Bakterilere karşı Korunma Hastalıklara Karşı Etkin Tedavidir Tüm Virüslere Karşı Kalkan Görevi Görür"* şeklinde,

"Gümüş Burun Sprey" adlı ürüne yönelik olarak; *"Gümüşsuyu Burun Spreyi Grip hızlı tedavi Domuz Gribi hızlı tedavi Tüm Virüslere Karşı Kalkan Sinüzit tedavi Bronşit tedavi İç Burun İltihabı Soğuk algınlığı Saman nezlesi Rinit Hastalıklara karşı etkili çözümdür Tüm virüslere karşı Kalkan Görevi Görür"* şeklinde,

"Göz ve Kulak Damlası" ürünlerine yönelik olarak; *"Göz ve Kulak Damlası Göz ve Kulaktaki Enfeksiyonlarda Ve Hastalıklarda Gümüşsuyu Etkin Tedavidir Gümüşsuyu kullanıldığı bölgede Virüs ve bakterilere karşı Kalkan Görevi Görür"* şeklinde,

"Gans Plazma Ağrı Pedi" ürününe yönelik olarak; *"Sırt ağrıları, bel ağrıları, kronik ağrılar, kanser ağrıları, bacak ve varis ağrıları, boyun ağrıları, adet sancıları tüm bu ağrılardan 30 dakikada ilaç almadan kurtulun"* şeklinde,

"Gans Plazma Bardak" ürününe yönelik olarak; *"Prostat rahatsızlığı, böbrek rahatsızlıkları, Alzheimer, Pankreas Kanseri tedavilerinde kullanılır."* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

"Gans Plazma Ağrı Pedi" ürününe yönelik olarak; *"Sırt ağrıları, bel ağrıları, kronik ağrılar, kanser ağrıları, bacak ve varis ağrıları, boyun ağrıları, adet sancıları tüm bu ağrılardan 30 dakikada ilaç almadan kurtulun"* şeklinde,

"Gans Plazma Bardak" ürününe yönelik olarak; "Prostat rahatsızlığı, böbrek rahatsızlıkları, Alzheimer, Pankreas Kanseri tedavilerinde kullanılır." şeklinde endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç ifadeler kullanılarak mevzuatta izin verilen sağlık beyanlarının dışına çıkan tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği, böylelikle söz konusu ürünlerin insan fizyolojisine etki eden bir “tıbbi ürün” gibi tanıtıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 üncü ve 10 uncu maddeleri,

- Sağlık Beyanları ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 4/c, 5 inci, 7 nci maddesi,

- 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 **Ertuğrul Murat İKİS** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **104.781,00-TL (Yüzdörtbinyediyüzseksenbir Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesinekarar verilmiştir.

**25)**

**Dosya No: 2020/4793**

**Şikayet Edilen: Eczabirlik İlaç Medikal Pazarlama İth. İhr. San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.facebook.com/Hemorr-3-114280490416681/ ve www.hemorrkrem.com adresli internet sayfalarında yer alan “Hemorr Onarıcı Krem” ürününe yönelik tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 18.11.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.facebook.com/Hemorr-3-114280490416681/ adresli internet sayfasının 18.11.2020 tarihli görünümünde; "Hemorr Onarıcı Krem" ürününe yönelik olarak; "Hemoroid sorunları olan kaşıntı, akıntı, çatlak, meme, fistül sorunlarında bitkisel çözüm, ilk kullanımdan itibaren hızlı etkili HEMORR KREM. Hemorr Hemoroid Krem. Anal (makat) bölgedeki hemoroid (basur), çatlak ve ithaplı rahatsızlıklarda ve ağrı, kaşıntı ve şişkinlik hissi gibi bulgularla seyreden anal bölgede ki diğer etkenlerde kullanılır. Hemorr Basur Kremi Kaşıntı Akıntı Çatlak. Basur şikayetleri olan; Meme, kaşıntı, akıntı, çatlak, fistül sorunlarında kullanabileceğiniz en etkili bitkisel kremdir." şeklinde,

www.facebook.com/Hemorr-3-114280490416681/ adresli Facebook sayfasından www.hemorrkrem.com adresine yönlendirme yapıldığı, www.hemorrkrem.com adresli internet sayfasının 03.12.2020 tarihli görünümünde *"Hemoroid Yaşantınızı zorlaştırmasın. Hemorr Krem İlk Kullanımdan itibaren hemoroid kaynaklı ağrının geçmesi beklenir. Ürün kullanım sürecinde ağrının kalıcı olarak giderilmesi hedeflenmektedir. Hemorr Onarıcı Krem ile hemoroid (basur) sorunlarında etkili çözüm sağlar. Satın aldığınızda kaybedeceğiniz tek şey hemoroid olur." şeklinde ifadelere ve kullanıcı yorumlarına; "Ürün kullanımı ile birlikte kaşıntının giderilmesine yardımcı olur. Oluşturduğu bariyer sayesinde; bakteri, virüs ve fangus kaynaklı kaşıntı oluşumuna karşı koruma sağlamaktadır. Hemoroid memelerinin küçülmesini destekler. İç ve dış hemoroid şikayetleri olan meme, kaşıntı, akıntı, çatlak, fistül ve kanama şikayetinde; kullananlarda, ilk üç günde büyük ölçüde şikayetlerin azaldığı ve düzenli kullanımda tedavide olumlu sonuçlar alındığı gözlenmiştir. Türkiye'nin doğal içeriği ile en çok tercih edilen; Hemoroid sorunları için kullanılan hızlı etkili kremi. Hemorr Krem; içeriğindeki doğal Aynı Sefa Çiçeği Yağı Hemoroid sorunu yaşayanlarda, doku iyileşmesini hızlandırarak, şişmeyi azaltır. Yapılan testlerde kullananların %90'ında olumlu sonuçlar alındığı gözlemlenmiştir. Bakteri, virüs ve fungulların zararlarına karşı antioksidan özelliğe sahiptir."* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

"Ürün kullanımı ile birlikte kaşıntının giderilmesine yardımcı olur. Oluşturduğu bariyer sayesinde; bakteri, virüs ve fangus kaynaklı kaşıntı oluşumuna karşı koruma sağlamaktadır. Hemoroid memelerinin küçülmesini destekler. İç ve dış hemoroid şikayetleri olan meme, kaşıntı, akıntı, çatlak, fistül ve kanama şikayetinde; kullananlarda, ilk üç günde büyük ölçüde şikayetlerin azaldığı ve düzenli kullanımda tedavide olumlu sonuçlar alındığı gözlenmiştir. Türkiye'nin doğal içeriği ile en çok tercih edilen; Hemoroid sorunları için kullanılan hızlı etkili kremi. Hemorr Krem; içeriğindeki doğal Aynı Sefa Çiçeği Yağı Hemoroid sorunu yaşayanlarda, doku iyileşmesini hızlandırarak, şişmeyi azaltır. Yapılan testlerde kullananların %90'ında olumlu sonuçlar alındığı gözlemlenmiştir. Bakteri, virüs ve fungulların zararlarına karşı antioksidan özelliğe sahiptir." şeklindeki ifadelerin doğruluğunun ispatlanamadığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 üncü ve 10 uncu maddeleri,

- Sağlık Beyanları ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 4/c, 5 inci, 7 nci maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Eczabirlik İlaç Medikal Pazarlama İth. İhr. San. ve Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**26)**

**Dosya No: 2020/4934**

**Şikayet Edilen: AKR Teknoloji Elektronik Dış Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.fakirstore.com.tr](http://www.fakirstore.com.tr) adresli internet sitesinde yer alan "Fakir Hypo Clean" isimli ürüne ilişkin yapılan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler: “**Fakir Hypo Clean" isimli ürüne ilişkin [www.fakirstore.com.tr](http://www.fakirstore.com.tr) adresli internet sitesinde yapılan tanıtımlarda; "*Hayatınızı değiştirmeye hazır mısınız? Vücudunuzun kendini korumak ve iyileştirmek için hipokloröz asit Fakir Hypo Clean teknolojisi ile tüm evin temizliğinde hizmetinizde. Fakir Hypo Clean Dünya'nın en ucuz ve en etkili sterilizasyon yöntemi. Kimyasal ürünlere son. En etkili temizlik. En sağlıklı sonuç. Dünyada ve Türkiye'de ilk ve tek. Yeditepe Üniversitesi tarafından onaylanmıştır. (...) Fakir Hypo Clean ile hiçbir kimyasal katkı maddesi kullanmadan evde kendi dezenfektanınızı üretebilir ve güvenle kullanabilirsiniz. Elektroliz teknolojisini kullanan Fakir Hypo Clean, musluk suyunu yalnızca bir dakikada güvenli ve güçlü bir dezenfektana dönüştürür. Sadece su kullanarak %99,9 sterilize eder ve kokuları giderir.* şeklinde ifadeler*e* yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar**: Yapılan inceleme sonucunda, söz konusu ürüne ilişkin biyosidal ruhsatın 18.01.2021 tarihinde alınmış olmasına rağmen Eylül 2020 tarihinden itibaren biyosidal ruhsatı olmadan tanıtımlarının yapıldığı, dolayısıyla bu durumun mevzuata aykırılık teşkil ettiği,

Bahsi geçen ürünün "*Dünya'da ve* *Türkiye'de ilk ve tek*" olduğu ifade edilmesine rağmen piyasada aynı yöntemle sterilizasyon yapan ürünlerin var olduğu ve daha uygun fiyata satışa sunulduğu, dolayısıyla söz konusu ifadenin gerçeği yansıtmadığı ve tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu,

Biyosidal ruhsatı alındıktan sonra *" Coronavirüs'e karşı etkilidir*." şeklinde bir ifadenin tanıtıma eklendiği, ancak anılan ürünün Coronavirüs'e karşı etkinliğinin doğrudan test edildiği bir çalışma yapılmadığı, dolayısıyla bilimsel olarak ispatlanmayan bir iddiaya vurgu yapılmasının salt bu ürünün kullanılması halinde virüsün ortamda yok edileceği algısı yaratmak suretiyle tüketicilerin söz konusu virüsün genel bulaş yolları ve alınması gereken önlemler konusunda yanlış yönlendirebileceği değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Biyosidal Ürünler Yönetmeliğinin 5 inci maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

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

**27)**

**Dosya No: 2020/1184**

**Şikayet Edilen: Lions Reklam Güvenlik Malzemeleri Temizlik Kozmetik İnşaat Malzemeleri Organizasyon San. Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Yörük Ana Ağrı Merhemi”isimli ürüne yönelik “BLD” ve “NEHİR” logolu televizyon kanallarında yer alan tele-alışveriş reklamları

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** “BLD” logolu televizyon kanalında 28.08.2020 tarihinde saat 00.07’de yayınlanan reklamlarda; *“Çünkü ağrılarınız vardır, kireçlenmeleriniz vardır, ayakta duramıyorsunuzdur, bel fıtığınız vardır, boyun fıtığınız vardır, rahat bir nefes almak istiyorsanız, bir 3-5 dakikanız bize ayırın... İddia ediyoruz dakika içerisinde bütün sıkıntılarınızdan kurtulacaksınız.. Kireçlenmeniz varsa, eğer boyun fıtığı, bel fıtığı yaşıyorsanız yine soyluyorum eğilip kalkamıyorsanız, merdiven çıkıp merdiven inemiyorsanız, namaz kılamıyorsanız, Pazar poşetlerinizi taşıyamıyorsanız, kireçlenmeniz varsa ve çok önemli ayaklarınızda mantar ya da ayak kokusu varsa 5 dakika içerisinde, iddia ve ısrar ediyoruz 5 dakika içerisinde. Ben her zaman şunu söylüyorum. Böbrekleri ağrıyor, sırtına vuruyor bu merhemi kullanıyor geçmedi diyor. Geçmez. Böbreğine ne yapsın bu merhem. Bizim orada açık romatizmal kireçlenme, boyun fıtığı, eklem ağrıları, bel fıtığı, migren, sinüzit, ayak kokuları, mantar biz bunların zaten söylüyoruz. Şimdi 20 yıl adamın omzu ağrıyor. 20 yıl doktora gitmiş hiçbir fayda görmemiş, 5 dakikada bu kremden, bu merhemden fayda bekliyor. Sen bunu en az bir 15, 20 gün böyle bir kullan da 30 yıllık 20 yıllık ağrılarda bu kronikleşmiş ağrılarda fayda görmezsen o zaman fayda görmedim de...5 dakikada 20 senelik kronik ağrısı olanı kesmez. En az bir yarım saat. Yarım saat sonra etkisini göstermeye başlar. Bir iki gün de uygulamaya devam eder, Sonra farkı zaten kendisi görür. Bel fıtığı, boyun fıtığı, bel ağrısı, boyun ağrısı, romatizma, kireçlenme, eklem romatizmanız varsa, migreniniz varsa sık sık başınız ağrıyorsa, mantar derdiniz varsa, ayaklarınız kokuyorsa 5 dakika içerisinde bu sıkıntılardan sizleri kurtaracağız diyoruz... "0 212 700 18..., "Yörük Ana Ağrı Merhemi Toplam 10 Kutu, 99 TL. Kargo Kdv Dahil, Ellerinde Eklem Yerlerinde Kireçlenmesi Olanlar Bizi Arayın, Boyun Fıtığına ve Bel Fıtığına Ameliyatsız Çözüm, Sinüzit ve Migrene Son, Kireçlenmesi Olanlar Bizi Arayın, Siyatik Romatizma Gibi Ağrılarınız mı Var? Bizi Arayın”* şeklinde ve *“Şimdi 20 yıl adamın omzu ağrıyor. 20 yıl doktora gitmiş hiçbir fayda görmemiş, 5 dakikada bu kremden, bu merhemden fayda bekliyor. Sen bunu en az bir 15, 20 gün böyle bir kullan da 30 yıllık 20 yıllık ağrılarda bu kronikleşmiş ağrılarda fayda görmezsen o zaman fayda görmedim de*” şeklinde,

NEHİR” logolu televizyon kanalında 2020 Eylül ayında yayınlanan reklamlarda; *“Ağrılarınız vardır, kireçlenmeleriniz vardır, ayakta duramıyorsunuz, bel fıtığınız vardır, boyun fıtığınız vardır,  rahat bir nefes almak istiyorsanız, bir üç beş dakikanızı bize ayırın çünkü hepinize iyi gelecek muhteşem bir ürün var, muhteşem bir merhem var. Ve Yörük Ana Ağrı Kesici Merhem diyoruz biz buna insanlara bugünün teknolojisiyle birleştirelim, yani o Yörük Ana Merhemi'nin o zamanki o çağlardan gelen Yörük Ana Merhemi'nin içeriğini aldık, bugün birleştirdik ve sizlere sunuyoruz…O ağrı sızı çeken amcam, ağrı sızı çeken dedem, ağrı sızı çeken teyzem, o ağrıları artık unut. Kolun mu ağrıyor, sepeti saldın çekemiyor musun, omuzunu mu kaldıramıyorsun, onların hepsine artık son. Hepsini artık ortadan kaldırıyoruz. Namaz mı kılamıyor sun, eğilemiyor musun, belin mi ağrıdı, boynunda sıkıntı mı var hepsini ortadan kaldırmak istiyor musun? Üç senedir, beş senedir ben bu sıkıntıyı çekiyorum ama artık çekmek istemiyorum diyorsan, kim bile bile ağrı çekebilir değil mi? İşte o ağrıların hepsini ortadan kaldırmak için Yörük Ana Merhemi' ni kullanacaksın İlaçların bile olmadığı dönemde bitkisel olarak hazırlanan bir ağrı merhemi. Ağrı kesici bir merhem... 5 dakika içerisinde hiçbir sıkıntınız kalmayacak. Sadece bu merhemi ağrı olan yere süreceksiniz. Ve 5 dakika içerisinde eğer bir sıkıntınız kalır ise arayacaksınız diyeceksiniz ki ben bu merhemden memnun kalmadım. O zaman işte paranızı da iade edeceğiz, ürün de size hediyemiz olarak sizde kalacak. İddia ediyoruz 5 dakika içerisinde bütün sıkıntılarınızdan kurtulacaksınız...”, “0212 700 18 12", "Yörük Ana Ağrı Merhemi Toplam 10 Kutu, 99 TL. Kargo Kdv Dahil, Ellerinde Eklem Yerlerinde Kireçlenmesi Olanlar Bizi Arayın, Boyun Fıtığına Ve Bel Fıtığına Ameliyatsız Çözüm, Sinüzit Ve Migrene Son, Kireçlenmesi Olanlar Bizi Arayın, Siyatik Romatizma Gibi Ağrılarınız Mı Var? Bizi Arayın*" şeklinde ifadelere, ayrıca Prof. Dr. İbrahim Saraçoğlu’nun görüntülerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** “BLD” logolu televizyon kanalında 28.08.2020 tarihinde saat 00.07’de yayınlanan reklamlarda; *“Çünkü ağrılarınız vardır, kireçlenmeleriniz vardır, ayakta duramıyorsunuzdur, bel fıtığınız vardır, boyun fıtığınız vardır, rahat bir nefes almak istiyorsanız, bir 3-5 dakikanız bize ayırın... İddia ediyoruz dakika içerisinde bütün sıkıntılarınızdan kurtulacaksınız.. Kireçlenmeniz varsa, eğer boyun fıtığı, bel fıtığı yaşıyorsanız yine soyluyorum eğilip kalkamıyorsanız, merdiven çıkıp merdiven inemiyorsanız, namaz kılamıyorsanız, Pazar poşetlerinizi taşıyamıyorsanız, kireçlenmeniz varsa ve çok önemli ayaklarınızda mantar ya da ayak kokusu varsa 5 dakika içerisinde, iddia ve ısrar ediyoruz 5 dakika içerisinde. Ben her zaman şunu söylüyorum. Böbrekleri ağrıyor, sırtına vuruyor bu merhemi kullanıyor geçmedi diyor. Geçmez. Böbreğine ne yapsın bu merhem. Bizim orada açık romatizmal kireçlenme, boyun fıtığı, eklem ağrıları, bel fıtığı, migren, sinüzit, ayak kokuları, mantar biz bunların zaten söylüyoruz. Şimdi 20 yıl adamın omzu ağrıyor. 20 yıl doktora gitmiş hiçbir fayda görmemiş, 5 dakikada bu kremden, bu merhemden fayda bekliyor. Sen bunu en az bir 15, 20 gün böyle bir kullan da 30 yıllık 20 yıllık ağrılarda bu kronikleşmiş ağrılarda fayda görmezsen o zaman fayda görmedim de...5 dakikada 20 senelik kronik ağrısı olanı kesmez. En az bir yarım saat. Yarım saat sonra etkisini göstermeye başlar. Bir iki gün de uygulamaya devam eder, Sonra farkı zaten kendisi görür. Bel fıtığı, boyun fıtığı, bel ağrısı, boyun ağrısı, romatizma, kireçlenme, eklem romatizmanız varsa, migreniniz varsa sık sık başınız ağrıyorsa, mantar derdiniz varsa, ayaklarınız kokuyorsa 5 dakika içerisinde bu sıkıntılardan sizleri kurtaracağız diyoruz... "0 212 700 18..., "Yörük Ana Ağrı Merhemi Toplam 10 Kutu, 99 TL. Kargo Kdv Dahil, Ellerinde Eklem Yerlerinde Kireçlenmesi Olanlar Bizi Arayın, Boyun Fıtığına ve Bel Fıtığına Ameliyatsız Çözüm, Sinüzit ve Migrene Son, Kireçlenmesi Olanlar Bizi Arayın, Siyatik Romatizma Gibi Ağrılarınız mı Var? Bizi Arayın”* şeklinde ifadelere yer verildiği,

NEHİR” logolu televizyon kanalında 2020 Eylül ayında yayınlanan reklamlarda; *“Ağrılarınız vardır, kireçlenmeleriniz vardır, ayakta duramıyorsunuz, bel fıtığınız vardır, boyun fıtığınız vardır,  rahat bir nefes almak istiyorsanız, bir üç beş dakikanızı bize ayırın çünkü hepinize iyi gelecek muhteşem bir ürün var, muhteşem bir merhem var. Ve Yörük Ana Ağrı Kesici Merhem diyoruz biz buna insanlara bugünün teknolojisiyle birleştirelim, yani o Yörük Ana Merhemi'nin o zamanki o çağlardan gelen Yörük Ana Merhemi'nin içeriğini aldık, bugün birleştirdik ve sizlere sunuyoruz…O ağrı sızı çeken amcam, ağrı sızı çeken dedem, ağrı sızı çeken teyzem, o ağrıları artık unut. Kolun mu ağrıyor, sepeti saldın çekemiyor musun, omuzunu mu kaldıramıyorsun, onların hepsine artık son. Hepsini artık ortadan kaldırıyoruz. Namaz mı kılamıyor sun, eğilemiyor musun, belin mi ağrıdı, boynunda sıkıntı mı var hepsini ortadan kaldırmak istiyor musun? Üç senedir, beş senedir ben bu sıkıntıyı çekiyorum ama artık çekmek istemiyorum diyorsan, kim bile bile ağrı çekebilir değil mi? İşte o ağrıların hepsini ortadan kaldırmak için Yörük Ana Merhemi' ni kullanacaksın İlaçların bile olmadığı dönemde bitkisel olarak hazırlanan bir ağrı merhemi. Ağrı kesici bir merhem... 5 dakika içerisinde hiçbir sıkıntınız kalmayacak. Sadece bu merhemi ağrı olan yere süreceksiniz. Ve 5 dakika içerisinde eğer bir sıkıntınız kalır ise arayacaksınız diyeceksiniz ki ben bu merhemden memnun kalmadım. O zaman işte paranızı da iade edeceğiz, ürün de size hediyemiz olarak sizde kalacak. İddia ediyoruz 5 dakika içerisinde bütün sıkıntılarınızdan kurtulacaksınız...”, “0212 700 18 12", "Yörük Ana Ağrı Merhemi Toplam 10 Kutu, 99 TL. Kargo Kdv Dahil, Ellerinde Eklem Yerlerinde Kireçlenmesi Olanlar Bizi Arayın, Boyun Fıtığına Ve Bel Fıtığına Ameliyatsız Çözüm, Sinüzit Ve Migrene Son, Kireçlenmesi Olanlar Bizi Arayın, Siyatik Romatizma Gibi Ağrılarınız Mı Var? Bizi Arayın*" şeklinde ve benzeri ifadelere yer verildiği,

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

Ayrıca söz konusu tanıtımların bazılarında; *“Şimdi 20 yıl adamın omzu ağrıyor. 20 yıl doktora gitmiş hiçbir fayda görmemiş, 5 dakikada bu kremden, bu merhemden fayda bekliyor. Sen bunu en az bir 15, 20 gün böyle bir kullan da 30 yıllık 20 yıllık ağrılarda bu kronikleşmiş ağrılarda fayda görmezsen o zaman fayda görmedim de”* ifadelerine yer verilerektüketicilerin bilimsellikten uzak tedavi yöntemlerini kullanmaya yönlendirildiği, dolayısıyla söz konusu tanıtımların kamu sağlığını bozucu nitelikte olduğu;

Prof. Dr. İbrahim Saraçoğlu’nun farklı programlardaki görüntülerinin tanıtımı ve satışı yapılan “Yörük Ana Ağrı Merhemi” adlı ürüne yönelik kullanılmış gibi gösterildiği ve bu ürünün kullanımının İbrahim Saraçoğlu tarafından teşvik edildiği algısı oluşturularak tüketicilerin yanıltıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla söz konusu tanıtımların;

- Kozmetik Yönetmeliği’nin 4 üncü ve 10 uncu maddeleri,

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

- İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanununun 13üncü maddesi,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/1, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5, 7/6, 9, 16, 26 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Lions Reklam Güvenlik Malzemeleri Temizlik Kozmetik İnşaat Malzemeleri Organizasyon San. Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **20.953 TL (Yirmibindokuzyüzelliüç Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**28)**

**Dosya No: 2020/5043**

**Şikayet Edilen: GM Radyo Televizyon Yayıncılık Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Yörük Ana Ağrı Merhemi”isimli ürüne yönelik “BLD” logolu televizyon kanalında yer alan tele-alışveriş reklamları

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** *“Çünkü ağrılarınız vardır, kireçlenmeleriniz vardır, ayakta duramıyorsunuzdur, bel fıtığınız vardır, boyun fıtığınız vardır, rahat bir nefes almak istiyorsanız, bir 3-5 dakikanız bize ayırın... İddia ediyoruz dakika içerisinde bütün sıkıntılarınızdan kurtulacaksınız.. Kireçlenmeniz varsa, eğer boyun fıtığı, bel fıtığı yaşıyorsanız yine soyluyorum eğilip kalkamıyorsanız, merdiven çıkıp merdiven inemiyorsanız, namaz kılamıyorsanız, Pazar poşetlerinizi taşıyamıyorsanız, kireçlenmeniz varsa ve çok önemli ayaklarınızda mantar ya da ayak kokusu varsa 5 dakika içerisinde, iddia ve ısrar ediyoruz 5 dakika içerisinde. Ben her zaman şunu söylüyorum. Böbrekleri ağrıyor, sırtına vuruyor bu merhemi kullanıyor geçmedi diyor. Geçmez. Böbreğine ne yapsın bu merhem. Bizim orada açık romatizmal kireçlenme, boyun fıtığı, eklem ağrıları, bel fıtığı, migren, sinüzit, ayak kokuları, mantar biz bunların zaten söylüyoruz. Şimdi 20 yıl adamın omzu ağrıyor. 20 yıl doktora gitmiş hiçbir fayda görmemiş, 5 dakikada bu kremden, bu merhemden fayda bekliyor. Sen bunu en az bir 15, 20 gün böyle bir kullan da 30 yıllık 20 yıllık ağrılarda bu kronikleşmiş ağrılarda fayda görmezsen o zaman fayda görmedim de...5 dakikada 20 senelik kronik ağrısı olanı kesmez. En az bir yarım saat. Yarım saat sonra etkisini göstermeye başlar. Bir iki gün de uygulamaya devam eder, Sonra farkı zaten kendisi görür. Bel fıtığı, boyun fıtığı, bel ağrısı, boyun ağrısı, romatizma, kireçlenme, eklem romatizmanız varsa, migreniniz varsa sık sık başınız ağrıyorsa, mantar derdiniz varsa, ayaklarınız kokuyorsa 5 dakika içerisinde bu sıkıntılardan sizleri kurtaracağız diyoruz... "0 212 700 18..., "Yörük Ana Ağrı Merhemi Toplam 10 Kutu, 99 TL. Kargo Kdv Dahil, Ellerinde Eklem Yerlerinde Kireçlenmesi Olanlar Bizi Arayın, Boyun Fıtığına ve Bel Fıtığına Ameliyatsız Çözüm, Sinüzit ve Migrene Son, Kireçlenmesi Olanlar Bizi Arayın, Siyatik Romatizma Gibi Ağrılarınız mı Var? Bizi Arayın”* şeklinde ve ;*“Şimdi 20 yıl adamın omzu ağrıyor. 20 yıl doktora gitmiş hiçbir fayda görmemiş, 5 dakikada bu kremden, bu merhemden fayda bekliyor. Sen bunu en az bir 15, 20 gün böyle bir kullan da 30 yıllık 20 yıllık ağrılarda bu kronikleşmiş ağrılarda fayda görmezsen o zaman fayda görmedim de”*şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** “BLD” logolu televizyon kanalında 28.08.2020 tarihinde saat 00.07’de yayınlanan reklamlarda; *“Çünkü ağrılarınız vardır, kireçlenmeleriniz vardır, ayakta duramıyorsunuzdur, bel fıtığınız vardır, boyun fıtığınız vardır, rahat bir nefes almak istiyorsanız, bir 3-5 dakikanız bize ayırın... İddia ediyoruz dakika içerisinde bütün sıkıntılarınızdan kurtulacaksınız.. Kireçlenmeniz varsa, eğer boyun fıtığı, bel fıtığı yaşıyorsanız yine soyluyorum eğilip kalkamıyorsanız, merdiven çıkıp merdiven inemiyorsanız, namaz kılamıyorsanız, Pazar poşetlerinizi taşıyamıyorsanız, kireçlenmeniz varsa ve çok önemli ayaklarınızda mantar ya da ayak kokusu varsa 5 dakika içerisinde, iddia ve ısrar ediyoruz 5 dakika içerisinde. Ben her zaman şunu söylüyorum. Böbrekleri ağrıyor, sırtına vuruyor bu merhemi kullanıyor geçmedi diyor. Geçmez. Böbreğine ne yapsın bu merhem. Bizim orada açık romatizmal kireçlenme, boyun fıtığı, eklem ağrıları, bel fıtığı, migren, sinüzit, ayak kokuları, mantar biz bunların zaten söylüyoruz. Şimdi 20 yıl adamın omzu ağrıyor. 20 yıl doktora gitmiş hiçbir fayda görmemiş, 5 dakikada bu kremden, bu merhemden fayda bekliyor. Sen bunu en az bir 15, 20 gün böyle bir kullan da 30 yıllık 20 yıllık ağrılarda bu kronikleşmiş ağrılarda fayda görmezsen o zaman fayda görmedim de...5 dakikada 20 senelik kronik ağrısı olanı kesmez. En az bir yarım saat. Yarım saat sonra etkisini göstermeye başlar. Bir iki gün de uygulamaya devam eder, Sonra farkı zaten kendisi görür. Bel fıtığı, boyun fıtığı, bel ağrısı, boyun ağrısı, romatizma, kireçlenme, eklem romatizmanız varsa, migreniniz varsa sık sık başınız ağrıyorsa, mantar derdiniz varsa, ayaklarınız kokuyorsa 5 dakika içerisinde bu sıkıntılardan sizleri kurtaracağız diyoruz... "0 212 700 18..., "Yörük Ana Ağrı Merhemi Toplam 10 Kutu, 99 TL. Kargo Kdv Dahil, Ellerinde Eklem Yerlerinde Kireçlenmesi Olanlar Bizi Arayın, Boyun Fıtığına ve Bel Fıtığına Ameliyatsız Çözüm, Sinüzit ve Migrene Son, Kireçlenmesi Olanlar Bizi Arayın, Siyatik Romatizma Gibi Ağrılarınız mı Var? Bizi Arayın”* şeklinde ifadelere yer verildiği,

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

Ayrıca söz konusu tanıtımlarda; *“Şimdi 20 yıl adamın omzu ağrıyor. 20 yıl doktora gitmiş hiçbir fayda görmemiş, 5 dakikada bu kremden, bu merhemden fayda bekliyor. Sen bunu en az bir 15, 20 gün böyle bir kullan da 30 yıllık 20 yıllık ağrılarda bu kronikleşmiş ağrılarda fayda görmezsen o zaman fayda görmedim de”* ifadelerine yer verilerektüketicilerin bilimsellikten uzak tedavi yöntemlerini kullanmaya yönlendirildiği, dolayısıyla söz konusu tanıtımların kamu sağlığını bozucu nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla söz konusu tanıtımların;

- Kozmetik Yönetmeliği’nin 4 üncü ve 10 uncu maddeleri,

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

- İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanununun 13üncü maddesi,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/1, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5, 7/6, 9, 26 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, mecra kuruluşu **GM Radyo Televizyon Yayıncılık Anonim Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **20.953 TL (Yirmibindokuzyüzelliüç Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**29)**

**Dosya No: 2020/5044**

**Şikayet Edilen: Toru Medya Televizyon Radyo ve Reklamcılık Hizmetleri A.Ş**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Yörük Ana Ağrı Merhemi”isimli ürüne yönelik “NEHİR” logolu televizyon kanalında yer alan tele-alışveriş reklamları

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** “NEHİR” logolu televizyon kanalında 2020 Eylül ayında yayınlanan reklamlarda; “Ağrılarınız vardır, kireçlenmeleriniz vardır, ayakta duramıyorsunuz, bel fıtığınız vardır, boyun fıtığınız vardır,  rahat bir nefes almak istiyorsanız, bir üç beş dakikanızı bize ayırın çünkü hepinize iyi gelecek muhteşem bir ürün var, muhteşem bir merhem var. Ve Yörük Ana Ağrı Kesici Merhem diyoruz biz buna insanlara bugünün teknolojisiyle birleştirelim, yani o Yörük Ana Merhemi'nin o zamanki o çağlardan gelen Yörük Ana Merhemi'nin içeriğini aldık, bugün birleştirdik ve sizlere sunuyoruz…O ağrı sızı çeken amcam, ağrı sızı çeken dedem, ağrı sızı çeken teyzem, o ağrıları artık unut. Kolun mu ağrıyor, sepeti saldın çekemiyor musun, omuzunu mu kaldıramıyorsun, onların hepsine artık son. Hepsini artık ortadan kaldırıyoruz. Namaz mı kılamıyor sun, eğilemiyor musun, belin mi ağrıdı, boynunda sıkıntı mı var hepsini ortadan kaldırmak istiyor musun? Üç senedir, beş senedir ben bu sıkıntıyı çekiyorum ama artık çekmek istemiyorum diyorsan, kim bile bile ağrı çekebilir değil mi? İşte o ağrıların hepsini ortadan kaldırmak için Yörük Ana Merhemi' ni kullanacaksın İlaçların bile olmadığı dönemde bitkisel olarak hazırlanan bir ağrı merhemi. Ağrı kesici bir merhem... 5 dakika içerisinde hiçbir sıkıntınız kalmayacak. Sadece bu merhemi ağrı olan yere süreceksiniz. Ve 5 dakika içerisinde eğer bir sıkıntınız kalır ise arayacaksınız diyeceksiniz ki ben bu merhemden memnun kalmadım. O zaman işte paranızı da iade edeceğiz, ürün de size hediyemiz olarak sizde kalacak. İddia ediyoruz 5 dakika içerisinde bütün sıkıntılarınızdan kurtulacaksınız...”, “0212 700 18 12", "Yörük Ana Ağrı Merhemi Toplam 10 Kutu, 99 TL. Kargo Kdv Dahil, Ellerinde Eklem Yerlerinde Kireçlenmesi Olanlar Bizi Arayın, Boyun Fıtığına Ve Bel Fıtığına Ameliyatsız Çözüm, Sinüzit Ve Migrene Son, Kireçlenmesi Olanlar Bizi Arayın, Siyatik Romatizma Gibi Ağrılarınız Mı Var? Bizi Arayın" şeklinde ifadelere yer verildiği ayrıca Prof. Dr. İbrahim Saraçoğlu’nun farklı programlardaki görüntülerinin kullanıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** NEHİR” logolu televizyon kanalında 2020 Eylül ayında yayınlanan reklamlarda; *“Ağrılarınız vardır, kireçlenmeleriniz vardır, ayakta duramıyorsunuz, bel fıtığınız vardır, boyun fıtığınız vardır,  rahat bir nefes almak istiyorsanız, bir üç beş dakikanızı bize ayırın çünkü hepinize iyi gelecek muhteşem bir ürün var, muhteşem bir merhem var. Ve Yörük Ana Ağrı Kesici Merhem diyoruz biz buna insanlara bugünün teknolojisiyle birleştirelim, yani o Yörük Ana Merhemi'nin o zamanki o çağlardan gelen Yörük Ana Merhemi'nin içeriğini aldık, bugün birleştirdik ve sizlere sunuyoruz…O ağrı sızı çeken amcam, ağrı sızı çeken dedem, ağrı sızı çeken teyzem, o ağrıları artık unut. Kolun mu ağrıyor, sepeti saldın çekemiyor musun, omuzunu mu kaldıramıyorsun, onların hepsine artık son. Hepsini artık ortadan kaldırıyoruz. Namaz mı kılamıyor sun, eğilemiyor musun, belin mi ağrıdı, boynunda sıkıntı mı var hepsini ortadan kaldırmak istiyor musun? Üç senedir, beş senedir ben bu sıkıntıyı çekiyorum ama artık çekmek istemiyorum diyorsan, kim bile bile ağrı çekebilir değil mi? İşte o ağrıların hepsini ortadan kaldırmak için Yörük Ana Merhemi' ni kullanacaksın İlaçların bile olmadığı dönemde bitkisel olarak hazırlanan bir ağrı merhemi. Ağrı kesici bir merhem... 5 dakika içerisinde hiçbir sıkıntınız kalmayacak. Sadece bu merhemi ağrı olan yere süreceksiniz. Ve 5 dakika içerisinde eğer bir sıkıntınız kalır ise arayacaksınız diyeceksiniz ki ben bu merhemden memnun kalmadım. O zaman işte paranızı da iade edeceğiz, ürün de size hediyemiz olarak sizde kalacak. İddia ediyoruz 5 dakika içerisinde bütün sıkıntılarınızdan kurtulacaksınız...”, “0212 700 18 12", "Yörük Ana Ağrı Merhemi Toplam 10 Kutu, 99 TL. Kargo Kdv Dahil, Ellerinde Eklem Yerlerinde Kireçlenmesi Olanlar Bizi Arayın, Boyun Fıtığına Ve Bel Fıtığına Ameliyatsız Çözüm, Sinüzit Ve Migrene Son, Kireçlenmesi Olanlar Bizi Arayın, Siyatik Romatizma Gibi Ağrılarınız Mı Var? Bizi Arayın*" şeklinde ve benzeri ifadelere yer verildiği,

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

Ayrıca söz konusu tanıtımların bazılarında Prof. Dr. İbrahim Saraçoğlu’nun farklı programlardaki görüntülerinin tanıtımı ve satışı yapılan “Yörük Ana Ağrı Merhemi” adlı ürüne yönelik kullanılmış gibi gösterildiği ve bu ürünün kullanımının İbrahim Saraçoğlu tarafından teşvik edildiği algısı oluşturularak tüketicilerin yanıltıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla söz konusu tanıtımların;

- Kozmetik Yönetmeliği’nin 4 üncü ve 10 uncu maddeleri,

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

- İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanununun 13üncü maddesi,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/1, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5, 7/6, 9, 16, 26 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, mecra kuruluşu **Toru Medya Televizyon Radyo ve Reklamcılık Hizmetleri A.Ş** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **20.953 TL (Yirmibindokuzyüzelliüç Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**30)**

**Dosya No: 2020/25**

**Şikayet Edilen:** **Colgate Palmolive Temizlik Ürünleri Sanayi ve Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Colgate Max White” markalı diş macunu ambalajı üzerinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj

**Tespitler:** İnceleme konusu ürünambalajının ön yüzünde “*Kalıcı Beyazlık”* ibaresine ve altında “*Yeni leke oluşumunu önlemeye yardımcı olur\*\*”* ifadelerine; arka yüzünde ise *“Yüzey lekelerini yok etmeye yardımcı olur.\*”* ifadesine ve altında *“\*Yüzeysel lekeler için, günde iki kez 2 hafta boyunca kullanım ile”* ve *“\*\*Günlük kullanımla”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, söz konusu ürünambalajının önyüzünde yer verilen “*Kalıcı Beyazlık”* ibaresi ve altında yer alan “*Yeni leke oluşumunu önlemeye yardımcı olur\*\*”* ifadeleri ile arka yüzünde yer alan *“Yüzey lekelerini yok etmeye yardımcı olur.\*”* ifadesi ile altında yer alan *“\*Yüzeysel lekeler için, günde iki kez 2 hafta boyunca kullanım ile”* ve *“\*\*Günlük kullanımla”* ifadelerinin klinik çalışmalar ile desteklendiği, dolayısıyla söz konusu iddiaların doğruluğu bilimsel geçerliliği olan bilgi ve belgelerle ispatlandığından, anılan reklamların 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 inci maddesine **aykırı olmadığına** karar verilmiştir.

**31)**

**Dosya No: 2020/1181**

**Şikayet Edilen:** **Uraw Kozmetik A.Ş.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 18.10.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.uraw.com.tr/ adresli internet sitesinin 18.10.2020 tarihli görünümünde yer alan;

“Uraw 24K Gold Serum” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“(…)Angelica Yaprak Özü: Angelica özünün cilt bakımı ve güzellik etkileri, cilt kılcal damarlarını genişleterek kan dolaşımını hızlandırır. (…) Sivilce, kahverengi lekeler, çiller ve saç dökülmesini iyileştirmek için kullanılabilir. Hyaluronic Acid: Ciltteki tahrişlere, iltihaplı oluşumlara yararlıdır. (…)Akne izlerini önlemeye yardımcı olur. Palmitoyl Tripeptide: (…)Kırışıklıkların önlenmesine, dokuların iyileşmesine yardımcı olur”,*

“Uraw Anti-Aging Facial Serum” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“(…)diriliş bitkisi ile cildin canlanmasına ve yenilenmesine fayda sağlamaktadır.(…)”,*

“Uraw Arındırıcı Saf Kil Maske” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Okaliptüs Özü: Antimikrobiyal özellikleri ile sivilcedeki şişmeyi, kızarıklığı ve acıyı azaltabilen nane yağı aynı zamanda enfeksiyonlara da iyi gelir. Özellikle; yüzde çıkan sivilce için hoş kokulu iyileştirmeye yardımcı yöntemi olarak yaygın olarak kullanılmaktadır. Buhur (Frankincense) Yağı: İltihaplanmaların azaltılmasına ve bakterileri elimine edilmesine katkıda bulunan buhur yağı, cildi renklendirmekle kalmaz aynı zamanda hücrelerin sağlıklı bir şekilde gelişimine yardımcı olur. Çay Ağacı Yağı: (…) Yüksek düzeyde antioksidan içeren ve oldukça etkili antimikrobiyal ajanlara sahip olan çay ağacı yağı, kızarıklık, tahriş, siyah nokta azaltmaya yardımcı bir yağdır. Çuha Çiçeği Yağı: Omega-6 yağ asitleri barındıran ve cildi nemlendirerek egzamaya da oldukça iyi gelen bir bitkisel çözüm olan çuha çiçeği yağı, aynı zamanda antibakteriyel olup pürüzsüz bir cilt için de idealdir.”,*

“Uraw Aydınlatıcı Leke Kremi” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Symwhite Plus: Çam ağacından elde edilen pinosylvin’den ilham alınan ‘Phenylethyl Resorcinol’ ve ‘Bisabolol’ içerir. Bu iki kombinasyon melanin sentezinden azalma sağlayarak, cilt üzerinden aydınlatıcı etki gösterilmesine olanak sağlar. VC-IP: Tirozinaz enzimini inhibe ederek, melanin sentezinin düzenli olmasına yardımcıdır. Bu şekilde beyazlatıcı ve aydınlatıcı etki gösterir.(…) Crocus Crysanthus Extract: Gençliğin ve güzelliğin sembolü olan Çiğdem çiçeğinden elde edilen etken madde, kolajen elastin sentezini uyararak cilt yapısını yenileyerek düzenlenmesine yardımcı olur. Hücreler arası iletişimi kolaylaştırarak cildin yenilenme sürecinin hızlanmasını destekler.”,*

“Uraw Göz Çevresi Serumu” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“(…)Misket Limonu: Kılcal damarları kuvvetlendirir, aktif eder.”,*

“Uraw Kaş ve Kirpik Serumu” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“(…)Keratin: Keratin eksikliğinden dolayı uzamayan, incelmiş kirpiklere keratin uygulanarak hem daha gür hem de daha hacimli kirpik ve kaşlara ulaşmaya yardımcı olur.”,*

“Uraw Salyangoz Maskesi” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“(…)Scutalus Snail Salyangozu: Yüksek Allantoin içerir. Cildi besleyerek cildin hasar görmüş bölgelerinin onarılmasına fayda sağlar.”,*

“Uraw Anti-Aging Silver Serum” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“(…)Kolloidal gümüş tozu: Kolloidal gümüş suyu, sedef hastalığı ve egzama gibi birçok deri rahatsızlıklarında kullanılır. Yıpranmalarda yatıştırıcı etkisi bulunurken yanıklarda doku hasarını onarılmasına yardımcı olur.”,*

“Uraw Anti-Aging Ozone Krem-Serum” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“(…)Ozon yağının, en önemli yararlarından biri yaraların hızlı bir şekilde iyileşmesini destek olmasıdır. Özellikle ciltte oluşan çizgilerde etkili olan ozon yağı Ayakta oluşan mantar ve diğer hastalıkların tedavi sürecinde olumlu etkileri ile işe yarayan bir yağ türüdür. Sedef, varis, kırışıklık, egzama ve sivilce gibi cilt problemlerinin tedavisinde sıklıkla ozon yağı kullanımına rastlanır. Kolajen, fibroblastlar ve diğer hücreler tarafından oluşturulan bir protein türüdür. Cilt ve kas hücrelerinde bulunan kolajenin temel görevi bağ dokusunu güçlendirmek ve vücut bütünlüğünü korumaktır.”,*

“Anti Spot ( Leke Kremi ve Serum )” isimli ürün tanıtımlarında; *“(…)Jojoba esterleri: Jojoba yağı, ciltte yeni hücrelerinin oluşumuna katkı sağlar. Cilt hücrelerini yeniler. Antibakteriyel özelliğe sahiptir. Akne diye bilinen ciltteki iltihaplanmaları giderir. (…)İnci tozunun sağlığa olan faydalarını inceleyen bilim insanları, sedef olarak adlandırılan özel bir maddenin yeni cilt, kolajen ve kemik dokusu oluşumu için gerekli olanfibroblast ve osteoblastların yenilenmesine neden olabileceğini bulmuşlardır.(…) Kantaron bitkisinden elde edilen yağlar, hücre yenilenmesini destekler.”,*

“Uraw Çatlak Giderici Jel” isimli ürün tanıtımlarında; *“(…)Kalendula yağı: Hücreleri yenileyici özelliği ile biliniyor. Kızarıklık ve tahrişe karşı da oldukça fayda sağlayabiliyor. Cildi nemlendirdiği gibi vücuttaki çatlakların azaltılmasına yardımcı olur. Kuşburnu tohumu ve tatlı badem yağı: (…) Hücre yenilenmesine katkı sağlar.(…) Cilt hücrelerinin büyümesini ve restorasyonunu sağlayan vitaminler ve mineraller içerir. Bu sebeple azalan hücre dokusunun yenilenmesine katkıda bulunur.”,*

“Episerum Anti-Hair Removal” isimli ürün tanıtımlarında; *“(…)Aslanpençesi: Hormonsal bozukluklar nedeniyle çıkan tüylere karşı etkilidir.”,*

“Uraw Anti-Varis Serumu” isimli ürün tanıtımlarında; *“Çoban püskülü: Damarlardaki şişkinliği ve tıkanıklığı gidermeye yardımcı olur. Bunun yanı sıra, kan damarlarını güçlendirmek ve sıkılaştırmak için de çok faydalıdır. Guggul: Kan damarlarındaki iltihabın giderilmesine varisli damarların kötü görünümünü azaltılmasına destek olur. Ekinezya yağı: İltihabı azaltmaya ve varisli damarların neden olduğu ağrıları geçirmeye yardımcı olmaktadır. At kestanesi: Varisli damarların oluşmasına neden olan dolaşım sorunları için olarak kullanılan at kestanesi iltihap ve ağrıların da azaltılmasına destek olur. Hamamelis (Cadı Fındığı) (…)Damarları büzen etkisi kılcal damarlarınızı güçlendirir ve kanın geri dönüş akışını kolaylaştıran kapakçıkların işlevini yeniler. Maydanoz çayı: Maydanoz çayı sıvı tutulması ve iltihaplanmayla ilişkili sorunlar için oldukça önemlidir. (…)At kuyruğu çayı: Damarlar aracılığıyla sağlanan dolaşımı artıracak ve ayrıca iltihaplanmayı önlemek adına kılcal damarlarınızı güçlendiren bir bitkidir. Adaçayı: Bu bitki, fazla sıvının yok edilmesini destekler ve ayrıca iltihaplanma sürecini düzenler.”,*

“Uraw Sıvı Bıttım Sabunu” isimli ürün tanıtımlarında; “*Eski çağlardan beri egzama, sedef, kızarıklık, sivilce, kaşıntı gibi cilt sorunları için yardımcı doğal ürün olarak kullanılan Bıttım meyveleri yağ haline getirilerek sıvı form hale getirildi.”,*

“Uraw Tüy Dökücü ve Azaltıcı Sprey” isimli ürün tanıtımlarında; *“(…)Ceviz kabuğu kürü: Hirsutizm olarak da bilinen aşırı kıllı olma durumunun tedavisinde alternatif olarak kullanılır.(…) Allantoin: hücrelerin su içeriğini artırarak cildin kendini iyileştirip yenilemesi konusunda etkilidir.”,*

,“Uraw Profesyonel Beyazlatıcı Krem” isimli ürün tanıtımlarında; *“(…)Meyan Kökü:Ciltteki fazla pigmenti azaltarak cildin renk farklılıklarını ve cilt lekelerinin giderilmesine yardımcı olur. (…)Shea Yağı(…)Ciltteki fazla melanini inhibe ederek cildin renk ayrışmalarının azaltılmasına katkıda bulunur. Leke ya da hiperpigmentasyon tedavisinde etkili aktiflerden biridir.”,*

“Uraw At Kuyruğu Bitkisi Özlü Şampuan” isimli ürün tanıtımlarında; *“Ancrine: (…)transglutaminaz enzim aktivitesini arttırarak, saçların köklerine daha sıkı bağlanmasına destek olur. Capilectine: Hücrelerin metabolizmalarının canlandırılmasına ve çoğalma yeteneklerinin arttırılmasına destek olur. Bu özelliği ile saç kayıplarının yaşandığı ‘telogen’ safhasında saça etki ederek, saçın ömrünün uzatılmasına, dökülmesini önlemeye yardımcı olur.”,*

“Uraw Mavi Serum” isimli ürün tanıtımlarında; *“(…)Mavi serum, saçın ihtiyacı olan vitaminleri sağlarken aynı zamanda saç derisinin köklerine işleyerek bu bölgede harekete geçer. Öte yandan dermaroller desteği ile ile kafa derisinde oluşturulan mikro-hasarlar vücudun tamir sürecini tetikleyerek cilt hasarları iyileştirmek için aşırı kolajen üretmeye destek olur. (…)Atkuyruğu bitkisi ekstraktı: Atkuyruğunda bulunan silika saç dökülmesinin yavaşlamasını ve yeni saç köklerinin büyümesini teşvik eder. Bu kan dolaşımını artırır, saç köklerini besler ve saç uzamasına yardımcı olur. Atkuyruğu bitkisinde bulunan amino asitler ve fitosteroller kafa derisi üzerinde yağ birikiminin azaltılmasına destek olurken saç köklerinin güçlendirilmesine katkıda bulunur.”* şeklinde ifadelere yer verildiği,

https://www.instagram.com/urawcosmetics/ adresli internet sitesinin 18.10.2020 tarihli görünümünde yer alan;

“Uraw Mavi Serum Forte” isimli ürün tanıtımlarında; *“Saç Çıkaran mucize formül. (…)Binlerce kişiye saçlarını kavuşturan Uraw Mavi Serum "Forte" ile daha kısa sürede saçlara ulaşıyorsunuz. Formülüne eklenen 9 benzersiz bitki özleri ile 9 kat daha güçlü hale getirilen Uraw Mavi Serum Forte ile saçı çıkmayan kalmıyor. (…).(…)Ekmiyoruz çoğaltıyoruz. Son dönemlerin en popüler saç çıkartıcı ürünleri arasına giren Mavi Serum, içerdiği bitki özleri ile saçlarınıza gerekli vitamin ve mineralleri sunarak dökülen saçlarınızı yeniden çıkartıyor.(…)”,*

“Uraw Meyan Kremi” isimli ürün tanıtımlarında; “*Meyan Kremi İle Cildinize iyi bakın. Egzama, sedef ve çatlaklıklara karşı cildinizi mucizevi etkisiyle koruma altına alan Uraw Meyan Krem ile cildiniz daha güzel ve daha pürüzsüz olacak.(…)Geçmişten günümüze, iltihap giderici, önleyici ve antiseptik özelliği bilinen Meyan kökü egzama, sedef, sivilce ve çatlaklar gibi rahatsızlıklarda kullanılan önemli bir bitkidir.”,*

“Uraw Salyangoz Özlü Krem” isimli ürün tanıtımlarında; *“Sıkı bir cilt için salyangoz özlü krem. Sivilce akne problemi yaşayanlara tavsiye edilir. Ciltteki hasarları onarır.”,*

“Uraw B5 Forte Shampoo” isimli ürün tanıtımlarında; *“Saç dökülmelerine “dur” demenin tam zamanı. Saç dökülmelerine karşı içeriğindeki etki bileşenleri ile mücadele eden ve kısa sürede olumlu sonuçlar gösteren Uraw B5 Forte Shampo ile saç dökülmelerine “dur” demenin tam zamanı. (…)2 yıkamada dökülmeyi durduran şampuan. URAW COSMETICS B5 FORTE ŞAMPUAN Saç dökülmesine kalıcı çözüm isteyenlere özel şampuan.”,*

“Uraw Çatlak Önleyici Krem” isimli ürün tanıtımlarında; *“Yaralı ve hasarlı bölgeyi onarır.”* şeklinde ifadelere yer verildiği,

https://www.facebook.com/urawcosmetics adresli internet sitesinin 18.10.2020 tarihli görünümünde; *“Uraw ödem serumu ile fazla kilolardan anında kurtulun(…)Meyan Kremi.. Egzama Sedef Sivilce(…)Uraw Blue Hair Serum. Ekmiyoruz çoğaltıyoruz!”* şeklinde ifadelere yer verildiği,

Diğer taraftan, inceleme konusu tanıtımlarda; *“Türkiye’nin tercih ettiği mavi serum. (…)Satış rekorları kıran Uraw Blue Hair Serum (Mavi serum) (…)10 ayda yurtiçi ve yurtdışı satış rekorları kıran Uraw Blue Hair Serum (Mavi serum)”* ifadeleri ile *“Mavi Serum Geliştirildi. Şimdi 9 kat daha güçlü! 9 Kat daha etkili! (…)Mavi Serum Forte, bildiğiniz Mavi Serum'dan çok daha hızlı etki ederek, çok daha kısa zamanda sonuç almanızı sağlıyor.(…)”* şeklinde ifadelere, bununla birlikte tüm "Uraw" markalı kozmetik ürünlere yönelik olarak *“Dermo Tested”,* *“Alcohol Free”* ve *“Natural Product*” ibarelerinin kullanıldığı,

tespit edilmiştir.

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

Diğer taraftan, https://www.instagram.com/urawcosmetics/ adresli internet sitesinin 18.10.2020 tarihli görünümünde yer alan; *“Türkiye’nin tercih ettiği mavi serum. (…)Satış rekorları kıran Uraw Blue Hair Serum (Mavi serum) (…)10 ayda yurtiçi ve yurtdışı satış rekorları kıran Uraw Blue Hair Serum (Mavi serum)”* ifadeleri ile *“Mavi Serum Geliştirildi. Şimdi 9 kat daha güçlü! 9 Kat daha etkili! (…)Mavi Serum Forte, bildiğiniz Mavi Serum'dan çok daha hızlı etki ederek, çok daha kısa zamanda sonuç almanızı sağlıyor.(…)”* şeklinde ifadelerin, bununla birlikte, www.uraw.com.tr/ adresli internet sitesinin 18.10.2020 tarihli görünümünde yer alan ve tüm "Uraw" markalı kozmetik ürünlere yönelik olarak kullanılan *“Dermo Tested”,* *“Alcohol Free”* ve *“Natural Product*” ibarelerinin bilimsel geçerliliği olan bilgi ve belgelerle ispatlanmadığı 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, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 9, 26 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Uraw Kozmetik 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 cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**32)**

**Dosya No:** **2020/2122**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** *"Pomellos"*isimli ürüne ilişkin muhtelif mecralarda yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.pomellos.com/ adresli internet sitesinde “Pomellos Saç Kremi Keratin&Argan”isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“%100 doğal keratin**& argan yağı. Sülfat içermez. Paraben içermez. Silikon içermez. Fitalat içermez. Renklendirici**içermez.”* ifadelerine, “Pomellostr” isimli instagram hesabında *“Pomellos Kolonya*” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; “*Pomellos'tan bir tavsiye: virüslerden korunmak**için ellerinizi su ve sabunla daha sık yıkayın ve fırsat buldukça Pomellos kullanın*. *Pomellos**kolonyaları 800c virüse dur de!”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** “Pomellostr”isimli instagram hesabının 15.12.2020 tarihli görünümünde yer alan *“Pomellos Kolonya*” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; “*Pomellos'tan bir tavsiye: virüslerden korunmak için ellerinizi su ve sabunla daha sık yıkayın ve fırsat* *buldukça Pomellos kullanın*. *Pomellos kolonyaları 800c virüse dur de!”*ifadelerine yer verilmek suretiyle söz konusu ürünün biyosidal etki gösterdiği iddiasında bulunulduğu, ancak, Biyosidal Ürünlerin Kullanım Usul ve Esasları Hakkında Yönetmeliğin “İzin alma ve bildirim zorunluluğu” başlıklı 5 inci maddesine göre, gerçek ve tüzel kişilerin söz konusu Yönetmelikte öngörülen bilgi ve belgeleri tamamlayarak faaliyet gösterecekleri ilin İl Sağlık Müdürlüğü’nden izin alması gerektiği, bu nedenle söz konusu tanıtım için gerekli izin alınmadan reklam ve tanıtım yapılmasının ilgili mevzuata ve dolayısıyla ticari reklam mevzuatına aykırı olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

-Biyosidal Ürünlerin Kullanım Usul ve Esasları Hakkında Yönetmeliğin 5 inci ve 6 ncı maddeleri,

- Biyosidal Ürünler Yönetmeliğinin 5inci ve 38 inci maddeleri,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/1-b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 6, 8, 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 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**33)**

**Dosya No:** **2020/4096**

**Şikayet Edilen: Avon Kozmetik Ürünleri Sanayi Ve Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://kozmetik.avon.com.tr/ adresli internet sitesinde yer alan "Full Speed Max Turbo Edt" isimli ürüne ilişkin "İkincisi 1 TL" şeklindeki tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://kozmetik.avon.com.tr/ adresli internet sitesinde yer alan "Full Speed Max Turbo Edt" isimli ürüne ilişkin "İkincisi 1 TL"şeklinde kampanya yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** https://kozmetik.avon.com.tr/adresli internet sitesinde yer alan **"**Full Speed Max Turbo Edt" isimli ürün ile ilgili "İkincisi 1 TL"şeklindeki kampanyaya ilişkintanıtımların 6502 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 inci maddesine **aykırılık teşkil etmediğine** karar verilmiştir.

**34)**

**Dosya No:** **2021/148**

**Şikayet Edilen: Doğuş Planet Elektronik Ticaret ve Bilişim Hizmetleri A.Ş**

**Şikayet Edilen Reklam**: [www.n11.com](http://www.n11.com) adresli internet sitesinde yer alan kozmetik ürün satışlarında taksit uygulamasına ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.n11.com](http://www.n11.com) adresli internet sitesinde yer alan kozmetik ürün tanıtımlarında “bireysel kartlar” ve “ticari kartlar” şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** www.n11.com adresli internet sitesinde yer alan kozmetik ürün satışlarında taksit uygulaması yasak olmasına rağmen taksit tablosuna yer verildiğine ilişkin tanıtımların 6502 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 inci maddesine **aykırılık teşkil etmediğine** karar verilmiştir.

**35)**

**Dosya No:** **2021/153**

**Şikayet Edilen: Çağrı TURAN**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.gittigidiyor.com adresli internet sitesinde “MiaLuna” adlıhesap

üzerinden yayınlanan “Toppik” markalı ürünlere ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.gittigidiyor.com adresli internet sitesinde yer alan ve “MiaLuna” adlı hesap üzerinden yayınlanan *“Toppik”* markalı ürünlere ilişkin tanıtımlarda; *“En iyi fiyat.%100 garanti.”* ifadelerine yer verildiği, ayrıca söz konusu internet sitesinde tanıtımı yapılan *“Toppik”* markalı ürünlerin ortalama piyasa fiyatlarının çok altında satışa sunulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** www.gittigidiyor.com adresli internet sitesinde yer alan “MiaLuna” adlı hesap üzerinden yayınlanan *“Toppik”* markalı ürünlere ilişkin tanıtımlarda; *“En iyi fiyat.%100 garanti.”* ifadelerinin ispatlanmadığı

Ayrıca söz konusu internet sitesinde tanıtımı yapılan *“Toppik”* markalı ürünlerin ortalama piyasa fiyatlarının çok altında satışa sunulmuş olması nedeniyle, bahsi geçen kozmetik ürünlerin “orijinal” olduğu yönünde yapılan tanıtımların gerçeği yansıtmadığı,

Bu bağlamda, 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 inci maddesinin 6 ncı fıkrasında yer alan *“Reklam verenler ticari reklamlarında yer alan iddiaların doğruluğunu ispatla yükümlüdür.”* hükmüne istinaden, tanıtımı yapılan ürünlerin “orijinal” olduğunun üretici veya ithalatçı firmalardan alınan fatura vb. belgeler ile ispatlanmadığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**36)**

**Dosya No: 2018/1429**

**Şikayet Edilen:** **Dr. Tanfer KUNT**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şahısla ilgili kısa mesaj üzerinden yapılan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Kısa Mesaj

**Tespitler:** Şahıs tarafından tüketicilere 2017 yılında gönderilen kısa mesajlarda*; "TANFERKUNT...Kliniğimizde hasta kabulüne başlamış bulunmaktayım.. Detaylı bilgi ve randevu için arayabilirsiniz. Prof. Dr. Tanfer Kunt - KBB Uzm. iletişim tel: 5301828015 - 212 8721252 online randevu www.doktortakvimi.com Barış Mah. Belediye Cad. Ginza Lavinya Sitesi No: 173 Beylikdüzü B002" ve "Medicana'dan ayrıldım. Sizleri, daha kaliteli hizmet sunabilmek için açtığım kendi kliniğimde görmekten mutlu olacağım. Prof. Dr. Tanfer Kunt - KBB Uzm. iletişim tel: 5301828015 - 212 8721252 online randevu www.doktortakvimi.com Barış Mah. Belediye Cad. Ginza Lavinya Sitesi No: 173 Beylikdüzü"* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu kısa mesajlarda yer alan ifadelerin bilgilendirme kapsamını aşarak “reklam’’ niteliğinde değerlendirildiği ve sağlık alanında çalışan şahsın faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı, talep yaratıcı nitelikte olduğu ve şahıs ile faaliyette bulunduğu kuruluşa yönlendirme yaparak, benzer alanda faaliyet gösteren hekimler ve kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açtığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme 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,

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

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi.

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**37)**

**Dosya No: 2018/1430**

**Şikayet Edilen:** **Dr. Sadiye KESKİN**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şahısla ilgili kısa mesaj üzerinden yapılan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Kısa Mesaj

**Tespitler:** Şahıs tarafından tüketicilere 2017 yılında gönderilen kısa mesajlarda*; "Medicana Hastanesi Cildiye Bölümünden ayrılmış olup Kliniğimizde hasta kabulüne başlamış bulunmaktayım Bilgi ve randevu tel: 5346426421 - 212 8721252 Adres: Barış Mah. Belediye Cad. Ginza Lavinya Sitesi No: 173 Beylikdüzü online randevu www.doktortakvimi.com"* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu kısa mesajlarda yer alan ifadelerin bilgilendirme kapsamını aşarak “reklam’’ niteliğinde değerlendirildiği ve sağlık alanında çalışan şahsın faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı, talep yaratıcı nitelikte olduğu ve şahıs ile faaliyette bulunduğu kuruluşa yönlendirme yaparak, benzer alanda faaliyet gösteren hekimler ve kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açtığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme 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,

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

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**38)**

**Dosya No: 2018/7663**

**Şikayet Edilen: İskender Yusuf (Psikoloji İris Danışmanlık Merkezi)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 29.10.2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.psikolojiiris.com adresli internet sitesinin 29.10.2019 tarihli görünümünde örnek olarak*;"....Aile ve çift danışmanlığının çalışma alanları aldatma (sadakatsizlik) aldatılma çift ilişkisinde yaşanan zorluklar, depresyon , kaygı ,geniş aile sorunları (Kayınvalide Kayınpeder veya çekirdek aile dışı sorunlar.) aile ve çift Danışmanlığına başvurulabilir. Çift danışmanlığında Her iki Çiftinde Duygusal süreçleri İşlendiği İçin daha sağlıklı ve mutlu bir yaşam inşa edebilmektedirler. Merkezimizde alanında uzman kişiler tarafından Satir Aile danışmanlığı, Gottman çift danışmanlığı, Çözüm Odaklı Aile Çift danışmanlığı,Stratejik aile danışmanlığı, Duygu Odaklı Çift Danışmanlığı uygulanmaktadır. Çiftler veya aileler ile ilk görüşmeden sonra uzman danışmanımız hangi model terapinin size uygun olduğunu seçerek bazen tek model bazende her bir modeli kullanarak danışmanlık sürecinizi sürdürmektedir....Cinsel Danışmanlık , cinsel sorunlar konusunda eğitim almış deneyimli psikiyatrist ve psikologlar tarafından cinsel sorunları olan birey ya da çiftlere uygulanan bir tür bilişsel davranış danışmanlığıdır . Bu danışmanlığın içinde gerekirse danışanın ihtiyacına göre diğer tekniklerine de yer verilmektedir. Cinsel Danışmanlık birey ya da çiftin yaşadıkları cinsel sorunlarına olan bakışlarını, cinsel ihtiyaçlarını, yaşanan cinsel uyum sorununu, yaşam şekillerini, birey ve çift olarak tek tek alıp değerlendiren, sistematik, yapılandırılmış bir danışmanlık planlaması ile yapılmaktadır...Cinsel problemler yaşayan kişiler zaman içerisinde , Kaygı sorunları, ve başarısızlık duygusu yaşarlar, ve yaşam kaliteleri düşer. Cinsel Danışmanlık hizmetleri olarak Vajinismus, Erken boşalma, Sertleşme sorunları, Cinsel İsteksizlik, Orgazm sorunları alanında destek olunmaktadır....Eğer siz de hayatınızın bir bölümünde yukarıda bahsedilen ve daha bahsedilmemiş bir çok sorgulamadan dolayı işlerin yolunda gitmediğini düşünüyorsanız, bu alanda hizmet veren en yakın bir cinsel danışmanla bağlantıya geçmenizde fayda olacaktır. Şayet ertelediğiniz, geçiştirip durduğunuz, yarın belki düzelir ya da gittikçe iyiye gider dediğiniz her cinsel sorun, korkularınızın ve kaygılarınızın her geçen gün daha da arttırmasına zemin hazırlayacaktır. Korktuğunuz şeyler gerçekten sandığınız kadar korkunç değildirler. Cinsel danışmanlık seansları ile yaşadığınız sorunları hızlı bir şekilde çözüme ulaştırabilirsiniz. Hayatın kendi kontrolünde hissiyatı uyandırır ve aldığı kararlarda, yaşamında daha mutlu olmaktadır. Bireysel Danışmanlığın hedefi çeşitli nedenlerle oluşan psikolojik ve duygusal sorunların giderilmesini sağlamaktır. Bireysel Danışmanlıkta çalışılan konular Stresle Başaçıkma, Özgüven sorunları, Korkular, Cinsel sorunlar, Kişilik Sorunları, Obezite, , Ölüm yas süreci, Aile içi ilişkiler, Çift sorunları, Geniş aile sorunları, Alkol ve madde kullanımı, İnternet Bağımlılığı Bireysel Danışmanlıkta sürecinde ele alınmaktadır. "* şeklinde ifadelere yer verildiği;

www.instagram.com ve www.facebook.com adresli sosyal paylaşım sitesinin 29.12.2019 tarihli görünümünde kuruluşa ait “Psikoloji İris Danışmanlık Merkezi” ile "psikolojiiris" kullanıcı isimli sayfalarda yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *"...'Corona virüs tedbiri günlerinde Skype üzerinden online danışmanlık / terapi hizmetimiz devreye girmiştir...Cinsel Danışmanlık , cinsel sorunlar konusunda eğitim almış deneyimli psikiyatrist ve psikologlar tarafından cinsel sorunları olan birey ya da çiftlere uygulanan bir tür bilişsel davranış danışmanlığıdır . Bu danışmanlığın içinde gerekirse danışanın ihtiyacına göre diğer tekniklerine de yer verilmektedir. Cinsel Danışmanlık birey ya da çiftin yaşadıkları cinsel sorunlarına olan bakışlarını, cinsel ihtiyaçlarını, yaşanan cinsel uyum sorununu, yaşam şekillerini, birey ve çift olarak tek tek alıp değerlendiren, sistematik, yapılandırılmış birdanışmanlık planlaması ile yapılmaktadır. Cinsel problemler yaşayan kişiler zaman içerisinde , Kaygı sorunları, ve başarısızlık duygusu yaşarlar, ve yaşam kaliteleri düşer. Cinsel Danışmanlık hizmetleri olarak Vajinismus,Erken boşalma, Sertleşme sorunları, Cinsel İsteksizlik, Orgazm sorunları alanında destek olunmaktadır. Ne Zaman Cinsel Danışmanlığa Başvurmalıyım? İnsanın cinselliği sadece cinsel organın ibaret değildir. Cinsellikle ilgili düşünceler, duygular ve yerleşmiş temel inançlar vardır. Bireyin cinsellik hakkında sahip olduğu köklü inançlar çoğunlukla hatalı olabilmektedir. Yaşanan cinsel sorunların ortaya çıkmasında kişinin bedensel, psikolojik ya da ilişkinin etkileşimleri etkili olabilir. Cinsel danışmanlığa başvuru zamanı, cinsel problem yaşayan birey ya da çiftin; ilişki, aile, sosyal hayat ve iş hayatı en önemlisi de kendilik değeri üzerindeki etkilerine göre değişkenlik gösterir. Birey ya da çift, yaşadığı cinsel problemi kendi içinde nasıl dengeliyor? Yaşanan bu problem ilişkisinde bir çatışma ortamı yaratmış mı? İlişkisi bu yüzden zarar görmeye başlamış mı? Sosyal hayatı ve iş hayatı yaşanan bu problemden ne derece etkilenmiş? En önemlisi de kişinin kendine yönelik öz suçlamaları var mı? Kendilik değerini kaybetmiş, özgüveni düşük, kendini yetersiz hissediyor mu? Yaşanan cinsel problem karşısında çaresizce kalıp geçmesini mi bekliyor? Cinsel danışmanlığa gidip gitmeme konusunda sorgulamalar başlamış mı?...Aile ve çift danışmanlığının çalışma alanları aldatma (sadakatsizlik) aldatılma çift ilişkisinde yaşanan zorluklar, depresyon , kaygı ,geniş aile sorunları (Kayınvalide Kayınpeder veya çekirdek aile dışı sorunlar.) aile ve çift terapisine başvurulabilir. Çift danışmanlığında Her iki Çiftinde Duygusal süreçleri İşlendiği İçin daha sağlıklı ve mutlu bir yaşam inşa edebilmektedirler. Merkezimizde alanında uzman kişiler tarafından Satir Aile terapisi, Gottman çift terapisi, Çözüm Odaklı Aile Çift terapisi,Stratejik aile terapis, Duygu Odaklı Çift Terapisi uygulanmaktadır. Çiftler veya aileler ile ilk görüşmeden sonra uzman danışmanımız hangi model terapinin size uygun olduğunu seçerek bazen tek model bazende her bir modeli kullanarak danışmanlık sürecinizi sürdürmektedir..."* gibi ifadelere yer verildiği;

www.youtube.com adresli sosyal paylaşım sitesinin 30.12.2019 tarihli görünümünde şahsa ait “İskender Yusuf" kullanıcı isimli sayfada yer alan muhtelif tarihli videolarda çeşitli bilgilendirmeler yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu internet sitelerinde, belirli tıbbi hizmetlerle ilgili yer alan ifadelerin sadece yetkili klinik psikolog, hekim ve sağlık kuruluşları tarafından sunulabileceği; şayet kuruluş bir sağlık kuruluşu olsa dahi mezkur sitelerde yapılan tanıtımların bilgilendirme kapsamını aşarak “reklam’’ niteliğinde değerlendirildiği ve sağlık alanında çalışan kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı, talep yaratıcı nitelikte olduğu ve kuruluşa ve şahsa yönlendirme yaparak, benzer alanda faaliyet gösteren kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açtığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanunun 8, 10, 24 VE Ek 13 üncü maddeleri,

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

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

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

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Psikoloji İris Danışmanlık Merkezi (İskender Yusuf)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**39)**

**Dosya No: 2018/7765**

**Şikayet Edilen: Muhammed Ruhi ÇENET**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://youtu.be/t7EvjutAibk linki üzerinden yayını yapılan videoda yer alan ifadeler.

**Reklam Yayın Tarihi:** 05.12.2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.youtube.com adresli sosyal paylaşım sitesinin 29.12.2020 tarihli görünümünde şahsa ait “Ruhi Çenet" kullanıcı isimli sayfanın https://youtu.be/t7EvjutAibk adresli uzantısında *"Ameliyat Sırasında Aniden Uyanırsanız Ne Olur? (ÜRPERTİCİ SİMÜLASYON)"* ismiyle yer alan videoda örnek olarak; *"...Herkese merhaba ben ruhi Çenet. birazdan izleyeceğiniz bu video yalnızca tüyler ürpertici değil aynı zamanda bir insanın hayatı boyunca yaşayabileceği en korkunç olayı da içinde barındırıyor. Düşünün ameliyat olmak için bir hastaneye gidiyorsunuz ve doktorunuz sizin kolunuza anestezi iğnesi yapacak anestezi uzmanı hemşireyi içeri çağırıyor. Vücudunuzdaki anesteziyle birlikte uykuya dalacaksınız ve doktorunuz bilincinizin kapanması için geri sayıma başlıyor. 5-4-3-2-1-0. Tamamen bilinçsiz bir halde ameliyathaneye götürülüyorsunuz. Sizi kesmek için soğuk çelik bir ameliyat masasının üzerine koyuyorlar. Doktorlar ameliyata hazırlanırken bazı şeyler duyuyorsunuz. Aralarında ameliyat hakkında konuşuyorlar. Hayretler içerisinde kendinize şunu söylüyorsunuz bunları duymam normal mi? Bilinçsiz olmam gerekmiyor muydu?...Sonrasında doktor eline neşteri alıp derinize yaklaştırıyor ve siz doktorun vücudunuzu kesişini santim santim hissediyorsunuz (kesme sesi var), çığlıklar atıyorsunuz...ama kimse sizi duyamaz çünkü bağırışlarınız sadece eyninizin içinde gerçekleşiyor. Bedeniniz felçli hareket edemiyorsunuz hemşirelere dokunamıyorsunuz kimseye uyanık olduğunuzu anlatamıyorsunuz her şeyi hissediyorsunuz. Ameliyatın son saatlerine geldiğinizde ise bir seri katil tarafından işkence edilmiş gibi hissediyorsunuz. Yüksek acı ve ağrıdan tekrar tekrar bayılıyorsunuz. Gözlerinizi açtığınızda ise hastane odasında çığlıklar içindesiniz. Uyanıktım her şeyi hissettim ama birçok insan size inanmıyor. Buna anestezi farkındalığı denir ve sadece basit bir hikaye değil birçok insanın başına gelen bir durumdur. Yapılan araştırmaya göre ameliyata giren her 700 insandan 1'i anestezi farkındalığı yaşar. Her yıl 21 milyon insandan 30 bini. .eğer ortalama bir lisede tüm öğrenciler ameliyata girecek olsaydı 4 kişinin başına gelebilecek sıklıkta bir durum. Temel olarak anestezi, anestezi uzmanları tarafından uygulanan ve vücudu bilinçsiz hale getiren farklı medikal uyuşturuculardan oluşan kokteyl ilaçtır. Aslında daha çok geçici komaya girmektir....2012'de Büyük Britanya ve İrlanda'daki tüm anestezi uzmanları bir araya gelerek bir araşırma hazırladı. Bıçak altına yatan 300 hastanın üzerinde anestezinin işlevini tam olarak yerine getirmemesi sonrasında hastaların korkunç psikolojik sıkıntılar çekmesi hakkında bir bildiri yayınladılar. 1998'de Carol WARE adındaki bir kadın göz ameliyatı olduğu sırada uyanmış ve doktorlara bir işaret vermek istemiş ama bir santim bile kımıldayamamış. Carol için 5 buçuk saatlik bu ameliyatın her bir saniyesi korkunç bir işkenceye dönmüş birçok sefer yüksek acıdan bilincini kaybedip uyanmış ve acıları tekrar tekrar bir daha yaşamış...İşte bazen çoğu hata doktorların ihmalkarlıkları ve çokbilmişliklerinden kaynaklanabiliyor. Doktorların yanlış tanı ve dikkatsizlikleri nedeniyle Dünya genelinde her yıl 1 milyondan fazla insan hayatını hastanelerde kaybediyor...Umarım bu video size farklı bir perspektis katmıştır ve sizi bilgilendirmiştir. Eğer ameliyata girecek olursanız hastanede beyin sinyallerinizi kontrol eden bir cihazın olduğundan emin olun böylelikle anestezi sonrası bilincinizin açık olup olmadığı belli olacaktır ama her hastanede bu cihaz yok o yüzden hastane seçiminde de dikkatli olun..."* gibi ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

**40)**

**Dosya No: 2019/607**

**Şikayet Edilen: Gökay YOLCU (Luvia Güzellik ve Estetik Merkezi)**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.luviaestetik.com ile www.facebook.com ve www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitelerinde kuruluşa ait yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 18.11.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.luviaestetik.com adresli internet sitesinin 18.11.2020 tarihli görünümünde örnek olarak; *"...DERMAPEN TEDAVİSİ AVANTAJLARI NELERDİR ? İnce çizgilerin azalması. Derinin sıkışması ve gerilmesi. Akne ve diğer lekelerin azalması ve hatta yok olması...Mükemmel Sonuç Sonsuz ve kusursuz güzellik için elini sende çabuk tut..lazer epilasyon istenmeyen tüylerden kurtulmanın en sağlıklı ve en hızlı yöntemidir. torbalı lazer epilasyon ‘un temeli cilde uygulanan lazer enerjisinin, tüy köklerine ulaşmasıdır. Kökler bu enerjiyi melanin pigmenti sayesinde emer ve tüy köklerini ısı enerjisiyle yok etme ya da uzama özelliğini kaybetmesine yol açar.... İlk lazer işleminde o an uzayan köklere etki edebileceğinden ve torbalı lazer epilasyon işleminin etkileri kişiden kişiye göre değiştiğinden kesin sonuç almak adına bu işlemler en az 5-8 seans tekrarlanmalıdır...dünyanın en iyi diode lazer teknolojilerinin birleştiği cihaz adele 810 ütüleme diode lazer 900w buz başlık…"* ifadelerine yer verildiği;

www.instagram.com ile www.facebook.com adresli sosyal paylaşım sitelerinin 18.11.2020 tarihli görünümünde kuruluşa ait *“Luvia Estetik ve Güzellik Merkezi"* ve *"luviaestetik"* kullanıcı isimli sayfalarda yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *"...seans ta gelen güzellik MEZOTERAPİ + DERMAPEN ciltte lekelenme, nem kaybı, kuruluk, soyulma, kırışıklık, yaşlılık gibi çeşitli problemlerde uygulanan bir numaralı yöntemdir. Sizde lekelerinizden kurtulup pürüzsüz bebeksi bir cilde sahip olmak için iletişime geçebilirsiniz...Epilasyonda Hibrit Teknolojisi ile tanışın 5 seans ta Tüylerinizden Kurtulun. Lazer Epilasyon ile İstenmeyen bölgelerde çıkan tüylerinizden kurtulup hem sağlık hem estetik olarak daha iyi bir görünüme sahip olabilirsiniz. 5 Seansta kalıcı kesin çözüm. Hibrit Teknolojisi ile diğer cihazlara oranla 20 kat daha etkili. 2019 yılı Avrupanın En iyi Lazer Epilasyon cihazı ödülü FDI ONAYLI..DİODE BUZ LAZER EPİLASYON İLE 5 SEANSTA %90 BİTİŞ. Buz lazerle pürüzsüz güzelliğe kavuşun...Seçtiğiniz herhangi bir bölgede 8 seans yağ yakımı 8 seans Sıkılaşma 10 seans Refomer pilates 4 Diyetisyen Görüşmesi Yağlarınızdan Kurtulup Fit ve Sıkı bir Vücuda sahiolabilirsiniz 1500 TL Kampanyamız ay sonuna kadar geçerlidir‼...Sağlıklı bir Yaşam ve Fazla kilolarınızdan kurtulmak için kendinizi, Profosyonel hizmet veren merkezleri tercih edin..." ifadeleri üzerinden dermapen, lazer epilasyon gibi işlemler hakkında bilgilendirme sınırını aşan ifadelere; hasta öncesi ve sonrası görsellerine ve kampanya ve fiyat bilgileri ile "...bütün samimiyetimle şunu söyleyebilirim ki rakipsiz. Muhteşem bir hizmet, ekip, aletler ve kremler. Kesinlikle tavsiye ediyorum...Harika fırsatlar · Profesyonel ürünler · Olağanüstü sonuçlar · Lüks deneyim..."* şeklinde yorumlara yer verildiği;

tespit edilmiştir.

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

Bu bağlamda, söz konusu tanıtımlar aracılığıyla kuruluşun sağlık alanında faaliyet gösterdiği ve tabip tarafından yapılması gereken ve güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen tıbbi işlemleri uyguladığı yönünde bir algı oluşturduğu; dolayısıyla, söz konusu tanıtımların ilgili mevzuata aykırı olarak benzer kuruluşlar arasında haksız rekabete yol açtığı, tüketici yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu;

Ayrıca, Tıbbi Cihaz Satış, Reklam ve Tanıtım Yönetmeliği'ne göre münhasıran sağlık meslek mensupları tarafından kullanılması veya uygulanması gereken cihazlar ile geri ödeme kapsamında olan cihazların reklamının yapılmasının yasak olduğu, bunların dışında kalan cihazların reklamına ise ilgili mevzuata uygun olmak koşuluyla izin verildiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**41)**

**Dosya No: 2019/2597**

**Şikayet Edilen: Estehair Saç Ekimi Estetik ve Cerrahi Hizmetleri A.Ş. (Estecenter Plastik Cerrahi Merkezi)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 21.12.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: https://estecenter.com/ adresli internet sitesinin 21.12.2020 tarihli görümünde örnek olarak; - Ana sayfada; *" Uzman kadromuz ile profesyonel saç ekimi... Saç ekim merkezimizde 18 yıllık tecrübemiz, üst düzey uzman kadromuz ve modern teknolojimiz ile dünyanın dört bir köşesinden hastalara hizmet sunmaktayız...."* ,

- " Saç Mezoterapisi" başlığı altında; *" Bu yöntem ile saç köklerini besleyen bileşenlerin kolay bir şekilde saça aktarılması sağlanır... böylece saçların daha canlı olması sağlanır...Saç Mezoterapisinin Etkileri- saç dökülmesini belirgin bir şekilde durdurur, saçın daha sağlıklı ve canlı olmasını sağlar, saç hücrelerini besler... Uygulama ağrısız olduğundan dolayı, küçük yaşlardaki çocuklar için de tercih edilebilmektedir... tedavi yüksek oranda başarı ile sonuçlanmaktadır..."* ,

- " DHI Saç Ekimi" başlığı altında; *" DHI saç ekimi operasyonu kesisiz, izsiz ve dikişsiz yapılmasından ötürü ekim yapılacak kişi tarafından en çok tercih edilen saç ekim yöntemleri arasındadır... Ekim yapılan alandaki iyileşme en fazla 1 hafta süreceğinden günlük yaşantınıza bir an önce geri dönebilirsiniz...Kullanılan bu özel iğneler sayesinde..olabildiğince doğal bir sonuç elde edilir..."* ,

- " Kaş Ekimi" başlığı altında; *".. bir tedavi yöntemi olan kaş ekimi, alanında uzman doktorlar tarafından kolaylıkla gerçekleştirilmektedir... ..Her geçen gün ilerleyen teknoloji...doğrultusunda...artık kaş ekimi de başarılı bir şekilde uygulanabilmektedir... uygunluğu tespit edilmiş olan her yaştaki ve durumdaki kişiye uygulanabilecek kadar basit bir işlem...Bu işlem toplamda yaklaşık 2 saat kadar kısa süren ve mikro çalışma olmasından dolayı herhangi bir acı veya ağrı yaşatmaz..."* ,

- "Dolgu Tedavisi" başlığı altında*; " ...kişileri daha güzel bir görünüme kavuşturmak ve cilde dolgunluk kazandırmak için cilt altına dolgu maddesi enjekte edilerek ciltte olumlu bir görünüm elde edilir. Bu sayede kişiler daha genç göründükleri gibi, alımlı bir görüntüye kavuşur..."* ,

- "Yüz Estetiği Çeşitleri" başlığı altında; *" ... Yüzümüzde oluşan bu deformasyonları gizlemek*

*ve her zaman daha genç görünmek isteriz. Bu yüzden bugün milyonlarca insan estetik cerrahinin nimetlerinden faydalanıyor. Özellikle yüz estetiği alanına talep oldukça yüksek..."* ,

- "Göğüs Estetiği" başlığı altında*; " ...Kişi ameliyat sonrasında ya hemen ya da yalnızca 1 gece hastanede kaldıktan sonra evine gönderilmektedir...bu yöntemle riskler en aza indirilmiştir...",*

- "Yağ Aldırma" başlığı altında*; "..Liposuction, iyileşme süreci oldukça kolay ve sıkıntısız geçen bir operasyondur...tahribatı azdır..."* gibi ifadelere yer verildiği,

Ayrıca, "Videolar" başlığı altında yer alan videolarda çeşitli ifadelerin yanısıra, hastaların önce ve sonra görsellerine yer verildiği,

www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinin 21.12.2020 tarihli görünümünde kuruluşa ait “estecenter” kullanıcı isimli sayfada yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *" ...UMY BARRE - Bir Modelin Estetik Hikayesi – Estecenter "Estecenter ile Değişen Hayatlar" serimize devam ediyoruz... Senegal'den İstanbul'a gelen ve 8 yıldır İstanbul'da yaşayan model Umy Barre, meme estetiği ameliyatı için Estecenter'ı tercih etti. Meme estetiği sürecini ve meme estetiği ameliyatı öncesi ve sonrasını anlatıyor...İyi Seyirler...ÇEKİLİŞ VAR! 1 kişiye SAÇ EKİMİ Hediye Estecenter’da büyük çekiliş zamanı! Hayalindeki saçlara kavuşman için işte fırsat. En çok yorumu yaparak kazanma şansını katla...Burun estetiği ameliyatı günümüzde özellikle ülkemizde en sık tercih edilen estetik operasyonlardan biridir. Burun estetiği ameliyatı ile gerek doğuştan gerekse travma sonucu oluşmuş bozuklukları düzeltmek mümkünken estetik açıdan daha düzgün, yüz hatlarını güzelleştirecek bir buruna sahip olabilirsiniz...Kıvrımlı bir bel bölgesi, çıkık bir popo hattı yuvarlak bir kalça yapısına sahip olmak, bu her zaman kolay olmayan ve çoğu insan için sadece hayal olarak kalan bir istektir. Ancak BBL + Liposuction kombine estetiği ile hayallerin gerçek olma zamanı. Brezilya Poposu estetiği genel anestezi kullanılarak yapılır ve liposuction tekniklerini içerir. Liposuction, yağları sadece kalçaların içine yeniden enjeksiyon yapmak için sorunlu bölgelerden çıkarmakla kalmaz, aynı zamanda çevresindeki alanları dikkatlice biçimlendirmek ve en iyi sonuçları elde etmek de için kullanılır. Böylece karın bölgesi incelirken istediğin dolgun kalçalara sahip olursun...Saç ekimi sonrası bir çok erkeğen merak ettiği ancak sormaya çekindiği yeni bir soruyu daha sizler için cevapladık. Saç ekimi sonrası ne zaman mastürbasyon yapılabilir? Cevabını videoda verdik...Furkan Kızılay Estecenter'da! Herkesin yakından tanıdığı ve severek izlediği; Havuç rolü ile hafızalara kazınan Furkan Kızılay hastanemizi ziyaret etti. Arkadaşına saç ektiğimiz ve kendisine de işlemler yaptığımız Estecenter macerasını...Yüz güldüren sonuçlar çıkarmaya devam ediyoruz. Hastamızın göğüs estetiği öncesi ve sonrası. Peki senin göğüs estetiğine ihtiyacın var mı? Cevabın "evet" ise yoruma bırak...."* gibi ifadelere yer verildiği,

www.facebook.com adresli sosyal paylaşım sitesinin 21.12.2020 tarihli görünümünde kuruluşa ait “Estecenter Plastik Cerrahi Merkezi” adlı kullanıcı isimli sayfada yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; "*...Ekimin yapılacağı alanın tıraş edildiği standart saç ekim süreci zor olmasa da, birçok kişi kafasını kazıtma fikrine sıcak bakmaz. Hatta bu nedenden dolayı saç ektirmekten vazgeçenler dahi olmuştur. Bu durumun önüne geçmeyi amaçlayan ve özellikle de az bir alana ekim yapılacağı zaman sık tercih edilen tıraşsız saç ekim işlemi; saçların hem ekim, hem de iyileşme sürecinde daha doğal bir görünüme sahip olmasını ve dolayısıyla hastanın da normal hayatına daha çabuk dönebilmesini amaçlar...Yüz güldüren sonuçlar çıkarmaya devam ediyoruz. Hastamızın burun estetiği öncesi ve sonrası. Peki senin burun estetiğine ihtiyacın var mı? Cevabın "evet" ise yoruma <3 bırak...Anneler gününe özel Tüm Estetik Operasyonlarında %40'a varan indirimler! Fırsatları kaçırmamak için hemen bize WhatsApp'tan ulaşın. (530) 301 81 88. Kampanya...SAÇ LAZERİ Türkiye güzeli Tuğba Melis Türk'ün sağlıklı saçlar için tercihi İbrahim Çevik oldu. Saç Lazeri işlemi saçların dökülmesini ve kellik problemini azalttığı gibi saçların daha da güçlü ve hacimli bir hale gelmesine yardımcı oluyor...Saç Ekimi ve Estetik alanında konusunda uzmanlaşmış doktorlarımız ve deneyimli akademik kadromuzla, tam teşekküllü hastane ortamında, donanımlı ameliyathanelerimiz, en son teknoloji ürünü ekipmanlarımız ile birlikte tam 17 yıldır hizmet vermekteyiz. "Estehair" markası ile kısa zamanda faaliyet alanımızı genişletip, güçlü bir marka haline geldik. Ülkemize yurt dışından sağlık turizmi amacıyla gelen misafirlerimize sağlık hizmetlerinin yanı sıra, havalimanından karşılama, konaklama, tercüman eşliğinde İstanbul’un tarihi ve kültürel zenginliklerini de görme fırsatını sağlayarak, konuklarımızı VIP kalitesinde ağırlamaktayız..."* gibi bilgilendirme sınırını aşan ifadelerin yanısıra, hastaların önce ve sonra görsellerine; tıbbi işlemlere ilişkin kampanya bilgileri ile *"...10 gün önce saç ektirdim ve bu kadar kısa sürede çok iyi sonuç elde ettim şu anda gayet iyiyim herhangi bir Ağrı sızı hissetmiyorum saç Ekmimi yapmak isteyen yada düşünen varsa hiç tereddüt etmeden Burayı tercih edebilirler..."* şeklinde ifadelere yer verildiği,

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu internet sitesi ve sosyal paylaşım sitelerinde yer alan ifade ve görüntülerin; tabip tarafından uygulanması gereken ve tıbbi işlemler arasında olan "Saç Ekimi, Liposuction, Dolgu, Plastik cerrahi" gibi uygulamalar ile ilgili olduğu, bu nedenle, söz konusu tanıtımların bilgilendirme kapsamını aşarak “reklam’’ niteliğinde değerlendirildiği ve sağlık alanında çalışan kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı, talep artırıcı ve kuruluşu övücü nitelikte olduğu ve kuruluşa yönlendirme yaparak, diğer kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açtığı tespit edilmiştir.

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

Diğer taraftan, yürürlükte bulunan mevzuatta “Plastik Cerrahi Merkezi” adı ile tanımlanan herhangi bir sağlık kuruluşu türü olmadığı halde, inceleme konusu internet sitesinde kuruluşun isminin *“Estecenter Plastik Cerrahi Merkezi ”* olarak belirtildiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Estehair Saç Ekimi Estetik ve Cerrahi Hizmetleri A.Ş. (Estecenter Plastik Cerrahi Merkezi)** 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.

**42)**

**Dosya No: 2019/4699**

**Şikayet Edilen: SAYEB Sağlık Yatırımları Eğitim Bilişim San. ve Tic. Ltd. Şti. (Özel Ankara Mayagöz Hastalıkları Merkezi)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 25.09.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.mayagoz.com adresli internet sitesinin 25.09.2020 tarihli görünümünde örnek olarak; *"..Türkiye’de ilk olan, Ellerimiz Konuşuyor projesiyle işitme engelli hastalarımızla iletişim kurmak amacıyla işaret dili eğitimi alıp; engelsiz bir MAYAGÖZ için çağrı merkezinde görüntülü randevu vermekteyiz. Hastalar ile doğrudan irtibatta olan personelimizin tamamına 3 aylık sürede işaret dili eğitimi verildi. MAYAGÖZ çağrı merkezine ve hastalar ile iletişimde olan personele, hastaların randevu veya tedavi sonrası bilgilendirme için aradıkları çağrı merkezine, akıllı telefonlar ve tabletler üzerinden görüntülü görüşme yapabilme imkanı sağlandı. Böylece işitme engelli hastalar, doğrudan görüntülü görüşme başlatarak işaret dili üzerinden haberleşebilir hale geldiler...Bu bölümde, muayene ve tedavi sürecinin nasıl yürütüleceğine dair bilgiler mevcuttur. Memnuniyetiniz bizim için çok önemlidir. Memnuniyetiniz bizim için çok önemlidir. Taleplerinizi ve dileklerinizi iletmek istediğinizde; 444 6292 veya hastahizmetleri@mayagoz.com 'dan bize ulaşabilirsiniz...Hekiminizin size teşhis koymak için istediği tetkikler, Tetkik Birimi'nde bulunan çalışanlarımız tarafından en kısa sürede yapılacaktır...MAYAGÖZ ailesi olarak sizler için düzenlemekte olduğumuz SAĞLIKLI YAŞAMAYA TOPLANTILARI'na sizleri davet etmekten büyük onur duyuyoruz. Toplantılarımızda ki amacımız sizleri bilinçlendirerek, sağlıkta hakkaniyet ve kaliteli sağlık hizmeti anlayışı çerçevesinde sağlıklı yaşamaya katkı sağlamayı birincil hedef edinmekteyiz. SAĞLIKLI YAŞAMAYA TOPLANTILARI kapsamında, konuşmacı olan uzman hekimlerimiz belirtilen konular hakkında bilgi ve deneyimlerini sizlerle paylaşacaklar. Toplantı sonunda gerçekleştirilecek olan Soru-Cevap kısmında sorularınızı sorma imkânı sağlanacaktır. Aşağıda belirtilen takvimden sizin için uygun olan konu ve gün için tarihinizi belirleyebilir ve bizlere geri dönüş yapabilirsiniz..."* gibi tanıtımlara yer verildiği;

www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinin 25.09.2020 tarihli görünümünde kuruluşa ait “mayagozankara” kullanıcı isimli sayfada yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *"...SGK ile anlaşmalıyız. Merkezimizde SGK Kapsamında \*TETKİKLERDEN FARK ALMIYORUZ!!!\*Göz Anjiyografisini kapsamamaktadır...FEMTO LASIK cerrahisi sonrası güneş gözlükleri arkasında aylarca gözlerinizi saklamanıza gerek yok.. Yazın tadını GÖZLÜKSÜZ çıkarın!!#excimerlazer #FEMTO #femtolazer #femtolasik #gozluktenkurtul #gözlüksüzyaşam...Ertelemek zorunda kaldığınız GLOKOM DİYABET SARI NOKTA gibi takip gerektiren rahatsızlıklarıniz icin HİJYENİK KOŞULLARDA HAFTA İÇİ VE CUMARTESİ muayene ve ameliyatlar ile HİZMETİNİZDEYİZ!...GÖZ SAĞLIĞINIZI ERTELEMEYİN! Muayene ve Ameliyatlar ile hizmetinizdeyiz! Merkezimizde tüm işlemleriniz; MAKSİMUM GÜVENLİK ve HİJYENİK KOŞULLAR ALTINDA yapılmaktadır...BOTOX ile yenilenME zamanı...Ankara Mayagöz olarak muayene olacak hastalarımıza tedbir amaçlı “1 adet” ÜCRETSİZ MASKE TEMİN EDİYORUZ!..."* gibi tanıtımlara yer verildiği;

www.facebook.com adresli sosyal paylaşım sitesinin 25.09.2020 tarihli görünümünde kuruluşa ait “Mayagöz Merkezi” kullanıcı isimli sayfada yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *"...Anlaşmalı Kurumlarımıza bir yenisi daha eklendi. @sivilmemurlarsendikasi @sime.sen @ankara\_simesen Sgk kapsamında merkezimizde TETKİKLERDEN ÜCRET ALMIYORUZ...Tüm hastalarımız ile çalışanlarımızın güvenliği için hastane girişlerinde sağlık çalışanları dahil herkesin ateş ölçümü yapılmakta, el dezenfeksiyonu sağlanmaktadır... Botox ile yenilenme zamanı...Yazın tadını GÖZLÜKSÜZ çıkarın!!#excimerlazer #FEMTO #femtolazer #femtolasik #gozluktenkurtul #gözlüksüzyaşam...Sizler için her zaman görevimizin başındayız! #corona #covid\_19 #pandemic...ARTIK BU YÜK SİZE FAZLA MI? FEMTO LASİK ile GÖZLÜKLERİNDEN KURTUL...harika bir hastane tavsiye ederim herkese.."* gibi tanıtımlara yer verildiği;

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu internet sitesinde yer alan ifadelerin, tabip tarafından

uygulanması gereken tıbbi işlemlerle ilgili olduğu; bu nedenle, söz konusu tanıtımların bilgilendirme kapsamını aşarak “reklam’’ niteliğinde değerlendirildiği ve sağlık alanında çalışan kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı, talep yaratıcı nitelikte olduğu ve kuruluşa yönlendirme yaparak, benzer alanda faaliyet gösteren kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açtığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

- Özel Hastaneler Yönetmeliğinin 60 ıncı maddesi,

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

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **SAYEB Sağlık Yatırımları Eğitim Bilişim San. Ve Tic. Ltd. Şti. (Özel Ankara Mayagöz Hastalıkları Merkezi)** 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.

**43)**

**Dosya No: 2019/8335**

**Şikayet Edilen: Dt. Kutlay ÖZCAN**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.facebook.com adresli sosyal paylaşım sitesinde şahsa ait sayfalarda yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 25.09.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinin 25.09.2020 tarihli görünümünde şahsa ait “diş hekimi kutlay özcan” kullanıcı isimli sayfada yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda hasta öncesi ve sonrası işlem görüntülerine yer verildiği tespit edilmiştir

**Değerlendirme/Karar:** Bu bağlamda inceleme konusu görsellerin ve ifadelerin sağlık alanında çalışan kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı, talep yaratıcı nitelikte olduğu ve kuruluşa yönlendirme yaparak, benzer alanda faaliyet gösteren kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açtığı, bu nedenle, söz konusu tanıtımların bilgilendirme kapsamını aşarak “reklam’’ niteliğinde değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

- Sağlık Meslek Mensupları ile Sağlık Hizmetlerinde Çalışan Diğer Meslek Mensuplarının

İş ve Görev Tanımlarına Dair Yönetmeliğin 5/c maddesi,

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**44)**

**Dosya No: 2019/8636**

**Şikayet Edilen: Ali DOĞAN (Aris İstanbul Estetik ve Güzellik-Çukurambar)**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.facebook.com, www.instagram.com ve www.youtube.com adresli sosyal paylaşım sitelerinde kuruluşa ait yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 30.09.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.facebook.com adresli sosyal paylaşım sitesinin 30.09.2020 tarihli görünümünde kuruluşa ait *“Aris İstanbul Cukurambar Vip Güzellik & Bakim”* kullanıcı isimli sayfada yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak*; "...Anneler gününe özel %10 indirim fırsatını kaçırmayın...Kimyasal peeling donuk ve cansız görünümlü cildi canlandırmak için uygulanan, cildin çeşitli katmanlarının kontrollü ve yüzeysel bir şekilde soyulmasına dayalı bir yöntemdir. Kimyasal peeling ayrıca ciltteki koyu renkli lekelerin tedavisi, yüzeysel kırışıklıkların, akne ve izlerinin giderilmesi için de kullanılır...Tek bir bölgeniz sadece beş dakika sürüyor siz hala eski sistemlerle saatlerce süren acılı işlemlerden kurtulmadınızmı üstelik deneme seanslarımız ücretsiz..."* ifadeleri ile hasta öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği,

www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinin 30.09.2020 tarihli görünümünde kuruluşa ait “*ariscukurambarvip*” kullanıcı isimli sayfada yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *"...İlk seanstan itibaren batıklarda ve kararmalarda en başarılı sonuçları veren 4800 Watt buz epilasyonla çalıştığımızı biliyormuydunuz Üstelik deneme seanslarımız ve ön görüşmelerimiz ücretsiz...Ankarada ilk ve tek 4800Watt Buz Epilasyon Tek seansta batık ve kararmalarda en etili çözüm...Dermapen sonucumuz Düzenli periotlarla geldiğiniz takdirde cilt altınızda kolejen üretiminizi aktifleştiren ,bağ dokularınızı güçlendiren geleceğe yatırım bir uygulamadır... aşama aşama dermapen sonucumuz...Uzman diyetisyen Büşra Altınkaynak Çiloğlu ile 5 AYDA 27,8 KG....."* ifadeleri ile hasta öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği,

www.youtube.com adresli sosyal paylaşım sitesinin 01.10.2020 tarihli görünümlerinde kuruluşa ait *“Aris Çukurambar Vip Güzellik Merkezi”* kullanıcı isimli sayfada muhtelif ifadelere ve hastaların işlem esnasındaki görsellerine yer verildiği;

tespit edilmiştir.

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

Bu bağlamda, söz konusu tanıtımlar aracılığıyla kuruluşun sağlık alanında faaliyet gösterdiği ve tabip tarafından yapılması gereken ve güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen tıbbi işlemleri uyguladığı yönünde bir algı oluşturduğu; dolayısıyla, söz konusu tanıtımların ilgili mevzuata aykırı olarak benzer kuruluşlar arasında haksız rekabete yol açtığı, tüketici yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Ali DOĞAN (Aris İstanbul Estetik ve Güzellik-Çukurambar)** 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

**45)**

**Dosya No: 2019/8643**

**Şikayet Edilen:** **Dt. Tayfun TURNA**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 25.09.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu www.tayfunturna.com adresli internet sitesinin 25.09.2020 tarihli

görünümünde örnek olarak; *"....Kaliteli Hizmet Mutlu Hastalar...Gülümsemenizi Ertelemeyin! Dental implantlar ile sağlıklı mutlu gülüşler mümkün!...Botox uygulamaları..."* gibi tanıtımlara yer verildiği;

www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinin 25.09.2020 tarihli görünümünde kuruluşa ait *“tayfunturna”* kullanıcı isimli sayfada yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *"...CORONAVIRUS (COVID-19) salgını sebebiyle sadece acil tedavi ihtiyacı olan hastaları gerekli önlemlerle aldığım (almak zorunda olduğum) kliniğimde...Bişektomi (yanak inceltme) operasyonu ile kombine Lip Lift (dudak kaldırma) operasyonu:...Estetik bölgede diş formundan memnun olmayan hastaların beklentisini çok kısa sürede (30dakika- 1 saat) karşılayan, dayanıklı, estetik, uygulandığı dişlere hiç dokunulmadığı için diş dostu olan bir yöntemdir...Yapılan botox uygulamasıyla belirtilen bu bölgelerin hepsinde yeterli iyileştirme sağlamak mümkündür..."* gibi ifadelere; hasta öncesi ve sonrası görsellere yer verildiği;

www.facebook.com adresli sosyal paylaşım sitesinin 25.09.2020 tarihli görünümünde kuruluşa ait *“Uzm. Dr. Tayfun TURNA Ağız Diş ve Çene Cerrahisi Uzmanı”* kullanıcı isimli sayfada yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *"...Kendisi alanında en iyilerden bir tanesidir...Tayfun Bey’in Eli cok hafif ve agrisiz sizisiz isleminiz yapiliyor. 5 yildizli son sistem alet edevatli muaynanane. Kesinlikle Tavsiye ediyorum...LIP LIFT (DUDAK KALDIRMA) AMELİYATI: Üst dudak-Burun arası mesafesi uzun olan hastalarda yüz estetiğini geliştirmek amacıyla yapılan bir işlemdir. Şahsi tercihim olarak lokal anesteziyle yaptığım bu işlem hasta isteğiyle genel anestezi ile de yapılabilir. Yaklaşık 1,5 saat süren bu ameliyatla hastaların dudak-burun arası mesafesi ideal ölçü olan 13-15 mm olarak belirlenip işlem sonlandırılır...Alt çenesindeki bir tümör sebebiyle 10 yaşında dişlerinin ve çene kemiği hacminin çoğunu kaybeden hasta 8 yıl boyunca dişsiz kalmak zorunda kalıyor. Nihayet büyüme gelişim tamamlanınca implant destekli sabit porselen dişlerle uzun yıllar hasret kalınan estetik, fonksiyon ve konuşma özellikleri geri kazandırmak mümkün oluyor. Güzel gülüşlerin yüzünüzden hiç eksik olmaması dileğiyle...Botox Uygulaması: Yaşla birlikte belirginleşen mimik çizgilerini hafifletmek ya da ortadan kaldırmak amacıyla kullanılan, kolay ve güvenilir bir yöntemdir..."* gibi ifadelere; hasta öncesi ve sonrası görsellere yer verildiği;

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Bu bağlamda inceleme konusu görsellerin ve ifadelerin sağlık alanında çalışan kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı, talep yaratıcı nitelikte olduğu ve kuruluşa yönlendirme yaparak, benzer alanda faaliyet gösteren kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açtığı, bu nedenle, söz konusu tanıtımların bilgilendirme kapsamını aşarak “reklam’’ niteliğinde değerlendirildiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

- Sağlık Meslek Mensupları ile Sağlık Hizmetlerinde Çalışan Diğer Meslek Mensuplarının

- İş ve Görev Tanımlarına Dair Yönetmeliğin 5/c maddesi,

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**46)**

**Dosya No: 2019/8674**

**Şikayet Edilen: Dünya Göz Hastanesi San. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Kuruluş tarafından verilen 11.04.2019 tarihli Hürriyet Gazetesi'nde yer alan “Bakmak ile Görmek Arasındaki Farkı Keşfedin” başlıklı gazete reklamları.

**Reklam Yayın Tarihi:** 11.04.2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Gazete

**Tespitler:** Kuruluş tarafından verilen 11.04.2019 tarihli Hürriyet Gazetesi'nde yer alan *“Bakmak ile Görmek Arasındaki Farkı Keşfedin” başlıklı gazete reklamlarında örnek olarak; "MİYOP, HİPERMETROP VE ASTİGMAT LAZERLE ÇÖZÜME KAVUŞUYOR! 18 yaşına geldiyseniz ve Miyop, Hipermetrop ya da Astigmat gibi kırma kusuru problemleriniz varsa, kişiye özel lazer tedavi seçeneğiyle bu sorunlardan kurtulabilirsiniz. Yüksek vaka tecrübesine sahip uzman doktorlar ve alanında en gelişmiş teknolojik altyapı ile göz sağlığınız emin ellerde..."* gibi ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu ifadelerin tabip tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlerle ilgili olduğu; dolayısıyla, inceleme konusu ifadelerin sağlık alanında çalışan kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı, talep yaratıcı nitelikte olduğu ve kuruluşa yönlendirme yaparak, benzer alanda faaliyet gösteren kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açtığı, bu nedenle, söz konusu tanıtımların bilgilendirme kapsamını aşarak “reklam’’ niteliğinde değerlendirildiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

- Özel Hastaneler Yönetmeliğinin 60 ıncı maddesi,

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

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Dünya Göz Hastanesi San. ve Tic. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **170.960 -TL (Yüzyetmişbindokuzyüzaltmış Türk Lirası) idari para ve** **anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**47)**

**Dosya No: 2019/9742**

**Şikayet Edilen: Bahçeli Estetik ve Güzellik Bakım Salonu (Salise Yıldırım)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 08.12.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.saliseyildirim.com adresli internet sitesinin 08.12.2020 tarihli görünümünde dermapen, lazer epilasyon kelimelerine yer verildiği;

www.instagram.com ile www.facebook.com adresli sosyal paylaşım sitelerinin 08.12.2020 tarihli görünümünde kuruluşa ait “*saliseyildirimbahceliguzellik*" ve "*bahceliguzellik*" kullanıcı isimli sayfalarda yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *"...Bölgesel dolaşım –Agrı giderme -Rahatlama -Fazla yağların yakılması -Cilt sıkılaşma -Bölgesel zayıflama - Cildin esnekliğini sağlama -Toksin atma -Selülit oluşumunu engeller ve azaltır -Kemik yoğunlugunu artırır -Zihinsel ve bimensal stresi azaltırKavitasyon: kurtulmak istenilen,bel,karın,göbek,kol,kalça ve sırttaki çözülmeyen depo yagları parçalayıp ,yerleşmiş bölgesel yagları öncelikle eritir. Selülit bölgelerin görünümünü azaltmasına yardımcı olur ..Siz de batıklarınızdan, kararmalarınızdan ve kıllarınızdan kısa sürede kurtulmak istemez misiniz? Merkezimizde ücretsiz kıl kökü analizi yapılmaktadır...8+6 seans kol altı 700 TL yerine 300 TL...Bu kampanya kaçmaz Tamamen ağrısız, acısız, tek orjinal cihaz ile ; 8+6 seans Kolaltı 700₺ yerine sadece 149,99₺...Şok kampanya ! 10 seans Genital 700₺ yerine sadece 500₺ ! Sadece bir hafta geçerli kampanyamızı kaçırmayın ! 13.07.2020 & 20.07.2020 tarihleri arasında geçerlidir..."* ifadeleri ile fiyat bilgilerine yer verildiği;

tespit edilmiştir.

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

Bu bağlamda, söz konusu tanıtımlar aracılığıyla kuruluşun sağlık alanında faaliyet gösterdiği ve tabip tarafından yapılması gereken ve güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen tıbbi işlemleri uyguladığı yönünde bir algı oluşturduğu; dolayısıyla, söz konusu tanıtımların ilgili mevzuata aykırı olarak benzer kuruluşlar arasında haksız rekabete yol açtığı, tüketici yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu;

Ayrıca, Tıbbi Cihaz Satış, Reklam ve Tanıtım Yönetmeliği'ne göre münhasıran sağlık meslek

mensupları tarafından kullanılması veya uygulanması gereken cihazlar ile geri ödeme kapsamında olan cihazların reklamının yapılmasının yasak olduğu, bunların dışında kalan cihazların reklamına ise ilgili mevzuata uygun olmak koşuluyla izin verildiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**48)**

**Dosya No: 2019/11197**

**Şikayet Edilen: Melek Güzellik Salonu (Orhan KILIÇ)**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.facebook.com ve www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitelerinde kuruluşa ait yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 19.11.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com ile www.facebook.com adresli sosyal paylaşım sitelerinin 19.11.2020 tarihli görünümünde kuruluşa ait “*melekguzellik\_salonu*" ve "*Melek estetik ve guzellik*" kullanıcı isimli sayfalarda yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *"...Lazer epilasyonda kampanya üstelik elden taksit imkanıyla...lazer epilasyonda şok kampanya istediğiniz üç bölge sadece 100 TL..4 mevsim uygulanabilen acısız lazer epilasyon..."* ifadeleri ile hasta öncesi ve sonrası görsellerine ve kampanya ve fiyat bilgileri ile *"...Güleryuzlü uzman kadro ile kaliteli hizmetin tek adresi melek estetik tesekkur ederm ..."* şeklinde hasta yorumlarına yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Bu bağlamda, söz konusu tanıtımlar aracılığıyla kuruluşun sağlık alanında faaliyet gösterdiği ve tabip tarafından yapılması gereken ve güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen tıbbi işlemleri uyguladığı yönünde bir algı oluşturduğu; dolayısıyla, söz konusu tanıtımların ilgili mevzuata aykırı olarak benzer kuruluşlar arasında haksız rekabete yol açtığı, tüketici yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**49)**

**Dosya No: 2019/12501**

**Şikayet Edilen: Dr. Well Barcelona Güzellik Salonu (ARN Medikal Güzellik Enstitüsü Yayıncılık Kimya ve Yapı San. Tic. A.Ş.)**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.facebook.com ve www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitelerinde kuruluşa ait yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 15.10.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.facebook.com ile www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitelerinin 15.10.2020 tarihli görünümünde kuruluşa ait *“Dr. Well Estetik"* ile *"drwell\_barcelona"* kullanıcı isimli sayfalarda yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *"...BUGÜNE ÖZEL İLK 5 KİŞİYE, Tüm şubelerimizde geçerli 10 seans tüm vücut epilasyon fiyatımız 2 KİŞİ TOPLAM SADECE 1111₺! Bu fırsatı kaçırma! \*Nakit fiyattır. \*Sınırlı kontenjan...İNTERNETE ÖZEL İNDİRİM! Başvuru yapan ilk 10 kişiye özel tüm vücut 10 seans epilasyon sadece 490₺ Görülmemiş fırsatı kaçırmamak için acele edin!..DR WELL SONBAHAR KAMPANYALARI BAŞLADI! Genç ve kırışıksız bir cilde sahip olmak isteyenler için, 4 seans facelifting 290₺, 6 seans facelifting 390₺, 8 seans facelifting 490₺ Detaylı Bilgi & Randevu İçin; Bayraklı Şube: 0553 173 94 77...Soğuk Lipoliz ile incelmenin tam zamanı 4 Başlık 490 TL.."* gibi ifadeler ile kampanya ve fiyat bilgilerine yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Bu bağlamda, söz konusu tanıtımlar aracılığıyla kuruluşun sağlık alanında faaliyet gösterdiği ve tabip tarafından yapılması gereken ve güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen tıbbi işlemleri uyguladığı yönünde bir algı oluşturduğu; ayrıca, söz konusu tanıtımlarda kuruluş türünün açıkça belirtilmemesi sebebiyle tüketicilerin yanıltıldığı; 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 Kanun'un 1 ve 25 inci maddeleri,

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

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

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Dr. Well Barcelona Güzellik Salonu (Necla Akkent)** 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.

**50)**

**Dosya No: 2019/12538**

**Şikayet Edilen: Serap Loren Güzellik Salonu (Serkan Türkmen)**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.seraploren.com ile www.facebook.com, www.instagram.com ve www.twitter.com adresli sosyal paylaşım sitelerinde kuruluşa ait yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 09.10.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.seraploren.com adresli internet sitesinin 09.10.2020 tarihli görünümünde örnek olarak*; "...LAZERLE DÖVME SILME İŞLEMI AĞRILI MIDIR? Kalıcı makyajın ( dövmelerin ) sildirilmesi sürecinin çok konforlu olduğu söylenemez. Lazer cihazının güçlü ışın atımları deri ince lastik çarpmış gibi hafif bir hisse neden olur. Kalıcı makyajını sildirmek isteyen kişi açısından tolere edilebilmektedir, çünkü orantısız yada mutsuz olduğu bir kaş yada dövme ile dolaşmak daha üzücüdür. Gerekirse de lokal anestezi içeren krem sürülebilir..."* gibi ifadeler ile hasta öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği,

www.facebook.com adresli sosyal paylaşım sitesinin 09.10.2020 tarihli görünümünde kuruluşa ait *“Serap Loren Beauty Consultancy"* kullanıcı isimli sayfada yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *"...Dudak kenarınızda oluşan çizgilerinizden kurtulmak artık çok kolay Yanak Dolgusu (Elmacık kemiği) Botox Burun Dolgusu Çene Dolgusu Dudak Dolgusu Nazolabial Dolgusu (Dudak Kenarı çizgileri) ve bir çok işlem için bizi arayınız BILGI VE RANDEVU İCIN...Sadece 10 dakikalık bir işlem sonucu harika dudaklara sahip olabilirsiniz - SİZDE BU ETKİYİ İSTİYORSANIZ 0(538) 262 4334 numaradan detaylı bilgi alabilirsiniz..."* gibi ifadeler ile hasta öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği,

www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinin 09.10.2020 tarihli görünümünde kuruluşa ait "*serap.loren*" kullanıcı isimli sayfada yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *"..Herkese Merhaba Harka Bi Çekilişimiz Başlıyor Arkadaşlar KİŞİYE DUDAK DOLGUSU ve MİCROBLADİNG (Kıl Tekniği Kaş) HEDİYE EDİYORUZ Çekilişimize katılan ve çekiliş şartlarını yerine getiren 1 kişiye “Dudak Dolgusu ve Microblading (Kıl Tekniği Kaş)” işlemini kendisine hediye edeceğiz...Profilimizdeki gönderilere En çok yorum yapan, arkadaşlarını etiketleyen ve gönderilerimizi beğenen takipçilerimize her hafta süpriz bir işlem hediye edeceğiz haydi kızlar ozaman, bol şans Çene Dolgusu Burun Dolgusu Dudak Dolgusu Hollywood Yanak Dolgusu Nazolabial (Dudak Kenarı) Dolgusu Jawline İşlemi Ve birçok işlem ile ilgili merak ettiğiniz herşeyi sayfamızdan bulabilirsiniz...Hanfendiye Dudak Dolgusu+Yanak Dolgusu olmuştur Detaylı bilgi ve Randevu için. Size harika bir haberim var Profilimizdeki gönderilere En çok yorum yapan, arkadaşlarını etiketleyen ve gönderilerimizi beğenen takipçilerimize her cuma günü süpriz bir işlem hediye edeceğiz haydi kızlar o zaman, bol şans..."* gibi ifadeler ile kampanya ve fiyat bilgileri ile hasta öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği;

www.twitter.com adresli sosyal paylaşım sitesinin 09.10.2020 tarihli görünümlerinde kuruluşa ait “*SERAP LOREN”* kullanıcı isimli sayfada yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda dolgu vb. hakkında ifadelere ve hasta öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği;

tespit edilmiştir.

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

Bu bağlamda, söz konusu tanıtımlar aracılığıyla kuruluşun sağlık alanında faaliyet gösterdiği ve tabip tarafından yapılması gereken ve güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen tıbbi işlemleri uyguladığı yönünde bir algı oluşturduğu; ayrıca, kuruluşun türünün açıkça belirtilmemesi sebebiyle tüketicilerin yanıltıldığı; 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 Kanun'un 1 ve 25 inci maddeleri,

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

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

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**51)**

**Dosya No: 2019/890**

**Şikayet Edilen: Pachamama Luna Bitkisel ve Kozm. Ürünler Satış Paz. San. Tic. Ltd. Şti. (Gizem ONAY COLLET)**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.gizemonayluna.com adresli internet sitesi ile Facebook ve İnstagram isimli sosyal medya mecralarında yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 28.05.2019 ve 24.09.2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet, Sosyal Medya

**Tespitler:** İnceleme konusu tanıtımlarda, kişinin kendisini *“arvigo terapisti, jinekoloji odaklı bitkisel tıp uzmanı, somatik seksolojik beden terapisti”* gibi unvanlarla tanıttığı ve *“vajinismus, menstrual döngü bozuklukları, jinekolojik sıkıntılar”* gibi kadın hastalıkları ile ilgili konularda tavsiyelerde bulunduğu, bu doğrultuda;

- http://gizemonayluna.com/ adresli internet sitesinin 28.05.2019 ve 24.09.2019 tarihli görünümlerinde örnek olarak;*"Arvigo seansları nedir? Kadın sağlığıyla ilgili konular basta olmak üzere sindirim, üreme ve sinir sistemleri üzerinden ilerleyen bir masaj ve manuel terapi tekniği olan Arvigo Terapisi kan, lenf, sinir ve enerji akışını açıp iç dengeyi düzenleyerek bedeni bütüncül şifa sürecinde desteklemeyi amaçlıyor...Beden ve nefes farkındalığı, uyarılma ve hazzın nasıl artırılabileceği, dokunma tipleri ve cinsel anlamda sınır belirleme gibi konular üzerinde yoğunlaşarak cinselliğe bütüncül bir yaklaşımı öngören somatik seksoloji, yalnızca ‘daha iyi seks’ için değil, kendini tanıma ve keşfetme yolculuğunda da etkili bir araçtır...3 yıllık Organic Intelligence eğitimini tamamlamış ve yeni eğitimde mentör olarak yer alan Gizem, kendi uzmanlık alanları kapsamında OI seanslarında aşağıdaki ihtiyaçlara sahip olan kadınlarla çalışmayı seçmiştir: Her türlü kronik jinekolojik rahatsızlık yaşayan kadınlar, Cinsel disfonksiyon sorunları yasayan kadınlar (Ağrılı cinsle ilişki, ilişkiye girememe, orgazm yasayamama ya da çok belirsiz hislerle orgazmlar yasama, idrar kaçırma, organ sarkması vb), Doğurganlıkla ilgili sıkıntı yaşayan kadınlar (gebe kalmakta sıkıntı ve düşükler gibi deneyimler yaşayan), Travmatik doğum deneyimi yaşayan kadınlar, Doğuma hazırlanan hamile kadınlar, Doğum korkusu yasayan hamile olmayan kadınlar, Lohusa anneler/anneler...Merhaba Gizem Hanım. Sizden vajinal buhar banyosu paketi almıştım ve deneyimlemek bugüne kısmet oldu. Benim vajinismus problemim vardı, biraz küskünlük yaşıyordum. Bugün ilk buhar banyomu yaptım ve hissttiğim o gerinlik ilk defa bir parça olsun hafifledi. Bir duvar yılıkdı ve sanki içimde bir barış sağlandı. İnanılmaz bir mutluluk yaşıyorum şu an yatağımda uzanmış size mesaj atarken. Çok teşekkür ederim.",*

- https://www.facebook.com adresli internet sitesinin 24.09.2019 tarihli görünümlerinde örnek olarak; *" Senelerdir menstrual sağlık ve doğurganlık üzerine yaptığım çalışmalarda, hormonal dengeyi sağlamanın temel ihtiyacımız olduğuna defalarca kez şahit oldum. Seanslarda birebir çalışarak yaptığımız programlar sonucunda birçok kadın adet döngüsünü desteklemenin ve dengelemenin kendine özgü yollarını buldu. ‘Sağlıklı Menstrual Döngüler’ ve ‘Doğurganlık ve Yumurta Kalitesini Artırma’ eğitimlerinde de sıklıkla bu dengeleme metotları üzerinde durduk...Bu egitim sadece gebe kalmak isteyen kadinlar icin değil ayni zamanda genel sagligimizin bir yansimasi olan yumurtlama surecimizi de desteklemek icin olusturuldu. Diliyorum ki kadinlar bedenlerini tanisin ve dogurganliklari ile ilgili bir medikal yontem izlenmesi gerektiğinde de surecte aktif katilimcilar olarak yer alabilsinler...Buhar banyosunu çok inanarak almadım aslında ama doktorların bir hatasıyla yapılan hormon iğnesi ve 7 ay süren adet düzensizliği sonucu perişan olmuştum.Buğulardan sonra herşey eskisinden de iyi oldu. Çok ama çok teşekkürler."*,

-https://www.instagram.com adresli internet sitesinin 24.09.2019 tarihli görünümlerinde örnek olarak;*"Kadınların yarısını hayatlarının bir döneminde etkileyen cinsel sıkıntılar ve zorlukla arasında en çok görülen konu, kadınların haz almada yaşadığı zorluk ve cinsel arzunun düşük olması; ya da diğer bir ifade ile düşük libido...Hazsal duyarlılık ve haz araştırması invizaları...Doğumdan sonra sevişme isteğime ne oldu.",*

gibi ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Yine anılan Yönetmeliğin “Sağlık Meslek Mensuplarının İş ve Görev Tanımları” başlıklı ek listesinde; *“Klinik psikolog; a) Uluslararası Hastalık Sınıflandırma (ICD – 10) listesinde F00 ile F99 kodları arasında yer alan hastalıklarda ilgili uzman tabibin teşhisine ve tedavi için yönlendirmesine bağlı olarak, hastalara eğitimini aldığı terapi ve psikolojik destek hizmetlerini verir…”* maddesi yer almakta olup, anılan kodlar arasında; *"cinsel istek bozuklukları, cinsel fonksiyon bozukluğu, organik bozukluk veya, seksüel isteğin kaybolması veya yokluğu, seksüel tiksinti veya seksüel zevkin yokluğu, organik olmayan vajinismus, orgazm disfonksiyonu..."* gibi hastalıkların da yer aldığı, dolayısıyla anılan hastalıkların tedavisinin ilgili alanda uzman tabiplerin yönlendirmesiyle klinik psikologlarca yapılması gerektiği bilinmektedir.

Diğer taraftan, ülkemizde hasta tedavi etme yetkisi, yalnızca, tıp fakültesinden mezun olan ve bu alanda diploma sahibi olan “tabiplere” ait olup şikayet edilen şahsın 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanunun 1 inci maddesinin *“Türkiye Cumhuriyeti dâhilinde tababet icra ve her hangi surette olursa olsun hasta tedavi edebilmek için tıp fakültesinden diploma sahibi olmak şarttır.”,* 8 inci maddesinin *“Türkiye'de icrayı tababet için bu kanunda gösterilen vasıfları haiz olanlar umumi surette hastalıkları tedavi hakkını haizdirler. Ancak her hangi bir şubei tababette müstemirren mütehassıs olmak ve o unvanı ilan edebilmek için Türkiye Tıp Fakültesinden veya Sıhhıye Vekaletince kabul ve ilan edilecek müessesattan verilmiş ve yahut ecnebi memleketlerin maruf bir hastane veya laboratuvarından verilip Türkiye Tıp Fakültesince tasdik edilmiş bir ihtısas vesikasını haiz olmalıdır.”,* Ek 13 üncü maddesinin, “*a) Klinik psikolog; psikoloji veya psikolojik danışma ve rehberlik lisans eğitimi üzerine klinik ortamlarda gerekli pratik uygulamaları içeren klinik psikoloji yüksek lisansı veya diğer lisans eğitimleri üzerine psikoloji veya klinik psikoloji yüksek lisansına ilaveten klinik psikoloji doktorası yapan sağlık meslek mensubudur. (…) Psikoloji lisans eğitimi üzerine ilgili mevzuatına göre Sağlık Bakanlığınca uygun görülen psikolojinin tıbbi uygulamalarıyla ilgili sertifikalı eğitim almış ve yeterliliğini belgelemiş psikologlar sertifika alanlarındaki tıbbi uygulamalarda görev alabilirler”* hükümleri çerçevesinde, şikayet edilen tanıtımlarda belirtilen hastalıkları Türkiye’de tedavi edebilme yetkisine sahip olduğunu gösteren belgeleri Bakanlığımıza sunamadığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanun’un 1, 8, Ek 13 üncü maddeleri,

- Sağlık Meslek Mensupları ile Sağlık Hizmetlerinde Çalışan Diğer Meslek Mensuplarının İş ve Görev Tanımlarına Dair Yönetmeliği’nin Ek-1/A maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Pachamama Luna Bitkisel ve Kozm. Ürünler Satış Paz. San. Tic. Ltd. Şti. (Gizem ONAY COLLET)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **85.480-TL (Seksenbeşbindörtyüzseksen Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesinekarar verilmiştir.

**52)**

**Dosya No: 2019/9920**

**İstanbul Transplus Saç Sorunları Merkezi** isimli kuruluşa ait [www.istanbultransplus.com.tr](http://www.istanbultransplus.com.tr) adresli internet sitesi ile [www.facebook.com](http://www.facebook.com) adresli sosyal paylaşım sitesinde yer alan tanıtımlar ile ilgili olarak açılan **2019/9920** numaralı dosya ile ilgili görüşme ve değerlendirmelerin, muhatabın tespiti açısından **ertelenmesine** karar verilmiştir.

**53)**

**Dosya No: 2019/10409**

**Şikayet Edilen: Ruhsat AYYILDIZ (Kudret Güzellik Salonu)**

**Şikayet Edilen Reklam:** <https://buzlazerankara.com> ve İnstagram isimli sosyal paylaşım sitesinde yayımlanan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 26/12/2019 ve 9/12/2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet, Sosyal Medya

**Tespitler:** <https://buzlazerankara.com> adresli internet sitesinin 26.12.2019 ve 09.12.2020 tarihli görünümlerinde, *"Buz diode lazer epilasyon, lazer Epilasyon konusunda bilgi almak için numaranızı bırakın arayalım...", “microblading”, “kalıcı makyaj”* gibi tanıtımlara yer verildiği,

[www.instagram.com](http://www.instagram.com) adresli internet sitesinin 26.12.2019 ve 09.12.2020 tarihli görünümlerinde, *"Komple bacak + koltukaltı + genital bölge 8 seans toplam 1.490 TL"* gibi işlemlere yönelik fiyat bilgilerine yer verildiği,

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Reklam veren kuruluşun savunma yazısında bahsi geçenSağlık Bakanlığı Sağlık Hizmetleri Genel Müdürlüğü’nün 7/1/2021 tarihli ve 131998796 sayılı yazısında,

*“- Diod Lazer Cihazları ile ilgili olarak,**Çevre ve Şehircilik Bakanlığı Yerel Yönetimler Genel Müdürlüğü tarafından İşyeri açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmelikte değişiklik yapılacağından bahisle güzellik salonlarında diode lazer epilasyon cihazlarının güzellik uzmanlarınca kullanılabilmesi ile ilgili Sağlık Bakanlığından görüş talebinde bulunulduğu;*

*- Konu ile ilgili Bakanlığımızca 31.10.2019 tarihinde Türk Dermatoloji Derneği, Türk Plastik Rekonstrüktif ve Estetik Cerrahi Derneği, Medikal Estetik Derneği ve Güzellik Uzmanları SPA İşletmecileri Eğitmenleri Federasyon üyelerinin katıldığı toplantının yapıldığı ve bu konuların değerlendirildiği; iletilen resmi görüşlerin Sağlık Bakanlığınca değerlendirilmesi sonucu uygulamanın aşağıdaki şekilde yapılmasına karar verildiği; buna göre,*

*- 12j/cm2 enerji sınırını geçemeyen, 2014/30EU ve 2014/35EU belgeleri olan ütüleme seri atışlı diode lazer epilasyon cihazlarının 5580 Sayılı Özel Öğretim Kurumları Kanununa göre lazer epilasyon kurs bitirme belgesi veya mesleki yeterlilik belgesi almış olan kişiler tarafından kullanılabileceğine karar verildiği ve konunun Çevre ve Şehircilik Bakanlığına da bildirildiği”,*

belirtilmekte olup yapılan inceleme ve değerlendirmede, söz konusu yazının, İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmelik’te değişiklik yapılmasına ilişkin mevzuat çalışmaları kapsamında Çevre ve Şehircilik Bakanlığı’na verilen bir görüş niteliğinde olduğu, buna karşın söz konusu Yönetmeliğin halihazırda yürürlükte bulunan hükümlerine göre güzellik salonlarının tabip tarafından uygulanması gereken işlemlerle ilgili olarak bu tür tanıtımlar yapmalarının halen yasak olduğu, bu bağlamda;

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 doğrultuda; güzellik salonu olarak faaliyet gösterdiği tespit edilen ve dolayısıyla sağlık alanında faaliyeti olmayan 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 tıbbiişlemlerin doktor kontrolünde ve sağlık kuruluşları bünyesinde uygulanması gerektiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

-Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 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 Kanun’un 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Ruhsat AYYILDIZ (Kudret Güzellik Salonu)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**54)**

**Dosya No: 2019/12194**

**Şikayet Edilen: MLP Sağlık Hizmetleri A.Ş. (Medical Park Ordu Hastanesi)**

**Şikayet Edilen Reklam:** *"Babalar Gününde Sağlık Dolu Bir Hediye"* ibareli reklamlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 26/6/2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Bina içi afiş.

**Tespitler:** İnceleme konusu reklamlarda, *“Babalar Günü’nde Sağlık Dolu Bir Hediye! Babalar Günü’ne Özel Sağlık Programlarıyla Sağlık En Güzel Hediye…”* ifadelerine yer verildiği görülmüştür.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, incelenme konusu afişte, *“Babalar Günü’nde Sağlık Dolu Bir Hediye! Babalar Günü’ne Özel Sağlık Programlarıyla Sağlık En Güzel Hediye…”* ifadelerinin yer aldığı, bu ilanın "reklam" niteliğinde değerlendirildiği ve söz konusu reklam aracılığıyla sağlık alanında çalışan kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm verildiği ve talep uyandırıldığı değerlendirilmiş olup;

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 Yönetmeliğinin 5/c maddesi,

- Özel Hastaneler Yönetmeliği’nin 60 ıncı maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **MLP Sağlık Hizmetleri A.Ş. (Medical Park Ordu Hastanesi)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**55)**

**Dosya No: 2019/12640**

**Şikayet Edilen: Doç. Dr. Ozan BİTİK**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 17/12/2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet, Sosyal Medya

**Tespitler:** - [www.ozanbitik.com](http://www.ozanbitik.com) adresli internet sitesinin 17.12.2020 tarihli görünümünde, *"İnsan güzelliğinden ilham alan, sınırlarını bilimin ve kanıta dayalı tıbbın çizdiği bir yolculukta, yenilenmenin ve güzelleşmenin heyecanını paylaşabileceğimiz dostlar edinerek, sadece bedeni değil, hayatın bütününü güzelleştirmek idealiyle, doğal olanın, estetik dengenin izinde ilerliyoruz..."* şeklinde ifadelere ve hastaların yorumlarına,

- [www.instagram.com](http://www.instagram.com) adresli sosyal paylaşım sitesinde, hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ilişkin görüntülere,

yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, söz 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 olduğu değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla inceleme 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 Yönetmeliğinin 5/c maddesi,

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

- Uluslararası Sağlık Turizmi ve Turistin Sağlığı Hakkında Yönetmeliğin 12/2 nci maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**56)**

**Dosya No: 2019/12656**

**Şikayet Edilen: Op. Dr. İlhan PEKDEMİR**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 20/12/2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Sosyal Medya

**Tespitler:** [www.instagram.com](http://www.instagram.com) ve [www.facebook.com](http://www.facebook.com) adresli internet sitelerinin 20.12.2020 tarihli görünümlerinde söz konusu doktorun uyguladığı tıbbi uygulamalarla ilgili olarak hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ilişkin görüntülere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, söz konusu tanıtımlarda yer alan hasta görüntülerinin, sağlık turizmi mevzuatına aykırı biçimde, Türkçe dilinde yapılan tanıtımlarla birlikte paylaşıldığının tespit edildiği, bu nedenle söz 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 olduğu değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla inceleme 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 Yönetmeliğinin 5/c maddesi,

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

- Uluslararası Sağlık Turizmi ve Turistin Sağlığı Hakkında Yönetmeliğin 12/2 nci maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**57)**

**Dosya No: 2019/12658**

**Şikayet Edilen: Op. Dr. Cevdet Murat AKAGÜN**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 17/12/2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet, Sosyal Medya

**Tespitler:** [www.cevdetmuratakagun.com](http://www.cevdetmuratakagun.com) adresli internet sitesinin 17.12.2020 tarihli görünümünde, **"**Aynada kendinize baktığınızda yepyeni bir görünüş güzel ve havalı bir burun hayal edin. Bu görünüş her bireyin en doğal hakkıdır. Belki 20 belki 40 yıldır düşünüyorsunuz bu cerrahiyi. Korkmayın çünkü korkulacak ağrılar ve kanamalar, şişlikler geride kaldı. Kaldı ki burun estetiği ülkemizde ve dünyada hem kadınlarda hem de erkeklerde sıkça yapılan ve tartışmasız en gündemde estetik ameliyattır. Aynaya baktığınız zaman burnunuzdaki kemerden ya da burnunuzun ucunun düşük olmasından, burnunuzun yüzüne göre büyük olmasından rahatsız oluyorsanız hayatınızı ve psikolojisinizi düzeltmenin tam zamanıdır. Estetik yaptıracağınız doktor seçimi de tabiki büyük önem taşır. Burun elbette yüzün tam ortasında bir odak noktası olduğu için burnunuzla adeta bir sanat eseri gibi duruş ortaya koyabilecek doktor seçilmesi önemlidir. *Burun Estetiği tüm dünyada en sık yapılan estetik operasyonların ilk sırasındadır. Sosyal ilişkilerimizde ilk karşılaştığımız insana güzel görünmenin bir görseli de yüzümüz ve tabi ki burnumuzdur. Kişilerle yüzyüze geldiğinizde kendinizi rahat hissedemiyor veya kendiniz olamıyorsanız, karşınızdaki kişinin yüzünüzün en önemli organı olan burnunuza odaklandığını biliyor veya düşünüyorsanız, aynanın karşısınıza geçtiğinizde özgüveninizin zedelendiğini hissediyorsanız veya yüzünüzü beğeniyorsunuz ama burnunuzdaki ufak bir sorunun yüzünüzü gölgelediğini düşünüyorsanız veya burnunuzda eğrilik, şekil bozukluğu var ve burnunuzun fonksiyonlu kullanımını engelliyorsa neden burun cerrahisini düşünmeyesiniz."*,gibi ifadelere,

-www.facebook.com ile [www.instagram.com](http://www.instagram.com) adresli sosyal paylaşım sitelerinde, hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ilişkin görüntülere,

yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, söz 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 olduğu değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla inceleme 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 Yönetmeliğinin 5/c maddesi,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**58)**

**Dosya No: 2019/12663**

**Şikayet Edilen: Dr. Serdar YÜCE**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 17/12/2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet, Sosyal Medya

**Tespitler:** [www.serdaryuce.com](http://www.serdaryuce.com) adresli internet sitesinin 17.12.2020 tarihli görünümünde, *"Yeni bir görünüme hazır olun..."Kusursuz güzelliğe kavuşun... Güzelliğinizi şansa değil, uzmanına bırakın... En yeni güvenli teknolojilerle yeni bir görünüme sahip olun... İşin uzmanı doktor, ileri cerrahi işlemler, en iyi ve eksiksiz hizmet... Size en iyi değişimi sunmak için çalışıyoruz."* gibi ifadelere,

[www.facebook.com](http://www.facebook.com) ile [www.instagram.com](http://www.instagram.com) adresli sosyal paylaşım sitelerinde, hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ilişkin görüntülere,

yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, söz 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 olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme 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 Yönetmeliğinin 5/c maddesi,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**59)**

**Dosya No: 2019/12741**

**Şikayet Edilen: Op. Dr. Çağhan BAYTEKİN**

**Şikayet Edilen Reklam:** <https://www.clinicbaytekin.com/>, [www.facebook.com](http://www.facebook.com) ve [www.instagram.com](http://www.instagram.com) adresli internet sitelerinde yayımlanan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 17/12/2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet, Sosyal Medya

**Tespitler: -** <https://www.clinicbaytekin.com/> adresli internet sitesinin 17.12.2020 tarihli görünümünde, *"Hayalinizdeki Hakettiğiniz Görünüm...",*

- [www.facebook.com](http://www.facebook.com) adresli internet sitesinin 17.12.2020 tarihli görünümünde örnek olarak,*"Kliniğimizin her bir üyesi için hasta memnuniyeti ve konforu birinci sıradadır. Sizlere ihtiyacınızdan fazlasını veya beklentinizden azını sunmamaya özen gösteririz. Çünkü memnuniyetiniz en büyük motivasyon kaynağımızdır. İnce Dudaklara Mucizevi Dokunuş!",*

- [www.instagram.com](http://www.instagram.com) adresli internet sitesinin 17.12.2020 tarihli görünümünde örnek olarak, *"Kusursuz Selfielerin Formülü: Çene dolgusu, gözaltı ışık dolgusu, elmacık dolgusu, ... İnce dudaklara mucizevi dokunuş, lazer epilasyonun tam zamanı"* gibi ifadelere ve hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ilişkin görüntülere,

yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, şikayet edilen doktora ait [www.clinicbaytekin.com](http://www.clinicbaytekin.com) ve <https://www.facebook.com/clinicbaytekin/> adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlar ile ilgili olarak anılan şahsın daha önce Reklam Kurulu’nun 20/9/2016 tarihli ve 252 sayılı toplantısında durdurma cezası, 14/2/2017 tarihli ve 257 sayılı toplantısında ise idari para ve durdurma cezalarıaldığı dikkate alınarak, söz konusu mecralarda, mevzuata aykırı tanıtımlarına devam etmekte olduğu,

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 olduğu değerlendirilmiş olup,

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 Yönetmeliğinin 5/c maddesi,

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

- Uluslararası Sağlık Turizmi ve Turistin Sağlığı Hakkında Yönetmeliğin 12/2-a nci maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Op. Dr. Çağhan BAYTEKİN** 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** verilmesinekarar verilmiştir.

**60)**

**Dosya No: 2019/12743**

**Şikayet Edilen: TNC Estetik Sağlık ve Turizm Hizm. Danışmanlık Medikal Tic. Ltd. Şti. (Dr. Necmettin TÜTÜNCÜ)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 17/12/2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Sosyal Medya

**Tespitler:** - www.instagram.com adresli internet sitesinin 17.12.2020 tarihli görünümünde, tıbbi işlemlerin gerçekleştirildiği hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ilişkin görüntülere ve *"Yüz yapınıza uygun, doğal görünümlü Rinoplasti operasyonları için bize ulaşabilirsiniz."* gibi ifadelere,

- www.facebook.com adresli internet sitesinin 17.12.2020 tarihli görünümünde örnek olarak,

*"Meme dikleştirme... Siz de hayal ettiğiniz göğüs ölçülerine kavuşun... 'Güzellik bir bütündür' mottosuyla, güzellik ile ilgili paydaşlarımızla bir araya geldik. Tanıştık, istişare ettik ve karar verdik! Daha çok çalışacağız ve daha estetik yüzler yaratacağız."* gibi ifadelere ve hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ilişkin görüntülere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, söz 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 olduğu değerlendirilmiş olup;

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 Yönetmeliğinin 5/c maddesi,

- Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin 29 uncu ve 31 inci maddeleri,

- 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 Kanun'un 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **TNC Estetik Sağlık ve Turizm Hizm. Danışmanlık Medikal Tic. Ltd. Şti. (Dr. Necmettin TÜTÜNCÜ)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**61)**

**Dosya No: 2019/12744**

**Şikayet Edilen: Dr. Oygar AYTEKİN**

**Şikayet Edilen Reklam:** <https://oygaraytekin.com/>, [www.facebook.com](http://www.facebook.com) ve [www.instagram.com](http://www.instagram.com) adresli internet sitelerinde yayımlanan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 17/12/2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet, Sosyal Medya

**Tespitler:** - <https://oygaraytekin.com/> adresli internet sitesinin 17.12.2020 tarihli görünümünde, "*Estetik operasyonu kararı vermek estetik kaygılar sonucu ortaya çıkan bir durumdur. Bu bağlamda estetik operasyonu yaptırma kararı verirken başkalarının “sözlü etkileme çalışmalarının” etkisinde kalmamak oldukça önemlidir. Aynı zamanda basında, sosyal medyada çıkan yalan estetik haberlerine güvenmemek ve bir estetik cerrah ile yüz yüze görüşerek operasyonla ilgili bilgi almak en doğru olanıdır."* şeklinde ifadelere,

- www.instagram.com adresli internet sitesinin 17.12.2020 tarihli görünümünde örnek olarak,

*"(...) kulak memesinde oluşan sarkıklık için kulak memesi küçültme işlemi uygulanabilir... Zamanın etkileri orada da kendini gösterir... Genital estetik"* gibi ifadelere,

- www.facebook.com adresli internet sitesinin 17.12.2020 tarihli görünümünde örnek olarak**,** *"Şakak germe ve kaş kaldırma estetiği yer çekiminin zamana bağlı etkilerini gidererek daha genç görünmenizi sağlar. Yüzünüzün bu bölgelerindeki kırışıklarınızın daha az görünür. Eğer kaşlarınız düşük görünüyorsa şakak germe ameliyatı ve kaş kaldırma estetiği ile çok daha çekici bakışlara sahip olabilirsiniz!"* gibi ifadelere ve hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ilişkin görüntülere,

yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, söz 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 olduğu değerlendirilmiş olup,

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 Yönetmeliğinin 5/c maddesi,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**62)**

**Dosya No: 2019/12745**

**Şikayet Edilen: Prof. Dr. Ufuk BİLKAY**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 17/12/2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Sosyal Medya

**Tespitler:** - [www.instagram.com](http://www.instagram.com) adresli internet sitesinin 17.12.2020 tarihli görünümünde örnek olarak, *"Zaman, yer çekimi ve güneş gibi dış etkenlerin yüzde oluşturduğu değişikler sonucu yüz, genç ve dinlenmiş görüntüsünü kaybederek; yorgun, sarkmış, kırışmış bir hal almaktadır. Yani yaşlı bir yüzde temel olarak; dolgunluk kaybı, kırışma, sarkma ve lekelenmeler meydana gelmektedir. O halde böyle bir yüzü daha genç bir görünüme kavuşturabilmek için yola çıkacak isek dolgunluk kaybı, sarkma, kırışıklık ve lekelenmelerle mücadele etmemiz gerekir. Bunlardan biri eksik olduğu takdirde ideal sonuca ulaşmak zorlaşacaktır."* gibi ifadelere,

- [www.facebook.com](http://www.facebook.com) adresli internet sitesinin 17.12.2020 tarihli görünümünde hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ilişkin görüntülere,

yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, söz 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 olduğu değerlendirilmiş olup,

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 Yönetmeliğinin 5/c maddesi,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**63)**

**Dosya No: 2019/12752**

**Şikayet Edilen: SDental Grup Ağız ve Diş Sağlık Hizm. San. Tic. Ltd. Şti. (S Dental Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği)**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.instagram.com](http://www.instagram.com) ve [www.facebook.com](http://www.facebook.com) adresli sosyal paylaşım sitelerinde yayımlanan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 22/12/2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Sosyal Medya

**Tespitler:** - [www.instagram.com](http://www.instagram.com) adresli sosyal paylaşım sitelerinin 22.12.2020 tarihli görünümlerinde örnek olarak, "*Gülüş Tasarımı S Dental Osmaniye Diş Polikliniği g ü l ü m s e m e k s a n a t t ı r . . .", "çocukları seviyoruz...", "Diş fobisi olanlar ve diş tedavisi ve sonrasında korkulan travmalar artık yok!", "ö z e n"* gibi ifadelere,

- [www.facebook.com](http://www.facebook.com) adresli internet sitesinin 22.12.2020 tarihli görünümünde ise, benzer nitelikli tanıtımların yanı sıra hastaların tedavi öncesine ve sonrasına ait görüntülere,

yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, söz 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 olduğu değerlendirilmiş olup,

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 Yönetmeliğin25 inci maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **SDental Grup Ağız ve Diş Sağlık Hizm. San. Tic. Ltd. Şti. (S Dental Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekararverilmiştir**.**

**64)**

**Dosya No: 2020/929**

**Şikayet Edilen: YYBY Estetik Güzellik Medikal Turizm İnşaat Gıda San. ve Tic. A.Ş. (Clinicas Estrella Danışmanlık)**

**Şikayet Edilen Reklam:** <https://www.clinicasestrella.com> adresli internet sitesi ile [www.instagram.com](http://www.instagram.com) gibi sosyal medya mecralarında yayınlanan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 26/8/2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet, Sosyal Medya

**Tespitler:** <https://www.clinicasestrella.com> adresli internet sitesinin 26.08.2020 tarihli görünümünde ve [www.instagram.com](http://www.instagram.com) adresli sosyal paylaşım sitesinin aynı tarihli görünümünde, tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara, kampanya bilgilerine ve hastaların tedavi öncesi ile sonrasına ait görüntülere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, söz konusu kuruluşun sağlık alanında ruhsatlandırılmamış bir firma olduğu ve bu alanda faaliyet göstermeye yetkisinin bulunmadığı, dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların tüketicileri yanıltıcı, aldatıcı ve kamu sağlığını bozucu nitelikte olduğu,

Diğer taraftan, anılan tanıtımların tıbbi işlemlere yönelik talep yaratıcı nitelikte olması dolayısıyla sağlık mevzuatında izin verilen bilgilendirme ve tanıtım sınırını aşarak “reklam” niteliğinde olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların,

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

- 6023 sayılı Türk Tabipleri Birliği Kanunu'nun 64 üncü maddesi,

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

-Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin 29 uncu ve 31 inci maddeleri,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/1-b, 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 **YYBY Estetik Güzellik Medikal Turizm İnşaat Gıda San. ve Tic. A.Ş. (Clinicas Estrella Danışmanlık)** 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** verilmesinekarar verilmiştir.

**65)**

**Dosya No: 2020/931**

**Şikayet Edilen: Barış GÜLERER (Medica World Aesthetic İzmir Güzellik Salonu)**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.instagram.com](http://www.instagram.com) adresli sosyal medya mecrasında yayımlanan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 26/8/2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Sosyal Medya

**Tespitler:** Kuruluşun [www.instagram.com](http://www.instagram.com) adresli sosyal paylaşım sitesinin 26.08.2020 tarihli

Görünümünde hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, söz konusu kuruluşun bir güzellik salonu olarak ruhsatlandırıldığı görülmüş, dolayısıyla sağlık alanında hizmet sunmaya yetkisinin bulunmadığı bu nedenle inceleme konusu tanıtımların tüketicileri yanıltıcı, aldatıcı ve kamu sağlığını bozucu nitelikte olduğu,

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 tıbbiişlemlerin doktor kontrolünde ve sağlık kuruluşları bünyesinde uygulanması gerektiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

- 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-b, 5/1-ğ, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 7/5-c, 26 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Barış GÜLERER (Medica World Aesthetic İzmir Güzellik Salonu)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir**.**

**66)**

**Dosya No: 2020/2611**

**Şikayet Edilen: Anadolu Eğitim ve Sosyal Yardım Vakfı Sağlık Tesisleri İktisadi İşletmesi (Anadolu Sağlık Merkezi)**

**Şikayet Edilen Reklam:** Anılan firma ile Migros Ticaret A.Ş. işbirliğiyle çeşitli mecralarda yayımlanan "*E-Doktor Hizmeti*" başlıklı reklamlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu reklamda, *"Anadolu Sağlık Merkezi'nin Uzman Hekimleri ile Hastaneye Gitmeden; Online Görüntülü ve Güvenli Hizmet Ayrıcalığı"* şeklinde ifadelerin yer aldığı,

Bu kapsamda, Migros marketlerden ve Migros Sanal Market uygulamasından satın alınan PNR kodu ile, Anadolu Sağlık Merkezi’nden randevu oluşturularak e-doktor hizmeti satın alınabileceği, e-doktor hizmeti sayesinde tüketicilerin hastaneye gitmeden Anadolu Sağlık Merkezi’nin hekimleri ile online görüşme yapabileceklerinin vadedildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yürürlükte bulunan sağlık mevzuatı hükümleri çerçevesinde, sağlık alanında hizmet veren kuruluşların ve bu kuruluşun çalışanlarının her ne surette olursa olsun; kuruluşları, kuruluşlarının sundukları hizmet, uyguladıkları tanı ve tedavi yöntemleri ya da kullandıkları her türlü cihaz ve benzeri araçlar ile ilgili, kitle iletişim araçları, elektronik ortam, görsel-işitsel araçlar, yazılı materyaller, vb. nitelikteki araçlar ile doğrudan ve dolaylı olarak tüketicilere yönelik reklam yapmalarının yasak olduğu,

Bu bağlamda, *"Anadolu Sağlık Merkezi'nin Uzman Hekimleri ile Hastaneye Gitmeden; Online Görüntülü ve Güvenli Hizmet Ayrıcalığı"* şeklindeki ifadelerin yer aldığı inceleme konusu reklamların, sağlık alanında çalışan kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm yükleyen, talep yaratıcı ve dolayısıyla ilgili mevzuata aykırı olduğu değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla 2020 yılında yayımlandığı tespit edilen söz konusu reklamların;

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

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

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

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

- Özel Hastaneler Yönetmeliği’nin 60 ıncı maddesi,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Anadolu Eğitim ve Sosyal Yardım Vakfı Sağlık Tesisleri İktisadi İşletmesi (Anadolu Sağlık Merkezi)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **104.781-TL (Yüzdörtbinyediyüzseksenbir Türk Lirası)** **idari para ve** **anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesinekarar verilmiştir.

**67)**

**Dosya No: 2020/658**

**Şikayet Edilen: Furkan BİLİR (Bercislina Güzellik Salonu)**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 27.12.2020, 28.12.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait ‘bercislinakarsiyaka’ kullanıcı isimli sayfanın 27.12.2020 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘Dermapen, Lazer Epilasyon, Zayıflama Tedavisi, Selülit Tedavisi, G5 Tedavisi,*

www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait ‘bercislinavipantalya’, ‘bercislinavipmalatya’, ‘bercislinavipelazig’ kullanıcı isimli sayfaların 27.12.2020 tarihli görünümlerinde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘Dermapen, Lazer Epilasyon’,*

www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait ‘bercislinavipaydin’ kullanıcı isimli sayfanın 27.12.2020 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘Dermapen, Lazer Epilasyon, G5 Tedavisi’,*

www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait ‘bercislinaeskisehir’, ‘bercislinaviphatay’ kullanıcı isimli sayfaların 28.12.2020 tarihli görünümlerinde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘Dermapen, Lazer Epilasyon’,*

gibi tanıtımlara ve bu işlemlerin uygulanmasına dair görüntülere; ayrıca, hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere; bununla birlikte, söz konusu işlemlerle ilgili kampanya ve fiyat bilgilerine,

www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait ‘bercislinabalikesir’, ‘bercislinaiskenderun’ kullanıcı isimli sayfaların 28.12.2020 tarihli görünümlerinde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘Dermapen, Lazer Epilasyon’* gibi tanıtımlara; ayrıca, söz konusu işlemlerle ilgili kampanya ve fiyat bilgilerine,

Diğer taraftan; inceleme konusu tanıtımlarda; kuruluşun isminin **“**Bercislina Epilasyon & Güzellik Merkezi, Bercislina Güzellik” olarak nitelendirildiği tespit edilmiştir.

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

Bununla birlikte, 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 yapılabileceği açıkça belirtildiği,

Diğer taraftan; İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğin "Güzellik Salonları" başlıklı J Bölümünün 16.1 inci maddesinde "Güzellik salonlarının tanıtıcı reklam, tabela ve basılı belgelerinde güzellik merkezini çağrıştıracak ifadeler kullanılamaz ve açıkça 'güzellik salonu' ifadesi kullanılır." hükmü ile güzellik salonlarının her türlü mecrada yayınlanacak olan tanıtımlarında kuruluşlarının isimlerini açıkça "salon" olarak belirtmesi gerektiği hükme bağlanmasına rağmen inceleme konusu internet sitelerinde; kuruluşun isminin *“Bercislina Epilasyon & Güzellik Merkezi, Bercislina Güzellik”* olarak nitelendirildiği; ancak, kuruluşun bir “güzellik salonu” olarak faaliyet göstermesi sebebiyle söz konusu tanıtımlarda kuruluşun türünün açıkça belirtilmemesi suretiyle tüketicilerin yanıltıldığı,

Bununla birlikte, www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait ‘bercislinakarsiyaka’ kullanıcı isimli sayfanın 27.12.2020 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘Dermapen, Lazer Epilasyon, Zayıflama Tedavisi, Selülit Tedavisi, G5 Tedavisi’ ,*

www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait ‘bercislinavipantalya’, ‘bercislinavipmalatya’, ‘bercislinavipelazig’ kullanıcı isimli sayfaların 27.12.2020 tarihli görünümlerinde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘Dermapen, Lazer Epilasyon’ ,*

www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait ‘bercislinavipaydin’ kullanıcı isimli sayfanın 27.12.2020 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘Dermapen, Lazer Epilasyon, G5 Tedavisi’ ,*

www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait ‘bercislinaeskisehir’, ‘bercislinaviphatay’ kullanıcı isimli sayfaların 28.12.2020 tarihli görünümlerinde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘Dermapen, Lazer Epilasyon’ ,*

gibi güzellik salonlarında uygulanması mevzuat gereği yasak olan ve tabip tarafından uygulanması gerektiğinden tanıtımının yapılmasına da izin verilmeyen tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara ve bu işlemlerin uygulanmasına dair görüntülere; ayrıca, hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere; bununla birlikte, söz konusu işlemlerle ilgili kampanya ve fiyat bilgilerine,

www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait ‘bercislinabalikesir’, ‘bercislinaiskenderun’ kullanıcı isimli sayfaların 28.12.2020 tarihli görünümlerinde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘Dermapen, Lazer Epilasyon’* gibi güzellik salonlarında uygulanması mevzuat gereği yasak olan ve tabip tarafından uygulanması gerektiğinden tanıtımının yapılmasına da izin verilmeyen tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara; ayrıca, söz konusu işlemlerle ilgili kampanya ve fiyat bilgilerine yer verildiği,

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

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

- İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğin 16, 16.1, 16.2, 16.3 ve 16.4 üncü maddeleri,

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**68)**

**Dosya No: 2020/661**

**Şikayet Edilen: Neslihan KOÇOĞLU (Yirmibeş Güzellik Salonu)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 28.12.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait ‘yirmibesguzellik’ kullanıcı isimli sayfanın 28.12.2020 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘Dermapen, Lazer Epilasyon, Çatlak Tedavisi, Selülit Tedavisi’* gibi tanıtımlara ve bu işlemlerin uygulanmasına dair görüntülere; ayrıca, hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere; bununla birlikte, söz konusu işlemlerle ilgili çekiliş, kampanya ve fiyat bilgilerine yer verildiği,

Diğer taraftan; inceleme konusu tanıtımlarda; kuruluşun isminin “Yirmibeş Güzellik” olarak nitelendirildiği,

tespit edilmiştir.

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

Bununla birlikte, 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 yapılabileceği açıkça belirtildiği,

Diğer taraftan; İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğin "Güzellik Salonları" başlıklı J Bölümünün 16.1 inci maddesinde "Güzellik salonlarının tanıtıcı reklam, tabela ve basılı belgelerinde güzellik merkezini çağrıştıracak ifadeler kullanılamaz ve açıkça 'güzellik salonu' ifadesi kullanılır." hükmü ile güzellik salonlarının her türlü mecrada yayınlanacak olan tanıtımlarında kuruluşlarının isimlerini açıkça "salon" olarak belirtmesi gerektiği hükme bağlanmasına rağmen inceleme konusu internet sitesinde; kuruluşun isminin *“Yirmibeş Güzellik”* olarak nitelendirildiği; ancak, kuruluşun bir “güzellik salonu” olarak faaliyet göstermesi sebebiyle söz konusu tanıtımlarda kuruluşun türünün açıkça belirtilmemesi suretiyle tüketicilerin yanıltıldığı,

www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait ‘yirmibesguzellik’ kullanıcı isimli sayfanın 28.12.2020 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘Dermapen, Lazer Epilasyon, Çatlak Tedavisi, Selülit Tedavisi’* gibi güzellik salonlarında uygulanması mevzuat gereği yasak olan ve tabip tarafından uygulanması gerektiğinden tanıtımının yapılmasına da izin verilmeyen tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara ve bu işlemlerin uygulanmasına dair görüntülere; ayrıca, hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere; bununla birlikte, söz konusu işlemlerle ilgili çekiliş, kampanya ve fiyat bilgilerine yer verildiği,

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

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

- İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğin 16, 16.1, 16.2, 16.3 ve 16.4 üncü maddeleri,

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**69)**

**Dosya No: 2020/665**

**Şikayet Edilen: Meryem BAYRAK (Mezolife Güzellik Merkezi)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 29.12.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.facebook.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait ‘Mezolife Güzellik Merkezi’ kullanıcı isimli sayfanın 29.12.2020 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘Dermapen, Lazer Epilasyon’* gibi tanıtımlara; ayrıca, hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere; bununla birlikte, söz konusu işlemlerle ilgili kampanya ve fiyat bilgilerine,

www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait ‘mezolife\_’ kullanıcı isimli sayfanın 29.12.2020 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘Dermapen, Lazer Epilasyon, Dövme Silme, Refleksoloji’* gibi tanıtımlara ve bu işlemlerin uygulanmasına dair görüntülere; ayrıca, hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere; bununla birlikte, söz konusu işlemlerle ilgili kampanya ve fiyat bilgilerine,

Diğer taraftan; inceleme konusu tanıtımlarda; kuruluşun isminin “Mezolife Güzellik, Mezolife Güzellik Merkezi” olarak nitelendirildiği,

Bununla birlikte; inceleme konusu internet sitelerindeki 16.01.2020 tarihli paylaşımlarda; *‘Bizi diğer merkezlerden ayıran özelliğimiz: Yalnızca mesleğimizde 13. yılımız değil, dürüst insan ilişkilerine ve ahlaklı ticarete dayanan ilkelerimizdir.’* ifadelerine yer verildiği

tespit edilmiştir.

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

Bununla birlikte, 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 yapılabileceği açıkça belirtildiği,

Diğer taraftan; İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğin "Güzellik Salonları" başlıklı J Bölümünün 16.1 inci maddesinde *"Güzellik salonlarının tanıtıcı reklam, tabela ve basılı belgelerinde güzellik merkezini çağrıştıracak ifadeler kullanılamaz ve açıkça 'güzellik salonu' ifadesi kullanılır."* hükmü ile güzellik salonlarının her türlü mecrada yayınlanacak olan tanıtımlarında kuruluşlarının isimlerini açıkça "salon" olarak belirtmesi gerektiği hükme bağlanmasına rağmen inceleme konusu internet sitelerinde; kuruluşun isminin *“Mezolife Güzellik, Mezolife Güzellik Merkezi”* olarak nitelendirildiği; ancak, kuruluşun bir “güzellik salonu” olarak faaliyet göstermesi sebebiyle söz konusu tanıtımlarda kuruluşun türünün açıkça belirtilmemesi suretiyle tüketicilerin yanıltıldığı,

Bununla birlikte; www.facebook.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait ‘Mezolife Güzellik Merkezi’ kullanıcı isimli sayfanın 29.12.2020 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘Dermapen, Lazer Epilasyon’* gibi güzellik salonlarında uygulanması mevzuat gereği yasak olan ve tabip tarafından uygulanması gerektiğinden tanıtımının yapılmasına da izin verilmeyen tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara; ayrıca, hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere; bununla birlikte, söz konusu işlemlerle ilgili kampanya ve fiyat bilgilerine,

www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait ‘mezolife\_’ kullanıcı isimli sayfanın 29.12.2020 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘Dermapen, Lazer Epilasyon, Dövme Silme, Refleksoloji’* gibi güzellik salonlarında uygulanması mevzuat gereği yasak olan ve tabip tarafından uygulanması gerektiğinden tanıtımının yapılmasına da izin verilmeyen tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara ve bu işlemlerin uygulanmasına dair görüntülere; ayrıca, hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere; bununla birlikte, söz konusu işlemlerle ilgili kampanya ve fiyat bilgilerine,

Diğer taraftan; inceleme konusu internet sitelerindeki 16.01.2020 tarihli paylaşımlarda yer alan; *‘Bizi diğer merkezlerden ayıran özelliğimiz: Yalnızca mesleğimizde 13. yılımız değil, dürüst insan* *ilişkilerine ve ahlaklı ticarete dayanan ilkelerimizdir.’* ifadelerindeki *‘13. yıl’* ifadesinin ispata muhtaç olduğu ve bu iddianın Bakanlığımıza gönderilen bilgi ve belgelerle ispatlanamadığı; dolayısıyla bu ifadelerin tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu,

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

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

- İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğin 16, 16.1, 16.2, 16.3 ve 16.4 üncü maddeleri,

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Meryem BAYRAK (Mezolife Güzellik Merkezi)** hakkında, söz konusu tanıtımlarla ilgili olarak, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**70)**

**Dosya No: 2020/666**

**Şikayet Edilen: Yasin SUNAR (Pastel Art Güzellik ve Bakım Salonu)**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 28.12.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait ‘pastelartguzellikbakim’ kullanıcı isimli sayfanın 28.12.2020 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘Lazer Epilasyon, Selülit Tedavisi, Dolgu’* gibi tanıtımlara ve bu işlemlerin uygulanmasına dair görüntülere; ayrıca, hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere; bununla birlikte, söz konusu işlemlerle ilgili kampanya ve fiyat bilgilerine yer verildiği,

Diğer taraftan; inceleme konusu tanıtımlarda; kuruluşun isminin “Pastel Estetik ve Güzellik, Pastel Art Güzellik Bakım” olarak nitelendirildiği tespit edilmiştir.

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

Bununla birlikte, 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 yapılabileceği açıkça belirtildiği,

Diğer taraftan; İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğin "Güzellik Salonları" başlıklı J Bölümünün 16.1 inci maddesinde *"Güzellik salonlarının tanıtıcı reklam, tabela ve basılı belgelerinde güzellik merkezini çağrıştıracak ifadeler kullanılamaz ve açıkça 'güzellik salonu' ifadesi kullanılır."* hükmü ile güzellik salonlarının her türlü mecrada yayınlanacak olan tanıtımlarında kuruluşlarının isimlerini açıkça "salon" olarak belirtmesi gerektiği hükme bağlanmasına rağmen inceleme konusu internet sitesinde; kuruluşun isminin *“Pastel Estetik ve Güzellik, Pastel Art Güzellik Bakım”* olarak nitelendirildiği; ancak, kuruluşun bir “güzellik salonu” olarak faaliyet göstermesi sebebiyle söz konusu tanıtımlarda kuruluşun türünün açıkça belirtilmemesi suretiyle tüketicilerin yanıltıldığı,

www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait ‘pastelartguzellikbakim’ kullanıcı isimli sayfanın 28.12.2020 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘Lazer Epilasyon, Selülit Tedavisi, Dolgu’* gibi güzellik salonlarında uygulanması mevzuat gereği yasak olan ve tabip tarafından uygulanması gerektiğinden tanıtımının yapılmasına da izin verilmeyen tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara ve bu işlemlerin uygulanmasına dair görüntülere; ayrıca, hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere; bununla birlikte, söz konusu işlemlerle ilgili kampanya ve fiyat bilgilerine yer verildiği,

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

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

- İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğin 16, 16.1, 16.2, 16.3 ve 16.4 üncü maddeleri,

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Yasin SUNAR (Pastel Art Güzellik ve Bakım Salonu)** hakkında, söz konusu tanıtımlarla ilgili olarak, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**71)**

**Dosya No: 2020/1689**

**Şikayet Edilen: Mire Estetik ve Güzellik Salonu**

**Şikayet Edilen Reklam:** 'Mire Estetik ve Güzellik' başlıklı broşür ile www.facebook.com ve www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitelerinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 20.10.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Broşür, İnternet

**Tespitler:** Kuruluşa ait 'Mire Estetik ve Güzellik' başlıklı broşürde; *'Lazer Epilasyon, Leke Tedavisi, Akne Skar Tedavisi, Kırışıklık Tedavileri, Prp, Mezoterapi, Yüz-Dudak Dolgusu, Botoks, Saç Ekimi, Kavitasyon Dövme Silme İşlemleri'* gibi ifadeler ile,

www.facebook.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait “Mire Estetik Güzellik”kullanıcı isimli sayfanın 20.10.2020 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda; *“Lazer Epilasyon, Botoks, Dolgu, Cilt Bakımı ve Tedavileri, Leke Tedavileri, Mezoterapi, Kimyasal Peeling, Dövme Silme”* gibi ifadeler ile,

www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait “mire\_estetik\_guzellik”kullanıcı isimli sayfanın 20.10.2020 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda; *“Leke Tedavisi”* gibi ifadeler ile hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere,

www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait “mireestetik”kullanıcı isimli sayfanın 20.10.2020 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda; *“Cilt Tedavileri, Dövme Silme, Saç Ekimi,”* gibi ifadelere yer verildiği,

Bununla birlikte; inceleme konusu broşür ve internet sitelerinde; kuruluşun isminin “Mire Estetik ve Güzellik, Mire Estetik” olarak nitelendirildiği,

tespit edilmiştir.

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

Bununla birlikte, 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 yapılabileceği açıkça belirtildiği,

Diğer taraftan; İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğin "Güzellik Salonları" başlıklı J Bölümünün 16.1 inci maddesinde *"Güzellik salonlarının tanıtıcı reklam, tabela ve basılı belgelerinde güzellik merkezini çağrıştıracak ifadeler kullanılamaz ve açıkça 'güzellik salonu' ifadesi kullanılır."* hükmü ile güzellik salonlarının her türlü mecrada yayınlanacak olan tanıtımlarında kuruluşlarının isimlerini açıkça "salon" olarak belirtmesi gerektiği hükme bağlanmasına rağmen inceleme konusu internet sitelerinde; kuruluşun isminin *“Mire Estetik ve Güzellik, Mire Estetik”* olarak nitelendirildiği; ancak, kuruluşun bir “güzellik salonu” olarak faaliyet göstermesi sebebiyle söz konusu tanıtımlarda kuruluşun türünün açıkça belirtilmemesi suretiyle tüketicilerin yanıltıldığı,

Bununla beraber; kuruluşa ait 'Mire Estetik ve Güzellik' başlıklı broşürde; *'Lazer Epilasyon, Leke Tedavisi, Akne Skar Tedavisi, Kırışıklık Tedavileri, Prp, Mezoterapi, Yüz-Dudak Dolgusu, Botoks, Saç Ekimi, Kavitasyon Dövme Silme İşlemleri'* gibi ifadeler ile,

www.facebook.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait “Mire Estetik Güzellik”kullanıcı isimli sayfanın 20.10.2020 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda; *“Lazer Epilasyon, Botoks, Dolgu, Cilt Bakımı ve Tedavileri, Leke Tedavileri, Mezoterapi, Kimyasal Peeling, Dövme Silme”* gibi ifadeler ile,

www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait “mire\_estetik\_guzellik”kullanıcı isimli sayfanın 20.10.2020 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda; *“Leke Tedavisi”* gibi ifadeler ile hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere,

www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait “mireestetik”kullanıcı isimli sayfanın 20.10.2020 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda; *“Cilt Tedavileri, Dövme Silme, Saç Ekimi,”* gibi ifadeler ile güzellik salonlarında uygulanması mevzuat gereği yasak olan ve tabip tarafından uygulanması gerektiğinden tanıtımının da yapılmasına izin verilmeyen tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara yer verildiği,

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

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

- İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğin 16, 16.1, 16.2, 16.3 ve 16.4 üncü maddeleri,

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**72)**

**Dosya No: 2020/1713**

**Şikayet Edilen: Murat Recep TÜRKEL (Murat Türkel Estetik ve Güzellik)**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.facebook.com ve www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitelerinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 30.10.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.facebook.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait ‘Murat Türkel Estetik ve Güzellik’ kullanıcı isimli sayfanın 30.12.2020 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘Botoks, Dermapen’* gibi tanıtımlara; ayrıca, hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere,

www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait ‘muratturkelaesthetic’ kullanıcı isimli sayfanın 30.12.2020 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘Dermapen, Botoks, Dolgu, Lamine Diş, Prp, Zirkonyum Diş’* gibi tanıtımlara ve bu işlemlerin uygulanmasına dair görüntülere; ayrıca, hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere yer verildiği,

Diğer taraftan; inceleme konusu tanıtımlarda; kuruluşun isminin “Murat Türkel Estetik ve Güzellik” olarak nitelendirildiği tespit edilmiştir.

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

Bununla birlikte, 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 yapılabileceği açıkça belirtildiği,

Diğer taraftan; İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğin "Güzellik Salonları" başlıklı J Bölümünün 16.1 inci maddesinde *"Güzellik salonlarının tanıtıcı reklam, tabela ve basılı belgelerinde güzellik merkezini çağrıştıracak ifadeler kullanılamaz ve açıkça 'güzellik salonu' ifadesi kullanılır."* hükmü ile güzellik salonlarının her türlü mecrada yayınlanacak olan tanıtımlarında kuruluşlarının isimlerini açıkça "salon" olarak belirtmesi gerektiği hükme bağlanmasına rağmen inceleme konusu internet sitesinde; kuruluşun isminin *“Murat Türkel Estetik ve Güzellik”*olarak nitelendirildiği; ancak, kuruluşun bir “güzellik salonu” olarak faaliyet göstermesi sebebiyle söz konusu tanıtımlarda kuruluşun türünün açıkça belirtilmemesi suretiyle tüketicilerin yanıltıldığı,

Bununla beraber, www.facebook.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait ‘Murat Türkel Estetik ve Güzellik’ kullanıcı isimli sayfanın 30.12.2020 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘Botoks, Dermapen’* gibi güzellik salonlarında uygulanması mevzuat gereği yasak olan ve tabip tarafından uygulanması gerektiğinden tanıtımının yapılmasına da izin verilmeyen tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara; ayrıca, hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere,

www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait ‘muratturkelaesthetic’ kullanıcı isimli sayfanın 30.12.2020 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘Dermapen, Botoks, Dolgu, Lamine Diş, Prp, Zirkonyum Diş’* gibi güzellik salonlarında uygulanması mevzuat gereği yasak olan ve tabip tarafından uygulanması gerektiğinden tanıtımının yapılmasına da izin verilmeyen tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara ve bu işlemlerin uygulanmasına dair görüntülere; ayrıca, hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere yer verildiği,

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

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

- İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğin 16, 16.1, 16.2, 16.3 ve 16.4 üncü maddeleri,

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**73)**

**Dosya No: 2020/1820**

**Şikayet Edilen: Anadolu Diş Sağlığı Hizmetleri ve Ticaret Anonim Şirketi (Dentway Diş Kliniği)**

**Şikayet Edilen Reklam:** ‘Dentway Diş Hekimim’ başlıklı açık hava ilanları ilewww.dentway.com.tr adresli internet sitesi ve www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 10.11.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Açık Hava İlanı, İnternet

**Tespitler:** ‘Dentway Diş Hekimim’ başlıklı açık hava ilanlarında; *‘Dentway Diş Hekimim Çene Cerrahisi Ulaşılabilir, Güvenilir. Dentway Diş Hekimim Ağız Kokusu Tedavisi Ulaşılabilir, Güvenilir.’* ifadeleri ile,

www.dentway.com.tr adresli internet sitesinin 10.11.2020 tarihli görünümünde örnek olarak; *‘…dudak ve çevre dokular gençleştirildikçe göz ve çevre dokulardaki değişikliklere inanamayacaksınız…Herkes için sağlıklı ve güzel bir gülümseme. Amacımız; herkes için ulaşılabilir ve güvenilir sağlık hizmeti…Sizi Dentway ile tanışmaya davet ediyoruz…Bizim tutkumuz hastalarımızın ağız ve diş sağlığını korumak ve tedavi etmektir. Bu tutkumuzu hayata geçirirken alanında uzman diş hekimleriyle birlikte çalışır, en ileri teknolojiyi kullanır ve uluslararası standartlarında hizmet veririz. Amacımız hastalarımıza her türlü ağız ve diş sağlığı hizmetini sunabilmek ve her hastamızın kliniklerimizden sağlıklı ve gülerek çıkmasını sağlamaktır. Tutkumuzu gerçekleştirirken, iyi eğitimli ve profesyonel ekibimizin etik kurallara bağlı kalarak uygulayacağı hizmetleri üst düzey teknolojik imkanlarla birlikte hastalarımıza sunarız. Kişiselleştirilmiş hizmetimizden memnun olan ve bizimle devam etmeyi seçen, ağız ve dış sağlıkları en üst seviyede olan, bizi aile ve çevrelerine tavsiye eden hastalarımızın olmasını amaçlarız. Hizmetlerimizi sunarken hastalarımıza samimi, şeffaf ve dürüst davranırız. Mutlu ekibimizle güvenli ve huzurlu bir aile ortamı yaratır, kendimizi hastamızın yerine koyarak düşünürüz…Teknolojimiz: Diş hekimliğinde dünyanın en ileri teknolojisini kullanır ve uluslararası standartlarda hizmet veririz…Ozon uygulaması, non-invaziv yani girişimsel olmayan bir uygulama olduğundan diş hekimi anksiyetesi olan kişilerde de büyük konfor sağlamaktadır…ozon terapisi iyileşme için etkili bir yöntemdir…Bu sayede ozon uygulaması, diş hassasiyetini hızlı ve uzun süreli olarak kesmiş olur…Depresyonun en büyük ilacı estetik diş hekimliği uygulamalarıdır. Genelde bayanlar moralleri bozulunca kuaföre giderler, ama artık yeni trend estetik diş hekimine gitmektir. Kalıcı ve cerrahisiz çözümler ile kişinin moralini düzeltip kendini beğenmesini sağlayarak, özgüven patlaması oluşturmak mümkündür… Yaprak Porselenler yaklaşık 20 yıldan bu yana güvenle uygulanan bir tekniktir. Yeni yöntemler sayesinde çok kısa sürelerde kader diye düşündüğünüz dişlerdeki çapraşıklardan, dişler arasındaki boşluklardan veya diş rengindeki koyu görüntüden hatta gülüş esnasında fazlaca görünen diş etlerinden kurtulmak mümkündür. Başka birçok konuda da bu uygulama kalıcı ve başarılı çözümler üretebilmektedir. Diş beyazlatma daha beyaz dişlere ulaşmanın en basit ve pratik çözümüdür…Doğal ve estetik dişler hayal değil… Gerçek dişin tüm özelliklerini taklit edebilen zirkonyum porselen diş kaplamalar ile doğal dişiniz gibi dişler yapmak mümkün. Diş etleriyle dost ve komşu dişlerinize zarar vermeyen kendisiyle ve etraf dokular ile barışık protezler artık mümkün. Zirkonyum dişlerdeki çeşitlilik çok kafa karıştırıcı olsa da genel olarak başarıları çok fazladır. Cam seramikler ile çok daha başarılı diş yapmak mümkün…Kişiye özgü gülüş tasarımı yapmak ve planlanan tasarımı ağıza uygulamak adına çok başarılı bir yeri vardır…Çoğu zaman lokal anesteziye bile gerek kalmadan ağrısız bir şekilde uygulanır. Bir saat gibi kısa bir süre içerisinde mükemmel estetik bir sonuç elde edilir ve uygulama yaklaşık 8–10 yıl arasında kullanılabilinir…Günümüz yaşam koşullarında hız çok önemli olmaya başladı. Hızlı bir diş tedavisi başarı için artık çok önemli hale geldi. 3d teknolojileri sayesinde diş hekimliğinde de ciddi gelişmeler yaşandı. Diş hekimine gelen insanlar tedavilerinin ağrısız ve hızlı bir şekilde olmasını istiyorlar. Geçici dişlerin yaşatmış olduğu sıkıntıları da yaşamak istemiyorlar. İşte cerec teknolojisi sayesinde bu beklentileri karşılamak mümkün…en kısa süre de ve maksimum hassasiyetle üretilip hastalara uygulanabilmektedir…Bu hız aynı zamanda konforu ve başarıyı getirmektedir. Özellikle yurtdışından gelen diş hastaları için çok ciddi başarı sağlayan bir uygulamadır.Yaprak porselen diş kaplamaları için haftalarca hazırlanması için beklemeye gerek kalmamaktadır. Aynı zamanda eğer bir dişiniz yapılacak ise bilgisayar programı sayesinde diğer tarafta bulunan eşinin görüntüsü alınarak o dişin aynısı üretilir. Yani diğer doğal dişin aynı formu yakalanmış olur. Böylece yeni yapılan dişin diğer dişlerle olan uyumu ve simetrisi muhteşem olur…kolaylıkla üretilebilir. Özellikle yapıştırıcı temizlenmesine gerek kalmayan “VİDALI PORSELEN” üretimi sayesinde hem hastanın hem de hekimin işini kolaylaştırmaktadır…Bu sayede hastalar dişleri yapıştırıldıktan sonra hiç bir pürüzlü yüzey hissetmezler…Dentway Diş Kliniği‘nde diş hekimi tarafından veya diş hekiminin verdiği özel ilaçlarla evde yapılabilen diş beyazlatma yöntemlerinin işlemi ile dişler 2–4 ton açılarak tatmin edici bir beyazlatma elde edilebilmektedir…yukarıda anlattığımız manken gülüşü çalışmasını başarıyla bitirdikten sonra gerisi artık size özel bir tasarım yapılarak dişlerin hazırlanmasına kalır. Tasarımdan sonrası ise inanın çok çok kolaydır…Bu programların en önemli avantajı gülüş estetiğinin hastaya en ufak bir işlem yapmadan…Hollywood Smile ile dişeti, diş, dudak uyumu sağlanarak sizin için en mükemmel olan gülümsemeyi ve dental estetiği elde etmeniz hedeflenir…Cerec sistem ile 3D olarak yapılan porselen dolgular bilenen en son teknolojik işlemlerdir. Zaman ve konfor sağlar. Tek seansta tüm işlem biter. Hasta bir daha gelmek zorunda kalmaz ve tekrar bir anestezi uygulanmaz. Dijital yapıldığı için hata payı neredeyse sıfırdır. Mikron düzeyinde hassasiyet ile çalışır…Dentway Diş Kliniği’nde güzel bir gülüşe kavuşmak isteyen herkese yaprak porselen uygulanabilir…Yaprak Porselen Uygulamalarının Avantajları…Bu nedenle zirkonyum esaslı porselenler ön ve arka dişlerde güvenle tercih edilebilirler…LAVA zirkonyum kaplamalar, zirkonyum diş kaplama markaları arasındaki en kaliteli ve en güvenilir olanı 3M ESPE firmasına ait olan LAVA markasıdır…Bu sayede ağızda güvenle uygulanabilmektedir. Türkiye’de ve dünyada çok sayıda zirkonyum markası vardır. Lava markası zirkonyum için kırılmaya karşı 5 yıl garanti vermektedir…İmplant Başarısı…Bu da başarıyı arttırmıştır…İmplantı yapacak olan hekimin konuyla ilgili tecrübesi aslında en önemli etkendir. Tecrübeli bir hekim yukarda saydığımız tüm kriterleri değerlendirir. Bu değerlendirme sonunda implantın başarısızlığına sebep olacak tüm etkenleri bertaraf eder, ona göre hazırlığını ve kontrollerini yapar…İmplant yapıldıktan sonra ömür boyu ağızda kalır. Aslında diğer sistemlere göre en ucuz yöntemdir…Açık cerrahiden çok daha konforlu ve basit bir işlemdir…Günümüzde travmatik cerrahi uygulamalar sayesinde operasyon sırasında hem de operasyon sonrasındaki konfor artmaktadır…Yirmi yaş dişi cerrahisi yeni materyal ve tekniklerle ağrısız ve problemsiz olarak kolayca yapılabilmektedir. Bu sayede 20 yaş dişi çekimleri korkulu bir rüya olmaktan çıkmıştır. Özellikle bu konuda uzman ağız, diş ve çene hastalıkları cerrahisi için 20 yaş dişi cerrahisi çok basit ve kolaylıkla uygulanabilen operasyonlardır…Siz söylemedikçe hiç kimse tel taktığınızı anlayamaz.Bu teknik, son birkaç yıldan beri başarı ile uygulanmaktadır. Özellikle iş ve sosyal hayatı açısından tellerin görünmesini istemeyen erişkin hastalar için çok ideal bir tedavi yöntemidir…Adeziv Restoratif Materyallerin Avantajları…ileride lamına yaptıracakları yaşa gelene kadar tatmin edici bir estetik görünüm sağlarlar…’* gibi ifadeler ile hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere,

www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait ‘dentway’ kullanıcı isimli sayfanın 10.11.2020 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘…Dünyanın en güzel hissi, birinin yüzündeki gülümsemenin sebebi olduğunu bilmektir. Hastalarımızı istedikleri gibi gülümsetebildiğimiz için biz bu konuda kendimizi çok şanslı hissediyoruz…Ağız ve diş sağlığınız için hızlı ve doğal çözümler Dentway'de CEREC CAD/CAM sistemler sayesinde, diş restorasyon tedavilerinizi 1-2 saat gibi çok kısa bir sürede tamamlayabiliriz…Kısa sürede sağlıklı dişler için bize ulaşabilirsiniz…Sağlıklı ve güzel bir gülümsemeyi kim istemez ki? Dentway sayesinde ideal gülüşünüze kavuşabilirsiniz!...7-10 gün gibi kısa bir zamanda yeni bir gülüş kazandırdık. Siz de kısa sürede istediğiniz gülüşe kavuşabilirsiniz…Dişlerinizde çapraşıklık, kapanış bozukluğu veya asimetrik görünüm var ama siz hızlı ve estetik sonuçlar istiyorsanız alanında uzman Ortodonti hekimlerimizin deneyimlerinden yararlanmak üzere sizleri bekleriz…Güzel bir gülümsemeniz varsa sizin de yüzünüzden gülümseme eksik olmaz. Güzel gülüşlere kavuşacağınız bir hafta için buradayız…Gülüş tasarımı ile gülüşünüze güzellik katalım mı? Daha güzel gülmek istiyorsanız biz çok yakınınızdayız, bekleriz… Daha güzel gülüşler için bizi aramak ister misiniz?...En kıymetli varlıklarınızın tüm diş tedavileri için özenle ve deneyimimizle biz buradayız…Siz de eksik dişleriniz için implant tedavisi yaptırabilirsiniz. Detaylı bilgi için bize hemen ulaşın…Eksik dişlerin tedavisi için en kolay yöntem implant uygulamasıdır. Siz de sağlıklı ve güzel dişlere kavuşmak için bizi hemen arayın…Dijital diş hekimliği uygulaması ile sadece 30 dakikada sağlıklı ve güzel bir gülüşe kavuşabilirsiniz…doğal ve estetik dişle artık hayal değil…Siz de güzel ve sağlıklı bir gülüşe sahip olabilirsiniz. Detaylı bilgi için bize hemen ulaşın…Siz de harika bir gülüşe kavuşabilirsiniz…Siz de bambaşka bir gülüşe kavuşabilirsiniz! Gülüş tasarımı hakkında detaylı bilgi için bize hemen ulaşın…en hijyenik, en güvenli ve en sağlıklı koşullarda sağlayabilmenin mutluluğu içerisindeyiz…Siz de yıldızlar gibi gülümseyin!...Dişlerinizin rengi sizi çok mu rahatsız ediyor? Moralinizi bozmanıza hiç gerek yok. Siz de Dentway ile sağlıklı ve bembeyaz dişlere kavuşabilirsiniz…Sağlıklı bir gülüş ister misiniz? Detaylı bilgi için bize hemen ulaşın!...gülüşünüzü saklamayın, özgürce gülmeye var mısınız? Gülüşümüz Özgüvenimizdir. Özgürce gülmek için tam tedbirli Dentway Diş Kliniğimize gelmeye ne dersiniz?... Acil Durumlarda Yanınızdayız!...Hayal ettiğiniz gülüşe sahip olmak için sizi Dentway’e bekliyoruz! Gelin, yüz şeklinize ve dudaklarınızın yapısına göre gülüşünüzü yeniden tasarlayalım…Dentway Ailesi olarak, uzman kadromuzla size en doğru ve en mükemmel hizmeti vermek için buradayız. Sizin gülüşünüz bizim mutluluğumuz ve 20 yıllık tecrübemize inanarak ‘’Gülümsemenin yolu Dentway’den geçer!’’ diyoruz...Implant tedavisi sizi korkutmasın! Diş çekimi öncesinde kullanılan lokal anesteziler, ağrısız bir tedavi için yeterlidir. Bu uygulama sedasyon ya da genel anestezi altında da yapılabilir. Tedaviler bittikten sonra ağızdaki implantların varlığı bile hissedilmez…dişleriniz arasında bir köprü kuralım. Estetik diş tedavileri ile diş yapınıza istenilen nitelikleri kazandırıyor, sağlıklı ve estetik bir gülüş elde etmenizi sağlıyoruz…Eksikleri tamamlamak için buradayız…her şey sağlıklı bir gülümseme ile başlar! Daha parlak ve göz alıcı bir gülümseme için Dentway'i ziyaret edin…’* gibi ifadeler ile hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülerine yer verildiği,

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu tanıtımlarda yer alan ifade ve görüntülerin, tabip tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlerle ilgili olduğu; bu nedenle, söz konusu tanıtımların bilgilendirme kapsamını aşarak “reklam’’ niteliğinde değerlendirildiği ve sağlık alanında çalışan kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı, talep yaratıcı nitelikte olduğu ve kuruluşa yönlendirme yaparak, benzer alanda faaliyet gösteren kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açtığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Anadolu Diş Sağlığı Hizmetleri ve Ticaret Anonim Şirketi (Dentway Diş Kliniği)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**74)**

**Dosya No: 2020/2040**

**Şikayet Edilen: BRC Sağlık Hizmetleri San. ve Dış Tic. Ltd. Şti. (Özel Dent House Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği)**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.denthouse.com.tr/ adresli internet sitesi ile www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 12.11.2020, 13.11.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.denthouse.com.tr/ adresli internet sitesinin 12.11.2020 tarihli görünümünde örnek olarak; *‘…ileri tıp teknolojisi, tam donanımlı tanı ve tedavi üniteleri, hasta güvenliği odaklı modern mimarisi ve misafirlerinin tüm ihtiyaçları düşünülerek dizayn edilmiş yapısı…Çünkü DENTHOUSE ‘da bu alternatifler sunularak size en uygun olan sizin de fikriniz alınarak seçilir. DENTHOUSE’da planlanan tedavi en ince ayrıntısına kadar size anlatılır. Onay verdiğiniz tedavi en özenli şekilde yapılır…İlerleyen teknoloji sayesinde ortodontide kullanılan tellerde büyük aşamalar kaydedilmiştir. En son çıkan şekil hafızalı ve ısıya duyarlı teller tedavi süresinin kısalmasında büyük rol oynamaktadırlar…Mükemmel Sonuçlar İçin İleri teknoloji…Artık ileri teknoloji ürünü olan zirkonyum oksit ile metal desteksiz güçlü ve estetik protezler başarıyla yapılabilmektedir…ağız kokusu oluşturmaması nedeni ile de son derece avantajlıdır. Sonuç olarak denilebilir ki; Cercon, modern diş hekimliğinin temel gereksinimleri olan estetik, sağlamlık, doku uyumu ve doğallık konularında bugüne kadar ulaşılan en yüksek kaliteye sahip üründür…Metal Desteksiz Full Metal Kuronların Avantajları…Kuronların görüntüsünü pek çok şey etkilese de en önemlisi ışığa verdikleri tepkidir. Doğal dişler ışığı geçirir. Bunun sonucu olarak da dişte derinlik ve canlılık ortaya çıkar. Metal desteksiz porselen kuronların ışık geçirme özelliklerinden dolayı, derinlik ve canlılıkları daha fazladır, böylece doğal dişlere en yakın görsel sonuçlar elde edilir…Lamınate Veneer’ın Avantajları Nelerdir? Yapılabilecek en konservatif (koruyucu) tedavilerden biridir. Bu, veneerlerin yapılabilmesi için dişten kaldırılacak dokunun çok az olmasından kaynaklanır. Sadece dişin ön yüzeyinden ortalama 0,3-0,7 mm madde kaldırılır. Böylece hiç bir dişin kesilmesine(küçültülmesine) gerek kalmaz. Tedavi süresi kısadır. 2 yada 3 randevuda yepyeni bir gülüşe kavuşursunuz. Size özel hazırlanacak olan model ile dişleriniz daha kesilmeden 3 boyutlu olarak kendi ağzınızda nasıl bir görüntüye sahip olacağınızı görebilirsiniz. Doğru endikasyon, doğru teknik ve iyi bir gülüş dizaynı ile yapıldığında diğer insanlar tarafından hemen fark edilemeyecek kadar kişinin yüzüyle bütünleşmiş dişlerdir. Işık geçirme özelliği olduğu için doğal dişten ayırmak mümkün değildir. Bir laminate veneer ne kadar çok ışık geçirme özelliğine sahipse o kadar daha doğal sonuç elde edilir. Çok iyi cilalanmış porselen yüzeyi, diş taşı oluşumlarını minimuma indirir. Kahve, çay, sigara gibi dış etkenlerle renk değiştirmez. Materyal olarak oldukça kırılgandır. Fakat, mineye tam olarak yapıştırıldığında, germe ve çekme kuvvetlerine karşı direnci çok yükselir. Sözgelimi, yapışmış bir veneer’ı dişten bütün olarak sökmek mümkün değildir. Ancak elmas frezlerle diş yüzeyinden aşındırarak uzaklaştırılabilir. Aşınmaya karşı direnci yüksektir. Lamınate Veneer’ın Dezavantajları Nelerdir? Diğer tedavi alternatiflerine göre maliyeti daha yüksektir. Hassas bir tekniktir. İyi bir klinik ve laboratuvar çalışması gerektirir. Hekimin ve diş teknisyeninin bu konu üzerine teknik bilgisinin ve artistik yeteneğinin tam olması gerekir…Günümüzde en sık ve en başarıyla uygulanan dolgular…Amalgam dolguya olan üstünlüğü ilk bakışta kabul edilmekle birlikte uygulanacak olan dişin konumu ve durumuna göre doğru uygulandığında başarılı sonuçlar alınmaktadır…Kliniğimizin önem verdiği bir diğer konu çocuk hastalarımızdır. Çocuk Oyun Odası ve Çocuk Diş Kliniği ünitesi kliniğimizin küçük misafirlerimiz için hazırladığı güzel süprizlerdir. Tedavi sırası ya da tedavi olan anne babalarını bekleyen çocuklarımız; oyun salonunda Playstation oynayabilir ya da yaş gurubuna uygun diğer oyuncaklarla keyifli zaman geçirebilir. Çocuklarımızın; “dişçi” korkusunu çok iyi bildiğimiz için bu keyf, kabusa dönüşsün istemeyiz. O Yüzden çocuklarımız tedavi amacıyla Çocuk Diş Kliniğimize girdiklerinde de eğlence devam eder. Oyun evi görünümünde ki kliniğimiz,; tedavi olurken çizgi film izleme imkanı, özel boyutlu el aletleri ve hatta rengarenk dolgularıyla daha çok bir eğlence merkezini anımsatır…Erişkinlerde diş kayıplarının % 70’inden periodontal hastalıklar sorumludur. Bu hastalıklar erken dönemde teşhis edildiklerinde kolay ve başarılı bir şekilde tedavi edilebilirler…’* gibi ifadeler ile *‘…çok iyi karşıladılar, diş ağrısına çözüm odağınız covid önlemleri üst düzey tavsiye ederim…güler yüzlü çalışanları ve başarılı hekimleriyle gördüğümüz tedaviden çok memnun olduğumuz bir klinik…implant tedavisi olmaktan çok korkuyordum doktorlarımın ilgi ve alakasıyla çok memnun bir şekilde ayrıldım çok teşekkür ederim…’* gibi ifadelere yer verildiği,

www.instagram.com adresli internet sitesinde kuruluşa ait ‘dent\_house’ kullanıcı isimli sayfanın 13.11.2020 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘…Şeffaf plaklar, hijyenik ve konforlu bir çözümdür…şeffaf diş plakları ile rahatça gülümseyebilirsiniz…Gülüş tasarımı ile özgürce gülümseyin…20 dakika içinde kırık diş tedavisi…Günümüzde kullanılan kompozitler diş dokularını çok başarılı olarak taklit edebilmektedir…Dişlerde estetik amaçlı yapılan dolgular daha parlak ve daha pırıltılı görünüm elde etmek amacıyla uygulanmaktadır. Hem ön dişlerde, hem de arka dişlerde günümüzde estetik dolgu uygulamaları rahatlıkla yapılabilmektedir…Kompozit dolgu ile daha estetik bir gülümseme mümkün…1 günde implant ile sevinçleriniz yarım kalmasın…’* gibi ifadeler ile örnek olarak 25.06.2019 tarihli paylaşımda hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere yer verildiği,

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu internet sitelerinde yer alan ifade ve görüntülerin, tabip tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlerle ilgili olduğu; bu nedenle, söz konusu tanıtımların bilgilendirme kapsamını aşarak “reklam’’ niteliğinde değerlendirildiği ve sağlık alanında çalışan kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı, talep yaratıcı nitelikte olduğu ve kuruluşa yönlendirme yaparak, benzer alanda faaliyet gösteren kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açtığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **BRC Sağlık Hizmetleri San. ve Dış Tic. Ltd. Şti. (Özel Dent House Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**75)**

**Dosya No: 2020/2392**

**Şikayet Edilen: Baydent Ağız ve Diş Sağlığı Hizm. San. Tic. Ltd. Şti. (Özel Baydent Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği)**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.baydent.com.tr adresli internet sitesi ile www.facebook.com ve www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitelerinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 02.01.2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.baydent.com.tr adresli internet sitesinin 02.01.2021 tarihli görünümünde örnek olarak;

- ‘Hasta Referansları’ başlığı altında; *‘…Baydent ağız ve diş sağlığı polikliniğinde eşimin diş tedavilerini yaptırdık çok memnun kaldık hastane pazar dahil sürekli açık doktorlar ve çalışanlar size çok yardımcı oluyorlar bundan sonra ailecek dişlerimizde bir sıkıntı olursa inşallah olmaz baydentten başka yere gitmeyiz. teşekkürler baydent…Yeni yerlerine taşınmışlar, öncelikli olarak hayırlı olsun. Şimdi daha geniş ve ferah bir yerde hizmet veriyorlar. Çok beğendim. Zaten hizmet kalitesi ve güler yüz buraya gelip kendinizi emanet etmek için yeterli bir sebep…Baydent Diş Polikliniği’nde dişlerime zirkonyum yaptırdım Doktor Semih Kalkan yardımcı oldu. İlk önce korkuyordum gitmeyi çünkü dişlerimi kestirecektim memnun kalmazsam geri dönüşü olmaz diye. Çalıştığım yerden tavsiye üzerine gittim. Hem çalışanlar olsun ( özellikle Reyhan hanım) hem doktorlar olsun hep güler yüzlüydü, içimdeki korkuyu ve endişeyi aldı. Ve dişlerime zirkonyum yaptırmaya karar verdim. Sağ olsun Doktor Semih bey, çok ilgilendi benimle. Çok çok memnun kaldım kesinlikle tavsiye ederim. Fiyat konusunda da yardımcı oluyorlar…’* gibi hasta yorumlarına,

- ‘Sağlık Turizmi’ başlığı altında; *‘…Baydent Diş Polikliniği gelen misafirlerimize birçok alanda hizmet vermektedir. Ağız ve Diş sağlığı alanında tüm tedavileri üstün doktor kadromuz ve uygun fiyatlarımız ile sizlere sunmaktayız. Amacımız misafirlerimizin ağız ve diş sağlığını korumak ve daha iyi bir noktaya taşımaktır. Ağız içi diş operasyonları, dolgular, İmplant tedavileri, protez diş, zirkonyum diş gibi çeşitli hizmet Baydent güvencesiyle hastalarına sunulmaktadır. Uzman doktor kadromuz ve ileri teknoloji cihazlarımız sayesinde en üstün hizmeti sunmaktayız…’*,

- ‘Diş Taşı Temizliği Nedir?’ başlığı altında; *‘…Baydent Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniğinde uygun fiyatlarla diş temizliği yaptırabilirsiniz. Eğer sizde diş temizliği yaptırmak istiyorsanız bizimle iletişime geçebilir ve uygun fiyatlarımız, uzman doktor kadromuz ve sağlıklı hizmetimizden faydalanabilirsiniz. 7 gün sabah saat 08.00 ile 23.00 arasında açık olan kliniğimizden randevu almak için bir telefon etmeniz yeterlidir. Uzman çalışanlarımız her türlü sorununuzda size yardımcı olmak için hazır beklemektedir…’*,

*-* ‘Zirkonyum Diş Nedir?’ başlığı altında; *‘…Zirkonyum kaplama diş birçok avantajı ile tercih edilmektedir…Hastaya sağladığı en büyük avantajı doğal görünüm olan Zirkonyum kaplama diş sayesinde diş kaplamasının fark edilmesi oldukça güçtür. Zirkonyum kaplama diş bu sayede kişinin hayat kalitesini yükseltir ve estetik açıdan çok doğal sonuçlar verir…Zirkonyum Kaplama Dişin Avantajları Nelerdir? Zirkonyum porselenler kişinin kendi diş rengiyle aynıdır. Bu nedenle fark edilmesi mümkün değildir. Herhangi bir alerjiye sebep olmaz. Oldukça dayanıklıdır bu sebeple ısırma eylemi sonucu zarar görmez. Üstüne yapıldığı dişin rengini baskıladığı için alttaki diş rengi üstteki dişe yansımaz. Diş eti sağlığı açısından oldukça faydalıdır. Zirkonyum dişin yerinden çıkma gibi bir ihtimali yoktur. Ön ve arka dişlerde güvenle kullanılabilir. Işık geçirgenliği normal kaplamalara göre daha fazla olduğu için daha doğal bir görüntü sağlar…* *En uygun Zirkonyum diş kaplaması fiyatları için lütfen bizimle iletişime geçiniz. Diş ile alakalı her konuda olduğu gibi Zirkonyum diş konusunda da en uygun fiyatları sunmaktayız. Deneyimli diş hekimlerimiz ve avantajlı fiyatlarımız ile birlikte diş konusunda en doğru aday konumundayız. Eğer sizde ilgileniyorsanız ve dişlerinize çok güzel ve doğal bir görüntü sağlamak istiyorsanız bizimle iletişime geçebilirsiniz…’*,

- ‘Porselen Lamina Nedir?’ başlığı altında; *‘…Diş estetiği uygulamaları sayesinde sizde sanatçı gülümemesi olarak da bilinen gülümsemeye sahip olabilirsiniz. Gülümseme tasarımı olarak da adlandırılan Diş estetiği ile sizde özlediğiniz güzel gülümsemeye sahip olabilirsiniz…Porselen lamina dişlerin avantajları nelerdir?...Aşınmaya karşı direnci yüksektir…’*,

- ‘Protetik veya Protez Diş Nedir?’ başlığı altında; *‘…Yeni teknoloji işlemi kolaylaştırdığı gibi hem de daha doğal görünümlü sonuçlar vermektedir…Doğal diş rengine en yakın protez olması sonucu oldukça doğal ve dayanıklı bir protez seçeneğidir…insan vücuduna en uyumlu protezler arasındadır…dişlere daha doğal bir görünüm kazandırmaktadır…Lamine diş hastanın doğal dişlerine oldukça yakın bir görünüme ve estetiğe sahiptir…Günümüzde en çok tercih edilen ve en dayanıklı tedavi seçeneklerinden birisi İmplant Üstü Protezlerdir…Eğer sizde mevcut dişlerinizden memnun değilseniz ve ağız içerisinde kayıp dişleriniz varsa en uygun fiyatlar ve deneyimli hekim kadromuz için bizimle iletişime geçebilirsiniz…’*,

- ‘İmplant Diş – Vidalı Diş’ başlığı altında; *‘…İmplant tedavisinin en önemli avantajlarından birisi komşu dişlere zarar vermemesidir. İmplantlar diş veya vidalı diş kökün yerini alır ve doğal dişler gibi hareket ederler. Yemek yemekte sorun olmadığı gibi istediğiniz gibi dişlerinizi gösterebilirsiniz…İstanbul Pendik bölgesinde yer alan Diş Polikliniğimizde profesyonel ekibimiz sizi uzman doktorlarımız ile buluşturarak en uygun ve en kaliteli İmplant seçeneklerini sizlere sunmaktadır. Eğer sizde İmplant yaptırmayı düşünüyorsanız ücretsiz muayene imkanından faydalanabilirsiniz. Sizler için hazırladığımız en uygun ve en kaliteli İmplant diş seçenekleri ve implant diş fiyatı için bizimle iletişime geçebilirsiniz. İstanbul bölgesinde en uygun implant diş fiyatları bizdedir…Ücretsiz İmplant Randevusu Almak İçin Bizimle iletişime geçiniz’*,

- ‘Diş Teli ve Estetiği’ başlığı altında; *‘…kolaylıkla üstesinden gelinebilir. Çapraşık veya yamuk dişleriniz varsa ve diş teli kullanmak istiyorsanız eğer bu konuda size en uygun fiyatlarımızı vereceğimizden emin olabilirsiniz. Deneyimli diş hekimlerimiz ve çok uygun diş teli fiyatlarımız sayesinde sizler için en uygun seçenek olmaktayız. Bizimle haftanın 7 günü iletişime geçebilirsiniz…’*,

- ‘Ağız, Diş ve Çene Cerrahisi Nedir?’ başlığı altında; *‘…estetik sorunları ortadan kaldırmaktır…Kişinin yaşam standartlarını oldukça derinden etkileyen bu sorunlar ağız, diş ve çene sayesinde çözülebilmektedir…Eğer sizin de yukarıda sıralamış olduğumuz sorunlara benzer sorunlarınız var ise yetenekli diş hekimlerimiz ve uygun fiyatlarımızla sizleri de Baydent’te görmek isteriz. İstanbul bölgesinde en uygun fiyatlarımız ile sizlere yardımcı olmak için sizleri bekliyoruz. Fiyatlarımız konusunda oldukça iddialıyız. Bize danışmadan karar vermemenizi tavsiye ederiz…’*,

- ‘Çocuk Diş Hekimliği Nedir?’ başlığı altında; *‘…Eğer sizin de çocuğunuzda diş sorunları var ise uzman hekimlerimiz ve uygun fiyatlarımız ile sizlere hizmet etmekten memnuniyet duyarız. Çocuğunuz dişlerinde oluşabilecek tüm sorunların tespiti ve tedavisi için bizimle iletişime geçebilirsiniz…’*,

- ‘İletişim Bilgileri’ başlığı altında; *‘…Geniş Hekim Kadromuz ile Aynı anda 10 muayene odasında aktif muayene ve her türlü diş tedavileri uygulanabilmektedir. Uzun uzun beklemeye gerek kalmadan hizmet alın.…’* ifadeleri ile,

- ‘Zirkonyum Diş Nedir?, Porselen Lamina Nedir?, İmplant Diş – Vidalı Diş’ başlıkları altında; hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere,

- ‘Kampanyalı İmplant Fiyat Listesi’ başlığı altında, implant hizmetine ilişkin fiyat bilgilerine yer verildiği,

www.facebook.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait ‘Baydent Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği’ kullanıcı isimli sayfanın 02.01.2021 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘…Küçük hastamız diş tedavisi sonunda oldukça mutlu, daha güzel gülümsemesi ile kendisine sağlıklı yıllar dileriz. Sizde gelin ve Pendik'in en geniş doktor kadrosu ve uygun fiyatlarıyla tanışın. Muayene ücretsizdir, kliniğimiz haftanın 7 günü açıktır…Estetik dolgu kullanılarak dişlerinizi güzelleştirebilir, diş arası boşlukları ortadan kaldırabilirsiniz…Güzel dişlere kavuşmak için asla çok geç değil. Baydent ailesi olarak daha güzel gülümsemeniz için en son teknoloji ve uzman doktorlarımızla her zaman yanınızdayız…Zirkonyum kaplama kullanarak dişlerinizdeki tüm kusurları gidermek ve onlara harika bir görünüm kazandırmak sizin elinizde…Zirkonyum kaplama sayesinde dişlerinizin güzelliğini geri kazanabilirsiniz. Güzel gülümsemenize kavuşmak artık çok kolay. Sizde gelin ve Pendik'in en geniş doktor kadrosu ve uygun fiyatlarıyla tanışın. Muayene ücretsizdir…İmplant üstü Protez uygulaması sayesinde hayalini kurduğunuz gülüşe sahip olabilirsiniz…Gingivektomi yöntemini kullanarak diş etlerinizin seviyesini düzenleyebilir, dişlerinizi ön plana çıkartabilirsiniz ve gülüşünüzün daha güzel görünmesini sağlayabilirsiniz…Baydent Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği olarak hastalarımızın ağız sağlığını önemsiyoruz ve onların daha güzel gülümsemeleri için en son teknolojiyi, en uygun fiyatlarla sunuyoruz. Sizde gelin ve Pendik'in en geniş doktor kadrosu ve uygun fiyatlarıyla tanışın. Muayene ücretsizdir…Gülümsemenizin önünde hiçbir engel olmasın. Zirkonyum diş tedavisi ile dişleriniz eskisinden daha güzel görünsün…Estetik dolgu ile daha güzel gülüşlerin yolu Baydent'ten geçer… Uzman Doktorlarımız ve Deneyimli Kadromuzla Ağız ve Diş Sağlığınız için buradayız…Güler yüzlü diş hekimlerimiz ile hizmetinizdeyiz. Pendik'in en geniş doktor kadrosu ile Baydent Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği Sizlerle...’* gibi ifadeler ile hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere yer verildiği,

www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait ‘baydentdis’ kullanıcı isimli sayfanın 02.01.2021 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘…Siz de gelin ve Pendik'in en geniş doktor kadrosu ve uygun fiyatlarıyla tanışın. Kliniğimiz haftanın 7 günü açıktır. Muayene ücretsizdir…Halil Güler beyin İmplant operasyonunu başarıyla tamamladık…Küçük hastamız diş tedavisi sonunda oldukça mutlu, daha güzel gülümsemesi ile kendisine sağlıklı yıllar dileriz…Estetik dolgu uygulaması sayesinde dişlerinizdeki boşlukları ortadan kaldırabilir, çok daha güzel bir gülümsemeye sahip olabilirsiniz…Eksik dişlerinizin yerine İmplant üstü zirkonyum yaptırarak gülüşünüzü güzelleştirebilirsiniz…Detertraj (Diş Temizliği) ile dişlerinizdeki tüm lekelerden kurtulup eski güzel gülümsemenize kavuşabilirsiniz…Estetik dolgu ve Zirkonyum kaplama ile harika gülüşlere sahip olabilirsiniz…Kırık dişlerinizi, dişlerinizdeki estetik sorunları Estetik dolgu uygulaması ile ortadan kaldırabilir ve dişlerinize harika bir görünüm kazandırabilirsiniz…* *Dişlerinize harika bir görünüm kazandıracak zirkonyum dişte çok özel fırsatlar için bizimle iletişime geçiniz…Zirkonyum diş kaplaması ile hayallerinizdeki gülüşe sahip olmak için siz de vakit kaybetmeden randevunuzu alın…Baydent’te dişlerinize hayal ettiğiniz gibi bir görünüm kazandırabilir, özgürce gülümseyebilirsiniz…Metal destekli porselen ile dişlerinize çok güzel bir görünüm kazandırın…Estetik dolgu uygulaması sayesinde dişlerine istediğiniz görünümü kazandırabilir, dişlerinizdeki tüm kusurları ortadan kaldırıp özgürce gülümseyebilirsiniz…Lamine diş ile dişlerinize yepyeni bir görünüm kazandırın…Zirkonyum diş ile dişlerinize özlediğiniz görünümü verebilirsiniz. Daha güzel bir gülümsemeye sahip olmak sizin elinizde. Siz de gelin ve Pendik'in en geniş doktor kadrosu ve uygun fiyatlarıyla tanışın. Kliniğimiz haftanın 7 günü açıktır. Muayene ücretsizdir…Gülüşünüzü yeniden tasarlayalım. Estetik dolgu ile harika dişlere sahip olabilirsiniz…Diastema kapatma veya estetik dolgu sayesinde dişlerinizin arasındaki boşlukları ortadan kaldırabilir ve harika bir gülümsemeye sahip olabilirsiniz…Güzel dişlere kavuşmak için asla çok geç değil. Baydent ailesi olarak daha güzel gülümsemeniz için en son teknoloji ve uzman doktorlarımızla her zaman yanınızdayız…Zirkonyum kaplama sayesinde dişlerinizin güzelliğini geri kazanabilirsiniz. Güzel gülümsemenize kavuşmak artık çok kolay…’* gibiifadeler ile hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere; ayrıca kampanya bilgilerine yer verildiği,

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu internet sitelerinde yer alan ifade ve görüntülerin, tabip tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlerle ilgili olduğu; bu nedenle, söz konusu tanıtımların bilgilendirme kapsamını aşarak “reklam’’ niteliğinde değerlendirildiği ve sağlık alanında çalışan kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı, talep yaratıcı nitelikte olduğu ve kuruluşa yönlendirme yaparak, benzer alanda faaliyet gösteren kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açtığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Baydent Ağız ve Diş Sağlığı Hizm. San. Tic. Ltd. Şti. (Özel Baydent Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**76)**

**Dosya No: 2020/3423**

**Şikayet Edilen: Özge Özel Güzellik Hizmetleri Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.ozgeozel.com.tr adresli internet sitesi ile www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesi ve www.youtube.com adresli video paylaşım sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 27.12.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.ozgeozel.com.tr adresli internet sitesinin 27.12.2020 tarihli görünümünde örnek olarak; *‘Lazer Epilasyon’* gibi işlemlerin tanıtımına ve fiyat bilgilerine,

www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait ‘ozgeozelbeautyturkey’ kullanıcı isimli sayfanın 27.12.2020 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘Lazer Epilasyon, Çatlak Tedavisi’* gibi tanıtımlara ve bu işlemlerin uygulanmasına dair görüntülere; ayrıca, hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere; bununla birlikte, söz konusu işlemlerle ilgili kampanya ve fiyat bilgilerine,

www.youtube.com adresli video paylaşım sitesinde kuruluşa ait ‘Özge Özel Official’ kullanıcı isimli sayfanın 27.12.2020 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘Lazer Epilasyon’* gibi işlemlerin tanıtımına ve bu işlemlerin uygulanmasına dair görüntülere yer verildiği,

Bununla birlikte; inceleme konusu tanıtımlarda; kuruluşun isminin “Özge Özel Güzellik Merkezi, Özge Özel Beauty” olarak nitelendirildiği

tespit edilmiştir.

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

Bununla birlikte, 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 yapılabileceği açıkça belirtildiği,

Diğer taraftan; İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğin "Güzellik Salonları" başlıklı J Bölümünün 16.1 inci maddesinde "Güzellik salonlarının tanıtıcı reklam, tabela ve basılı belgelerinde güzellik merkezini çağrıştıracak ifadeler kullanılamaz ve açıkça 'güzellik salonu' ifadesi kullanılır." hükmü ile güzellik salonlarının her türlü mecrada yayınlanacak olan tanıtımlarında kuruluşlarının isimlerini açıkça "salon" olarak belirtmesi gerektiği hükme bağlanmasına rağmen inceleme konusu internet sitelerinde; kuruluşun isminin *“Özge Özel Güzellik Merkezi, Özge Özel Beauty”*olarak nitelendirildiği; ancak, kuruluşun bir “güzellik salonu” olarak faaliyet göstermesi sebebiyle söz konusu tanıtımlarda kuruluşun türünün açıkça belirtilmemesi suretiyle tüketicilerin yanıltıldığı,

Bununla beraber; www.ozgeozel.com.tr adresli internet sitesinin 27.12.2020 tarihli görünümünde örnek olarak; *‘Lazer Epilasyon’* gibi güzellik salonlarında uygulanması mevzuat gereği yasak olan ve tabip tarafından uygulanması gerektiğinden tanıtımının yapılmasına da izin verilmeyen tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara ve söz konusu işlemlerle ilgili fiyat bilgilerine,

www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait ‘ozgeozelbeautyturkey’ kullanıcı isimli sayfanın 27.12.2020 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘Lazer Epilasyon, Çatlak Tedavisi’* gibi güzellik salonlarında uygulanması mevzuat gereği yasak olan ve tabip tarafından uygulanması gerektiğinden tanıtımının yapılmasına da izin verilmeyen tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara ve bu işlemlerin uygulanmasına dair görüntülere; ayrıca, hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere; bununla birlikte, söz konusu işlemlerle ilgili kampanya ve fiyat bilgilerine,

www.youtube.com adresli video paylaşım sitesinde kuruluşa ait ‘Özge Özel Official’ kullanıcı isimli sayfanın 27.12.2020 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘Lazer Epilasyon’* gibi güzellik salonlarında uygulanması mevzuat gereği yasak olan ve tabip tarafından uygulanması gerektiğinden tanıtımının yapılmasına da izin verilmeyen tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara ve bu işlemlerin uygulanmasına dair görüntülere yer verildiği,

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

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

- İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğin 16, 16.1, 16.2, 16.3 ve 16.4 üncü maddeleri,

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**77)**

**Dosya No: 2020/3967**

**Şikayet Edilen: Serpil DİNLER (Eslem Kuaför ve Güzellik Salonu)**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.facebook.com ve www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitelerinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 23.11.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.facebook.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait ‘Eslem Güzellik Salonu’ kullanıcı isimli sayfanın 23.11.2020 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘Selülit Tedavisi, Çatlak Tedavisi, Kırışıklık Tedavisi, Deri Tedavisi, Dolgu’* gibi tanıtımlara ve bu işlemlerin uygulandığı hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere; ayrıca, söz konusu işlemlerle ilgili *‘…Afyonkarahisar'da dolgunun tek adresi tüm işlemlerde %30 kampanyamızdan yararlanmak için acele edin...tüm dolgu işlemlerimizde %30'a varan indirimlerimiz başlamıştır...’* gibi kampanya bilgilerine yer verildiği,

www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait ‘eslemguzellik’ kullanıcı isimli sayfanın 23.11.2020 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘Lazer Epilasyon, Dolgu, Botoks, Çatlak Tedavisi, Selülit Tedavisi, Leke Tedavisi, Akne Tedavisi, Dermapen’* gibi tanıtımlara ve bu işlemlerin uygulandığı hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere; ayrıca, söz konusu işlemlerle ilgili *‘…lazer epilasyon cihazımızla tanışmayan kalmasın kampanyalarımızdan yararlanmak için acele edin...lazer epilasyonda paket avantajını kaçırmayın...’* gibi kampanya bilgilerine yer verildiği,

www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait ‘eslemguzellik03’ kullanıcı isimli sayfanın 23.11.2020 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘Lazer Epilasyon, Dolgu, Botoks, Sivilce Tedavisi, Selülit Tedavisi, Leke Tedavisi, Dermapen’* gibi tanıtımlara ve bu işlemlerin uygulandığı hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere; ayrıca, söz konusu işlemlerle ilgili *‘…lazer epilasyon cihazımızla tanışmayan kalmasın kampanyalarımızdan yararlanmak için acele edin...lazer epilasyonda paket avantajını kaçırmayın...’* gibi kampanya bilgilerine yer verildiği,

Bununla birlikte; www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait sayfalarda yer alan tanıtımlarda; kuruluşun isminin “Eslem Güzellik” olarak nitelendirildiği,

tespit edilmiştir.

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

Bununla birlikte, 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 yapılabileceği açıkça belirtildiği,

Diğer taraftan; İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğin "Güzellik Salonları" başlıklı J Bölümünün 16.1 inci maddesinde "Güzellik salonlarının tanıtıcı reklam, tabela ve basılı belgelerinde güzellik merkezini çağrıştıracak ifadeler kullanılamaz ve açıkça 'güzellik salonu' ifadesi kullanılır." hükmü ile güzellik salonlarının her türlü mecrada yayınlanacak olan tanıtımlarında kuruluşlarının isimlerini açıkça "salon" olarak belirtmesi gerektiği hükme bağlanmasına rağmen inceleme konusu internet sitelerinde; kuruluşun isminin *“Eslem Güzellik”*olarak nitelendirildiği; ancak, kuruluşun bir “güzellik salonu” olarak faaliyet göstermesi sebebiyle söz konusu tanıtımlarda kuruluşun türünün açıkça belirtilmemesi suretiyle tüketicilerin yanıltıldığı,

Bununla beraber; www.facebook.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait ‘Eslem Güzellik Salonu’ kullanıcı isimli sayfanın 23.11.2020 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘Selülit Tedavisi, Çatlak Tedavisi, Kırışıklık Tedavisi, Deri Tedavisi, Dolgu’* gibi güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen ve tabipler tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara ve bu işlemlerin uygulandığı hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere; ayrıca, söz konusu işlemlerle ilgili *‘…Afyonkarahisar'da dolgunun tek adresi tüm işlemlerde %30 kampanyamızdan yararlanmak için acele edin...tüm dolgu işlemlerimizde %30'a varan indirimlerimiz başlamıştır...’* gibi kampanya bilgilerine yer verildiği,

www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait ‘eslemguzellik’ kullanıcı isimli sayfanın 23.11.2020 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘Lazer Epilasyon, Dolgu, Botoks, Çatlak Tedavisi, Selülit Tedavisi, Leke Tedavisi, Akne Tedavisi, Dermapen’* gibi güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen ve tabipler tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara ve bu işlemlerin uygulandığı hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere; ayrıca, söz konusu işlemlerle ilgili *‘…lazer epilasyon cihazımızla tanışmayan kalmasın kampanyalarımızdan yararlanmak için acele edin...lazer epilasyonda paket avantajını kaçırmayın...’* gibi kampanya bilgilerine yer verildiği,

www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait ‘eslemguzellik03’ kullanıcı isimli sayfanın 23.11.2020 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘Lazer Epilasyon, Dolgu, Botoks, Sivilce Tedavisi, Selülit Tedavisi, Leke Tedavisi, Dermapen’* gibi güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen ve tabipler tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara ve bu işlemlerin uygulandığı hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere; ayrıca, söz konusu işlemlerle ilgili *‘…lazer epilasyon cihazımızla tanışmayan kalmasın kampanyalarımızdan yararlanmak için acele edin...lazer epilasyonda paket avantajını kaçırmayın...’* gibi kampanya bilgilerine yer verildiği,

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

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

- İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğin 16, 16.1, 16.2, 16.3 ve 16.4 üncü maddeleri,

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**78)**

**Dosya No: 2020/4187**

**Şikayet Edilen: Fahrettin YILMAZ**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.fahrettinyilmaz.com adresli internet sitesi ile www.instagram.com adresli sosyal paylaşım ve www.youtube.com adresli video paylaşım sitelerinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 08.12.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.fahrettinyilmaz.com adresli internet sitesinin 08.12.2020 tarihli görünümünde örnek olarak,

-‘Rinoplasti-Burun Estetiği’ başlığı altında; *‘…ancak görüş alanı açık tekniğe göre daha kısıtlıdır. Özellikle burun ucunun şekillendirilmesi ve eğri burunların düzeltilmesi açık tekniğe göre daha zordur. Bu nedenle revizyon oranları açık tekniğe göre daha fazladır. Açık Teknik Burun Estetiği: Açık teknikte kapalı teknikten farkı olarak burun ucuna yaklaşık 3 mm’lik bir kesi yapılarak burun ucu açılır. Açık teknikte kapalı tekniğe kıyasla burnun tamamına özellikle de burun ucuna daha rahat hakim olma imkanı vardır. Burun ucu daha kolay ve daha sağlam şekillendirilmektedir. Yine burun sırtının kıkırdak yapısı daha iyi bir şekilde onarılmakta, dışarıdan belirgin eğriliği olan burunlar daha iyi düzeltilebilmektedir. Özetle açık teknik daha titiz, daha sağlam ve daha rahat bir çalışma imkanı sağlamaktadır. Buna karşın ameliyat süresi ve iyileşme süresi kapalı tekniğe oranla daha uzundur. İki teknik arasındaki tercih cerrahın bu tekniklerle ilgili tecrübesine ve ameliyata hakimiyetine bağlıdır. Cerrah en iyi bildiği yöntemle en iyi sonucu alacaktır. Ben açık veya kapalı teknik seçimini hastanın burun yapısına göre yapıyorum. Hangi teknikte daha iyi sonuç elde edeceğimi düşünüyorsam o tekniği uyguluyorum…’*,

-‘Ultrasonik Piezo Cihazı ile Burun Estetiği’ başlığı altında; *‘…ameliyat sonrası morluk ve şişlik klasik yönteme göre daha az olmaktadır. Klasik cihazlarla yapılan kemik kesme ve şekillendirme işlemleri sırasında bazen istenmeyen kırıklar oluşmaktadır. Piezo cerrahisinde, bu işlem kontrollü bir şekilde yapılmaktadır…’*,

-‘Deviasyon Ameliyati = Septoplasti’ başlığı altında; *‘…hasta konforu ve cerrahın daha rahat çalışması açısından…’*,

-‘Bademcik Ameliyatı = Tonsillektomi’ başlığı altında; *‘…Bademcik ameliyatını thermal welding cihazı ile yapıyoruz. Thermal welding ile yapılan bademcik ameliyatlarında ameliyat sırasında kanama olmamakta, ameliyat sonrası ağrı standart ameliyatlara göre daha az olmakta ve iyileşme daha hızlı olmaktadır…’*,

-‘Uyku Apnesi Tedavisinde Robotik Cerrahi’ başlığı altında; *‘…Bu hastalarda en iyi cerrahi tedavi robotik uyku apnesi cerrahisidir. Normal yöntemlerle bu bölgeye ulaşmak çok zor olmaktadır. Da Vinci Robotu ile problemli bölgeye ağız yolu ile rahatlıkla ulaşılmakta, bu bölgede tıkanıklığa yol açan yumuşak dokular, üç boyutlu ve büyütülmüş endoskopik görüş altında hassas bir şekilde temizlenmektedir. Hastalar bir gece hastanede kalmakta ve ertesi gün taburcu edilmektedir. Başarı oranı oldukça yüksek bir yöntemdir…’*,

-‘Horlama ve Uyku Apnesi’ başlığı altında; *‘…Günümüzde en yeni ve en etkili cerrahi tedavi robotik uyku apnesi cerrahisidir…’*,

-‘Kalsiyum Hidroksiapatit’ başlığı altında; *‘…Uygulandığı bölgede kolajen oluşumunu uyararak doğal bir görünüm sağlar. 18 aya kadar etkisi devam eden güvenilir bir dolgu maddesidir. Kullanıcı memnuniyeti oldukça yüksektir…’*,

-‘Hiyalüronik Asit’ başlığı altında; *‘…Dünyada en yaygın kullanılan dolgu materyalidir. FDA onaylı, güvenli bir üründür…’*,

-‘Ameliyatsız Estetik = Medikal Estetik Botoks’ başlığı altında; *‘…FDA onaylı güvenilir bir maddedir…Botoks tedavisine en iyi cevap veren kırışıklar alın çizgileri, gözlerin çevresi ve kaşların arasındaki kırışıklıklardır. Botoks ayrıca yanaklardaki gülme çizgileri, kaş kaldırma, çene ve boyun kırışıklıklarının tedavisinde de başarı ile kullanılmaktadır…’*, gibi ifadeler ile,

www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde şahsa ait ‘fahrettin\_yilmaz’ kullanıcı isimli sayfanın 08.12.2020 tarihli görünümünde; hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere; ayrıca, örnek olarak 06.08.2020 tarihli paylaşımda tıbbi müdahalenin uygulandığı esnadaki ameliyathane görseline,

www.youtube.com adresli video paylaşım sitesinde şahsa ait ‘Prof. Dr. Fahrettin Yılmaz’ kullanıcı isimli sayfanın 08.12.2020 tarihli görünümünde örnek olarak;

-‘İdeal Burun Estetiği’ başlıklı videoda; *‘…İdeal bir burun estetiğini şu şekilde tanımlayabiliriz. Kişinin yüz yapısıyla uyumlu olan, estetik olduğu belli olmayan, doğal görünen solunum problemi olmayan bir burundur. Ben burun estetiği yaparken iki temel işleve çok dikkat ediyorum bunlardan birisi burnun estetik işlevi…bu nedenle yaptığım burnun kişinin yüz yapısıyla uyumlu doğal görünen bir burun olmasına özen gösteriyorum…’*,

-‘Açık Teknik Mi Kapalı Teknik Mi?’ başlıklı videoda; *‘…kişisel kanaatim cerrah hangi teknikte daha iyi sonuç alacaksa o tekniği uygulamalı ben kendi pratiğimde açık veya kapalı teknik seçimini hastanın burun yapısına göre yapıyorum hangi teknikten daha iyi sonuç alacağımı düşünüyorsam hastalarıma o tekniği uyguluyorum…iki tekniğin de kendine avantajları ve dezavantajları var bunları şu şekilde özetleyebilirim…kıkırdak çatısının onarılması kapalı tekniğe göre çok çok daha iyidir. Açık tekniğin bence en önemli avantajlarından bir tanesi de bu teknikte revizyon oranları kapalı tekniğe göre çok daha azdır…’*,

-‘Tükürük Bezi’ başlıklı videoda; *‘…tükürük kanallarında tıkanıklığa sebep olan hastalıkların teşhis ve tedavisinde kullanılan en etkili yöntemdir…’*,

-‘Botoks’ başlıklı videoda; *‘…FDA onaylı güvenli bir maddedir…10 yılı aşkın bir süredir güvenle kullanılmaktadır…boyun kırışıklıklarının tedavisinde de başarıyla kullanılmaktadır…’*,

-‘Ultrasonik Piezzo Cerrahisi’ başlıklı videoda; *‘…ameliyat sonrası morluk ve şişlik klasik yöntemlere göre daha az olmaktadır…piezzo cerrahisinde bu işlem kontrollü bir şekilde yapıldığı için böyle bir risk görülmemektedir bu nedenle ben de ameliyatlarımda sadece piezzo cihazı kullanmaktayım…’*,

-‘Burun Estetiğinde Açık Teknik Mi Kapalı Teknik Mi?’ başlıklı videoda; *‘…açık teknikte kapalı teknikten farklı olarak…ameliyat süresi ve iyileşme süresi kapalı tekniğe göre biraz daha uzundur…kişisel kanaatim cerrah hangi teknikte daha iyi sonuç alacaksa o tekniği uygulamalı ben kendi pratiğimde açık veya kapalı teknik seçimini hastanın burun yapısına göre yapıyorum hangi teknikten daha iyi sonuç alacağımı düşünüyorsam o tekniği uyguluyorum…’* gibi ifadelere yer verildiği,

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu internet sitelerinde yer alan ifade ve görüntülerin, tabip tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlerle ilgili olduğu; bu nedenle, söz konusu tanıtımların bilgilendirme kapsamını aşarak “reklam’’ niteliğinde değerlendirildiği ve sağlık alanında çalışan şahsın faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı, talep yaratıcı nitelikte olduğu ve şahsa yönlendirme yaparak, benzer alanda faaliyet gösteren meslektaşları açısından haksız rekabete yol açtığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**79)**

**Dosya No: 2020/4188**

**Şikayet Edilen: Özel Aileden Biri Evde Bakım Hizmetleri Merkezi A. Ş.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 14.12.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.ailedenbiri.com adresli internet sitesinin 14.12.2020 tarihli görünümünde örnek olarak;

- Ana sayfa da; *‘...Sağlık Bakanlığı’nca ruhsatlandırılan ilk şirketlerden biridir… profesyonel kadrolar tarafından sunulan…’* ifadeleri ile *‘…ilk kez faydalandığım evde sağlık hizmetinden beklentimin üzerinde memnun kaldığımı ifade etmek isterim. Şirketinizin adının aliden biri olmasını yardımımıza gelen personel sayesinde gerçekten hak ettiğinize inanıyorum. Umarım bu doğrultuda hizmetlerinizin devamı daim olur…yardıma ihtiyacım olduğunda bana yardım eden şirketin adı gibi neredeyse aileden biri gibi davranan, bakım görevlime ve bu zor zamanımda böyle bir eleman ve hizmet bulmamı sağlayan aileden biri evde bakım merkezine teşekkür ederim. Kesinlikle her ihtiyacı olana güvenle şirketinizi tavsiye edeceğim…’* gibi ifadelere,

- ‘Genel Müdürün Mesajı’ başlığı altında; *‘…en üst düzeyde hizmeti evinize getirmeyi hedefliyoruz. Bu doğrultuda Sağlık Bakanlığı’nca verilen Evde Bakım Hizmetleri Sunumu Uygunluk Belgesi’ne sahip seçilmiş kuruluşlardan olmamız da bakış açımızın bir göstergesi. Sağlık sektöründe tecrübeli elemanlardan seçtiğimiz çalışanlarımız…Hizmet standardımızı en yüksek seviyede tutmak için çalışanlarımızın bilgi düzeyini sürekli ölçüyor ve eğitimlerle destekliyoruz. Kontrol mekanizmalarımızı sizlerin ve çalışanlarımızı hiçbir an yalnız bırakmayacak şekilde oluşturduk. Çalışanlarımız 24 saat şirketimize veya uzmanlarımıza ulaşıp bilgi alabilir, siz ise günün her saati istek ve arzularınızı bize iletebilirsiniz. Düzenli olarak gerçekleştirdiğimiz süpervizyon ziyaretleri ve hizmet takibiyle de hizmet kalitemizi denetliyor ve sizlerin memnuniyetini ölçüyoruz. Adımızdan da anlaşılacağı gibi hizmetimizin ana dayanağı sizlere ailenizin bir üyesi gibi özen, ilgi ve sevgi çerçevesinde hizmet sunmak…’*,

- ‘Evde Bakım Hizmeti’ başlığı altında; *‘…profesyonel bakım görevlilerine ihtiyaç duyulmaktadır. Evde sağlık hizmetleri alan kişilerin yaşadıkları huzurlu ve güven dolu ortamdan ayrılmadan temel ihtiyaçlarını karşılamaları, psikolojik açıdan kendilerini daha iyi hissetmelerini sağlamaktadır. Ailesiyle birlikte yaşamaya ve ortak bir yaşam sürdürmeye devam eden yaşlı birey, kendini toplumdan ve yaşadığı ortamdan dışlanmamış, koparılmamış hissederek, yetersizlik ve çaresizlik duygularını yaşamadan çok daha huzurlu bir yaşlılık dönemi geçirecektir…Evde bakım hizmeti alan birey, hastane ortamında maruz kalabileceği enfeksiyon riskini de en aza indirmiş olur. Hastaneye gidemeyecek durumda olanlar için ise evde sağlık hizmetleri önemli ölçüde konfor sağlamaktadır…Neden Evde Bakım?... Aileden Biri Evde Bakım Merkezi bünyesinde çalışan süpervizörler yukarıda bahsi geçen ekip ilişkisini kurmak için katalizör görevini üstlenirler. Süpervizörler ihtiyaç sahibi kişinin ve ailesinin ihtiyaçlarını ve hassasiyetlerini sahiplenerek, doğru personel seçimi ve seçilen personelin eğitimi ve denetimi görevlerini üstlenirler…’*,

- ‘Aileden Biri’nin Avantajları’ başlığı altında yer alan ifadelere,

- ‘Evde Hemşire’ başlığı altında yer alan, *‘Hemşirelerimizi nasıl seçiyoruz?’* bölümündeki ifadelere,

-‘Evde Hasta Bakıcı’ başlığı altında yer alan, *‘Bakım görevlilerimizi nasıl seçiyoruz?’* bölümündeki ifadelere,

- ‘Evde Yara Bakımı’ başlığı altında, tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere,

- ‘Medikal Ekipman/Tıbbi Cihaz’ başlığı altında; *‘…Aileden Biri Evde Bakım Merkezi, bakım konusunda uzman ekibi ile, ihtiyaçlarınızı en uygun şekilde karşılayacak medikal ekipmanları evinize getiriyor…’*,

- ‘Kurumlara Yönelik Hizmetler’ başlığı altında; *‘…Aileden Biri Evde Bakım Merkezi, deneyimli çalışanları ve kurumsal bilgi birikimi ile sağlık ve bakım alanında hizmet veren tüm kurumların çözüm ortağı olarak hizmet sunuyor…’*,

- ‘Evde Check-up’ başlığı altında; *‘…Aileden Biri Evde Bakım Merkezi, arzu ettiğiniz her ortama – evinize, işinize check-up hizmetini getiriyor…’*,

- ‘Anne ve Bebek Hizmetleri’ başlığı altında; *‘…Aileden Biri Evde Bakım Merkezi, yenidoğan bebekler konusunda uzman ekibiyle ailenizin en yeni üyesine huzur ve güven içerisinde bakmanıza yardımcı oluyor. Kadın doğum hekimleri, özel doğum klinikleri, doğum akademileri, özel sağlık sigortaları, ilaç şirketleri, hastaneler ve asistans şirketleri ile ortak çalışarak, geçtiğimiz 12 yıllık süre içerisinde, 20,000’den fazla evde anne ve bebek eğitim hizmeti sunduk, halen yıllık olarak 2,000 adetten fazla eğitimi ev ziyareti ve görüntülü görüşme şeklinde sunmaktayız…’*,

- ‘Evde Ağız ve Diş Sağlığı’ başlığı altında; *‘…Kronik hastalığa ve yaşlılığa bağlı olarak evlerinin konforunda ağız ve diş sağlığı hizmeti almak isteyenler bu hizmetten faydalanabilirler…’* gibi ifadelere yer verildiği,

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu internet sitesinde yer alan ifade ve görüntülerin bilgilendirme kapsamını aşarak “reklam’’ niteliğinde değerlendirildiği ve sağlık alanında çalışan kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı, talep yaratıcı nitelikte olduğu ve kuruluşa yönlendirme yaparak, benzer alanda faaliyet gösteren kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açtığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Evde Bakım Hizmetleri Hakkında Yönetmeliğin 30 uncu 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 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Özel Aileden Biri Evde Bakım Hizmetleri Merkezi A. Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**80)**

**Dosya No: 2020/4419**

**Şikayet Edilen: Çağdaş KIŞLAOĞLU**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.estetikdishekimi.com adresli internet sitesi ile www.instagram.com ve www.facebook.com adresli sosyal paylaşım sitelerinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 16.12.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.estetikdishekimi.com adresli internet sitesinin 16.12.2020 tarihli görünümünde örnek olarak;

- ‘İmplant’ başlığı altında; *‘…Bu sebeple köprü diş yaptırmak yerine implant diş yaptırmak en doğrusudur…’*,

- ‘Zirkonyum Diş’ başlığı altında; *‘…Zirkonyum diş, alerjisi olan kişiler içinideal bir tercih olmaktadır…Zirkonyum Diş Avantajları Nelerdir? Zirkonyum diş kaplaması, estetik açıdan, direnç, doku uyumu ve doğallığı ile en yüksek performansın elde edildiğini göstermiştir. Zirkonyum dişin akıllı seramikleri ile bütün tedaviler kendi dişinizden ayırt edilemeyecek kadar doğal ve estetik olur…’*,

- ‘Laminate Veneer’ başlığı altında; *‘…çözümüdür. Işık geçirgenliğine sahip bir tabakadan oluşan lamine diş doğala en yakın yapısı ile diğer dişlerin görünümüne ve özelliğine sahip olması kullanımı için avantajdır…’*,

- ‘Akıllı Gülüş Tasarımı’ başlığı altında; *‘…daha pratik ve hızlı olmasından dolayı…’*,

- ‘Estetik Diş Hekimliği’ başlığı altında; *‘…hekim kontrolünde çok kolay bir şekilde çözülebilir…metal desteği olmayan gayet doğal gerçek dişten ayırt edilemeyen dişler hazırlanır…Bu uygulamanın sonunda kişinin kendine olan öz güveni artmış oluyor…’*,

- ‘Bonding’ başlığı altında; *‘…dişin aralıklarının kapatılmasında çok başarılı bir yöntemdir…Dişin yarısının kırık olduğu durumlarda bile bonding başarılı olur…yarım saatlik bir süre içerisinde uygulanabilir. Bonding in en güzel yanı ise minimal invaziv bir uygulama…Bonding uygulama, estetik diş hekimliğinin güzel, kolay ve kısa sürede yapabildiği bir tekniktir. Bonding uygulaması acısız, ağrısız…Bonding Fiyatı, diğer estetik diş hekimliği uygulamalara göre daha ekonomik ve daha kısa sürede yapılan bir işlemdir…’*,

- ‘Gülüş Tasarımı’ başlığı altında; *‘…Kişiestetik gülüşüile daha canlı , sportif, çekici bir görüntüye sahip olabilir. Gülüş tasarımıile daha sağlıklı, ışıl ışıl dişlere kavuşmanız mümkündür…Kişi özlediği estetik gülüşe bir hafta gibi bir sürede hatta bonding uygulamaları sayesinde bir günde kavuşabilir…’*,

- ‘Pembe Estetik Nedir?’ başlığı altında*; ‘…zirkonyum porselenler daha estetik bir görünüm elde edilmesini sağlarlar…yapılan işlem ile kısa zamanda fazla görünen dişetlerinizden kansız ve dikişsiz olarak kurtulabilirsiniz…’*,

- ‘Telsiz Ortodonti Invisalign’ başlığı altında; *‘…invisalign sistemin en güzel yanı da dişlere tel takılmıyor…telsiz ortodonti tedavisinin en güzel yanı ise kimsenin fark etmemesi şeffaf olması.Bu sebeple çok tercih edilen ortodonti yöntemlerinden birisidir…’*,

- ‘Sabit Protez’ başlığı altında; *‘…estetik, konuşma ve fonksiyon gibi özelliklerini doğala en yakın şekilde tamamlayan protezlerdir…tedavinin başarısında en önemli faktördür…Başarılı bir tedavide doğru endikasyon en önemli aşamadır. Kullanılacak materyalin seçiminde hekimin bilgi ve tecrübesine saygı göstermek tedavinin başarısı için gereklidir…’*,

- ‘Yönlendirilmiş (Guided) Flepsiz ve Dikişsiz İmplant Tedavisi’ başlığı altında; *‘…Bu işlemde yumuşak dokular zarar görmeden implant cerrahisi gerçekleştirildiği için iyileşme daha hızlı ve daha konforlu olmaktadır…Bu planlamanın en büyük güzelliklerinden biri…yapılacak implantlar sayesinde hareketli protezlerden kurtulabilirler…protez ile ilgili sorunlar, implant uygulamaları ile giderilebilir…İmplant uygulaması günümüzdeki teknoloji ile basit bir uygulamadır…’*,

- ‘Endodonti’ başlığı altında*; ‘…kısa sürede ortadan kalkar. Bugün için doğru tedavi yöntemi uygulanan kanal tedavilerde başarı oranı %90′a varmaktadır…’* gibi ifadeler ile,

www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde şahsa ait ‘cagdaskislaoglu’ kullanıcı isimli sayfanın 16.12.2020 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘…Benim karizmatik arkadaşım daha karizmatik oldu, yeni gülüşün sana şans getirsin…Beylerde yapılan Smart Smile Design çok etkili oluyor…Tasarım ve Sanat…Sadece diş yapılarak değişime güzel bir örnek…emrealtug nun dişleri bana emanet…Smart Smile Design ile yapılan gülüş tasarımına güzel bir örnek. Kişinin gülüşü ve kendine olan özgüveni önemli ölçüde değişir…Öykü Çelik’in dişleri ve tasarımı bana emanet…Smart Smile Design ile eski yapılan restorasyonları çıkartıp yerine daha doğal ve canlı görünen bir tasarım yaptım…Bu iki resim arasındaki 3 farkı bulun bazen estetik sorun birkaç dişte olabilir. Bu çalışmamda ana dişlere zarar vermeden çok ince seramik tabakaları dişin üzerine yapıştırdım. Gerçek dişinden ayırt edilemeyecek kadar doğal oldu…Smart Smile Design ile yapılan laminalar gülüşü çok değiştirir…Doğal diş gibi tasarım yapmak zordur, dişe doğal etkiler ve renkler girmek gerekir. Nasıl olmuş…Bazı dişler farklı yapılarda olabilir, olması gerektiğinden küçük veya büyük olabilir. Bu çalışmamda 6 dişe Smart Smile Design ile lamine yaptım. Amaç doğal görünen, bakıldığı zaman yapıldığı belli olmayan diş yapmaktı…Haftasonuna girerken sizinle bu keyifle çalıştığım vakayı paylaşmak istiyorum. Dişlerdeki aralıklar farklı genişlikte olunca dengeleri ayarlamak daha zor oluyor. Smart Smile Design ile yaptığım 10 lamine ile gülüşün bütünlüğünü sağladım. Tasarımda amaç daha genç ve dinamik bir görünüm sağlamak oldu. Nasıl olmuş…Gülüşünüz en güzel aksesuarınızdır…Seneler ilerledikçe dişlerde aşınmalar ve yıpranmalar meydana gelebilir. Senelerin izlerini silmenin güzel bir yolu Smart Smile Design ile laminalar yapmaktır…’* ifadeleri ile hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere; ayrıca, *‘…Gülmek iyidir. Güvenle gülümsemek hepsinden iyidir. Doğru adres @cagdaskislaoglu'na teşekkürler…’* gibi hasta yorumlarına,

www.facebook.com adresli sosyal paylaşım sitesinde şahsa ait ‘Dr.Çağdaş Kışlaoğlu Diş Hekimi - Protez Uzmanı’ kullanıcı isimli sayfanın 16.12.2020 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘…gülerken dişleriniz görülmüyorsa Akıllı Gülüş Tasarımı ile yapılan laminalar ile güzel bir gülüşe kavuşabilirsiniz…Smart Smile Design ile yapılan tasarım kişinin yüzünde büyük bir değişim yapar. Genç arkadaşta yaptığım değişim keyifli bir sonuç verdi. Güle güle kullansın…Sadece diş yapılarak değişime güzel bir örnek. Smart Smile Design… Smart Smile Design ile yapılan gülüş tasarımına güzel bir örnek. Kişinin gülüşü ve kendine olan özgüveni önemli ölçüde değişir…emrealtug nun dişleri bana emanet…Smart Smile Design ile eski yapılan restorasyonları çıkartıp yerine daha doğal ve canlı görünen bir tasarım yaptım…Seneler ilerledikçe dişlerde aşınmalar ve yıpranmalar meydana gelebilir. Senelerin izlerini silmenin güzel bir yolu Smart Smile Design ile laminalar yapmaktır…Gülüşünüz en güzel aksesuarınızdır…Haftasonuna girerken sizinle bu keyifle çalıştığım vakayı paylaşmak istiyorum. Dişlerdeki aralıklar farklı genişlikte olunca dengeleri ayarlamak daha zor oluyor. Smart Smile Design ile yaptığım 10 lamine ile gülüşün bütünlüğünü sağladım. Tasarımda amaç daha genç ve dinamik bir görünüm sağlamak oldu. Nasıl olmuş…Bazı dişler farklı yapılarda olabilir, olması gerektiğinden küçük veya büyük olabilir. Bu çalışmamda 6 dişe Smart Smile Design ile lamine yaptım. Amaç doğal görünen, bakıldığı zaman yapıldığı belli olmayan diş yapmaktı…Doğal diş gibi tasarım yapmak zordur, dişe doğal etkiler ve renkler girmek gerekir. Nasıl olmuş…’* gibi ifadeler ile hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere; ayrıca, *‘…Süper olmuş doğal ve hoş duruyor çağdaş bey gerçekten bir numara elinize emeğinize sağlık…Muhteşem olmuş ellerinize sağlık hocam…Aaaa fevkalade. Çok çok doğal. Bunu herkes yapamaz. Genelde görüyorum düz çizgi o da çok yapay olduğunu gösteriyor. Böyle olunca doğal duruyor. Bende çok istiyorum…Emeğinize sağlık hocam mükemmel…Süper…Çok güzel olmuş ellerinize sağlık…’* gibi hasta yorumlarına yer verildiği,

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu internet sitelerinde yer alan ifade ve görüntülerin, tabip tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlerle ilgili olduğu; bu nedenle, söz konusu tanıtımların bilgilendirme kapsamını aşarak “reklam’’ niteliğinde değerlendirildiği ve sağlık alanında çalışan şahsın faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı, talep yaratıcı nitelikte olduğu ve şahsa yönlendirme yaparak, benzer alanda faaliyet gösteren meslektaşları açısından haksız rekabete yol açtığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**81)**

**Dosya No: 2020/4571**

**Şikayet Edilen: Hakan ATEŞ (Lilium Güzellik Salonu)**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 18.12.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait ‘lilium.cebeci’ kullanıcı isimli sayfanın 18.12.2020 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘Lazer Epilasyon, Dermapen, Kavitasyon, Mezoterapi, Hydrafacial, Selülit Tedavisi’* gibi tanıtımlar ile bu işlemlerin uygulandığı hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere; ayrıca, söz konusu işlemlerle ilgili kampanyalar düzenlendiği ve fiyat bilgilerine yer verildiği,

Bununla birlikte; inceleme konusu tanıtımlarda; kuruluşun isminin “Lilium Güzellik & Estetik, Lilium Güzellik Merkezi, Lilium Güzellik” olarak nitelendirildiği,

tespit edilmiştir.

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

Bununla birlikte, 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 yapılabileceği açıkça belirtildiği,

Diğer taraftan; İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğin "Güzellik Salonları" başlıklı J Bölümünün 16.1 inci maddesinde "Güzellik salonlarının tanıtıcı reklam, tabela ve basılı belgelerinde güzellik merkezini çağrıştıracak ifadeler kullanılamaz ve açıkça 'güzellik salonu' ifadesi kullanılır." hükmü ile güzellik salonlarının her türlü mecrada yayınlanacak olan tanıtımlarında kuruluşlarının isimlerini açıkça "salon" olarak belirtmesi gerektiği hükme bağlanmasına rağmen inceleme konusu internet sitesinde; kuruluşun isminin *“Lilium Güzellik & Estetik, Lilium Güzellik Merkezi, Lilium Güzellik”*olarak nitelendirildiği; ancak, kuruluşun bir “güzellik salonu” olarak faaliyet göstermesi sebebiyle söz konusu tanıtımlarda kuruluşun türünün açıkça belirtilmemesi suretiyle tüketicilerin yanıltıldığı,

Bununla beraber; www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait ‘lilium.cebeci’ kullanıcı isimli sayfanın 18.12.2020 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘Lazer Epilasyon, Dermapen, Kavitasyon, Mezoterapi, Hydrafacial, Selülit Tedavisi’* gibi güzellik salonlarında uygulanması mevzuat gereği yasak olan ve tabip tarafından uygulanması gerektiğinden tanıtımının yapılmasına da izin verilmeyen tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlar ile bu işlemlerin uygulandığı hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere; ayrıca, söz konusu işlemlerle ilgili kampanyalar düzenlendiği ve fiyat bilgilerine yer verildiği,

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

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

- İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğin 16, 16.1, 16.2, 16.3 ve 16.4 üncü maddeleri,

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**82)**

**Dosya No: 2020/4584**

**Şikayet Edilen: Aylin OKKALIOĞLU (La Piel Güzellik Salonu)**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 19.12.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait ‘lapielangels’ kullanıcı isimli sayfanın 19.12.2020 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘Lazer Epilasyon, Dermapen, Leke Tedavisi’* gibi tanıtımlar yapıldığı; ayrıca, söz konusu işlemlerle ilgili kampanyalar düzenlendiği ve fiyat bilgilerine yer verildiği,

Bununla birlikte; inceleme konusu tanıtımlarda; kuruluşun isminin “La Piel Angel's Estetik & Güzellik, La Piel Estetik & Güzellik” olarak nitelendirildiği,

tespit edilmiştir.

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

Bununla birlikte, 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 yapılabileceği açıkça belirtildiği,

Diğer taraftan; İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğin "Güzellik Salonları" başlıklı J Bölümünün 16.1 inci maddesinde "Güzellik salonlarının tanıtıcı reklam, tabela ve basılı belgelerinde güzellik merkezini çağrıştıracak ifadeler kullanılamaz ve açıkça 'güzellik salonu' ifadesi kullanılır." hükmü ile güzellik salonlarının her türlü mecrada yayınlanacak olan tanıtımlarında kuruluşlarının isimlerini açıkça "salon" olarak belirtmesi gerektiği hükme bağlanmasına rağmen inceleme konusu internet sitesinde; kuruluşun isminin *“La Piel Angel's Estetik & Güzellik, La Piel Estetik & Güzellik”*olarak nitelendirildiği; ancak, kuruluşun bir “güzellik salonu” olarak faaliyet göstermesi sebebiyle söz konusu tanıtımlarda kuruluşun türünün açıkça belirtilmemesi suretiyle tüketicilerin yanıltıldığı,

Bununla beraber; www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait ‘lapielangels’ kullanıcı isimli sayfanın 19.12.2020 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘Lazer Epilasyon, Dermapen, Leke Tedavisi’* gibi güzellik salonlarında uygulanması mevzuat gereği yasak olan ve tabip tarafından uygulanması gerektiğinden tanıtımının yapılmasına da izin verilmeyen tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlar yapıldığı; ayrıca, söz konusu işlemlerle ilgili kampanyalar düzenlendiği ve fiyat bilgilerine yer verildiği,

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

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

- İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğin 16, 16.1, 16.2, 16.3 ve 16.4 üncü maddeleri,

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**83)**

**Dosya No: 2020/4586**

**Şikayet Edilen: Sılay ERTÜRK**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 20.12.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.doktortakvimi.com adresli internet sitesinde şahsa ait sayfanın 20.12.2020 tarihli görünümünde yer alan tanıtımlarda örnek olarak; *‘Aile Terapisi, Evlilik Terapisi, Bilişsel Davranışçı* *Terapi, Psikoterapi’* gibi yetki alanı dışındaki uygulamalarda hizmet verildiği belirtilerek, *‘Depresyon,* *Anksiyete, Obsesif Kompulsif Bozukluk, Panik Atak, Davranış Bozuklukları’* gibi ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Bilindiği gibi; psikologların İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmelik kapsamında sağlık beyanı dışında olmak kaydıyla, tanı ve tedaviye yönelik işlem yapılmayan kuruluşlarda, psikolog unvanını kullanarak çalışabileceklerinin düzenlendiği,

Yine, Sağlık Meslek Mensupları ile Sağlık Hizmetlerinde Çalışan Diğer Meslek Mensuplarının İş ve Görev Tanımlarına Dair Yönetmelik kapsamında, “psikolog” olan meslek mensuplarının görev alanları tanımlanarak, psikiyatri uzmanı ve/veya klinik psikolog gözetimi olmaksızın hizmet verebilecekleri alanların belirtildiği,

Bu bağlamda; inceleme konusu tanıtımlarda yetki alanında bulunmayan konularda hizmet verildiği belirtilerek tarafça tedavi yapıldığı yönünde izlenim oluşturulmasının benzer alanda faaliyet gösteren meslektaşları açısından haksız rekabete yol açtığı, tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanun’un 1, 8 ve 10 uncu maddeleri,

- Sağlık Meslek Mensupları ile Sağlık Hizmetlerinde Çalışan Diğer Meslek Mensuplarının İş ve Görev Tanımlarına Dair Yönetmeliğin 5/c ve Ek 2-Psikolog maddeleri,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/1-b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 7/5-c, 26, 29 ve 32 nci maddeleri ile ‘Haksız Ticari Uygulama Olarak Kabul Edilen Örnek Uygulamalar’ başlıklı Yönetmelik ekinin A-8 maddesi,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Sılay ERTÜRK** hakkında, söz konusu tanıtımlar ile ilgili olarak, 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 **OYBİRLİĞİYLE** karar verilmiştir.

**84)**

**Dosya No: 2020/4590**

**Şikayet Edilen: Büşra AKGÜN**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 19.02.2020, 20.12.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.doktortakvimi.com adresli internet sitesinde şahsa ait sayfanın 19.02.2020 tarihli görünümünde yer alan tanıtımlarda örnek olarak; *‘Aile Terapisi, Bireysel Terapi, Ergen Terapisi, Çift* *Terapisi, Bilişsel Davranışçı Terapi, Boşanma Terapisi, Evlilik Terapisi, İlişki Terapisi’* gibi ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan değerlendirmeler sonucunda psikologların İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmelik kapsamında sağlık beyanı dışında olmak kaydıyla, tanı ve tedaviye yönelik işlem yapılmayan kuruluşlarda, psikolog unvanını kullanarak çalışabileceklerinin düzenlendiği,

Yine, Sağlık Meslek Mensupları ile Sağlık Hizmetlerinde Çalışan Diğer Meslek Mensuplarının İş ve Görev Tanımlarına Dair Yönetmelik kapsamında, “psikolog” olan meslek mensuplarının görev alanları tanımlanarak, psikiyatri uzmanı ve/veya klinik psikolog gözetimi olmaksızın hizmet verebilecekleri alanların belirtildiği,

Bu bağlamda; inceleme konusu tanıtımlarda yetki alanında bulunmayan konularda hizmet verildiği belirtilerek tarafça tedavi yapıldığı yönünde izlenim oluşturulmasının benzer alanda faaliyet gösteren meslektaşları açısından haksız rekabete yol açtığı, tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanun’un 1, 8 ve 10 uncu maddeleri,

- Sağlık Meslek Mensupları ile Sağlık Hizmetlerinde Çalışan Diğer Meslek Mensuplarının İş ve Görev Tanımlarına Dair Yönetmeliğin 5/c ve Ek 2-Psikolog maddeleri,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/1-b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 7/5-c, 26, 29 ve 32 nci maddeleri ile ‘Haksız Ticari Uygulama Olarak Kabul Edilen Örnek Uygulamalar’ başlıklı Yönetmelik ekinin A-8 maddesi,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Büşra AKGÜN** hakkında, söz konusu tanıtımlar ile ilgili olarak, 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 **OYBİRLİĞİYLE** karar verilmiştir.

**85)**

**Dosya No: 2020/4593**

**Şikayet Edilen: Elanur AKÇAY**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 20.12.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.doktortakvimi.com adresli internet sitesinde şahsa ait sayfanın 20.12.2020 tarihli görünümünde yer alan tanıtımlarda örnek olarak; *‘Vajinismus, Kaygı, Depresyon’* gibi ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Bilindiği gibi; Sağlık Meslek Mensupları ile Sağlık Hizmetlerinde Çalışan Diğer Meslek Mensuplarının İş ve Görev Tanımlarına Dair Yönetmelik kapsamında, “klinik psikolog” ve “psikolog” olan meslek mensuplarının görev alanlarının tanımlandığı,

Yine anılan Yönetmeliğin “Sağlık Meslek Mensuplarının İş ve Görev Tanımları” başlıklı ek listesinde; “*Klinik psikolog; a)Uluslararası Hastalık Sınıflandırma (ICD – 10) listesinde F00 ile F99* *kodları arasında yer alan hastalıklarda ilgili uzman tabibin teşhisine ve tedavi için yönlendirmesine bağlı* *olarak, hastalara eğitimini aldığı terapi ve psikolojik destek hizmetlerini verir…”* maddesi yer almakta olup, anılan kodlar arasında çeşitli fobiler, kaygı (anksiyete) gibi hastalıkların da yer aldığı dolayısıyla anılan hastalıkların tedavisinin ilgili alanda uzman tabiplerin yönlendirmesiyle klinik psikologlarca yapılması gerektiğinin belirtildiği,

Bu bağlamda; şahsın *“Sosyoloji”* bölümünde lisans eğitimi aldığı; ancak, *“Klinik Psikolog”* olarak hizmet sunabilmesi için herhangi bir eğitim almadığı; dolayısıyla, şahsın incelemeye konu internet sitesinde, klinik psikologların görev alanına giren hususlarda hasta tedavi ettiği yönünde bir izlenim oluşturmasının ilgili mevzuata aykırılık teşkil ettiği ve benzer alanda faaliyet gösteren meslektaşları açısından haksız rekabete yol açtığı; dolayısıyla, söz konusu tanıtımların tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanun’un 1, 8 ve Ek 13/a maddeleri,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/1-b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 7/5-c, 26, 29 ve 32 nci maddeleri ile ‘Haksız Ticari Uygulama Olarak Kabul Edilen Örnek Uygulamalar’ başlıklı Yönetmelik ekinin A-8 maddesi,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Elanur AKÇAY** hakkında, söz konusu tanıtımlar ile ilgili olarak, 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 **OYBİRLİĞİYLE** karar verilmiştir.

**86)**

**Dosya No: 2020/4624**

**Şikayet Edilen: Health Plus Turkey Sağlık Hizm. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 30.11.2020,08.12.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait ‘aesthplusclinic’ kullanıcı isimli sayfanın 30.11.2020 ve 08.12.2020 tarihli görünümlerinde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘Çatlak Tedavisi, Dermapen, Dolgu, Botoks, Prp’* gibi tanıtımlar yapıldığı; ayrıca, söz konusu işlemlerle ilgili kampanyalar düzenlendiği ve fiyat bilgilerine yer verildiği, tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülerin paylaşıldığı,

Bununla birlikte; inceleme konusu tanıtımlarda; kuruluşun isminin “Aesthplus Clinic” olarak nitelendirildiği,

tespit edilmiştir.

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

Bununla birlikte, 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 yapılabileceği açıkça belirtildiği,

Diğer taraftan; İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğin "Güzellik Salonları" başlıklı J Bölümünün 16.1 inci maddesinde "Güzellik salonlarının tanıtıcı reklam, tabela ve basılı belgelerinde güzellik merkezini çağrıştıracak ifadeler kullanılamaz ve açıkça 'güzellik salonu' ifadesi kullanılır." hükmü ile güzellik salonlarının her türlü mecrada yayınlanacak olan tanıtımlarında kuruluşlarının isimlerini açıkça "salon" olarak belirtmesi gerektiği hükme bağlanmasına rağmen inceleme konusu internet sitesinde; kuruluşun isminin *“Aesthplus Clinic”*olarak nitelendirildiği; ancak, kuruluşun bir “güzellik salonu” olarak faaliyet göstermesi sebebiyle söz konusu tanıtımlarda kuruluşun türünün açıkça belirtilmemesi suretiyle tüketicilerin yanıltıldığı,

Bununla beraber; www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait ‘aesthplusclinic’ kullanıcı isimli sayfanın 30.11.2020 ve 08.12.2020 tarihli görünümlerinde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘Çatlak Tedavisi, Dermapen, Dolgu, Botoks, Prp’* gibi güzellik salonlarında uygulanması mevzuat gereği yasak olan ve tabip tarafından uygulanması gerektiğinden tanıtımının yapılmasına da izin verilmeyen tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlar yapıldığı; ayrıca, söz konusu işlemlerle ilgili kampanyalar düzenlendiği ve fiyat bilgilerine yer verildiği, tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülerin paylaşıldığı,

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

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

- İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğin 16, 16.1, 16.2, 16.3 ve 16.4 üncü maddeleri,

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Health Plus Turkey Sağlık Hizm. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**87)**

**Dosya No: 2020/4626**

**Şikayet Edilen: Sultan KAYA (Sultan Kaya Güzellik Salonu)**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 21.12.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait ‘sultankayaguzellik’ kullanıcı isimli sayfanın 21.12.2020 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘Lazer Epilasyon, Mezoterapi’* gibi tanıtımlar yapıldığı; ayrıca, söz konusu işlemlerle ilgili kampanyalar düzenlendiği ve fiyat bilgilerine yer verildiği,

Bununla birlikte; inceleme konusu tanıtımlarda; kuruluşun isminin “Sultan Kaya Güzellik” olarak nitelendirildiği,

tespit edilmiştir.

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

Bununla birlikte, 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 yapılabileceği açıkça belirtildiği,

Diğer taraftan; İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğin "Güzellik Salonları" başlıklı J Bölümünün 16.1 inci maddesinde "Güzellik salonlarının tanıtıcı reklam, tabela ve basılı belgelerinde güzellik merkezini çağrıştıracak ifadeler kullanılamaz ve açıkça 'güzellik salonu' ifadesi kullanılır." hükmü ile güzellik salonlarının her türlü mecrada yayınlanacak olan tanıtımlarında kuruluşlarının isimlerini açıkça "salon" olarak belirtmesi gerektiği hükme bağlanmasına rağmen inceleme konusu internet sitesinde; kuruluşun isminin *“Sultan Kaya Güzellik”*olarak nitelendirildiği; ancak, kuruluşun bir “güzellik salonu” olarak faaliyet göstermesi sebebiyle söz konusu tanıtımlarda kuruluşun türünün açıkça belirtilmemesi suretiyle tüketicilerin yanıltıldığı,

Bununla beraber; www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait ‘sultankayaguzellik’ kullanıcı isimli sayfanın 21.12.2020 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘Lazer Epilasyon, Mezoterapi’* gibi güzellik salonlarında uygulanması mevzuat gereği yasak olan ve tabip tarafından uygulanması gerektiğinden tanıtımının yapılmasına da izin verilmeyen tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlar yapıldığı; ayrıca, söz konusu işlemlerle ilgili kampanyalar düzenlendiği ve fiyat bilgilerine yer verildiği,

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

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

- İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğin 16, 16.1, 16.2, 16.3 ve 16.4 üncü maddeleri,

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**88)**

**Dosya No: 2020/4631**

**Şikayet Edilen: İlgili Özel Diş Sağlığı Poliklinik Hizmetleri Tic. Ltd. Şti. (Özel İlgi Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği)**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 23.12.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait ‘ozel\_ilgidis’ kullanıcı isimli sayfanın 23.12.2020 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘ …Özel ilgi sağlıklı dişler Gülen yüzler estetik bizim işimiz…Özel ilgi diş polikliniği sağlıklı dişler Gülen yüzler estetik bizim işimiz beyazlatma hastamız…Altar ağabeyimi minik prenseslerini sağlıklı dişlerine kavuşturduk sağlıklı dişler Gülen yüzler özel ilgi diş polikliniği…Alt üst İmplnt estetik bizim işimiz özel ilgi diş polikliniği sağlıklı dişler Gülen yüzler…zirkonyum hastamızın müthiş değişimi…’* gibi ifadeler ile hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere; ayrıca, muhtelif tarihlerde paylaşılan videolarda kuruluştan hizmet alan kişilerin kuruluşa ve kuruluşta çalışan personellere yönelik ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu internet sitesinde yer alan ifade ve görüntülerin, tabip tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlerle ilgili olduğu; bu nedenle, söz konusu tanıtımların bilgilendirme kapsamını aşarak “reklam’’ niteliğinde değerlendirildiği ve sağlık alanında çalışan kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı, talep yaratıcı nitelikte olduğu ve kuruluşa yönlendirme yaparak, benzer alanda faaliyet gösteren kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açtığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **İlgili Özel Diş Sağlığı Poliklinik Hizmetleri Tic. Ltd. Şti. (Özel İlgi Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**89)**

**Dosya No: 2020/4632**

**Şikayet Edilen: Mehtap KAPLAN (Zeyila Güzellik Salonu)**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 22.12.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait ‘zeyilaestetikveguzellik’ kullanıcı isimli sayfanın 22.12.2020 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘Lazer Epilasyon, Leke Tedavisi, Çatlak Tedavisi, Dermapen, Prp, Mezoterapi’* gibi tanıtımlar yapıldığı; ayrıca, söz konusu işlemlerle ilgili kampanyalar düzenlendiği ve fiyat bilgilerine yer verildiği,

Bununla birlikte; inceleme konusu tanıtımlarda; kuruluşun isminin “Zeyila Estetik ve Güzellik” olarak nitelendirildiği,

tespit edilmiştir.

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

Bununla birlikte, 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 yapılabileceği açıkça belirtildiği,

Diğer taraftan; İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğin "Güzellik Salonları" başlıklı J Bölümünün 16.1 inci maddesinde "Güzellik salonlarının tanıtıcı reklam, tabela ve basılı belgelerinde güzellik merkezini çağrıştıracak ifadeler kullanılamaz ve açıkça 'güzellik salonu' ifadesi kullanılır." hükmü ile güzellik salonlarının her türlü mecrada yayınlanacak olan tanıtımlarında kuruluşlarının isimlerini açıkça "salon" olarak belirtmesi gerektiği hükme bağlanmasına rağmen inceleme konusu internet sitesinde; kuruluşun isminin *“Zeyila Estetik ve Güzellik”*olarak nitelendirildiği; ancak, kuruluşun bir “güzellik salonu” olarak faaliyet göstermesi sebebiyle söz konusu tanıtımlarda kuruluşun türünün açıkça belirtilmemesi suretiyle tüketicilerin yanıltıldığı,

Bununla beraber; www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait ‘zeyilaestetikveguzellik’ kullanıcı isimli sayfanın 22.12.2020 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘Lazer Epilasyon, Leke Tedavisi, Çatlak Tedavisi, Dermapen, Prp, Mezoterapi’* gibi güzellik salonlarında uygulanması mevzuat gereği yasak olan ve tabip tarafından uygulanması gerektiğinden tanıtımının yapılmasına da izin verilmeyen tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlar yapıldığı; ayrıca, söz konusu işlemlerle ilgili kampanyalar düzenlendiği ve fiyat bilgilerine yer verildiği,

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

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

- İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğin 16, 16.1, 16.2, 16.3 ve 16.4 üncü maddeleri,

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**90)**

**Dosya No: 2020/4707**

**Şikayet Edilen: Yanık Özel Sağlık Hizm. Malz. Bilg. İnş. San. ve Tic. Ltd. Şti. (Özel Kordon International Tıp Merkezi)**

**Şikayet Edilen Reklam:** 'Kordon International' başlıklı açık hava ilanları

**Reklam Yayın Tarihi:** 20.12.2019-19.12.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Açık Hava İlanı

**Tespitler:** İnceleme konusu açık hava reklamlarında, *“Op. Dr. Can Ercan Kapalı Teknik Rinoplasti Mükemmel Sonuç. Doç. Dr. Cemal Kara Op. Dr. Türker Karabuğa Obezite Cerrahisi”* ifadeleri ile kuruluşu gösteren ok görseline yer verildiğitespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu tanıtımların bilgilendirme kapsamını aşarak “reklam’’ niteliğinde değerlendirildiği ve sağlık alanında çalışan kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı, talep yaratıcı nitelikte olduğu ve kuruluşa yönlendirme yaparak, benzer alanda faaliyet gösteren kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açtığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanun’un 24 ve 40 ıncı maddeleri,

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

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

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

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre, reklam veren **Yanık Özel Sağlık Hizm. Malz. Bilg. İnş. San. ve Tic. Ltd. Şti. (Özel Kordon International Tıp Merkezi)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**91)**

**Dosya No: 2020/5091**

**Şikayet Edilen: Doğukan KARAKAŞ (Bercislina Güzellik Merkezi)**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 27.12.2020, 28.12.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait ‘bercislinavipsamsun’ kullanıcı isimli sayfanın 27.12.2020 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘Dermapen, Lazer Epilasyon, Çatlak Tedavisi, G5 Selülit ve İncelme Tedavisi’* gibi tanıtımlara ve bu işlemlerin uygulanmasına dair görüntülere; ayrıca, hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere; bununla birlikte, söz konusu işlemlerle ilgili kampanya ve fiyat bilgilerine,

www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait ‘bercislinavipdenizli’ kullanıcı isimli sayfanın 28.12.2020 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘Dermapen, Lazer Epilasyon, Zayıflama Tedavisi, Selülit Tedavisi, G5 Masaj Tedavisi’* gibi tanıtımlara ve bu işlemlerin uygulanmasına dair görüntülere; ayrıca, söz konusu işlemlerle ilgili kampanya ve fiyat bilgilerine,

Diğer taraftan; inceleme konusu tanıtımlarda; kuruluşun isminin “Bercislina Epilasyon & Güzellik Merkezi, Bercislina Güzellik” olarak nitelendirildiği,

tespit edilmiştir.

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

Bununla birlikte, 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 yapılabileceği açıkça belirtildiği,

Diğer taraftan; İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğin "Güzellik Salonları" başlıklı J Bölümünün 16.1 inci maddesinde "Güzellik salonlarının tanıtıcı reklam, tabela ve basılı belgelerinde güzellik merkezini çağrıştıracak ifadeler kullanılamaz ve açıkça 'güzellik salonu' ifadesi kullanılır." hükmü ile güzellik salonlarının her türlü mecrada yayınlanacak olan tanıtımlarında kuruluşlarının isimlerini açıkça "salon" olarak belirtmesi gerektiği hükme bağlanmasına rağmen inceleme konusu internet sitelerinde; kuruluşun isminin *“Bercislina Epilasyon & Güzellik Merkezi, Bercislina Güzellik*” olarak nitelendirildiği; ancak, kuruluşun bir “güzellik salonu” olarak faaliyet göstermesi sebebiyle söz konusu tanıtımlarda kuruluşun türünün açıkça belirtilmemesi suretiyle tüketicilerin yanıltıldığı,

Bununla birlikte, www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait ‘bercislinavipsamsun’ kullanıcı isimli sayfanın 27.12.2020 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘Dermapen, Lazer Epilasyon, Çatlak Tedavisi, G5 Selülit ve İncelme Tedavisi’* gibi güzellik salonlarında uygulanması mevzuat gereği yasak olan ve tabip tarafından uygulanması gerektiğinden tanıtımının yapılmasına da izin verilmeyen tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara ve bu işlemlerin uygulanmasına dair görüntülere; ayrıca, hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere; bununla birlikte, söz konusu işlemlerle ilgili kampanya ve fiyat bilgilerine,

www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait ‘bercislinavipdenizli’ kullanıcı isimli sayfanın 28.12.2020 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘Dermapen, Lazer Epilasyon, Zayıflama Tedavisi, Selülit Tedavisi, G5 Masaj Tedavisi’* gibi güzellik salonlarında uygulanması mevzuat gereği yasak olan ve tabip tarafından uygulanması gerektiğinden tanıtımının yapılmasına da izin verilmeyen tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara ve bu işlemlerin uygulanmasına dair görüntülere; ayrıca, söz konusu işlemlerle ilgili kampanya ve fiyat bilgilerine yer verildiği,

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

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

- İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğin 16, 16.1, 16.2, 16.3 ve 16.4 üncü maddeleri,

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**92)**

**Dosya No: 2020/5092**

**Şikayet Edilen: Halil Cihad ASLAN (Bercislina Güzellik Merkezi)**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.bercislinaguzellikmerkezleri.com adresli internet sitesi ile www.facebook.com ve www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitelerinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 27.12.2020, 28.12.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.bercislinaguzellikmerkezleri.com adresli internet sitesinin 27.12.2020 tarihli görünümünde ‘Bercislina Güzellik Merkezleri’ ifadesine yer verildiği,

www.facebook.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait ‘Bercislina Güzellik Merkezleri’ kullanıcı isimli sayfanın 27.12.2020 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘Dermapen, Lazer Epilasyon, Selülit Tedavisi, G5 Tedavisi’* gibi tanıtımlara ve bu işlemlerin uygulanmasına dair görüntülere; ayrıca, söz konusu işlemlerle ilgili çekiliş, kampanya ve fiyat bilgilerine,

www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait ‘bercislinaguzellik’ kullanıcı isimli sayfanın 27.12.2020 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘Dermapen, Lazer Epilasyon, G5 Tedavisi, İncelme ve Selülit Tedavisi’* gibi tanıtımlara ve bu işlemlerin uygulanmasına dair görüntülere; ayrıca, söz konusu işlemlerle ilgili çekiliş, kampanya ve fiyat bilgilerine,

www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait ‘bercislinakayseri’ kullanıcı isimli sayfanın 27.12.2020 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘Dermapen, Lazer Epilasyon, Mezoterapi’* gibi tanıtımlara ve bu işlemlerin uygulanmasına dair görüntülere; ayrıca, hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere; bununla birlikte, söz konusu işlemlerle ilgili kampanya ve fiyat bilgilerine,

www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait ‘bercislinabuca’ kullanıcı isimli sayfanın 28.12.2020 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘Dermapen, Lazer Epilasyon, Selülit Tedavisi’* gibi tanıtımlara; ayrıca, hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere; bununla birlikte, söz konusu işlemlerle ilgili kampanya ve fiyat bilgilerine,

Diğer taraftan; inceleme konusu tanıtımlarda; kuruluşun isminin “Bercislina Epilasyon & Güzellik Merkezi, Bercislina Güzellik Merkezleri, Bercislina Güzellik” olarak nitelendirildiği,

tespit edilmiştir.

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

Bununla birlikte, 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 yapılabileceği açıkça belirtildiği,

Diğer taraftan; İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğin "Güzellik Salonları" başlıklı J Bölümünün 16.1 inci maddesinde "Güzellik salonlarının tanıtıcı reklam, tabela ve basılı belgelerinde güzellik merkezini çağrıştıracak ifadeler kullanılamaz ve açıkça 'güzellik salonu' ifadesi kullanılır." hükmü ile güzellik salonlarının her türlü mecrada yayınlanacak olan tanıtımlarında kuruluşlarının isimlerini açıkça "salon" olarak belirtmesi gerektiği hükme bağlanmasına rağmen inceleme konusu internet sitelerinde; kuruluşun isminin *“Bercislina Epilasyon & Güzellik Merkezi, Bercislina Güzellik Merkezleri, Bercislina Güzellik”* olarak nitelendirildiği; ancak, kuruluşun bir “güzellik salonu” olarak faaliyet göstermesi sebebiyle söz konusu tanıtımlarda kuruluşun türünün açıkça belirtilmemesi suretiyle tüketicilerin yanıltıldığı,

Bununla birlikte, www.bercislinaguzellikmerkezleri.com adresli internet sitesinin 27.12.2020 tarihli görünümünde ‘Bercislina Güzellik Merkezleri’ ifadesine yer verildiği,

www.facebook.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait ‘Bercislina Güzellik Merkezleri’ kullanıcı isimli sayfanın 27.12.2020 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘Dermapen, Lazer Epilasyon, Selülit Tedavisi, G5 Tedavisi’* gibi güzellik salonlarında uygulanması mevzuat gereği yasak olan ve tabip tarafından uygulanması gerektiğinden tanıtımının yapılmasına da izin verilmeyen tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara ve bu işlemlerin uygulanmasına dair görüntülere; ayrıca, söz konusu işlemlerle ilgili çekiliş, kampanya ve fiyat bilgilerine,

www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait ‘bercislinaguzellik’ kullanıcı isimli sayfanın 27.12.2020 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘Dermapen, Lazer Epilasyon, G5 Tedavisi, İncelme ve Selülit Tedavisi’* gibi güzellik salonlarında uygulanması mevzuat gereği yasak olan ve tabip tarafından uygulanması gerektiğinden tanıtımının yapılmasına da izin verilmeyen tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara ve bu işlemlerin uygulanmasına dair görüntülere; ayrıca, söz konusu işlemlerle ilgili çekiliş, kampanya ve fiyat bilgilerine,

www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait ‘bercislinakayseri’ kullanıcı isimli sayfanın 27.12.2020 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘Dermapen, Lazer Epilasyon, Mezoterapi’* gibi güzellik salonlarında uygulanması mevzuat gereği yasak olan ve tabip tarafından uygulanması gerektiğinden tanıtımının yapılmasına da izin verilmeyen tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara ve bu işlemlerin uygulanmasına dair görüntülere; ayrıca, hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere; bununla birlikte, söz konusu işlemlerle ilgili kampanya ve fiyat bilgilerine,

www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait ‘bercislinabuca’ kullanıcı isimli sayfanın 28.12.2020 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘Dermapen, Lazer Epilasyon, Selülit Tedavisi’* gibi güzellik salonlarında uygulanması mevzuat gereği yasak olan ve tabip tarafından uygulanması gerektiğinden tanıtımının yapılmasına da izin verilmeyen tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara; ayrıca, hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere; bununla birlikte, söz konusu işlemlerle ilgili kampanya ve fiyat bilgilerine yer verildiği,

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

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

- İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğin 16, 16.1, 16.2, 16.3 ve 16.4 üncü maddeleri,

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**93)**

**Dosya No: 2020/5093**

**Şikayet Edilen: Özgür BEDEL (Bercislina Güzellik Merkezi)**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 27.12.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait ‘bercislinagebze’ kullanıcı isimli sayfanın 27.12.2020 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘Lazer Epilasyon, Selülit Tedavisi, Zayıflama Tedavisi, G5 Tedavisi’* gibi tanıtımlara; ayrıca, hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere; bununla birlikte, söz konusu işlemlerle ilgili çekiliş, kampanya ve fiyat bilgilerine,

www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait ‘bercislinakocaeli’ kullanıcı isimli sayfanın 27.12.2020 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘Lazer Epilasyon’* gibi tanıtımlara ve bu işlemlerin uygulanmasına dair görüntülere; ayrıca, hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere; bununla birlikte, söz konusu işlemlerle ilgili kampanya ve fiyat bilgilerine,

www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait ‘bercislinasakarya’ kullanıcı isimli sayfanın 27.12.2020 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘Dermapen, Lazer Epilasyon, Zayıflama Tedavisi, Selülit Tedavisi, G5 Tedavisi’* gibi tanıtımlara ve bu işlemlerin uygulanmasına dair görüntülere; ayrıca, hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere; bununla birlikte, söz konusu işlemlerle ilgili çekiliş, kampanya ve fiyat bilgilerine,

Diğer taraftan; inceleme konusu tanıtımlarda; kuruluşun isminin “Bercislina Güzellik Merkezi, Bercislina Güzellik” olarak nitelendirildiği,

tespit edilmiştir.

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

Bununla birlikte, 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 yapılabileceği açıkça belirtildiği,

Diğer taraftan; İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğin "Güzellik Salonları" başlıklı J Bölümünün 16.1 inci maddesinde "Güzellik salonlarının tanıtıcı reklam, tabela ve basılı belgelerinde güzellik merkezini çağrıştıracak ifadeler kullanılamaz ve açıkça 'güzellik salonu' ifadesi kullanılır." hükmü ile güzellik salonlarının her türlü mecrada yayınlanacak olan tanıtımlarında kuruluşlarının isimlerini açıkça "salon" olarak belirtmesi gerektiği hükme bağlanmasına rağmen inceleme konusu internet sitelerinde; kuruluşun isminin *“Bercislina Güzellik Merkezi, Bercislina Güzellik”* olarak nitelendirildiği; ancak, kuruluşun bir “güzellik salonu” olarak faaliyet göstermesi sebebiyle söz konusu tanıtımlarda kuruluşun türünün açıkça belirtilmemesi suretiyle tüketicilerin yanıltıldığı,

Bununla birlikte, www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait ‘bercislinagebze’ kullanıcı isimli sayfanın 27.12.2020 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘Lazer Epilasyon, Selülit Tedavisi, Zayıflama Tedavisi, G5 Tedavisi’* gibi güzellik salonlarında uygulanması mevzuat gereği yasak olan ve tabip tarafından uygulanması gerektiğinden tanıtımının yapılmasına da izin verilmeyen tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara; ayrıca, hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere; bununla birlikte, söz konusu işlemlerle ilgili çekiliş, kampanya ve fiyat bilgilerine,

www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait ‘bercislinakocaeli’ kullanıcı isimli sayfanın 27.12.2020 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘Lazer Epilasyon’* gibi güzellik salonlarında uygulanması mevzuat gereği yasak olan ve tabip tarafından uygulanması gerektiğinden tanıtımının yapılmasına da izin verilmeyen tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara ve bu işlemlerin uygulanmasına dair görüntülere; ayrıca, hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere; bununla birlikte, söz konusu işlemlerle ilgili kampanya ve fiyat bilgilerine,

www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait ‘bercislinasakarya’ kullanıcı isimli sayfanın 27.12.2020 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘Dermapen, Lazer Epilasyon, Zayıflama Tedavisi, Selülit Tedavisi, G5 Tedavisi’* gibi güzellik salonlarında uygulanması mevzuat gereği yasak olan ve tabip tarafından uygulanması gerektiğinden tanıtımının yapılmasına da izin verilmeyen tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara ve bu işlemlerin uygulanmasına dair görüntülere; ayrıca, hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere; bununla birlikte, söz konusu işlemlerle ilgili çekiliş, kampanya ve fiyat bilgilerine yer verildiği,

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

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

- İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğin 16, 16.1, 16.2, 16.3 ve 16.4 üncü maddeleri,

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**94)**

**Dosya No: 2019/11427**

**Şikayet Edilen:** **Radix Sağlık Hizmetleri Ltd. Şti. (Özel Radixdent Ağız ve Diş Sağlığı Merkezi)**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.radixdent.com.tr, www.instagram.com /radixdentistanbul/ ve www.facebook.com/radixdentistanbul/ adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 22.12.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.radixdent.com.tr adresli internet sitesinin 22.12.2020 tarihli görünümünde örnek olarak; *“Tereddüt etmeyin, daha iyi yardım ve hizmetler için bizimle iletişime geçin.”* şeklinde ifadelere ve “Hastamızın deneyimleri” başlıklı videolarda çeşitli ifadelere yer verildiği;

https://www.instagram.com/radixdentistanbul/ adresli internet sitesinin 22.12.2020 tarihli görünümünde örnek olarak; *“Kartal şubemizde hastamıza başarılı bir şekilde tam ağız implant üzeri restorasyonlar uygulanarak, hastamıza hem sağlıklı bir ağız yapısı hem de estetik bir gülüş kazandırılmıştır. (…)Uyumsuz ve çarpık dişlerin yerine sağlıklı dişler estetik gülüşler. Uyumsuz ve çarpık dişlerinizi, Ortodonti alanında uzman diş hekimlerimiz, dişlerinize zarar vermeden, size özel tedavi planı ile sağlıklı ve estetik hale gelmesini sağlayarak yaşam kalitenizi arttırıyoruz. Ortodonti tedavisi hakkında detaylı bilgi almak için bizimle iletişime geçebilirsiniz. (…)Radixdent şubelerinde hastalarımıza uyguladığımız implant tedavisinde, en iyi implant markaları kullanılarak, komşu dişlere zarar verilmeden, alanında uzman Ağız Diş ve Çene Cerrahlarımız tarafından başarılı bir şekilde gerçekleştirilmektedir. (…)Hazır maske takıyorken diş teli tedavisinin tam zamanı(…) Ortodonti sorunlarınızı ertelemeyin! Her yaşta ortodonti tedavisiyle gülümsemenizi mükemmelleştirebilirsiniz.”* şeklinde ifadelere, tıbbi işlem görüntülerine ve hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği,

https://www.facebook.com/radixdentistanbul/ adresli internet sitesinin 22.12.2020 tarihli görünümünde örnek olarak; *“Daha fazla ertelemeyin, kendi dişleriniz ile mükemmel bir gülümseme için atmanız gereken tek bir adım var; #ortodonti tedavisi(…)”* şeklinde ifadelere, tıbbi işlem görüntülerine ve hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği,bununla birlikte, “*Sizden gelenler. Dişlerimi inci gibi yaptığınız için teşekkür ederim. İşinizi çok güzel yapıyorsunuz(…)İnci gibi dişler bizden, mutlu gülüşler ise sizden. Hastamıza bu güzel hislerinden dolayı çok teşekkür ederiz.”* şeklinde ifadelere yer verildiği;

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; inceleme konusu tanıtımların tabip tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlerle ilgili, talep yaratıcı ve kuruluşa yönlendirme yapan nitelikte olduğu ve sağlık alanında çalışan kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm vererek diğer kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açtığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

- Ağız ve Diş Sağlığı Hizmeti Sunulan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin 25 inici 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 **Radix Sağlık Hizmetleri Ltd. Şti. (Özel Radixdent Ağız ve Diş Sağlığı Merkezi)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**95)**

**Dosya No: 2019/11660**

**Şikayet Edilen: Söz Özel Dental Sağlık Hizmetleri ve Ticaret A.Ş. (Dentopol Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 21.12.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.dentopol.com adresli internet sitesinin 21.12.2020 tarihli görünümünde örnek olarak; *“Paket Tedaviler. Size Özel. Tedavinize uygun paketleri sizin için hazırladık. (…)Gülümseten Dev Kampanya. Gülüşünüzü ertelemeyin diye size uygun özel fırsatlar! Kaliteli hizmet. Garantili Tedavi. Fırsatı Kaçırma!(…)Dental implantların avantajlarını hemen inceleyin(…)”* şeklinde ifadelere yer verildiği,

*“Referanslar gülümseyen hastalarımız. Dentopol ile sağlıklı, estetik ve doğal gülüşlere kavuşan hastalarımızın düşünce ve görüşleri için tıklayınız.”* şeklinde hastaların teşekkür, övgü ve onay niteliğindeki ifadelerinin paylaşıldığı;

“*Tedavilerin öncesi ve sonrası. İlgili mevzuatlar gereği görsellerimizi Türkçe sayfamızda yayınlayamıyoruz. Görsellerimizi görmek için lütfen İngilizce sayfaya geçiş yapın*.” ifadeleri ile yönlendirilen https://www.dentopol.com/beforeafter adresli internet sayfasında; *“Dişlerinin renginden, şeklinden ve ağız içindeki görüntüsünden şikayetçi olan hastamızın dişleri çok az bir diş kesimi yapılarak laminate veneerler ve Empress kuronlarla tedavi edildi. Arka bölgedeki dişsiz alanlara 1 seansta implant uygulaması yapıldı. İmplant üst yapısı için iyileşme süreci beklenmektedir. Laminate Veneer ve Empress kuron uygulamaları 4 seans olup 1 haftada tamamlanmıştır.”* şeklinde ifadelere ve hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği,

*“İlgili mevzuatlar gereği fiyat listemizi Türkçe sayfamızda yayınlayamıyoruz. Fiyatlarımızı öğrenmek için lütfen tıklayınız. Fiyatlarımızı öğrenmek için, bizleri arayabilirsiniz.”* ifadeleri ile yönlendirilen https://www.dentopol.com/corporate/9/price-list adresli internet sayfasında; *“Price EU-Fiyat TR”* şeklinde ifadelere yer verilerek tıbbi işlemlere yönelik fiyat bilgilerinin paylaşıldığı,

https://www.instagram.com/dentopoldis/ adresli internet sitesinin 21.12.2020 tarihli görünümünde örnek olarak; *“Büyük yılbaşı çekilişini kaçırmayın. 25 Aralık’ı bekleyin! Zor bir yıl geçirdik, kapanışı güzel yapalım. (…)”* şeklinde,

https://www.facebook.com/dentopoldis adresli internet sitesinin 21.12.2020 tarihli görünümünde ise örnek olarak; *“30 Nisana kadar diş tedavisi olan herkese uçak bileti hediye! (…)Çekiliş vaaaarr! Herkese Merhabaaa. Kış aylarına girmeden önce ağız ve diş muayenesinden geçmenin oldukça önemli olduğunu biliyor muydunuz? İşte tam bu noktada “Siz sağlıkla gülümseyin diye” 3 kişiye Check up Ücretsiz muayene ve röntgen Diş taşı temizliği Koruyucu jel uygulaması hediye ediyoruz Katılım şartları; @dentopoldis hesabını takip etmek 3 gönderi beğenmek Yoruma en az 3 arkadaş etiketlemek Çekilişi hikayede paylaşıp @dentopoldis hesabını etiketlemek Çekiliş sonucu 20 Kasım Cuma günü instagram hesabımızdan yayınlanacaktır.”* ifadelere yer verildiği,

Bununla birlikte anılan sosyal medya sayfalarında örnek olarak; *“(…)Gereken ilgi ve alakadan çok memnun olarak ayrılıyorum. Ayrıca da doktorumdan istediğimin çok üstünde bir görüntüyle beni uğurladığı için tşk sunuyorum. Ellerine sağlık. –Hatice Çoban”* şeklinde hastaların teşekkür, övgü ve onay niteliğindeki ifadelerine yer verildiği;

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; inceleme konusu tanıtımların tabip tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlerle ilgili, talep yaratıcı ve kuruluşa yönlendirme yapan nitelikte olduğu ve sağlık alanında çalışan kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm vererek diğer kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açtığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

- Uluslararası Sağlık Turizmi ve Turistin Sağlığı Hakkında Yönetmeliğin 2-a 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 **Söz Özel Dental Sağlık Hizmetleri ve Ticaret A.Ş. (Dentopol Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**96)**

**Dosya No: 2019/12578**

**Şikayet Edilen:** **C.Y.L Turizm Gıda Sağlık Hizmetleri İnşaat Sanayi Ticaret A.Ş. (Ceylan International Hospital)**

**Şikayet Edilen Reklam:**  Kuruluşa ait açık hava ilanları ile https://www.ceylanhastanesi.com adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 06.12.2020

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

**Tespitler:** Kuruluşa ait açık hava ilanlarında; *“Kansere Tam İsabet. Tomoterapi”* ifadelerine yer verildiği,

Bununla birlikte, https://www.ceylanhastanesi.com/ adresli internet sitesinin 06.12.2020 tarihli görünümünde örnek olarak; *“Tomoterapi. Sadece Tümöre Işın.. (…)PET CT Kanseri Bulgu Vermeden Milimetrik Boyuttayken Yakalar. (…)Göğüs Kafesini Açmadan Küçük Kesiyle By-Pass(…)3 Tesla Geniş ve Hızlı MR. Geniş Tünel Çapı Sayesinde Kapalı Alan Korkusuna Son.(…)Nelere Alerjiniz Olduğunu Biliyor musunuz?(…)Flash Tomografi. 1 Saniyeden Kısa Sürede Tomografiyle 3 Boyutlu Kalp Anjiyosu(…)Bizim PCR Testlerimiz Yapıldı”* şeklinde ifadelere yer verildiği,

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; söz konusu tanıtımlarda yer alan ifadelerin tıbbi işlemlerle ilgili ve talep yaratıcı nitelikte olduğu, sağlık alanında çalışan kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı, diğer kuruluşlar açısından da haksız rekabete yol açtığı ve bilgilendirme sınırını aşarak “reklam”olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

- Özel Hastaneler Yönetmeliğinin 60 ıncı maddesi,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 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 **C.Y.L Turizm Gıda Sağlık Hizmetleri İnşaat Sanayi Ticaret A.Ş. (Ceylan Internatıonal Hospital)** 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.

**97)**

**Dosya No: 2020/4660**

**Şikayet Edilen:** **İzmir Net Göz Lazer Merkezi Ticaret Limited Şirketi (Özel Net Göz Cerrahi Tıp Merkezi)**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.netgoz.net/ ve https://www.instagram.com/netgozizmir/ adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 22.12.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.netgoz.net/ adresli internet sitesinin 22.12.2020 tarihli görünümünde örnek olarak; *“Kesin ve Mükemmel Bir Görüş Hemen Şimdi…17306 Görüş Düzeltme Ameliyatları Sayısı. 41273 Katarakt ve Akıllı Mercek Ameliyat Sayısı. (…)Hayatı Netleştir. Mükemmel Bir Görüş Hakkınız. Net göz Cerrahi Tıp Merkezi, uzman hekimleri, deneyimli personeli ile her açıdan hayatı netleştirmek, görüşünü düzeltmek, profesyonel bir hizmet almak isteyenlerin tercihi. (…)”* şeklinde,

https://www.instagram.com/netgozizmir/ adresli internet sitesinin 22.12.2020 tarihli görünümünde örnek olarak; *“Araba Kullanmak için Gözlüğe İhtiyacın Yok(…)Televizyon İzlemek için Gözlüğe İhtiyacın Yok(…)Kitap Okumak için Gözlüğe İhtiyacın Yok(…)Film İzlemek için Gözlüğe İhtiyacın Yok(…)Dünyayı Buğulu camlar ardından izlemek zorunda değilsin. (…)Ameliyatsız göz çevresi estetiği ile zamanın izlerini yok edin…Blefaroplasti konusunda Uzman hekimler tarafından uygulanan Göz Kapağı ve Göz Çevresi Estetik Uygulamaları ile yeni ve canlı bir görünüm mümkün.(…)Bazen sahada olmak istersin ama gözlüklerin buna izin vermez. Lazer göz ameliyatı ile sahada ol. …Tüm spor aktivitelerinizden en yüksek verimi alabilmek için lazer göz ameliyatı ile spor keyfinizi ve performansınızı üst düzeye çıkartabilmek mümkün.(…)Femtosaniye Lazer ile Katarakt Ameliyatı. Ağrısız Süreç, Hızlı İyileşme, Minimum Doku Hasarı.”* şeklinde ifadelere yer verildiği;

tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **İzmir Net Göz Lazer Merkezi Ticaret Limited Şirketi (Özel Net Göz Cerrahi Tıp Merkezi)** 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.

**98)**

**Dosya No: 2019/563**

**Şikayet Edilen: BCT Estetik Sağlık Tur. ve Dan. Hiz. Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** <https://www.estetikinternational.com.tr/>, <https://www.instagram.com/bulentcihantimur/> ve <https://www.instagram.com/estetikinternational/?hl=tr> adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 10.06.2019, 04.12.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.estetikinternational.com.tr/ adresli internet sitesinin 10.06.2019, 04.12.2020 tarihli görünümlerinde örnek olarak;

*-"Hakkımızda"* başlığı altında; *"Kusursuz Deneyim... Profesyonel Bilgilendirme Estetik International, öncelikli olarak herkesin dinlenmesi gerektiğine inanır. Bu nedenle alanında uzman sağlık personelleri kliniğe müracaat edenlerle ayrıntılı olarak görüşür, misafirlerinin beklentilerini çok yönlü sorgular. En kusursuz, en ideal sonucun elde edilmesi için hasta ile ortak kararlar alınır. Yapılacak işlemin ya da operasyonun ölçüsü ne olursa olsun, herkese detaylı olarak bilgi verilir; artılar ve eksiler kapsamlı olarak anlatılır. Doğru kararların alınabilmesi için estetik cerrahi sonrası elde edilecek sonuç, bilgisayar programları aracılığıyla gözden geçirilir. Rahatlığın Güler Yüzü",*

*-"Neden estetik international? Bu kapıdan içeri girdiğinizde farklı bir anlayışla ve klinikle karşılaşacaksınız! Detaylarda bilimsel misyonu görecek, teknolojik donanımda ayrıcalığı, dekorasyonda konforu, ilgide insan sıcaklığını yaşayacaksınız... 1999'dan bu yana, estetik ve rekonstrüktif prosedürde hizmet veren Estetik International Sağlık Grubu, plastik ve kozmetik cerrahi ve ayrıca güzellik merkezleriyle, yaşamınıza değer katmaya devam ediyor...*",

-"*Kadın-Erkek*" gibi başlıklar altında yer alan sunulan hizmetlere ilişkin bölümlerde; *"Neden Estetik International? İnsan odaklıyız, merkezimizde hasta ve çalışan memnuniyeti var, Sadece bir tek teşhis ve tedaviye odaklanmıyoruz, beri yandan hizmet odaklı çalışıyoruz, Ağrısız, sosyal hayatı etkilemeyen ve güvenli prosedürleri temel alan, yeni teknikler geliştiriyoruz, Hastalarımızla iletişime geçen tüm sağlık birimlerimiz dostluk ve güvene dayalı bir ilişki kurarlar, Hastalarımız tedavi süreçlerinde aktif olarak konuya dahil edilir, başta sağlıklarının en önemli unsur olduğunu mutlaka açıklarız, Bedenlerindeki değiştirmek istedikleri alanlara ya da kusurlara değil, özgüvenlerine ve iyi yaşam koşullarına odaklanmalarını sağlarız, Çünkü bizler; Uygulanan ufak bir müdahalede bile tüm tarafların yanındayız, Hasta, hasta yakını, kamuoyu, etik ve bilim çevreleri gibi… Yayınlarımızla hizmetlerimizin halkın anlayabileceği dilde, kolay erişilebilir ve kolay anlaşılabilir düzeyde olmasını sağlarız, 360 derece müşteri deneyimi ile hem fark yaratırız, hem de sürdürülebilir bir güven sağlarız, Yazılı ve görsel basını, dijital mecraları toplumları bilinçlendirmek amacıyla kullanırız, İnsanı değerleri temel alırız."* gibi ifadelere yer verildiği,

-"*Deneyimler*" başlığı altında hasta hikayelerine ve yorumlarına yer verildiği,

https://www.instagram.com/bulentcihantimur/ adresli internet sitesinin 10.06.2019 tarihli görünümünde örnek olarak;

-“*Hiçbir şey bir kadını, güzel olduğu inancından daha güzel yapamaz... Ben sadece o inancı tazeliyorum aslında..*.",

-“*Değişim güzeldir! Bu hastamın yüzüne Total Yüz Gençleştirme yaptım. Örümcek Ağı estetiği, Yağ transferi, Basit burun estetiği uygulamaları var yüzünde. Nasıl buldunuz*?",

-“*Medikal Estetik Doktorumuz Dr. Çağatay Güngörsün’de Organik Saç Ekimini tercih edenlerden... Saç ekimi profesyonellik gerektirir, işinizi şansa bırakmayın..."* gibi ifadelere yer verildiği,

-*“Gıdı estetiği, meme estetiği, popo estetiği, yüz gençleştirme, obezite cerrahisi, kol estetiği, göğüs estetiği”* gibi tıbbi işlemlere ilişkin hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği,

https://www.instagram.com/estetikinternational/?hl=tr adresli internet sitesinin 04.12.2020 tarihli görünümünde örnek olarak;

-*"Popo estetiği, göğüs estetiği, gülüş estetiği, karın estetiği, burun estetiği, saç ekimi"* gibi hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği,

tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla söz konusu tanıtımların;

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

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

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

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

- Uluslararası Sağlık Turizmi ve Turistin Sağlığı Hakkında Yönetmeliğin; 12/1, 12/2-a, 12/2-b, 12/2-c, 12/2-ç, 12/2-d, 12/2-e maddeleri,

- 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 **BCT Estetik Sağlık Tur. ve Dan. Hiz. Tic. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**99)**

**Dosya No: 2019/4564**

**Şikayet Edilen:** **Deep Blue Güzellik Salonu**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 18.02.2020, 18.03.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://vanguzelliksalonu.com/ adresli internet sitesinin 18.02.2020 ve 18.03.2020 tarihli görünümlerinde; “*Saç Ekimi Neden Hastane Ortamında Yapılmalıdır? Saç ekimi, her ne kadar gelişen teknolojiyle daha konforlu ve hızlı hale geldiyse de, detaylı bir analiz ve tecrübe gerektiren bir uygulamadır. Saç ekiminin saçın çıkış yönünde yapılması, saç köklerinin alındığında bekletilmeden ekilmesi, kişinin süreç hakkında iyi bilgilendirilmesi işlemin kalitesi açısından çok önemlidir. Eğer işlem, yetkin bir merkezde yapılmazsa hem kişinin sağlığı tehlikeye girebilir hem de saç ekiminden alınan sonuç başarısız olur…”* gibi ifadelere yer verildiği,

Sunulan hizmetler arasında “Lazer epilasyon, saç ekimi” gibi tanıtımlara yer verildiği,

Kuruluşun “Deep Blue Estetik ve Güzellik” olarak isimlendirildiği,

www.instagram.com/deepblueguzellik/ adresli internet sitesinin 18.02.2020 ve 18.03.2020 tarihli görünümünde; *“Deep Blue Güzellik Salonu… Uzman Kadromuz eşliğinde Saç ekimi… Buz lazer epilasyon…”,* “*Deepblueguzellik… Nedim beye sık bir Ekim yaptık şimdiden hayırlı olsun diliyoruz. Deep blue ile saçlandırmaya devam… Ağrısız acısız saç ekimi, Ameliyat süresi 7-8 saat, Saçlar işlem günü traş edilir, Lokal anestezi, Ameliyat izi yok, Ücretsiz muayene, İşlemden sonra 10 gün bakımlar merkezimize ait, 3 Prp hediyeli… Geç kalmayın, genç kalın…*” gibi ifadelere yer verildiği,

Sunulan hizmetler arasında “Saç tedavisi, buz lazer epilasyon” gibi tıbbi işlemlere yer verildiği,

“Saç ekimi” gibi hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine ve uygulama görüntülerine yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**100)**

**Dosya No: 2019/8219**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** Kuruluşa ait "*İlk muayenemiz ücretsizdir*" başlıklı hediye çeki.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Yayınlandığı Mecra:** Diğer

**Tespitler:** Kuruluşa ait hediye çekinde; “*Dentaoris Ağız ve diş sağlığı polikliniği… Kadıköy Boğa heykeli karşısındayız… 02163366747… www.dentaoris.com... İlk muayenemiz ücretsizdir… 3000TL ve üzeri tedavi planlamalarınızda nakit ödemede %20 indirim uygulanacaktır… İmplantoloji, tomografi, ağız diş ve çene cerrahisi, protetik diş tedavileri, ortodonti…”* gibi ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 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 Dentaoris Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**101)**

**Dosya No: 2020/4223**

**Şikayet Edilen:** **Emel BOYRAZ KILIÇOĞLU (Emel Boyraz Güzellik Salonu)**

**Şikayet Edilen Reklam:** http://www.emelboyraz.com.tr adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 17.09.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** http://www.emelboyraz.com.tr adresli internet sitesinin 17.09.2020 tarihli görünümünde örnek olarak; Sunulan hizmetler arasında “Lazer epilasyon” gibi tanıtımlara yer verildiği,

Kuruluşun “Emel Boyraz Güzellik Akademisi” olarak isimlendirildiği,

tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**102)**

**Dosya No: 2020/4266**

**Şikayet Edilen:** **VFN Group Güzellik Merkezi Ltd. Şti. (Leali Güzellik Salonu)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 14.12.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** http://www.lealiguzellik.com.tr/ adresli internet sitesinin 14.12.2020 tarihli görünümünde örnek olarak;

- Sunulan hizmetler arasında “*Lazer epilasyon, leke tedavisi, akne tedavisi*" gibi tanıtımlara yer verildiği,

-*"Akne tedavisi... Daha pürüzsüz bir cilde sahip olun...",*

-"*Buz Epilasyon, en iş bitirici ve en konforlu son teknoloji epilasyon yöntemlerinden biridir. Kıl kökündeki farklı yapıları hedef alan ve farklı dalga boylarına sahip yöntem, istenmeyen kıllar için kesin özümdür. Buz epilasyon çok daha geniş yüzeyleri hedef alır ve her bir atışta çok daha fazla kıl köküne ulaşır. Bu nedenle aynı zamanda diğer epilasyon yöntemlerine kıyasla seanslar daha kısa sürer. Buz epilasyonda sık sık atışlar yapılır ve bu sayede uygulama kıl köklerini yavaşça ısıtır. Bu ısıtma aralarında verilen soğutma, ağrıyı ve acıyı en düşük seviyeye çeker*.",

-"*Dermapen tedavisi bütün dünyada giderek daha fazla ülkede tercih edilen FDA onaylı bir uygulamadır. Minimum epidermal hasarla cildin doğal kollajen ve elastin üretimini harekete geçiren mikro iğneleme yöntemidir. İğnelemeyi vücut tarafından hasar görme olarak algılanır ve iyileştirme yönünde harekete geçilir. Dermapen Hangi Cilt Sorunlarının Tedavisinde Kullanılır? Cilt kırışıklıkları, akne skarları ve yara izi tedavileri, ciltte geniş gözenekler olması, ciltte lekelenmelerin olması...",*

-"*Leke tedavisi... Vücudumuzda özelliklede yüzümüzde çeşitli sebeplerle ve etkenlerle farklı tipde cilt lekeleri oluşabilir. Normal cilt renginden daha koyu ve belirgin şekilde oluşan bu cilt lekeleri yaşamımızı tehdit etmemekle birlikte bir takım estetik kozmetik problemlere sebep olmakta, hatta bazı kişilerin sosyal yaşamını da etkileyebilen bir takım psikolojik rahatsızlıklara yol açabilmektedir. Bu yüzden cilt lekelerinin tedavi edilmesi gerekmektedir*." gibi ifadelere yer verildiği,

- Kuruluşun "*Leali Güzellik & Estetik*” olarak isimlendirildiği,

https://www.instagram.com/lealiguzellik/ adresli internet sitesinin 11.03.2020 tarihli görünümünde örnek olarak;

- Sunulan hizmetler arasında “*Lazer epilasyon, dermapen*" gibi tanıtımlara yer verildiği,

- *“Lazer epilasyon tüm vücut 1640 TL yerine 1190 TL...”* gibi ifadelerle fiyat bilgisi de verilerek kampanyaların düzenlendiği,

- Kuruluşun "Leali Güzellik & Estetik” olarak isimlendirildiği,

tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **VFN Group Güzellik Merkezi Ltd. Şti. (Leali Güzellik Salonu)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**103)**

**Dosya No: 2020/4685**

**Şikayet Edilen:** **Etik Güzellik Salonları Tic. Ltd. Şti. (Este Etic Güzellik Salonu)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 08.01.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.estheetic.com/ adresli internet sitesinin 08.01.2021 tarihli görünümünde örnek olarak;

- "*Lazer epilasyon ve Prp uygulaması hizmeti aldım gerçekten kaliteli hizmet sunuyorlar. Tavsiye ederim... Medikal Cerrahi anlamında üst düzey hizmet sunuyorlar... Cilt bakımı ve dermapen hizmeti aldım. Öncelikle belirtmek istiyorum ki çok sıcak kanlı ve dürüst insanlar. Konu hakkında detaylı bilgi veriyorlar. Gereken neyse onu yapıyorlar..*." gibi müşteri yorumlarına yer verildiği,

- "*Yeni Yıl Kampanyası… 350 TL Dermapen & Somon DNA… Sivilce ve Sivilce İzlerinin Tedavisi… Ciltdeki Güneş Yanıklarının Tedavisi… Cilt Lekelerinin Tedavisi… Cilt Yaralarının Tedavisi… Göz ve Çevresi Morluk Şişlik Azaltma...*" gibi tıbbi işlemlere ilişkin fiyat bilgisi verilerek kampanyalar düzenlendiği,

*- "Esthe Etic bünyesindeki güzellik bakım hizmetlerinin en başında Bahçelievler lazer epilasyon hizmeti yer almaktadır. Epilasyon hizmeti ile olumsuz tüylerinizden kurtulabilir daha hoş bir görünüme kavuşabilirsiniz."* gibi tanıtımlara yer verildiği,

- Kuruluşun *“Esthe Etic, Güzellik Merkezi”* olarak isimlendirildiği,

https://www.instagram.com/medikalistdanisman/ adresli internet sitesinin 08.01.2021 tarihli görünümünde örnek olarak**;**

-"*Dolguda dev kampanya (orta yüz)... 750 TL yerine 500 TL... Saç mezoterapisi + PRP 750 TL yerine 450 TL... Botoks'da dev kampanya… Tek bölge 200 TL, boyun 500 TL, terleme 650 TL, masseter 750 TL… Bu büyük botoks kampanyalarını kaçırmayın. Bu hafta cumartesı̇ günü otomatı̇k çekı̇lı̇şı̇mı̇zde 1 kı̇şı̇yı̇ ı̇stedı̇ğı̇ ı̇şlemde kullanabı̇leceğı̇ 500 TL değerı̇nde hedı̇ye çekı̇ verı̇yoruz...*" gibi tanıtımlar ile fiyat bilgisi verilerek kampanyalar düzenlendiği,

-"*Dudak dolgusu, gençlik aşısı*" gibi hastaların öncesi ve sonrası görüntülerine ve tıbbi işlemlerin uygulama görüntülerine yer verildiği,

- Kuruluşun *“Medikalist Danışman”* olarak isimlendirildiği,

tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Etik Güzellik Salonları Tic. Ltd. Şti. (Este Etic Güzellik Salonu)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**GIDA**

**104)**

**Dosya No: 2020/4963**

**Pınar Süt Mamülleri San. A.Ş.** unvanlı firma tarafından "Pınar Çocuk Devam Sütü" adlı ürüne ilişkin olarak tematik çocuk kanalları ile ulusal televizyon kanallarında yayınlanan reklam ve tanıtımlar hakkındaki 2020/4963 no’lu dosya ile ilgili görüşme ve değerlendirmelerin **ertelenmesine** karar verilmiştir.

**105)**

**Dosya No: 2020/5098**

**Şikayet Edilen: Konukoğlu Grup Paz. Gıda İth. İhr. San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından üretim, satış ve pazarlaması yapılan “Güney Egeden” markalı zeytinyağlarına ilişkin olarak ürün ambalajı üzerinde ve internette yer alan çeşitli mecralarda yayınlanan reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 09.12.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, Ambalaj

**Tespitler**: Yapılan incelemelerde, Güney Egeden markalı zeytinyağlarının Konukoğlu Grup Paz. Gıda İth. İhr. San. ve Tic. Ltd. Şti. unvanlı firma tarafından üretim, satış ve pazarlamasının yapıldığı, anılan ürünün www.guneyegeden.com.tr, www.guneyegeden.net, www.naturelzeytinyagi.net ve www.sizmazeytinyagi.net adresli internet siteleri aracılığıyla pazarlandığı, söz konusu internet sitelerinde yer alan "Belgeler" başlığı altında, TR-OT-35/İ-939/2019 001/032 numaralı Organik Tarım Müteşebbis Sertifikasına ve TR-16-K-030367 ve TR-35-K-00563 numaralı Gıda Üretim İzni Belgelerine yer verildiği, ayrıca aynı sayfalarda çeşitli ürün muayene ve analiz raporlarının yayınlandığı, diğer yandan, 5 litrelik teneke ürün ambalajı üzerinde “İşletme Kayıt No: TR-16-K-030367” ibaresinin yer aldığı, bu hususlara ek olarak, ürünün “Güney Egeden Naturel Sızma Zeytinyağı” adıyla satışa sunulduğu ve www.trendyol.com ve www.gittigidiyor.com adresli e-ticaret platformlarında çeşitli satıcılar tarafından da satışının yapıldığı,

Diğer yandan, www.guneyegeden.com.tr, www.guneyegeden.net, www.naturelzeytinyagi.net ve www.sizmazeytinyagi.net adresli internet sitelerinde ürünün tanıtıma ilişkin olarak, *“%100 Doğal Zeytinyağı; Sızma zeytinyağı %0.3 ile %0.5 oleik asit oranına sahiptir, benzersiz tadı ve kokusu bu antik meyvenin özünde bulunur. Saf Zeytinyağı; En sağlıklı zeytinlerden, en doğal yöntemlerle elde edilmiş saf zeytinyağlarını sizlerle yemeklerinizde buluşturuyoruz. Hijyenik Üretim; Hijyen koşullarına uygun paketlenen ailenize ve sevdiklerinize ikram edebileceğiniz leziz zeytinyağları. Sızma Zeytinyağlarımız zeytin ağacının sürekli bakımı, hasat edilmesi, fabrikaya taşınması, işlenmesi ve nihayet tüketicinin sofrasına ulaştırılmasına kadarki tüm aşamalarda, en doğru ve en özenli uygulamaları hayata geçirmektedir. Ve tüm bu süreci en iyi şekilde kontrol edebilmek amacıyla sadece kendi bahçelerindeki zeytinleri işlemektedir.”* şeklinde ifadelere,

https://www.trendyol.com/egedeneve/5-lt-guney-egeden-soguk-sikim-naturel-sizma-zeytinyagi-yeni-hasat-p-46072670 URL adresinde yer alan tanıtım sayfasında ise, *"Ürünlerimizi Ege'nin çeşitli köylerinden topladığımız taze zeytinleri Yeni Hasat ve soğuk sıkım yaparak sofralarınıza getiriyoruz. Nefis Kokusu Ve Mükemmel Lezzetiyle Sofraların Vazgeçilmezi. Saf, Doğal Ve Özenle İşlenerek Elde Edilen Hakiki Soğuk Sıkım Zeytinyağı. Tadı Ve Aromasıyla Kahvaltılara, Yemeklere, Salata Ve Soslara Mükemmel Lezzet Katar. Asitlik oranı en çok %0.5’tir. “İlk Aşk İlk Hasat” serimizden, eşsiz ve yoğun yeşil zeytin tadına sahip bu özel ürün Eylül – Ekim aylarında hasat döneminin ilk ve nadide tanelerinden, Marmara ve Körfez bölgesinin yetişkin zeytin ağaçlarından yeşil olarak toplanan zeytinlerin 15 20 °C’de “Soğuk Sıkım” yöntemiyle işlenmesiyle elde edilir."* şeklinde ifadelere,

yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, firmaya ait www.guneyegeden.com.tr, www.guneyegeden.net, www.naturelzeytinyagi.net ve www.sizmazeytinyagi.net adresli internet sitelerinde yer alan "Belgeler" başlığı altında, TR-OT-35/İ-939/2019 001/032 numaralı Organik Tarım Müteşebbis Sertifikasına ve TR-16-K-030367 ve TR-35-K-00563 numaralı Gıda Üretim İzni Belgelerine yer verilerek firmanın Tarım ve Orman Bakanlığı'ndan izinli bir şekilde gıda üretimi yaptığı ve üretilen zeytinyağlarının organik olduğu şeklinde bir izlenim oluşturulduğu, anılan belgelere ilişkin bilgilerin ürün ambalajları üzerinde de yer aldığı, söz konusu Organik Tarım Müteşebbis Sertifikası üzerinde sertifikasyon kuruluşunun Ceres Kontrol ve Belgelendirme Hizmetleri Ltd. Şti. olarak belirtildiği ve müteşebbis unvanının Ayvalık Organik Marketim Ltd. Şti. olarak yer aldığı, anılan sertifikasyon kuruluşunca yapılan açıklamada, Ayvalık Organik Marketim Ltd. Şti. unvanlı firmanın kendi müşterileri olmadığı ve TR-OT-35/İ-939/2019 001/032 numaralı Organik Tarım Müteşebbis Sertifikasının orijinalinin bir başka firmaya ait olduğu hususunun belirtildiği, dolayısıyla firma tarafından hazırlanan söz konusu belgenin sahte olduğu;

Yine belirtildiği üzere, bahsi geçen internet sitelerinde, Tarım ve Köyişleri Bakanlığı İzmir İl Müdürlüğünce firmaya düzenlendiği izlenimi oluşturulan TR-16-K-030367 ve TR-35-K-00563 sicil numaralı Gıda Üretim İzni Belgeleri bulunmakla birlikte, İzmir Tarım ve Orman İl Müdürlüğü tarafından yapılan açıklamada söz konusu belgelerin kurumlarınca düzenlenmediğinin belirtildiği, dolayısıyla firma tarafından hazırlanan söz konusu üretim izni belgelerinin sahte olduğu;

Bu hususlara ek olarak, anılan internet sitelerinde “Belgeler” başlığı altında yer verilen Ürün Muayene ve Analiz Raporlarının başka firma ürünlerine ait olması nedeniyle tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu;

Diğer yandan, firmaya ait Güney Egeden Naturel Sızma Zeytinyağı (Parti No:1, Tavsiye Edilen Tüketim Tarihi:03.2021, Ambalaj Tipi:5 L) ürününden alınan numunenin Bursa Gıda ve Yem Kontrol Merkez Araştırma Enstitüsü Müdürlüğünde yapılan analizleri sonucunda, ECN 42 (Tohum yağlarının tespiti) kriteri bakımından Türk Gıda Kodeksi Zeytinyağı ve Pirina Yağı Tebliğine uygun olmadığı ve üründe taklit ve tağşiş yapıldığının tespit edildiği;

Bu itibarla, firma tarafından üretim, satış ve pazarlaması yapılan “Güney Egeden” markalı zeytinyağlarına ilişkin olarak www.guneyegeden.com.tr, www.guneyegeden.net, www.naturelzeytinyagi.net ve www.sizmazeytinyagi.net adresli internet sitelerinde, ürün ambalajları üzerinde ve muhtelif Instagram ve Facebook sayfalarında yayınlanan reklam ve tanıtımlarda, ürüne ilişkin sahte izin ve onay belgeleri kullanılarak tüketicilerin aldatıldığı, ayrıca taklit ve tağşiş yapılan firma ürünlerinin Türk Gıda Kodeksi Zeytinyağı ve Pirina Yağı Tebliği kapsamında zeytinyağı niteliğine haiz olmadığı halde “Zeytinyağı” ve “Sızma Zeytinyağı” adıyla satışının yapılmasının mevzuata aykırı, tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu,

Benzer şekilde, www.guneyegeden.com.tr, www.guneyegeden.net, www.naturelzeytinyagi.net ve www.sizmazeytinyagi.net adresli internet sitelerinde yer verilen; “%100 Doğal Zeytinyağı; Sızma zeytinyağı %0.3 ile %0.5 oleik asit oranına sahiptir, benzersiz tadı ve kokusu bu antik meyvenin özünde bulunur. Saf Zeytinyağı; En sağlıklı zeytinlerden, en doğal yöntemlerle elde edilmiş saf zeytinyağlarını sizlerle yemeklerinizde buluşturuyoruz. Hijyenik Üretim; Hijyen koşullarına uygun paketlenen ailenize ve sevdiklerinize ikram edebileceğiniz leziz zeytinyağları. Sızma Zeytinyağlarımız zeytin ağacının sürekli bakımı,hasat edilmesi, fabrikaya taşınması, işlenmesi ve nihayet tüketicinin sofrasına ulaştırılmasına kadarki tüm aşamalarda, en doğru ve en özenli uygulamaları hayata geçirmektedir. Ve tüm bu süreci en iyi şekilde kontrol edebilmek amacıyla sadece kendi bahçelerindeki zeytinleri işlemektedir.” gibi ürünün zeytinyağı niteliğine haiz olduğunu belirten ifade ve tanıtımlar ile https://www.trendyol.com/egedeneve/5-lt-guney-egeden-soguk-sikim-naturel-sizma-zeytinyagi -yeni-hasat-p-46072670 URL adresinde yer verilen ve yine yanıltıcı bir şekilde taklit ve tağşiş yapılmış ürünün zeytinyağı olduğunu ifade eden, "Ürünlerimizi Ege'nin çeşitli köylerinden topladığımız taze zeytinleri Yeni Hasat ve soğuk sıkım yaparak sofralarınıza getiriyoruz. Nefis Kokusu Ve Mükemmel Lezzetiyle Sofraların Vazgeçilmezi. Saf, Doğal Ve Özenle İşlenerek Elde Edilen Hakiki Soğuk Sıkım Zeytinyağı. Tadı Ve Aromasıyla Kahvaltılara, Yemeklere, Salata Ve Soslara Mükemmel Lezzet Katar. Asitlik oranı en çok %0.5’tir. “İlk Aşk İlk Hasat” serimizden, eşsiz ve yoğun yeşil zeytin tadına sahip bu özel ürün Eylül – Ekim aylarında hasat döneminin ilk ve nadide tanelerinden, Marmara ve Körfez bölgesinin yetişkin zeytin ağaçlarından yeşil olarak toplanan zeytinlerin 15 20 °C’de “Soğuk Sıkım” yöntemiyle işlenmesiyle elde edilir." gibi ifadelerin, tüketici güveni ile tüketicilerin tecrübe ve bilgi eksikliklerini istismar edici, tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Konukoğlu Grup Paz. Gıda İth. İhr. 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** verilmesinekarar verilmiştir.

**106)**

**Dosya No: 2020/5099**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** “Redoxon Efervesan Tablet C Vitamini, D Vitamini ve Çinko” ve “Redoxon Kids” adlı ürünlere yönelik olarak televizyon kanallarında yayınlanan “Redoxon ile Ailecek Gardınızı Alın” sloganlı reklamlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 05.11.2020-24.12.2020

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

**Tespitler:** Bakanlığımıza yapılan başvuruya ilişkin olarak yapılan inceleme sonucunda, Reklam Kurulu'nun 12.05.2020 tarih ve 297 sayılı toplantısında gerçekleştirilen görüşme ve değerlendirmeler neticesinde; "Redoxon Efervasan Tablet C Vitamini, D Vitamini ve Çinko İçeren Takviye Edici Gıda” ya ilişkin Ocak-Mart 2020 döneminde yayınlanan 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 ifadelere, "Redoxon Kids" adlı ürüne ilişkin TV ve radyo reklamlarında benzer şekilde; "Okul dönemi çocuklarınızın bağışıklığını tehdit edebilir. Redoxon Kidsle Gardını Al!" ifadelerine yer verildiği, halihazırda geçerli olan mevzuat hükümlerine göre, çeşitli vitaminler, mineraller ve 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, reklamlarda yer alan söz konusu ifadelerin, reklamlar bir bütün olarak değerlendirildiğinde ürünün bağışıklık sistemini tehdit eden dış etmenlere ve hastalıklara karşı koruduğu mesajını ileten ve mevzuatta izin verilen sınırların dışına çıkan sağlık beyanları olduğu görüş ve kanaatine varılarak, reklam veren 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;

"Redoxon Efervasan Tablet C Vitamini, D Vitamini ve Çinko" adlı ürüne ilişkin olarak 05.11.2020-24.12.2020 tarihleri arasında televizyon kanallarında yayınlanan ve asansör bakımı yeni biten bir binaya giriş yapan ailenin yer aldığı reklamlarda, yeni bakımdan geçmiş asansöre binmek için ailesini çağıran babaya asansörün test edilip edilmediğini soran ve çocuklarını koruma içgüdüsüyle hareket eden anne tarafından tepki gösterildiği ve söz konusu görüntülerin ardından ev ortamında devam eden reklam filminde anılan ürünü kullanan anne, baba ve çocukların görüntüleri ile "Konu aileniz olunca risk almıyorsanız bağışıklıkları konusunda da önleminizi alın. Redoxon 3'lü Etki içeriğindeki C, D vitamini ve çinko ile bağışıklık sisteminin normal fonksiyonuna katkıda bulunur. Redoxon 3'lü Etki ile ailecek gardınızı alın” şeklinde sesli ifadelere yer verildiği, ayrıca evde "Redoxon Efervasan Tablet C Vitamini, D Vitamini ve Çinko" içen anne ile "Redoxon Kids" çiğnenebilir tablet kullanan çocukların bedenleri etrafında turuncu renkli bir koruma kalkanı oluştuğu,

"Redoxon Kids" adlı ürüne ilişkin daha kısa süreli televizyon reklamlarında ise, anne tarafından verilen ürünü ağızlarına atan çocuklar ile "Konu aileniz olunca risk almıyorsanız, Redoxon Kids'le çocuklarınız için gardınızı alın" şeklinde sesli ifadelere ve yine ürünü kullanan çocukların vücutları etrafında ürünü ağızlarına atar atmaz turuncu renkli bir koruma kalkanının oluştuğunu gösteren görüntülere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, “Sağlık beyanı” ifadesinin, Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği'nde, "Herhangi bir gıda grubunun, gıdanın veya gıdanın bileşiminde bulunan öğelerin sağlıkla ilişkisini belirten, ileri süren veya ima eden beyan" olarak, Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmelikte ise, "İnsan sağlığına doğrudan veya dolaylı olarak faydalı olduğunu yahut hastalıklara veya belirtilerine karşı etkili olduğunu, koruduğunu, tedavi ettiğini belirten, ileri süren veya ima eden tüm ifadeler" olarak tanımlandığı,

Bu itibarla, inceleme konusu reklam filmlerinde yer alan, "Ailenizin bağışıklığı konusunda risk almayın", "Ailenizin bağışıklığı konusunda önleminizi alın", "Redoxon ile ailenizin bağışıklığını tehdit eden risklere karşı korunun" ve "Redoxon Kids'le çocuklarınız için gardınızı alın" şeklindeki ifadeler ile birlikte ürünü kullanan anne ve çocukların ürünleri kullanır kullanmaz sanki hastalıklara ve bağışıklık sistemini tehdit eden dış etmenlere karşı koruma altına girmişler gibi vücutları etrafında oluşan turuncu renkli koruma kalkanı şeklindeki görüntülerin, söz konusu ürünlerin bağışıklık sistemini güçlendirerek hastalıklara karşı koruduğu yönünde bir mesaj veren ve ürünleri insan sağlığı ile ilişkilendiren açık sağlık beyanları olduğu, yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre takviye edici gıdalar için bu tür sağlık beyanlarının kullanılmasının yasak olduğu, belirtildiği üzere, halihazırda geçerli olan mevzuat hükümlerine göre, çeşitli vitaminler, mineraller ve 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 sınırlandırıldığı ve reklamlarda yer alan söz konusu ifade ve görüntülerin mevzuatta izin verilen bu sınırların dışına çıktığı, ayrıca, Reklam Kurulu'nun 12.05.2020 tarih ve 297 sayılı toplantısında, inceleme konusu ürünlere ilişkin olarak firma hakkında uygulanan idari yaptırım kararı ile her türlü mecrada yayını durdurulan ifade, reklam ve tanıtımların yayınına devam edilmesinin de açıkça mevzuata aykırılık teşkil ettiği,

Diğer yandan, yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre kullanımına izin verilen sağlık beyanlarının gıdanın kendisine değil gıdanın içeriğinde bulunan bileşene atıf yapması ve doğrudan ilgili bileşenle birlikte kullanılması gerektiği, bununla birlikte, "Redoxon Efervasan Tablet C Vitamini, D Vitamini ve Çinko" adlı ürüne ilişkin televizyon reklamında, "Redoxon 3'lü Etki içeriğindeki C, D vitamini ve çinko ile bağışıklık sisteminin normal fonksiyonuna katkıda bulunur" şeklinde bir sağlık beyanına yer verilmekle birlikte, ilgili sağlık beyanının beyanda atıf yapılan sağlık etkisinin doğrudan ürün tarafından sağlandığını belirterek ve ürünle ilişkilendirilerek kullanılmasının mevzuata aykırı olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Bayer Türk Kimya San. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **419.126 TL (Dörtyüzondokuzbinyüzyirmialtı Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**107)**

**Dosya No: 2020/5100**

**Şikayet Edilen: Lions Reklam Güvenlik Malz. Tem. Kozmetik İnş. Malz. Org. San. Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından Top Shop TV adlı televizyon kanalında "Limon Maydanoz Sarımsak Kürü" adlı ürüne yönelik olarak yayınlanan tele-alışveriş reklamları.

**Reklam Yayın Tarihi:** 19.08.2020-21.08.2020

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** Bakanlığımıza yapılan başvuruya ilişkin olarak yapılan inceleme sonucunda, Top Shop TV adlı televizyon kanalında "Limon Maydanoz Sarımsak Kürü" adlı ürüne yönelik olarak 19.08.2020 tarihinde saat 13:17'de, 20.08.2020 tarihinde saat 07:20'de ve 21.08.2020 tarihinde saat 07:26'da yayınlanan 24:09 dakika süreli tele alışveriş reklamında; *“(…) Damar rahatsızlığına karşı daha doğrusu kalp damarlarını açmak ve kalp dolaşımını güçlendirmek için kürümüz var. Maydanoz, Limon, Sarımsak. Eğer ailenizde erken kalp krizi geçirmiş olan varsa, bu genetiktir, çocuklarınıza da geçer. Kalp damar rahatsızlıklarından, arterosiklerozis dediğimiz damar sertliği şikayeti olanlar varsa ailesinde yüksek tansiyon şikayeti olanlar var ise bunun dışında böbrek yetmezliği şikayeti olanlar varsa bulunmaz bir nimettir... Bu öyle bir kür ki yani şurada maydanoz, sarımsak, limonun bir araya gelmesi yani bir ömre bedel, mucizevi etkisi var. Şimdi, bunu dediğim gibi yüksek tansiyon şikayeti olanlar, kalp damarları içten yağlananlar, karaciğer yağlanması olanlar, kalp damar rahatsızlıkları işte damar sertliği... Vücuttan toksin attırır, karaciğeri arındırır, böbrekler üzerinde çok olumlu etkisi var. Muhteşem bir kür... Mantara karşı vücudunuza direnç kazandırır, sabahları yorgun kalkıyorsanız bu kürü uygulayın. Daha dördüncü gün çivi gibi zinde kalkacaksınız… Gençleşmek, yani genç görünmek için mi? Bütün herkes için bu geçerli... Şu Maydanoz Limon Sarımsak kürü var ya inanın bu yani benim bir numaralı kürlerimden bir tanesi...”, “Bir Alana Bir Bedava, Hemen Arayın, 0 212 700 01 32”, “99 TL+Kargo”, “Kısa Bir Süre”, “Son Dakika”, “Kalp ve Damar Hastaları Ekran Başına!”* şeklinde sözlü ve yazılı ifadelere yer verildiği,

Ayrıca, Prof. Dr. İbrahim Saraçoğlu tarafından muhtelif televizyon programlarında yapılan açıklamalar ile anılan şahsa ait görüntülerin montajlama yoluyla inceleme konusu reklam filmine uyarlandığı hususları tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu reklamda tanıtımı yapılan "Limon Maydanoz Sarımsak Kürü" adlı ürünün kalp damar rahatsızlığı, kan dolaşımı problemi, kalp ritm bozukluğu, tansiyon, şeker, kolesterol gibi birçok rahatsızlığa iyi geldiğini iddia eden beyanların birer sağlık beyanı olduğu, endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç olan bu tür beyanlarla takviye edici gıda niteliğinde olan firma ürününün birçok hastalığı veya sağlık sorununu iyileştirdiği, tedavi ettiği veya önlediği şeklinde bir izlenim oluşturularak söz konusu ürünün sanki bir ilaç veya beşeri tıbbi ürün gibi tanıtıldığı, yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre takviye edici gıdalar için bu tür sağlık beyanlarının kullanılmasının kesinlikle yasak olduğu, bir ürüne ilişkin olarak herhangi bir sağlık beyanında bulunulabilmesi için ilgili idari otoriteden (Sağlık Bakanlığı Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Kurumu) izin alınması gerektiği, kullanılan bu beyanlar için ilgili otoriteden izin alınmadığından söz konusu beyanların doğruluğunun bilimsel olarak ispat edilmiş sayılamayacağı, dolayısıyla doğruluğu bilimsel olarak ispat edilmemiş bu beyanlarla tüketicilerin aldatılıp yanıltıldığı,

Diğer taraftan, Prof. Dr. İbrahim Saraçoğlu tarafından muhtelif televizyon programlarında yapılan açıklamalar ile anılan şahsa ait görüntülerin montajlama yoluyla inceleme konusu reklam filmine uyarlanması suretiyle tanıtımı yapılan ürünün konunun uzmanları ve doktorlar tarafından tarafından tavsiye edildiği gibi yanıltıcı bir izlenim oluşturulduğu, bu itibarla, reklam filminde yer alan "Prof. Dr. İbrahim Saraçoğlu'na ait olmayan ve gerçekleri yansıtmayan tanıklık ve tavsiye belirten ifadelerin" tüketicileri aldatıcı-yanıltıcı, tüketici güveni ile tüketicilerin tecrübe ve bilgi noksanlıklarını istismar edici ve Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin “Tanıklı reklamlar” başlıklı 16 ncı maddesinin, “(1) Reklamlarda, tanıklığına başvurulan kişi, kurum veya kuruluşun tecrübesine, bilgisine veya araştırma sonuçlarına dayanmayan ve gerçek olmayan hiçbir tanıklık ya da onay ifadesine yer verilemez veya atıfta bulunulamaz. (…)” hükmüne aykırı olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/1-b, 5/1-f, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 9, 11, 16, 26 ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Lions Reklam Güvenlik Malz. Tem. Kozmetik İnş. Malz. Org. San. Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **20.953 TL (Yirmibindokuzyüzelliüç Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**108)**

**Dosya No: 2020/5101**

**Şikayet Edilen: Stüdyo Moderna Radyo Televizyon Prodüksiyon A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait Top Shop TV adlı televizyon kanalında "Limon Maydanoz Sarımsak Kürü" adlı ürüne yönelik olarak yayınlanan tele-alışveriş reklamları.

**Reklam Yayın Tarihi:** 19.08.2020-21.08.2020

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** Bakanlığımıza yapılan başvuruya ilişkin olarak yapılan inceleme sonucunda, Top Shop TV adlı televizyon kanalında "Limon Maydanoz Sarımsak Kürü" adlı ürüne yönelik olarak 19.08.2020 tarihinde saat 13:17'de, 20.08.2020 tarihinde saat 07:20'de ve 21.08.2020 tarihinde saat 07:26'da yayınlanan 24:09 dakika süreli tele alışveriş reklamında; *“(…) Damar rahatsızlığına karşı daha doğrusu kalp damarlarını açmak ve kalp dolaşımını güçlendirmek için kürümüz var. Maydanoz, Limon, Sarımsak. Eğer ailenizde erken kalp krizi geçirmiş olan varsa, bu genetiktir, çocuklarınıza da geçer. Kalp damar rahatsızlıklarından, arterosiklerozis dediğimiz damar sertliği şikayeti olanlar varsa ailesinde yüksek tansiyon şikayeti olanlar var ise bunun dışında böbrek yetmezliği şikayeti olanlar varsa bulunmaz bir nimettir... Bu öyle bir kür ki yani şurada maydanoz, sarımsak, limonun bir araya gelmesi yani bir ömre bedel, mucizevi etkisi var. Şimdi, bunu dediğim gibi yüksek tansiyon şikayeti olanlar, kalp damarları içten yağlananlar, karaciğer yağlanması olanlar, kalp damar rahatsızlıkları işte damar sertliği... Vücuttan toksin attırır, karaciğeri arındırır, böbrekler üzerinde çok olumlu etkisi var. Muhteşem bir kür... Mantara karşı vücudunuza direnç kazandırır, sabahları yorgun kalkıyorsanız bu kürü uygulayın. Daha dördüncü gün çivi gibi zinde kalkacaksınız… Gençleşmek, yani genç görünmek için mi? Bütün herkes için bu geçerli... Şu Maydanoz Limon Sarımsak kürü var ya inanın bu yani benim bir numaralı kürlerimden bir tanesi...”, “Bir Alana Bir Bedava, Hemen Arayın, 0 212 700 01 32”, “99 TL+Kargo”, “Kısa Bir Süre”, “Son Dakika”, “Kalp ve Damar Hastaları Ekran Başına!”* şeklinde sözlü ve yazılı ifadelere yer verildiği,

Ayrıca, Prof. Dr. İbrahim Saraçoğlu tarafından muhtelif televizyon programlarında yapılan açıklamalar ile anılan şahsa ait görüntülerin montajlama yoluyla inceleme konusu reklam filmine uyarlandığı hususları tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu reklamda tanıtımı yapılan "Limon Maydanoz Sarımsak Kürü" adlı ürünün kalp damar rahatsızlığı, kan dolaşımı problemi, kalp ritm bozukluğu, tansiyon, şeker, kolesterol gibi birçok rahatsızlığa iyi geldiğini iddia eden beyanların birer sağlık beyanı olduğu, endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç olan bu tür beyanlarla takviye edici gıda niteliğinde olan ürünün birçok hastalığı veya sağlık sorununu iyileştirdiği, tedavi ettiği veya önlediği şeklinde bir izlenim oluşturularak sanki bir ilaç veya beşeri tıbbi ürün gibi tanıtıldığı, yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre takviye edici gıdalar için bu tür sağlık beyanlarının kullanılmasının kesinlikle yasak olduğu, bir ürüne ilişkin olarak herhangi bir sağlık beyanında bulunulabilmesi için ilgili idari otoriteden (Sağlık Bakanlığı Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Kurumu) izin alınması gerektiği, kullanılan bu beyanlar için ilgili otoriteden izin alınmadığından söz konusu beyanların doğruluğunun bilimsel olarak ispat edilmiş sayılamayacağı, dolayısıyla doğruluğu bilimsel olarak ispat edilmemiş bu beyanlarla tüketicilerin aldatılıp yanıltıldığı,

Diğer taraftan, Prof. Dr. İbrahim Saraçoğlu tarafından muhtelif televizyon programlarında yapılan açıklamalar ile anılan şahsa ait görüntülerin montajlama yoluyla inceleme konusu reklam filmine uyarlanması suretiyle tanıtımı yapılan ürünün konunun uzmanları ve doktorlar tarafından tarafından tavsiye edildiği gibi yanıltıcı bir izlenim oluşturulduğu, bu itibarla, reklam filminde yer alan "Prof. Dr. İbrahim Saraçoğlu'na ait olmayan ve gerçekleri yansıtmayan tanıklık ve tavsiye belirten ifadelerin" tüketicileri aldatıcı-yanıltıcı, tüketici güveni ile tüketicilerin tecrübe ve bilgi noksanlıklarını istismar edici ve Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin “Tanıklı reklamlar” başlıklı 16 ncı maddesinin, “(1) Reklamlarda, tanıklığına başvurulan kişi, kurum veya kuruluşun tecrübesine, bilgisine veya araştırma sonuçlarına dayanmayan ve gerçek olmayan hiçbir tanıklık ya da onay ifadesine yer verilemez veya atıfta bulunulamaz. (…)” hükmüne aykırı olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/1-b, 5/1-f, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 9, 11, 16, 26 ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, mecra kuruluşu **Stüdyo Moderna Radyo Televizyon Prodüksiyon A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **20.953 TL (Yirmibindokuzyüzelliüç Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**109)**

**Dosya No: 2021/426**

**Şikayet Edilen: Tasfiye Halinde Sıla Group Bilişim Pazarlama Dağıtım Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından satışı yapılan kuruyemiş çeşitlerine ilişkin olarak Facebook'ta yer alan Gaziantep Hacı Sayit Kuruyemişçisi başlıklı sayfada yer verilen reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 23.01.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Bakanlığımıza yapılan başvuruya ilişkin olarak yapılan inceleme sonucunda; tüketiciye Aras Kargo aracılığıyla gönderilen paket üzerinde gönderici firma unvanının Sıla Group Bilişim Paz. Dağ. Tic. Ltd. Şti. olarak belirtildiği, paket üzerinde “Kuru Yemiş AVM” ibaresi ile birlikte firmanın satışını vaat ettiği badem, fındık ve antep fıstığı resimlerinin yer aldığı, paket içerisinde plastik ambalajlara doldurulmuş kırık leblebi ve soslu kuru mısır gibi başka kuruyemişlerin bulunduğu,

Facebook’ta yapılan incelemelerde, tasfiye halinde olduğu tespit edilen Tasfiye Halinde Sıla Group Bilişim Pazarlama Dağıtım Tic. Ltd. Şti. unvanlı firma tarafından https://www.facebook.com/103761734967621/posts/103764104967384/ URL adresinde kuruyemiş satışına ilişkin olarak 20.12.2020 tarihinde yayınlanan tanıtımlarda, "Gaziantep Hacı Sayit Kuruyemişçisi. Gaziantep'ten gelen lezzet. 1 Kg Badem + 1 Kg Fındık + 1 Kg Antep Fıstığı 149,90 TL. Direk üreticiden tüketiciye aracısız fiyatları kaçırma… Gaziantep Hacı Sayit Kuruyemişçisi kalitesiyle" şeklinde ifadelere ve satışı yapılan ürünlerin görsellerine yer verildiği, ilgili tanıtım sayfasında yer alan "Şimdi Alışveriş Yap" butonuna tıklayan tüketicilerin ürünlerin siparişi için kişisel bilgilerini ve iletişim adreslerini girdikleri bir sayfaya yönlendirildikleri, bu sayfada ödeme yöntemi olarak yalnızca "Kapıda nakit ödeme" ve "Kapıda kredi kartı ile ödeme" seçeneklerinin sunulduğu, firma tarafından yapılan satışların kapıda ödemeli satış yöntemiyle gerçekleştirdiği, diğer yandan “Gaziantep Hacı Sayit Kuruyemişçisi” başlıklı Facebook sayfasında, firma tarafından mağdur edilen çok sayıda tüketicinin yorumlarının yer aldığı hususları tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, firma tarafından https://www.facebook.com/103761734967621/posts/103764104967384/ URL adresinde kuruyemiş satışına ilişkin olarak 20.12.2020 tarihinde yayınlanan tanıtımlarda, "Gaziantep Hacı Sayit Kuruyemişçisi. Gaziantep'ten gelen lezzet. 1 Kg Badem + 1 Kg Fındık + 1 Kg Antep Fıstığı 149,90 TL. Direk üreticiden tüketiciye aracısız fiyatları kaçırma." şeklinde ifadelere ve satışı yapılan ürünlerin görsellerine yer verildiği, ilgili tanıtım sayfasında yer alan "Şimdi Alışveriş Yap" butonuna tıklayan tüketicilerin ürünlerin siparişi için kişisel bilgilerini ve iletişim adreslerini girdikleri bir sayfaya yönlendirildikleri, bu sayfada ödeme yöntemi olarak yalnızca "Kapıda nakit ödeme" ve "Kapıda kredi kartı ile ödeme" seçeneklerinin sunulduğu, bu doğrultuda, firma tarafından gerçekleştirilen kapıda ödemeli kuruyemiş satışları kapsamında, 149,90 TL karşılığında birer kilo badem, fındık ve antep fıstığı satışı yapılacağı vaat edilmekle birlikte firmadan sipariş veren tüketicilere kırık leblebi ve mısır kurusu gibi başka kuruyemişlerin gönderildiği, bu nedenle gerçeği yansıtmayan söz konusu reklam ve tanıtımların tüketicileri aldatıcı-yanıltıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 62 nci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Tasfiye Halinde Sıla Group Bilişim Pazarlama Dağıtım Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **114.326 TL (Yüzondörtbinüçyüzyirmialtı Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**110)**

**Dosya No: 2020/1268**

**Şikâyet Edilen: Kaya Turistik Tesisleri Titreyengöl Otelcilik Anonim Şirketi (Abant Su)**

**Şikâyet Edilen Reklam:** Instagram üzerinden verilen “Abant Su için ne depozitoya para ödeyeceksin ne de suya. İlk siparişin bedava” ifadelerinin yer aldığı “Abant Su” ürününe ilişkin reklamlar

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Reklam Yayın Tarihi:** 04.12.2019

**Tespitler:** Instagram üzerinden verilen reklamda, reklamın ana vaadi olarak “Abant Su için ne depozitoya para ödeyeceksin ne de suya. İlk siparişin bedava” ifadelerine yer verildiği, bununla birlikte söz konusu tanıtımların sıralı sayfasında belirtilen kampanya koşulları bölümünde ana vaadin istisnası niteliğinde *“Hiç damacananız yoksa: Size yepyeni, dolu Abant Su damacanayı 31 TL yerine sadece 18 TL’ye veriyoruz.”* bilgisine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda,Instagram üzerinden verilen reklamda, reklamın ana vaadi olarak “Abant Su için ne depozitoya para ödeyeceksin ne de suya. İlk siparişin bedava” ifadelerine yer verildiği, bununla birlikte söz konusu tanıtımların sıralı sayfasında belirtilen kampanya koşulları bölümünde ana vaadin istisnası niteliğinde “Hiç damacananız yoksa: Size yepyeni, dolu Abant Su damacanayı 31 TL yerine sadece 18 TL’ye veriyoruz.” bilgisine yer verildiği, bu durumun da ana vaat ile çeliştiği ve tüketicilerin satın alma kararını etkileyen bu durumun aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu reklam ve tanıtımların;

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61/2, 61/3, 61/6 ve 61/7 maddeleri

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Kaya Turistik Tesisleri Titreyengöl Otelcilik Anonim Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü maddesi ile 77 nci maddesinin on ikinci fıkrası uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**111)**

**Dosya No: 2020/1771**

**Şikâyet Edilen: Migros Ticaret Anonim Şirketi**

**Şikâyet Edilen Reklam:** “15-28 Ekim 2020 tarihleri arasında Migros, 5M Migros, Migros Jet mağazalarından veya Sanal Market’ten Money Kart, Money Bonus ya da Money özellikli diğer kartlar ile yapılacak tek seferde 15 TL’lik çeşni, harç, çabuk makarna, çabuk noodle ve acısso alışverişine 5 Money hediye edilecektir...” ifadesine yer verilen kampanyaya ilişkin reklamlar

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Tespitler:** Firmaya aitmoney.com.tr, Migros Sanal Market ve Migroskop’ta “15-28 Ekim 2020 tarihleri arasında Migros, 5M Migros, Migros Jet mağazalarından veya Sanal Market’ten Money Kart, Money Bonus ya da Money özellikli diğer kartlar ile yapılacak tek seferde 15 TL’lik çeşni, harç, çabuk makarna, çabuk noodle ve acısso alışverişine 5 Money hediye edilecektir” bilgisi yer alan reklamlarda, kampanyanın Knorr ürünlerinde geçerli olduğuna ilişkin ifadeye yer verildiği, “çabuk noodle, çabuk makarna ve acısso” ürünlerinin Knorr markasına ait ürün isimleri olduğu, Migros Sanal Market üzerinden kampanyaya özgü sayfalarda tüketicilerin kampanya kapsamında yer alan ürünlere yönlendirildiği ve başvuru sahibi tüketiciye 5 Money puanın hediye edildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firma tarafından yapılan açıklamalar ve sunulan belgeler ile söz konusu kampanyaya ilişkin unsurların açık ve anlaşılır bir şekilde reklamda yer alması sebebiyle tüketicileri yanıltıcı veya yanlış yönlendirici herhangi bir ifadeye yer verilmediği ve tüketiciye herhangi bir mağduriyet yaşatılmadığı anlaşılmış, dolayısıyla anılan reklamın 6502 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanuna ve ilgili Yönetmeliğe **aykırılık teşkil etmediği** görüş ve kanaatine varılmıştır.

**112)**

**Dosya No: 2020/4456**

**Şikâyet Edilen: Terra Pizza Gıda Sanayi ve Ticaret Anonim Şirketi**

**Şikâyet Edilen Reklam:** Firmaya ait mobil uygulamada “Mahallenin Favorileri” adı altında yapılan tanıtımlar

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Reklam Yayın Tarihi:** 05.08.2020

**Tespitler:** Firmaya ait mobil uygulamanın ana sayfasında “Mahallenin Favorileri” ifadesine yer verildiği, “Mahallenin Favorileri” olarak tanıtılan ürünlerden sipariş vermek isteyen tüketicinin, bulunduğu bölgenin firmanın hizmet alanı kapsamı dışında olması gerekçesiyle sipariş veremediği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firmaya ait mobil uygulama üzerinde yer alan “Mahallenin Favorileri” adı altında tüketicilerin belirli ürünleri satın almaya yönlendirildiği, uygulamayı kullanan tüketicilerin bulundukları bölge dikkate alınmaksızın hizmet verdiğiniz bölge dışında bulunan tüketicilere yönelik de “Mahallenin Favorileri” adı altında tanıtım yapıldığı, “Mahallenin Favorileri” ifadesinin kullanılmasıyla tüketicilerde, bulunduğu bölgeye özgü favori ürünlerin listelendiği alan algısının yaratıldığı ve böylece tüketicilerin satın alma kararını etkileyen bu durumun aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğunun değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu reklam ve tanıtımların;

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61/2, 61/3, 61/6 ve 61/7 maddeleri ile 62/1, 62/2 ve 62/3 maddeleri

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Terra Pizza Gıda Sanayi ve Ticaret Anonim Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü maddesi ile 77 nci maddesinin on ikinci fıkrası uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**113)**

**Dosya No: 2020/3450**

**Şikayet Edilen: Seyyidi Bilvanis Zeytin Zeytinyağları Gıda İnş. San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Yalova-İzmit yolu Cad. No:15/2/A Taşköprü Çiftlikköy/YALOVA adresinde faaliyet gösteren Seyyidi Bilvanis Zeytin Zeytinyağları Gıda San. ve Tic. Ltd. Şti. Otel İşletmesinde yer alan fiyat bilgisi tanıtımları.

**Reklam Yayın Tarihi:** 12.08.2020

**Yayınlandığı Mecra:** Açık Hava İlanı-Afiş-Tabela

**Tespitler:** Yalova-İzmit yolu Cad. No:15/2/A Taşköprü Çiftlikköy/YALOVA adresinde faaliyet gösteren Seyyidi Bilvanis Zeytin ve Yağları Gıda San. ve Tic. Ltd. Şti. Otel İşletmesi girişinde yer alan açık hava ilanı/tabelada 3 Kg siyah zeytin fiyatının 39,99 TL olduğu belirtilmesine karşın, işletme içerisinde 3 Kg siyah zeytin fiyatının 50,00 TL ye satıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; Yalova-İzmit yolu Cad. No:15/2/A Taşköprü Çiftlikköy/YALOVA adresinde faaliyet gösteren Seyyidi Bilvanis Zeytin ve Yağları Gıda San. ve Tic. Ltd. Şti. Otel İşletmesi girişinde yer alan açık hava ilanı/tabelada 3 Kg siyah zeytin fiyatının 39,99 TL olduğu belirtilmesine karşın, işletme içerisinde 3 Kg siyah zeytin fiyatının 50,00 TL olduğu, Yalova Ticaret İl Müdürlüğü’nün de durumu tutanak altına aldığı, dolayısıyla bu durumun tüketicileri yanıltıcı olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Seyyidi Bilvanis Zeytin Zeytinyağları Gıda İnş. San. ve Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**114)**

**Dosya No: 2020/4796**

**Şikayet Edilen: Fatma TOPAL GÖZLEMECİ**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.instagram.com/fatma\_\_\_topal/ adresli internet sayfasında yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 26.12.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com/fatma\_\_\_topal/ adresli internet sayfasının 26.12.2020 tarihli görünümünde;

“Elegantbody Biberiye Suyu” isimli ürüne yönelik olarak; *"Elegantbody Biberiye Suyu ödem şişlik giderir yağ yakımını 2 katına çıkartır vücudu toksinlerden arındırır. (...) Fazla kilo problemi yaşayan kişilerde zayıflamaya yardımcı olur. Yağ yakımını hızlandırır. Biberiye suyu bağırsakların daha iyi çalışmasına fayda sağlamaktadır. Dolaşım ve sinir sistemine oldukça iyi gelmektedir. İdrar yolları sorunu yaşayanlarda biberiye suyu, idrar söktürücü olarak yardımcı bir rol üstlenmektedir. Vücuttaki fazla suyu atmakta fayda sağlayan bir besindir. Kişide bulunan böbrek ve mesane taşlarına ve kum oluşumlarında döktürücü ve yok edici özelliği bulunmkatadır."* şeklinde;

“ElegantBody Fatma'nın Çayı” isimli ürüne yönelik olarak; *"Tansiyon, şeker, kolesterol, insülin direncini dengeler. Gastrit, ülser, reflü gibi mide rahatsızlıklarını giderir. Migren ağrılarını azaltır. Adet dönemini düzenler. Rahimdeki kistin erimesini sağlar. Böbrek taşı dökmeye yardımcı olur. Bacak huzursuzluğunu giderir. Hamile kalmaya engel olan sorunları ortadan kaldırır. Bağışıklık sistemini güçlendirir. Enerji verir. İltihap söker. Ödem atar. Tok tutar. Yağ yakar. (...) Bağırsaktaki Artıkları Temizler. Metabolizma düzenler. Kabızlık sorununu çözer. (...) Guatr hastalığına rağmen Fatma'nın çayı ile 10 günde giden -2 kilo. (...) Fatma'nın Çayı İle Fazlalıklarından Kurtulma Sırası Sende. Fatma'nın Çayı İle Sen de İstediğin Bedene Kavuşmak İster Misin? #kiloveriyorum #yağyakan #detoks #ödem #bölgesel#incelme #karın#göbek#basen#çay"* şeklinde ifadeler ile öncesi sonrası kilo görüntülerine yer verildiği;

"Karışık Bitki Yağı" ürününe yönelik olarak, "Sindiriminize yardımcı olur Hazmı kolaylaştırır Metabolizmanızı hızlandırır Bağırsaklarınızı parazitlerden korur. Mideyi rahatlatır." şeklinde,

"Arı Sütü Karışımlı Bitkisel Şurup" ürününe yönelik olarak, "Bağışıklık sistemini güçlendirir. Vücut direncinin yükselmesine yardımcı olur. Soğuk algınlığı, grip, nezle gibi hastalıklardan korunmaya yardımcı olur. Grip, nezle, balgam problemini minimuma indirir." şeklinde,

"Göğüs Bakım Jeli" ürününe yönelik olarak, "Göğüs toparlayıcı jel renk eşitsizliğini gidererek pürüzsüz bir ten oluşumu sağlar. Oluşan sarkmaları engeller. Göğüs yapısının dik, sıkı ve düzgün bir görünüm elde etmesini sağlar." şeklinde,

"ElegantBody Altın Maske" ürününe yönelik olarak, "Cilt rengini açarak porselen gibi bir cilt meydana getirir. Cildin pırıl pırıl olmasını sağlar. Altın maskesi her cilt tipine uygundur. Ciltteki sivilceleri ve akneleri azaltılmasına yardımcı olur. Cilt üzerindeki ince çizgileri ve kırışıklıkları giderilmesine yardımcı olur." şeklinde,

"Elegantbody Vücut Toparlayıcı Jel" ürününe yönelik olarak, "3 ile 12 cm arası incelme sağlar. Sarkmaları engeller. Vücutta sıkı bir görünüm oluşturur. Bölgesel incelme sağlar."

şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Kozmetik Mevzuatına tabi bulunan tüm kozmetik ürünlerin, insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve etkileri geçici olan ürünler olması gerektiği; bu bağlamda inceleme konusu tanıtımlarda yer alan tedaviye yönelik ve endikasyon belirten ifadelerin ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği; ayrıca şayet anılan ürünler söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “kozmetik ürün” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilmesi gereken ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuata uygun olmadığı dolayısıyla her koşulda, söz konusu ürün ile ilgili olarak yapılan bu nitelikteki tanıtımların mevcut mevzuata aykırılık teşkil ettiği 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 Yönetmeliğinin 7 nci maddesi,

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

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 üncü ve 10 uncu maddeleri,

-Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 9, 26 ıncı maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**115)**

**Dosya No: 2020/4801**

**Şikayet Edilen: Gözde Derin Tiryaki Doğal Yaşam Merkezi**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.instagram.com/favorite\_tea\_genelmerkez/ adresli internet sayfasında yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 27.12.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com/favorite\_tea\_genelmerkez/ adresli internet sayfasının 27.12.2020 tarihli görünümünde; "Favorite Tea " ürününe yönelik olarak; *"İştahınızı keser. Ağızda kuruluk yapar su içme isteği uyandırır. Sabahları erken ve dinç uyandırır. Rahat tuvalete çıkmanızı sağlar. Vücuttaki ödemi komple attırır. Sadece yağdan kilo kaybı sağlar. Midenizi küçültür. Uzun süre tokluk hissi yaratır. Stresinizi önler. Enerji ve güç verir. 45 günde 4 ile 9 kilo arası zayıflatır. (...) Tartılarla barışın Fazla kilolara son. (...) Kilo kaderiniz olmasın. (...) Emziren anneler. (...) Bebekler doyasıya emiyor anneler doğum kilolarından kurtuluyor." şeklinde ifadeler ile "20 günde -5 kilo. 1.5 kavanoz -10 kilo. 2.5 ayda -25 kilo*." gibi ifadelerle birlikte tüketicilerin öncesi sonrası görüntülerinin kullanıldığı tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

-Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 9, 26 ıncı maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Gözde Derin Tiryaki Doğal Yaşam Merkezi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**116)**

**Dosya No: 2020/4805**

**Şikayet Edilen: Sinem UMAŞ**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.instagram.com/sinemumas/ adresli internet sayfasında yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 27.12.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com/sinemumas/ adresli internet sayfasının 27.12.2020 tarihli görünümünde; "Ninaset Tea " ürününe yönelik olarak*; “Zayıflama ürünüm Nina set tea hediye ediyorum. (...) Zayıflama çayım çok etkili … @ninasetcom 1 ayda 10 kilo verenler, 10 günde 4 kilo verenler. (...) Dünyanın en iyi bitkisel çayı. Ben ve kızım @ninasetcom aldık ve inanmaz bir set bir bardak çay içiyorum üç gün iştahımı kesiyor azıcık yiyorum ve doyuyorum 2 kilo verdim. (...) Evet @ninasetcom ile inceldim ve formumu kendi çayım sayesinde koruyorum. Bir de benim çayımla zayıflayan ünlüler var tabi ama göremezsiniz paylaşmazlar gizli sipariş verip bana teşekkür ederler. Çayımın Reklama ihtiyacı yok çünkü çok başarılı. Benim geri dönüşlerim hep referans ile."* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

-Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 9, 26 ıncı maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**117)**

**Dosya No: 2020/4806**

**Şikayet Edilen: Snm Kozmetik Gıda Ürünleri Teks. San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.instagram.com/ninasetcom/ ve www.ninaset.com/ adresli internet sayfalarında yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 27.12.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com/ninasetcom/ adresli internet sayfasının 27.12.2020 tarihli görünümünde; "Ninaset Tea " ürününe yönelik olarak; *"Ninaset iştah kesiyor, su içme hissi oluşturuyor. Ben yaklaşık 10-12 günde iki kg verdim. (...) Merhaba bir ayda kac kilogram veriyoruz… 1 ile 5 kilo arasında.”* şeklinde ifadelere ve kullanıcı yorumlarına yer verildiği;

www.instagram.com/ninasetcom/ adresli internet sayfasından www.ninaset.com/ adresli internet sitesine yönlendirme yapıldığı, anılan internet sitesinin 27.12.2020 tarihli görünümde; *"NinaSet ile sağlıklı bir şekilde fazlalıklarınızdan kurtulmanız ve hayalini kurduğunuz vücuda sahip olmanız mümkün. (...) Tamamen bitkilerden üretilmiş ve organiktir. Kimsayal içermez. (...) Herhangi bir yan etkisi bulunmadığından güvenle tüketebilirsiniz. (...) NinaSet İle Hayalinizdeki Kıyafete Sığabilecek, Bu Yaz Dilediğiniz Mayoyu Giyebileceksiniz!”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

-Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 9, 26 ıncı maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Snm Kozmetik Gıda Ürünleri Teks. San. ve Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**118)**

**Dosya No: 2020/1254**

**Şikayet Edilen: Farmavita İlaç Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** *https://www.youtube.com/watch?v=CpSjFL1z5s8* ve *https://www.youtube.com/watch?v=uW8aqvjaA40* URL uzantılı internet sitelerinde yer alan “Möller’s Omega-3 Balık Yağı” ürününe ilişkin tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 04.10.2019 / 03.10.2019

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** *https://www.youtube.com/watch?v=CpSjFL1z5s8* ve

*https://www.youtube.com/watch?v=uW8aqvjaA40* URL uzantılı internet sitelerinde yer alan “Möller’s Omega-3 Balık Yağı” ürününe ilişkin tanıtımlarda “on çocuk doktorundan dokuzunun önerdiği” şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; *https://www.youtube.com/watch?v=CpSjFL1z5s8* URL uzantılı internet sitesinde *“… yapılan araştırmada on çocuk doktorundan dokuzu Möller’s omega-3’ü tavsiye ediyor…”*, *https://www.youtube.com/watch?v=uW8aqvjaA40* URL uzantılı internet sitesinde *“10 çocuk doktorundan 9’unun önerdiği …”* şeklinde sağlık meslek mensuplarının ürünün kullanımını tavsiye ettiği şeklinde beyanlara yer verilerek tüketicilerin aldatılıp yanıltıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların,

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

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliği’nin 5/1-a, 5/1-b, 5/1-c, 5/1-ç, 5/1-d, 5/1-h, 5/1-i maddeleri,

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

- Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği’nin 5/1, 5/2-a, 5/2-b, 5/2-c, 5/2-ç, 8/1, 8/2, 8/3, 8/4, 8/5, 9/1, 9/2, 14/1 ve 15/1-c maddeleri,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/1-b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 9/1, 9/2, 9/5, 16/3 ve 26/1 inci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61/2, 61/3, 61/6 ve 61/7 nci maddeleri

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Farmavita İlaç Anonim Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü maddesi ile 77 nci maddesinin (12) numaralı fıkrası uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**119)**

**Dosya No: 2020/172**

**Şikayet Edilen: Stüdyo Moderna Radyo Televizyon Prodüksiyon Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** 22.08.2020 tarihinde 07:20 – 07:56 saatleri arasında ulusal düzeyde yayın yapan TOP SHOP TV isimli televizyon kanalında “Mahmut Efend-i Enginar Macunu” isimli ürüne ilişkin yapılan reklamlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 22.08.2020

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** 22.08.2020 tarihinde 07:20 – 07:56 saatleri arasında ulusal düzeyde yayın yapan TOP SHOP TV isimli televizyon kanalında “Mahmut Efend-i Enginar Macunu” isimli ürüne ilişkin yapılan reklamlarda söz konusu ürünün “akciğeri, karaciğeri, kanı temizlediği, hastalıkları iyileştirdiği” şeklinde mevzuata aykırı sağlık beyanları kullanılarak tanıtım ve satış yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemede 22.08.2020 tarihinde 07:20 – 07:56 saatleri arasında ulusal düzeyde yayın yapan TOP SHOP TV isimli televizyon kanalında “Mahmut Efend-i Enginar Macunu” isimli ürüne ilişkin yapılan reklamlarda mevzuata aykırı sağlık beyanları kullanılarak tanıtım ve satış yapıldığı ve bu şekilde tüketicilerin aldatılıp yanıltıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların,

- 1262 sayılı İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanunu’nun 18/2, 18/3 ve 19/1 inci maddeleri,

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

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliği’nin 5/1-a, 5/1-b, 5/1-c, 5/1-ç, 5/1-d, 5/1-h, 5/1-i maddeleri,

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

- Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği’nin 5/1, 5/2-a, 5/2-b, 5/2-c, 5/2-ç, 8/1, 8/2, 8/3, 8/4, 8/5, 9/1 ve 9/2 maddeleri,

- Türk Gıda Kodeksi Takviye Edici Gıdalar Tebliği’nin (Tebliğ No: 2013/49) 13/1, 13/2-c ve 13/2-ç maddeleri,

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61/2, 61/3, 61/6 ve 61/7 nci maddeleri

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, mecra kuruluşu **Stüdyo Moderna Radyo Televizyon Prodüksiyon Anonim Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü maddesi ile 77 nci maddesinin (12) ve (13) numaralı fıkraları uyarınca **20.953,00-TL (Yirmibindokuzyüzelliüç Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**120)**

**Dosya No: 2020/173**

**Şikayet Edilen: Lions Reklam Güv. Mal. Tem. Koz. İnş. Mal. Org. San. Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** 22.08.2020 tarihinde 07:20 – 07:56 saatleri arasında ulusal düzeyde yayın yapan TOP SHOP TV isimli televizyon kanalında “Mahmut Efend-i Enginar Macunu” isimli ürüne ilişkin yapılan reklamlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 22.08.2020

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** 22.08.2020 tarihinde 07:20 – 07:56 saatleri arasında ulusal düzeyde yayın yapan TOP SHOP TV isimli televizyon kanalında “Mahmut Efend-i Enginar Macunu” isimli ürüne ilişkin yapılan reklamlarda söz konusu ürünün “akciğeri, karaciğeri, kanı temizlediği, hastalıkları iyileştirdiği” şeklinde mevzuata aykırı sağlık beyanları kullanılarak tanıtım ve satış yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemede 22.08.2020 tarihinde 07:20 – 07:56 saatleri arasında ulusal düzeyde yayın yapan TOP SHOP TV isimli televizyon kanalında “Mahmut Efend-i Enginar Macunu” isimli ürüne ilişkin yapılan reklamlarda mevzuata aykırı sağlık beyanları kullanılarak tanıtım ve satış yapıldığı ve bu şekilde tüketicilerin aldatılıp yanıltıldığı, değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların,

- 1262 sayılı İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanunu’nun 18/2, 18/3 ve 19/1 inci maddeleri,

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

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliği’nin 5/1-a, 5/1-b, 5/1-c, 5/1-ç, 5/1-d, 5/1-h, 5/1-i maddeleri,

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

- Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği’nin 5/1, 5/2-a, 5/2-b, 5/2-c, 5/2-ç, 8/1, 8/2, 8/3, 8/4, 8/5, 9/1 ve 9/2 maddeleri,

- Türk Gıda Kodeksi Takviye Edici Gıdalar Tebliği’nin (Tebliğ No: 2013/49) 13/1, 13/2-c ve 13/2-ç maddeleri,

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61/2, 61/3, 61/6 ve 61/7 nci maddeleri

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Lions Reklam Güv. Mal. Tem. Koz. İnş. Mal. Org. San. Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü maddesi ile 77 nci maddesinin (12) ve (13) numaralı fıkraları uyarınca **20.953,00-TL (Yirmibindokuzyüzelliüç Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**121)**

**Dosya No: 2019/2833**

Sanofi Sağlık Ürünleri Ltd. Şti.’nin başvurusu üzerine incelemeye alınan **Bayer Türk Kimya San. Ltd. Şti.** unvanlı firmaya ait “Supradyn Energy Focus” isimli ürün tanıtımlarına ilişkin dosya hakkında yapılan görüşmeler neticesinde, konu ile ilgili olarak Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Kurumu'nun görüşünün beklenmesi ve şikayet edilen firmadan ilave bilgi talep edilmesi istemiyle dosyanın **ertelenmesine** karar verilmiştir.

**122)**

**Dosya No: 2019/4553**

**Şikayet Edilen: Mehtap ŞAHİN (Ab-ı Deva Baharatları)**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait www.facebook.com/946882408813503 adresli sosyal medya hesabında yer alan ürünlere yönelik yapılan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 30.04.2019

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.facebook.com/Ab-i-Deva-Baharatlari-946882408813503 adresli sosyal medya hesabının 30.04.2019 tarihli görünümünde; *“Siyez Unu, Ardıç yağlı masaj kremi-at kestanesi masaj kremi, Hurma, Shiffa Home Propolis, Sığla Yağı, Ozonlanmış Zeytin Yağı, Datça Acıbadem Macunu ve Arı Sütü adlı ürünlerin; "Her gün bir kaç kez Propolis ekstarktı ile gargara yapıldığında, plak oluşumunu önler. Diş eti iltihabı ve ağız içi ve gırtlak enfeksiyonlarını giderir. Diş abselerine, çürüklere, ağız kokusuna karşı kullanılır. Diş beyazlatılmasına yardımcı olur. Sedef hastalığına iyi gelir. Deri enfeksiyonlarını giderir. Mide Ülseri, Bağırsak Yaraları, Sindirim Rahatsızlığı, Cilt Yaraları (Egzema), Gastrit, Solunum Yolu Hastalıkları, Cilt hücrelerini büyümeleri için uyarıcı etkisi vardır, Derideki şişlikleri ve kırmızılıkları azaltır, Cilt yara ve iltihaplarının iyileşme süresini hızlandırır, Yüz için doğal bir nemlendirici ve yumuşatıcı vazifesi görür, Sinirleri gevşetir ve ciltte gevşeklik hissi sağlar, Epidermis’i (Dış deri) temizler ve sterilize eder, Serbest uyarıcı gibi davranarak zararlı toksinleri temizler. Akciğerlere fayda sağlaması ve sigarayı hayatımızdan atmamızı saplayacak Meydan kökünün akciğerlere faydası olduğunu ve balgamı söktürmeye yaradığını duymuşsunuzdur. Datça macunu içerisinde yer alan meyan kökü de bu durumda aynı görevi görüyor. Sigaradan uzaklaştırarak balgam söktürücü özelliğini de içerisinde barındırıyor. Datça macunun da aynı zamanda sigaraya bağlı olarak ortaya çıkan ve akciğerlerin dolması sonucunda gelişen öksürüğe iyi geldiği biliniyor. Arı sütü astım, saman nezlesi, karaciğer hastalığı, pankreatit, tip 2 diyabet, diyabetik ayak ülserleri, uyku problemleri, kanser, yorgunluk, premenstrüel sendrom (PMS), kısırlık, menopoz semptomları, mide ülserleri, böbrek hastalığı, kemik kırıkları, cilt bozuklukları ve yüksek kolesterol için kullanılır. Ayrıca, yaşlanmanın etkileriyle savaşmak ve bağışıklık sistemini güçlendirmek için de yaygın olarak kullanılmaktadır."* şeklinde ifadelere yer verildiği 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 ürün” 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 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,

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

- Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği’nin 5, 8, 9, 13’üncü maddeleri,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**123)**

**Dosya No: 2019/9513**

**Şikayet Edilen: Mustafa YILDIZ-Köyüm Bitkisel**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.koyumbitkisel.com/ adresli internet sitesinde çeşitli gıda ürünlerine ilişkin yapılan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 20.08.2019

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.koyumbitkisel.com adresli internet sitesinin 20.08.2019 tarihli görünümünde; Mürver Plus adlı ürünle ilgili; "Mürver Nedir: Terleme çayı, patlangıç, sambucus olarak da bilinen bu bitkinin şifalı olmasının nedeni ise, birçok hastalık üzerinde tedavi edici etkisinin izlenmiş olmasıdır." şeklinde, Süper Moringa Çayı adlı ürünle ilgili; "Moringa içerisinde yoğun miktarda antioksidan barındıran ve bu nedenle metabolizmayı hızlandırarak vücuttaki yağların atılmasına yardımcı olan bir bitkidir. Vücuttaki fazla suyun yani ödemin atılmasına yardımcı olur. İçildikten sonra uzun süre tok tutarak kalori alımını dengelemeye yardımcı olur." şeklinde, Teff Tea adlı ürünle ilgili; "Bitkisel ürünlerle zayıflamak oldukça tercih edilir bir konuma yükselmiştir ve Teff bitkisi de sindirim sisteminin daha iyi çalışmasına yardımcı olduğu, yağ yakımını ve metabolizmayı düzenlediği için zayıflamak amacıyla sıkça başvurulan bitkiler arasında ön sıralarda yer almaktadır." şeklinde, Detox & Form Yoğurt Tozu adlı ürünle ilgili; "Detoks Nedir: Yaşlanmayı hızlandıran zararlı artıkların vücuttan temizlenmesi işlemine detoks adı verilir. Sağlıklı kalmak için periyodik olarak uygulanacak detoks işlemi, vücudu toksinlerin negatif etkilerinden kurtarır." şeklinde ifadelere yer verildiği 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 ürün” 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 değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu reklamların;

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

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

- Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği’nin 5, 8, 9, 13’üncü maddeleri,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**124)**

**Dosya No: 2019/9830**

**Şikayet Edilen: Sevinç KORUK-Eren Toptan Gıda**

**Şikayet Edilen Reklam:** "Eren Toptan Gıda Taşkent Balı" adlı Facebook sosyal medya hesabında yapılan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 11.10.2019

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.facebook.com/eren-toptan-gida-411320428991913/ adresli sosyal medya hesabının 21.02.2020 tarihli görünümünde; "Doğal macun halsizlik, yorgunluk ve cinsel performans için satışta. Bal, polen, arı sütü, propolis, çakşır otu, gingseng, deve dikeni vs bu karışım sizi roketler" şeklinde ifadelere yer verildiği 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 ürünün insan fizyolojisine etki ederek insan sağlığına doğrudan veya dolaylı olarak fayda sağlayan yahut hastalıklara veya belirtilerine karşı etkili olan “tıbbi ürün” gibi tanıtıldığı, diğer taraftan şayet anılan ürün 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 şikayet edilen firmanın adres ve telefonlarının yazdığı anılan sosyal medya hesabının kendileri ilgisi olmadığına dair herhangi bir destekleyici bilgi ve belge sunmadığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu reklamların;

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

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

- Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği’nin 5, 8, 9, 13’üncü maddeleri,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**125)**

**Dosya No: 2019/10426**

**Şikayet Edilen: Gaziantepten Bilgi Teknolojileri Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.gaziantepten.com/ adresli internet sitesinde çeşitli gıda ürünlerine yönelik tanıtım ve reklamlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 23.10.2019

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.gaziantepten.com adresli internet sitesinin 23.10.2019 tarihli görünümünde; Tatlılar kategorisi altında: Doğal Şifa Kaynağı Urmu Karadut Reçeli 650 Gr isimli ürün ile ilgili; "İçeriğinde bulunan yüksek orandaki demir bileşeni; kansızlık rahatsızlığı için bir numaralı destekleyici besin olmasını sağlamıştır. Emziren annelerde sütü arttırıcı özelliğinin olması, karadutun faydaları arasında yer almaktadır. Yüksek kan basıncını düşürür ve kandaki zehirli maddeleri temizler. Hepatit hastalıklarının tedavisine yardımcı olan karadut; öksürük, boğaz ağrısı ve benzeri üst solunum rahatsızlıklarına da oldukça iyi gelir. Sindirim sistemi için çok sayıda faydası olan karadut; mide rahatsızlıkları ve kabızlık problemi çekenlerin en iyi dostudur. Güçlü bir ateş düşürücüdür. Gut hastalığının tedavisinde destekleyici olarak tüketilir." Antep Fıstıklı Muska Pestil 500 Gr isimli ürün ile ilgili; "Pestil bağışıklık sistemini güçlendirir. Vücut doku ve hücrelerinin yenilenmesinde su dengesinin korunmasında hormon - enzim üretiminde ve bağışıklık sisteminin güçlendirilmesinde önemli bir rol oynamaktadır. Ayrıca iyi bir enerji kaynağıdır." Doğal Çilek Reçeli 650 Gr isimli ürün ile ilgili; "Kolesterolü düşürür ve damar tıkanıklığını önler. Aynı zamanda çok iyi bir antioksidan olan çilek bağışıklık sistemini güçlendirir. Kansere karşı koruyucudur. Sindirim sisteminin düzenli çalışmasına çok faydalıdır. Bağırsak kurtlarını döker, idrar söktürür ve vücuttaki zararlı maddeleri vücuttan uzaklaştırır." Kuruyemişler kategorisi altında: Kavrulmuş Badem İç Kaliteli (250 - 500 Gr) isimli ürün ile ilgili; "Badem Beyin Sağlığına Faydalıdır. Badem Kolesterol Sağlığını Korur. Badem Kemik Sağlığına Faydalıdır. Badem Kalp İçin Mükemmel Bir Besindir. Badem Bağışıklık Sistemi Güçlendirir. Badem Kan Basıncını Düzenler. Badem Kanseri Önler. Badem Diyabete Karşı Koruma Sağlar. Badem Kilo Vermeye Yardımcı Olur. Badem Kabızlığı Önler." Antep Fıstığı Boz Yeşil İç File (250 - 500 Gr) isimli ürün ile ilgili; "Antep fıstığında kolesterol olmadığı için kandaki kolesterol seviyesini düşürür. Mide asit oranını dengeleyerek mide problemlerini engeller. Akciğer için iyi bir iltihap temizleyici olup öksürüğün geçmesine yardım eder. Erkekte sperm kalitesini arttırır, kadında da yumurtlamayı sağlayarak döllenmeye yardımcı olur. Böbrek ve mesane kumu dökmekte yardımcı olur." Yöresel Ürünler kategorisi altında: Doğal Ev Yapımı Nar Ekşisi 500 ML isimli ürün ile ilgili; "Kansere karşı koruma sağlar. Prostat kanseri hücrelerinin büyümesinin durdurulmasına yardım eder. Tansiyonu dengeler. Kan basıncını düşürücü özelliği vardır. Bu sayede tansiyonu düşürür. Şeker hastalığına iyi gelir. Alzheimer’a karşı korur." Baharatlar kategorisi altında: Tane Çörek Otu 250 Gr isimli ürün ile ilgili; "Nefes darlığınız varsa kullanmanız gerekmektedir. Astım hasatlıklarına birebir gelmektedir. Üst solunum yollarınızın açılmasını sağlayacaktır. ADIS hastalığına çok iyi gelmektedir. Prostat, Meme, Rahim kanserine çok iyi gelecektir. Kanser hücrelerinin çoğalmasını engelleyecektir. Kolon Kanseri olmanızı engelleyecektir." Kabuk Tarçın Boru (250 - 500 Gr - 1 kg isimli ürün ile ilgili; "Kanser hücreleri ile savaşır ve çoğalmalarını önler. Kan dolaşımını düzenler. Adet sancılarını hafifletir ve kanamayı düzenler. Yağ yakarak kilo vermeyi destekler. Migren ağrılarını azaltır." Sabunlar kategorisi altında: Egzama Sedef ve Mantar İçin Doğal Kekikli ve Kil Sabunu isimli ürün ile ilgili; "Antiseptik oluşu sayesinde derideki birçok hastalığa gelir. Egzama, sedef ve mantara bire birdir. Derideki gözenekleri açar ve rahatlatır. Kan dolaşımını arttırır. Hacı Abdullah Zeytinyağlı Defne Sabunu 125 Gr isimli ürün ile ilgili; Vücutta oluşan egzama, mantar, parazit hastalıklarına defne sabunu çok iyi gelmektedir. Defne sabunu, ciltte oluşan iltihaplanmalara iyi gelmektedir." şeklinde ifadelere yer verildiği 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 ürün” 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 değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu reklamların;

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

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

- Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği’nin 5, 8, 9, 13’üncü maddeleri,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Gaziantepten Bilgi Teknolojileri 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.

**126)**

**Dosya No: 2020/175**

**Şikayet Edilen: Sürçaysan Çay Sanayii ve Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** "https://onlinecay.net/matcha-%C3%A7ayi-50-gr” adresli internet sitesinde satılan Matcha Çayı ürününe yönelik tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 19.02.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://onlinecay.net/matcha-%C3%A7ayi-50-gr adresli internet sitesinin 21.02.2020 tarihli görünümünde; "Matcha çayı sağlık konusunda en yararlı antioksidan kaynaklarından ve en kaliteli yeşil çay tozlarından biridir. Bu mucizevi çay sağlık alanındaki en önemli bitkilerden biri olarak görülmektedir. İyi bir kalori yakıcıdır. Matcha çayı içildiğinde normale göre 4 kat daha fazla hızlı bir kalori yakımı gerçekleşmektedir." şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, bahse konu tanıtımda bilimsel olarak ispata muhtaç ifadeler kullanılarak mevzuatta izin verilen sağlık beyanlarının dışına çıkan ve tüketicileri yanıltıcı nitelik teşkil eden sağlık beyanlarına yer verildiği, bu doğrultuda ürünün "yağ yakıcı" olduğu iddia edilen özelliğine atıfla söz konusu ürünün metabolik yapıda değişiklik meydana getirerek insan sağlığına doğrudan veya dolaylı olarak fayda sağlayan bir “tıbbi ürün” gibi tanıtıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu reklamların;

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

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

- Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği’nin 5, 8, 9, 13’üncü maddeleri,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**127)**

**Dosya No: 2020/1650**

**Şikayet Edilen: Hünnap İlaç ve Sağlık Hizmetleri San. Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait Hünnap Propolis Ekstresi adlı ürünün reklam, ambalaj ve etiketlerinde yer alan "Alkol ve Glikol İçermeyen Formülüyle Daha Güvenli Kullanım", "Ekstrakt Özelliğiyle Daha Güçlü Etki" ve "Ham propolisten saf propolis eldesi için yapılan ekstraksiyon işleminde kullanılan etil alkol uzaklaştırılarak son üründe hiç alkol bulunmamaktadır." şeklindeki tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 14.10.2020

**Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj, İnternet

**Tespitler:** www.hunnap.com.tr/tr/urun/propolis adresli internet sitesinin ve adı geçen ürünün ambalajının 14.10.2020 tarihli incelemesinde, "Propolis ekstresi" olan sıvı takviye edici gıdanın etiketinde ve anılan internet sitesinde yer alan reklam görsellerinde "Alkol ve Glikol İçermeyen Formülüyle Daha Güvenli Kullanım", "Ekstrakt Özelliğiyle Daha Güçlü Etki" ve "Ham propolisten saf propolis eldesi için yapılan ekstraksiyon işleminde kullanılan etil alkol uzaklaştırılarak son üründe hiç alkol bulunmamaktadır." şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, Tarım ve Orman Bakanlığınca hazırlanan Takviye Edici Gıdaların Onay İşlemleri Uygulama Talimatı'nın 25'inci maddesinde yer alan "Propolis içeren takviye edici gıdalarda çözücü olarak su, etil alkol, bitkisel yağ, propilen glikol, gliserol (gliserin) gibi mevzuat kapsamında yer alan diğer çözücüler kullanılabilir. Ham propolisten saf propolis (saf propolis: ham propolisten uygun çözücü ile yapılan ekstraksiyon sonucu bal mumunun ayrılması ile elde edilen reçine) elde edilmesinde kullanılan ekstraksiyon çözücüsünün ürün etiketinde belirtilmesi zorunludur (Örneğin; ham propolis etil alkolde ekstrakte edildikten sonra, saf propolis için son çözücü olarak su kullanılmışsa; ürün adına “su bazlı ya da suda çözünmüş propolis” denilebilir ancak etikette mutlaka “Etil alkolde ekstrakte edilmiştir.” ifadesi yer almalıdır.). Ham propolisten saf propolisin elde edilme aşamalarının onay başvuru dilekçesinde detaylı olarak verilmesi gereklidir. Ürün etiketinde ve spesifikasyon belgesinde etken madde miktarı ham propolis üzerinden verilmez. Saf propolis miktarının ağırlık ve yüzde cinsinden beyan edilmesi gerekir." hükmü uyarınca etil alkolde ekstrakte edilmesine karşın bahse konu tanıtımlarda "Alkol ve glikol içermeyen formül" ifadesinin kullanılmasının mezkur düzenlemeye aykırılık teşkil ettiği, diğer taraftan; Türk Gıda Kodeksi Gıda Etiketleme ve Tüketicileri Bilgilendirme Yönetmeliği Hakkında Kılavuzun 22'nci maddesinde yer alan "Bu kılavuzda belirlenen hükümler dışında gıda bileşenlerinin yokluğuna dair beyanlar ("…. içermez") kullanılamaz." hükmü kapsamında "Alkol ve glikol içermeyen formül" ifadesinin kullanımının uygun olmadığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu reklamların;

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**128)**

**Dosya No: 2020/5054**

**Şikayet Edilen:** **Upfield Turkey Gıda Maddeleri Dağıtım ve Satışı Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam**: Becel Tereyağı Keyfi isimli ürünün “Tereyağı Keyfi” ibareli ambalajı

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj, İnternet

**Tespitler:** Becel Tereyağı Keyfi isimli ürünün ambalajında “Tereyağı keyfi” ibaresinin bulunduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firma tarafından yapılan açıklamalar ve tarafımızca yapılan araştırmalar doğrultusunda bahsi geçen ambalajda herhangi bir aykırılık olmadığı anlaşılmış olup; anılan reklamların Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin ilgili hükümleri ile 6502 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 ve 62 nci maddelerine **aykırı olmadığına** karar verilmiştir.

**129)**

**Dosya No: 2020/5113**

**Şikayet Edilen: Rençber Bakliyat Tarım Ürün. San. Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Rençber marka pilavlık pirincin ön tarafında “Yerli” arka tarafında “Menşei:Yunanistan” yazılı ambalajları

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Yayınlandığı Mecra:** Ulusal

**Tespitler**: Rençber marka pilavlık pirincin ambalajının ön tarafında “Yerli” arka tarafında “Menşei:Yunanistan” yazıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar**: Yapılan incelemeler sonucunda Rençber marka pilavlık pirincin ambalajının ön tarafında “Yerli” arka tarafında “Menşei:Yunanistan” yazıldığı, bu durumun tüketicileri yanıltıcı bir uygulama olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların,

-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 **Rençber Bakliyat Tarım Ürün. San. Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**130)**

**Dosya No: 2020/5114**

**Şikayet Edilen: Murat Çay Organik Arı Ürünleri**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: https://www.yorukcayir.com/adresli internet sitesinde Yörükçayır Organik Arı Sütü 30g isimli ürüne yönelik olarak; *"Bağışıklık Sistemini Güçlendiren, İştahı Açmak İçin"*, Yörükçayır Zeytinyağı 500ml isimli ürünün*; "Şifa Niyetine, İyileştirici"*, Yörükçayır Organik Kuru Polen 320g isimli ürünün*; "Tokluk hissi verir."* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar**: Yapılan incelemeler sonucunda Yörükçayır Organik Arı Sütü 30g isimli ürünün*; "Bağışıklık Sistemini Güçlendiren, İştahı Açmak İçin"*, Yörükçayır Zeytinyağı 500ml isimli ürünün*; "Şifa Niyetine, İyileştirici"*, Yörükçayır Organik Kuru Polen 320g isimli ürünün*; "Tokluk hissi verir."* şeklinde endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç ifadeler kullanılarak mevzuatta izin verilen sağlık beyanlarının dışına çıkan tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği, böylelikle söz konusu arı ürünlerinin 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 değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla, 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 **Murat Çay Organik Arı Ürünleri** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**131)**

**Dosya No: 2020/5146**

**Şikayet Edilen: İlayda Promosyon İth. İhr. Tük. Mad. ve Tek. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.instagram.com/diblongpower/ ve www.diblong.net adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: Epimedyumlu macun, Diblong Geciktirici Sprey, Diblong Çikolata, Diblong Shot isimli ürünlere yönelik olarak https://www.instagram.com/diblongpower/ ve www.diblong.net adresli internet sayfalarında;"*100% olumlu performans sonucu gösteren Diblong gıda takviyesi ürünleri, perrformans ve* *maksimum haz ile cinsel yaşantınıza müthiş bir renk katacaktır. Cinsel performans artırıcı takviye* *bir ürün olan Diblong, etkisini 30 dakika içerisinde gösterir…Geciktirici."* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar**: Yapılan incelemeler sonucunda Epimedyumlu macun, Diblong Geciktirici Sprey, Diblong Çikolata, Diblong Shot isimli ürünlerin https://www.instagram.com/diblongpower/ ve www.diblong.net adresli internet sayfalarında; "*100% olumlu performans sonucu gösteren Diblong gıda takviyesi ürünleri, perrformans ve* *maksimum haz ile cinsel yaşantınıza müthiş bir renk katacaktır. Cinsel performans artırıcı takviye* *bir ürün olan Diblong, etkisini 30 dakika içerisinde gösterir…Geciktirici."* şeklinde endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç ifadeler kullanılarak mevzuatta izin verilen sağlık beyanlarının dışına çıkan tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği, böylelikle söz konusu baharatların 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 değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla 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 **İlayda Promosyon İth. İhr. Tük. Mad. ve Tek. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**132)**

**Dosya No: 2021/420**

**Şikayet Edilen: Beg-tuğ Oto İnş. Maden ve Tur. San. Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** http://www.turkdiyatombegtugmineral.com/adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: Diatom isimli ürüne ilişkin olarak*; "Kalsiyum Emilimini Artırır Kemik Erimesini Önler Dişlerin Arasındaki Kis ve Kireci Temizler Dişler, Yanık ve Yara, Eklem ve Bileşenlerin İçinde Olan Ağrı ve Sızıların Eklem ve Bileşenlerin içindeki Ağrı, Eklem ve Bileşenlerin İçindeki Ağrı Sızı Mikropları Emerek Alır. Eklem ve Bileşenlerdeki Ağrı ve Sızıların, Bel Fıtığı, Boyun Fıtığı ve Vücuttaki Diğer Ağrıları Yok Etmek İçin..."* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar**: Yapılan incelemeler sonucunda Diatom isimli ürünün*; "Kalsiyum Emilimini Artırır Kemik Erimesini Önler Dişlerin Arasındaki Kis ve Kireci Temizler Dişler, Yanık ve Yara, Eklem ve Bileşenlerin İçinde Olan Ağrı ve Sızıların Eklem ve Bileşenlerin içindeki Ağrı, Eklem ve Bileşenlerin İçindeki Ağrı Sızı Mikropları Emerek Alır. Eklem ve Bileşenlerdeki Ağrı ve Sızıların, Bel Fıtığı, Boyun Fıtığı ve Vücuttaki Diğer Ağrıları Yok Etmek İçin..."* şeklinde endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç ifadeler kullanılarak mevzuatta izin verilen sağlık beyanlarının dışına çıkan tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği, böylelikle söz konusu baharatların 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 değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, 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 **Beg-tuğ Oto İnş. Maden ve Tur. San. Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**TEKNOLOJİ**

**133)**

**Dosya No: 2020/2895**

**Şikâyet Edilen: Arçelik A.Ş.**

**Şikâyet Edilen Reklam**: [www.arcelik.com.tr](http://www.arcelik.com.tr) ve [www.beko.com.tr](http://www.beko.com.tr) adresli internet sitelerinde yayınlanan “Digitürk Modüllü Sporun Yıldızı Paketi” kampanyasına ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 10.12.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: Arçelik A.Ş. tarafından [www.arcelik.com.tr](http://www.arcelik.com.tr) ve [www.beko.com.tr](http://www.beko.com.tr) adresli internet sitelerinde yayınlanan “Digitürk Modüllü Sporun Yıldızı Paketi” kampanyasına ilişkin tanıtımlarda; televizyon aksesuarı kategorisinde satışa sunulan “Sporun Yıldızı Paketi”nin modüllü olarak kurulumunun vaat edildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, Arçelik A.Ş. unvanlı firmaya ait www.arcelik.com.tr ve www.beko.com.tr adresli internet sitelerinde yayınlanan “Digitürk Modüllü Sporun Yıldızı Paketi” isimli kampanya tanıtımlarında, televizyon aksesuarı kategorisinde satışa sunulan “Sporun Yıldızı Paketi”nin ana başlıkta modüllü olarak kurulumunun vaat edildiği, ancak anılan paketin kurulum yetkilisi Krea İçerik Hizmetleri ve Prodüksiyon A.Ş. tarafından Ekim 2019 ayı itibariyle yasadışı ve kötü niyetli kullanıma sebebiyet verdiği gerekçesiyle "Sporun Yıldızı Paketi"nin modüllü kurulumunun durdurulduğu ve konuya ilişkin açıklamanın işbirliği yapılan 3. taraflara bildirildiği, anılan paketin yalnızca kutulu kurulum ile tüketicilere sunulabildiği göz önünde bulundurularak "modüllü" ifadesi ile satışa sunulmasının tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**134)**

**Dosya No: 2020/2029**

**Şikayet Edilen: Şok Marketler Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam**: *"Rampage oyuncu koltuğu hem şok'ta hem de cepte şok'ta #şokucuz"* başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 18.11.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firma tarafından sosyal medya üzerinden ve [www.sokmarket.com](http://www.sokmarket.com) adresli internet sitesinden yayınlanan "Rampage oyuncu koltuğu hem şokta hem de cepte şokta #şokucuz" başlıklı reklamlarda; ana vaatte *"Ayarlanabilir kolçak 2D. Ayarlanabilir sırt açısı 90-180^2 yıl garantili. Taşıyabileceği ağırlık 120KG. Ayarlanabilir bel yastığı.Ayarlanabilri boyun yastığı. Metal dayanıklı ayaklar. Büyük tekerlekler. Rampage Oyuncu koltuğu KL-R88 899TL 149,83X6 TAKSİT"* ifadelerine ve altyazıda; "*Fiyat, 18-24 Kasım 2020 tarihlerinde geçerlidir.Stok 6.000 adet. bilgi: sokmarket.com.tr"* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar**: Yapılan inceleme sonucunda, başvuru sahibi tüketicinin Şok uygulaması üzerinden 18.11.2020 tarihinde saat 00:13'te 6247GJ2SRT kodlu Rampage Oyuncu Koltuğu isimli ürünü kampanya başlar başlamaz satın aldığı, ancak söz konusu sipariş firma tarafından ürünün mağazada bulunmadığı gerekçesiyle iptal edildiği, ancak satış işleminin yapıldığı internet sitesinde mağaza stok bilgisine ilişkin herhangi bir bilgiye yer verilmediği, stokta var göründüğü ve sepete eklenebildiği, böylece tüketici internet sitesinden ürünü satın alırken mağazada ürünün satılıp satılmadığını bilmesinin mümkün olmadığı, stok bilgilerinin yanıltıcı olduğu, tüketicilerin eksik bilgilendirildiği, dolayısıyla söz konusu tanıtımların tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu,

Ayrıca, firmanın, makul sayılabilecek bir süre ve miktarda söz konusu ürünü tedarik edilemeyeceğine ilişkin yeterli bilgi sahibi olmasına rağmen, tüketiciyi bu konuda uyarmaksızın ürünleri satışa sunarak ve edinmeye davet ederek haksız ticari uygulamada bulunduğu değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin, 7/1,7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 9, 13, 18, 28 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**135)**

**Dosya No: 2020/2116**

**Şikayet Edilen: Huawei Telekomünikasyon Dış Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam**:Firma tarafından düzenlenen "Efsane İndirimler" kampanyası kapsamında yapılan "*Huawei Freebuds Lite Siyah"* isimli ürüne ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 23.03.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** "Huawei Freebuds Lite Siyah" isimli ürünün [www.huawei.com.tr](http://www.huawei.com.tr) adresli internet sitesinde 699TL'den satışa sunulduğu ve "Efsane İndirimler" kampanyası kapsamında; *" 23-29 Mart arası saat 21:00'da bu ürünü sadece 199TL'ye alma fırsatını kaçırmayın."* ifadesine yer verildiği, fakat 23.03.2020 tarih ve 21:37 saatinde ürünün halen 699TL’den satışa sunulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar**: Yapılan inceleme sonucunda, "Huawei Freebuds Lite Siyah" isimli ürünün [www.huawei.com.tr](http://www.huawei.com.tr) adresli internet sitesinde 699TL'den satışa sunulduğu ancak "Efsane İndirimler" kampanyası kapsamında; *" 23-29 Mart arası saat 21:00'da bu ürünü sadece 199TL'ye alma fırsatını kaçırmayın."* ifadesine yer verildiği ancak 23 mart tarihinde 21:00'den sonra internet sitesine girildiğinde ürünün 699TL'den sepete eklendiği, dolayısıyla söz konusu indirimli satış vaadinin gerçeği yansıtmadığı, ayrıca ürünün indirimli fiyattan satışına ilişkin stok adet bilgisine yer verilmediği, böylece tüketicilerin eksik bilgilendirildiği, söz konusu tanıtımların tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin, 7/1,7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 9, 13, 14,18, 28 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**136)**

**Dosya No: 2020/2352**

**Şikayet Edilen: Turkuvaz Müzik Kitap Mağazacılık A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam**:Firma tarafından tüketicilere gönderilen "*Haftanın yıldızlı kampanyaları*" başlıklı e-posta tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 06.01.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firma tarafından 06.01.2020 tarihinde tüketicilere gönderilen "Haftanın yıldızlı kampanyaları" başlıklı e-posta içeriğinde "*Huawei p30 Lite 128GB ~~3499TL~~ 2499TL*" şeklinde tanıtıma yer verildiği, "alışverişe başla" butonuna tıklandığında ise ürünün halen 3499TL'den satışa sunulduğutespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar**: Yapılan inceleme sonucunda, firma tarafından 06.01.2020 tarihinde tüketicilere gönderilen "Haftanın yıldızlı kampanyaları" başlıklı e-posta içeriğinde "*Huawei p30 Lite 128GB ~~3499TL~~ 2499TL*" şeklinde tanıtıma yer verildiği akabinde hemen "alışverişe başla" butonuna tıklandığında ise ürünün halen 3499TL'den satışa sunulduğu, böylece fiyat konusunda anlam karışıklığına yol açmak suretiyle tüketicilerin yanıltıldığı, ayrıca gönderilen e-posta içeriğinde ürüne ilişkin stok bilgisine ve yapılan indirimin başlangıç-bitiş tarihlerine yer verilmediği, böylece tüketicilerin eksik bilgilendirildiği, dolayısıyla söz konusu tanıtımların tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin, 7/1,7/2, 7/3, 7/4, 7/5-ç, 13, 14, 18, 28 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**137)**

**Dosya No: 2020/3102**

**Şikayet Edilen: Teknosa İç ve Dış Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam**:Firmanın resmi Twitter hesabından 28.11.2020 tarihinde yapılan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 28.11.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmanın resmi Twitter hesabından 28.11.2020 tarihinde "*Şimdi siparişini ver, 5999TL'den başlayan fiyatlarla iPhone 12'ye ilk sen sahip ol."* şeklinde tanıtımlara yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar**: Yapılan inceleme sonucunda, firmanın resmi Twitter hesabından 28.11.2020 tarihinde "*Şimdi siparişini ver, 5999TL'den başlayan fiyatlarla iPhone 12'ye ilk sen sahip ol. iPhone12 için şimdi sipariş ver www.teknosa.com "* şeklinde bir paylaşım yapıldığı, ancak linke tıklandığında söz konusu kampanyanın eski telefonunu getirenler için olduğunun anlaşıldığı, fakat bu durumun ana vaatte belirtilmediği ve ortalama tüketici nezdinde o an sipariş verilmesi halinde iPhone 12 model cep telefonuna 5.999TL'den başlayan fiyatlarla sahip olunacağının anlaşıldığı, böylece fiyat konusunda anlam karışıklığına yol açmak ve tüketicileri eksik bilgilendirmek suretiyle tüketicilerin yanıltıldığı,

Üstelik "Eski telefonunu getir, yenisini götür" kampanyası kapsamında dahi firma tarafından sadece alım tutarı en yüksek olan iPhone X modeli için geri alım bedeli 4300TL, kampanya indirimi 700TL olmak üzere toplam 5000TL indirim yapıldığının belirtildiği, böylece 11.999TL olduğu belirtilen cihazın 6.999TL'ye geldiğinin anlaşıldığı, ancak firma tarafından kampanya kapsamında yapılan satışlara ilişkin herhangi bir fatura, fiş gönderilmediği, böylece ispat yükümlülüğünün yerine getirilmediği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin, 7/1,7/2, 7/3, 7/4, 7/5-ç, 13, 18, 28 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Teknosa İç ve Dış Tic. 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 cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**138)**

**Dosya No: 2020/3269**

**Şikayet Edilen: Arçelik A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam**:Firmaya ait Youtube hesabında ve [www.beko.com.tr](http://www.beko.com.tr) adresli internet sitesinde yer verilen *"beko.com.tr'de vereceğiniz her sipariş 48 saate kadar evinizde"* başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 21.04.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ait Youtube hesabında "Beko'yla cep telefonu siparişiniz 48 saate kadar evinizde" başlıklı reklamlarda *" beko.com.tr'de her sipariş 48 saate kadar evinizde. Üstelik 14 gün koşulsuz iade.* " şeklinde ifadelere yer verildiği, aynı şekilde [www.beko.com.tr](http://www.beko.com.tr) adresli internet sitesinde de *" beko.com.tr'de her sipariş 48 saate kadar evinizde. Evinizden sağlık, temizlik ve keyif eksik olmasın diye beko.com.tr'de her sipariş üstün servis hizmetiyle. Üstelik %40'a varan indirimlerle"*  şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar**: Yapılan inceleme sonucunda, *beko.com.tr'de vereceğiniz her sipariş 48 saate kadar evinizde"* başlıklı tanıtımlara istinaden başvuru sahibi tüketici internet sitesinde "iPhone 11 64gb" model cep telefonu satın alırken ürünün "en geç ertesi günü" kargoda olduğunun sayfada bilahare belirtildiği, ancak ürün satın aldıktan sonra ertesi günü kargoya verilmediği, dolayısıyla "48 saatte teslim" vaadinin gerçeği yansıtmadığı,

Üstelik "*48 saatte teslim hedefi için, siparişleriniz, teslimat adresinize yakın seçili yetkili satıcılarımız aracılığı ile teslim edilmektedir ve seçili yetkili satıcılarımızın stokları ile sınırlıdır. Teslimat adresinize yakın ürünlerin stok bulunurluğu konusunda 444 0 888 numaralı çağrı merkezimizden bilgi alabilirsiniz. Covid-19 salgınıyla mücadele kapsamında, belirlenen günlerdeki sokağa çıkma yasağı ilan edilen şehirlerde, 48 saat teslimat hedefi kapsam dışı kalmaktadır. Şehir ve ilçe merkezleri dışında, yetkili satıcı ve/veya yetkili servislerin olmadığı ilçe ve köylerde teslimatlar 48 saat hedefini aşabilir."* şeklinde ana vaadin istinası niteliğindeki bu önemli bilgiye reklamlarda yer verilmediği, böylece ana vaat-istisna uyumsuzluğu oluşturmak suretiyle tüketicilerin eksik bilgilendirildiği, dolayısıyla söz konusu tanıtımların tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu,

Diğer taraftan, "14 gün koşulsuz iade" ifadesine yer vermek suretiyle tüketicinin mesafeli satış sözleşmesi gereği on dört gün içinde herhangi bir gerekçe göstermeksizin ve cezai şart ödemeksizin sözleşmeden cayma hakkına sahip olduğu halde Kanunun tüketiciye tanıdığı bu hakkı firmanın ayırt edici bir niteliğiymiş gibi göstermek suretiyle haksız ticari uygulamada bulunulduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 7/5-e, 9, 18, 28 ve 32 nci maddeleri,

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

-“Haksız Ticari Uygulama Olarak Kabul Edilen Örnek Uygulamalar” Ekinde yer alan “A - Aldatıcı Ticari Uygulamalar” maddesinin 9. Fıkrası

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**139)**

**Dosya No: 2019/11054**

**Şikayet Edilen: Monster Bilgisayar Teknoloji Ürünleri A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.monsternotebook.com.tr adresli internet sitesinde *“Abra A5 V16.2 15.6" Oyun Bilgisayarı”* adlı ürüne ilişkin yapılan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** Ekim 2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.monsternotebook.com.tr adresli internet sitesinde *“Abra A5 V16.2 15.6" Oyun Bilgisayarı”* adlı ürüne ilişkin "RGB Klavye" başlığı ile yapılan tanıtımlarda, *“Yazılımsal destek ile renkleri ayarlanabilir klavye sayesinde performansınız karanlıkta bile kesintisiz devam edecek. Dilediğiniz renk ve kombinasyon ile aksiyona kesintisiz devam edeceksiniz.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar**: www.monsternotebook.com.tr adresli internet sitesinde *“Abra A5 V16.2 15.6" Oyun Bilgisayarı”* adlı ürüne ilişkin "RGB Klavye" başlığı ile yapılan tanıtımlarda*, “Yazılımsal destek ile renkleri ayarlanabilir klavye sayesinde performansınız karanlıkta bile kesintisiz devam edecek. Dilediğiniz renk ve kombinasyon ile aksiyona kesintisiz devam edeceksiniz.”* şeklinde ifadelere yer verildiği; buna göre; inceleme konusu reklamlarda, klavye üzerindeki renklerin yazılımsal destek sayesinde kullanıcı tercihlerine göre ayarlanabildiğinin belirtildiği; şikayet edilen firma tarafından yapılan açıklamalar ve sunulan bilgi ve belgeler değerlendirildiğinde, ücretsiz olarak temin edilebilen “Control Center” yazılımı veya tüketici tarafından cihaza kurulabilecek 3. taraf yazılımlarla da bu ayarların kontrol edilebileceği anlaşıldığından; anılan reklamların, Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin ilgili hükümleri ile 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 inci maddesine **aykırı olmadığına** karar verilmiştir.

**140)**

**Dosya No: 2020/792**

**Şikayet Edilen: Casper Bilgisayar Sistemleri A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.casper.com.tr adresli internet sitesinde satışı gerçekleştirilen *"Casper Nirvana A450"* adlı bilgisayara ilişkin yapılan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 07.12.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.casper.com.tr adresli internet sitesinde satışı gerçekleştirilen "Casper Nirvana A450" adlı ürüne ilişkin *"Web Kameranız Elinizin Altında"* başlığı ile yapılan tanıtımlarda, *"Casper Nirvana One A450, 8. Nesil Intel Core i5 işlemcili modellerde bulunan portatif kamerası sayesinde iş toplantılarınızı, arkadaş görüşmelerinizi ve yurt dışı akraba ziyaretlerinizi web kameranız ile istediğiniz açıdan ve istediğiniz konumdan gerçekleştirin."* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar**: www.casper.com.tr adresli internet sitesinde satışı gerçekleştirilen "Casper Nirvana A450" adlı ürüne ilişkin *"Web Kameranız Elinizin Altında"* başlığı ile yapılan tanıtımlarda, *"Casper Nirvana One A450, 8. Nesil Intel Core i5 işlemcili modellerde bulunan portatif kamerası sayesinde iş toplantılarınızı, arkadaş görüşmelerinizi ve yurt dışı akraba ziyaretlerinizi web kameranız ile istediğiniz açıdan ve istediğiniz konumdan gerçekleştirin."* şeklinde ifadelere yer verildiği; buna göre, inceleme konusu reklamlarda, Casper Nirvana One A450, 8. Nesil Intel Core i5 işlemcili model üründe portatif kameranın bulunduğu bilgisine yer verildiği; ancak, şikayet edilen firma tarafından yapılan açıklamalar ve sunulan ürün reçetesinden, başvuru sahibi tüketici tarafından, "Casper Nirvana A450 i3 işlemcili" model ürünün satın alındığının anlaşıldığı; bu nedenle, inceleme konusu reklamlarda tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı bir husus bulunmadığı; dolayısıyla, anılan reklamların, Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin ilgili hükümleri ile 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 inci maddesine **aykırı olmadığına** karar verilmiştir.

**DAYANIKLI TÜKETİM MALLARI**

**141)**

**Dosya No: 2020/2644**

**Şikayet Edilen: Doğtaş Kelebek Mobilya San. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam**:Firma tarafından düzenlenen "*Tüm kampanyalara ilave ekstra %20 indirim Kelebek’te!*" başlıklı kampanya tanıtımları

**Reklam Yayın Tarihi:** 12.04.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ait [www.kelebek.com](http://www.kelebek.com) adresli internet sitesinde "*9-14 Nisan'da tüm kampanyalara ilave ekstra %20 indirim üstelik şimdi al haziran'da ödemeye başla*" şeklinde tanıtımlara yer verildiği, Orion isimli üçlü koltuk takımının ise 3987 TL'ye indirimli olarak satışa sunulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar**: Yapılan inceleme sonucunda, başvuru sahibi tüketici tarafından [www.kelebek.com.tr](http://www.kelebek.com.tr) adresli internet sitesi üzerinden yapılan “tüm kampanyalara ilave ekstra %20 indirim” tanıtımlarına istinaden Orion isimli üçlü koltuk takımının 3987TL'ye indirimli satışa sunulduğunu görmesi üzerine kampanya kapsamında ekstra %20 indirim ile satın almak istediği ve Messenger üzerinden firma ile irtibata geçtiği, ancak kendisine bu ürünün kampanya dahil edilmediği bilgisinin verildiği, ancak bu istisnai bilgiye kampanya tanıtımlarında yer verilmediği, böylece ana vaat-istisna uyumsuzluğu yaratıldığı, "tüm kampanyalara ilave" dendiği halde anılan ürünün kampanya dışı tutulduğu, böylece tüketicilerin eksik bilgilendirildiği, dolayısıyla söz konusu tanıtımların tüketicilerin yanıltıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-ç, 13,14, 18 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**142)**

**Dosya No: 2018/7873**

**Şikayet Edilen: Göksel SARFAKLAR (Sarfaklar Elektronik)**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Samsung” markalı cep telefonu ürünlerinin yetkili servisi olarak faaliyette bulunulduğu yönünde yapılan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 12.09.2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Kartvizit

**Tespitler:** Balıkesir Valiliği Ticaret İl Müdürlüğü tarafından şikayet üzerine yapılan denetim neticesinde düzenlenen 12.09.2018 tarihli tutanakta, Samsung Electronics İstanbul Pazarlama ve Ticaret Limited Şirketi tarafından verilmiş yetki belgesinin süresinin 10.08.2018 tarihinde sona ermesine rağmen; 12.09.2018 tarihinde yayınlanan kartvizitlerde, şikayet edilen firma tarafından "Samsung" markasına cep telefonu ürünlerinin satış sonrası hizmetlerini sunmaya yetkili olduğu izlenimi uyandırıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Balıkesir Valiliği Ticaret İl Müdürlüğü tarafından şikayet üzerine yapılan denetim neticesinde, Samsung Electronics İstanbul Pazarlama ve Ticaret Limited Şirketi tarafından verilmiş yetki belgesinin süresinin 10.08.2018 tarihinde sona ermesine rağmen; 12.09.2018 tarihinde yayınlanan kartvizitlerde, şikayet edilen firma tarafından "Samsung" markasına cep telefonu ürünlerinin satış sonrası hizmetlerini sunmaya yetkili olduğu izlenimi uyandırıldığı tespitinin yapıldığı;

Buna göre, 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 değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- 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 **Göksel SARFAKLAR (Sarfaklar Elektronik)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**143)**

**Dosya No: 2019/9535**

**Şikayet Edilen: Baki TINAZTEPE (Tınaztepe Elektrik)**

**Şikayet Edilen Reklam:** "Tınaztepe Elektrik" adlı işletmeye ait mağaza vitrininde ve mağaza içerisinde muhtelif markalara ilişkin yapılan yetkisiz servis tanıtımları.

**Reklam Yayın Tarihi:** 05.08.2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Mağaza vitrini

**Tespitler:** Yalova Valiliği Ticaret İl Müdürlüğü tarafından şikayet üzerine yapılan denetim neticesinde düzenlenen 05.08.2019 tarihli tutanak ve eklerinde, "Tınaztepe Elektrik" adlı işletmeye ait mağaza vitrininde "Braun, Delonghi, Kenwood, Maximus" markalarına ait unsurların ve logonun kullanılarak, adı geçen markaların “Yetkili Servisi” olarak faaliyette bulunulduğu yönünde ibarelerin kullanıldığı; ayrıca, mağaza içerisinde "Fakir, Nilco, Aksu, King, Group, Blue House, Rowenta, Conti" gibi çok sayıda firmaya ait Servis Yetki Belgelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yalova Valiliği Ticaret İl Müdürlüğü tarafından şikayet üzerine yapılan denetim neticesinde düzenlenen 05.08.2019 tarihli tutanak ve eklerinde, "Tınaztepe Elektrik" adlı işletmeye ait mağaza vitrininde "Braun, Delonghi, Kenwood, Maximus" markalarına ait unsurların ve logonun kullanılarak, adı geçen markaların “Yetkili Servisi” olarak faaliyette bulunulduğu yönünde ibarelerin kullanıldığı; ayrıca, mağaza içerisinde "Fakir, Nilco, Aksu, King, Group, Blue House, Rowenta, Conti" gibi çok sayıda firmaya ait Servis Yetki Belgelerine yer verildiğinin anlaşıldığı;

Buna göre, adı geçen markaların Türk Patent ve Marka Kurumu nezdinde tescil edilmiş markalar 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 değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- 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 **Baki TINAZTEPE(Tınaztepe Elektrik)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**144)**

**Dosya No: 2019/11521**

**Şikayet Edilen: Bellona Mobilya Sanayi ve Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.bellona.com.tr adresli internet sitesinde "Kolajen Yatak Serisi" adlı ürünlere ilişkin yapılan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 31.12.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.bellona.com.tr adresli internet sitesinin 31.12.2020 tarihli görünümünde, "Kolajen Yatak Serisi" adlı ürün grubuna ilişkin yapılan tanıtımlarda;

"Kolajen Lux Yatak" model ürüne ilişkin *"Kumaş içeriğinde yer alan Umorfil teknolojisi, kozmetik sektöründen de aşina olduğumuz, vücudumuzdaki dokularla yapısal bir bütünlük sağlayan kolajen proteini bulundurmaktadır. Kolajen; sağlıklı, canlı ve yeteri kadar esnek bir cilt için çalışan bir yapıdadır. Kolajen Lux yatak kumaşımız, cilt dostu ve cilde doğal nem oranını kazandıran etkiye sahiptir. Cilt dostu bir etkiye sahip olan ürün kumaşımız, çevre içinde sürdürülebilir bir etkiye sahiptir. Doğada parçalanabilen, ekolojik dengeye zarar vermeyen özelliktedir. Kumaştaki kolajen elyaf, vücudumuz için hayati öneme sahip nem yönetim oranı ve kaybedilen nemi geri kazanma özelliği viskon elyafa göre % 50 daha fazla etkiye sahiptir."* şeklinde;

"Kolajen Linen Yatak" model ürüne ilişkin ise; *"Kolajen Linen Yatak, bilinen en eski tekstil liflerinden biri olan ketenin doğallığı ile cilt dostu bir etkiye sahip olan kolajen proteininin birleşimidir. Kumaş içeriğinde vücudumuzdaki dokularla yapısal bir bütünlük sağlayan kolajen proteini bulunmaktadır. Kolajen sağlıklı, canlı ve yeteri kadar esnek bir cilt için çalışan faydalı bir yapıdır. Kolajen Linen yatak kumaşı, cilt dostu ve cilde doğal nem oranı kazandıran etkiye sahiptir."* şeklinde ifadelerin kullanıldığı;

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** www.bellona.com.tr adresli internet sitesinin 31.12.2020 tarihli görünümünde, "Kolajen Yatak Serisi" adlı ürün grubuna ilişkin yapılan tanıtımlarda yer alan *"(...)cilde doğal nem oranı kazandıran etkiye sahiptir"* ve *"Kumaştaki kolajen elyaf, vücudumuz için hayati öneme sahip nem yönetim oranı ve kaybedilen nemi geri kazanma özelliği viskon elyafa göre % 50 daha fazla etkiye sahiptir."*  şeklindeki iddiaların; nesnel, ölçülebilir, sayısal verilere dayanan olgular olması nedeniyle; doğruluğunun, bilimsel geçerliliği olan bilgi ve belgelerle ispata muhtaç olduğu;

Buna göre; inceleme konusu reklamlarda yer alan *"(...)cilde doğal nem oranı kazandıran etkiye sahiptir"* ibaresini ispatlamaya yönelik sunulan bilgi ve belgelerin balık pullarından elde edilen kolajen içerikli yatak kumaşı ile yapılmış yastıklar üzerinde yapılan çalışmalardan elde edilmiş sonuçlar olduğu; doğrudan, "Kolajen Yatak Serisi" adlı ürün grubunda yer alan yatakların kullanılması halinde yapılan çalışmalara yer verilmediği;

Ayrıca, *"Kumaştaki kolajen elyaf, vücudumuz için hayati öneme sahip nem yönetim oranı ve kaybedilen nemi geri kazanma özelliği viskon elyafa göre % 50 daha fazla etkiye sahiptir."* ibaresini ispata yönelik bilgi ve belgelerin sunulmadığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5, 7/8 ve 9 uncu maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,reklam veren **Bellona Mobilya 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.

**145)**

**Dosya No:** **2020/2804**

**Şikayet Edilen: Kartal İst Alışveriş Merkezi ve İşletmesi A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Anatolium Marmara AVM de yapılan alışverişlerde geçerli olmak üzere yayınlanan *“200 TL İkea dan Alışverişe Anatolium da Geçerli 50 TL hediye Çeki”* başlıklı kampanya reklamları.

**Reklam Yayın Tarihi:** 11.09.2020-13.09.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet, ilan, led ekran, anons

**Tespitler:** 11-30 Eylül 2020 tarihleri arasında düzenlenen*“200 TL İkea'dan Alışverişe Anatolium'da Geçerli 50 TL hediye Çeki”* başlıklı kampanya reklamları kapsamında; www.anatolium-marmara.com.tr adresli internet sitesinde yapılan tanıtımlarda, *“Kampanya 11-30 Eylül tarihleri arasında, Anatolium Marmara AVM’de bulunan IKEA’dan aynı gün içerisinde tek seferde yapılacak 200 TL ve üzeri alışverişte geçerlidir. Kampanya kapsamında 200 TL ve üzeri alışveriş yapan kişilere 100 TL ve üzeri alışverişlerde geçerli Anatolium Marmara içinde yer alan seçili mağazalarda kullanabilecekleri 1 adet 50 TL değerinde çek hediye edilir. Kazanılan hediye çekleri Anatolium Marmara içerisinde yer alan seçili mağazalarda yapılacak olan 100 TL ve üzeri alışverişlerde (IKEA hariç) 10 Ekim 2020 tarihine kadar kullanılabilir. Kampanya 1500 adet stokla sınırlıdır. Bu kampanyadan yalnızca A Card hamilleri faydalanabilir. Kart hamilinin, kampanyadan yararlanabilmesi için Anatolium Marmara AVM’de yer alan IKEA’dan tek seferde 200 TL ve üzeri alışveriş yapmış olması ve faturasını aynı gün içerisinde AZ katında bulunan info danışma bankosuna veya IKEA mağazası içerisinde, çıkış asansörü yanında kurulmuş olan info deske alışveriş fişi/faturası ibrazı ile işletmiş olması gerekmektedir. A Card hamili en fazla 1 kez kampanyaya katılabilir. Hediye kazanan A Card hamili kazanılan hediyeyi değiştiremez, iade edemez, kampanyada kazandığı haklarını başka kişilere devredemez, nakit bedelini veya para üstünü talep edemez. Hediye çekleri sadece 100 TL ve üzeri alışverişlerde kullanılabilir. Kazanılan hediye çeki bölünerek kullanılamaz. Farklı kişilere ait hediye çekleri birleştirilemez.(…)”* şeklinde kampanya koşullarına yer verildiği;

Söz konusu kampanya reklamlarının alışveriş merkezi içerisinde yer alan ilanlarda, kurulan danışma noktalarında görsel olarak yayınlandığı ve anons olarak tüketicilere duyurulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** 11-30 Eylül 2020 tarihleri arasında düzenlenen*“200 TL İkea'dan Alışverişe Anatolium'da Geçerli 50 TL hediye Çeki”* başlıklı kampanya reklamları kapsamında yayınlanan reklamlarda, hem Anatolium Marmara AVM’de ve hem de İkea’da bulunan panolardaki ilanlar ile yazılı olarak hem de anons ile işitsel olarak kampanyaya ilişkin detayları ve tüketicilerin bu detaylara ulaşabileceği yerlerin açıkça ilan edilerek tüketicilerin bilgilenmesinin sağlandığı; söz konusu reklam kampanyasına ilişkin duyuruların ana görsellerinin basılı olarak Anatolium Marmara AVM içerisindeki 50\*70 ayaklı panolarda, led ekranlarda, instagram hesabında, web sitesinde, danışma noktasında, İkea girişindeki kampanya deskinde ve diğer kampanya koşullarında herkesin erişebildiği açıklıkta sergilendiği; bu nedenle, inceleme konusu kampanyanın ana vaadi ve ana vaadin istisnası niteliğindeki bilgiler hakkında tüketicilerin erişebileceği noktalarda eksiksiz bir şekilde bilgilendirildiği; ayrıca, söz konusu reklam kampanyasına ilişkin duyuruların ana görsellerinin basılı olarak Anatolium Marmara AVM içerisindeki 50\*70 ayaklı panolarda, led ekranlarda, instagram hesabunda, web sitesinde, danışma noktasında, İkea girişindeki kampanya deskinde ve diğer kampanya koşullarında herkesin erişebildiği açıklamakta sergilendiği; dolayısıyla, anılan reklamların, Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin ilgili hükümleri ile 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 inci maddesine **aykırı olmadığına** karar verilmiştir.

**146)**

**Dosya No: 2020/5053**

**Şikayet Edilen: My Services Bilişim Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.ceptelefontamirservisi.com ve www.tabletservisleri.com adresli internet sitelerinde “Yetkili Servis” ibaresi ile yapılan tanıtımlar ve tüketicilere yönelik gerçekleştirilen ticari uygulamalar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 03.03.2020, 18.01.2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Başvuru sahiplari tarafından, www.ceptelefontamirservisi.com adresli internet sitesinin 03.03.2020 tarihli görünümünde yayınlanan reklamlarda, "Hizmet Verdiğimiz Markalar" başlığı altında, Apple, Samsung, Asus, Lenovo, ZTE, Xiaomi, Motorola, HTC, LG, Sony, Honor, Nokia, Black Berry, Sony ERicson, Alcatel, Turkcell, Vodafone, Toshiba, Vestel ve daha birçok markaya ait cep telefonu ürünlerine ilişkin onarım hizmeti sunulduğunun belirtildiği ve "Tek Yetkili Servis" ibaresi ile tanıtımının yapıldığı;

www.tabletservisleri.com adresli internet sitesinin 18.01.2021 tarihli görünümünde yayınlanan reklamlarda; "Hizmet Verdiğimiz Markalar" başlığı altında, Apple, Samsung, Asus, Lenovo, Turkcell, Vodafone, Toshiba, Vestel, Exper ve daha birçok markaya ait tablet ürünlerine ilişkin onarım hizmeti sunulduğunun belirtildiği ve "Thomson, Dextel, Tele Tablet, Teknika, Techstar, Jedi, Azemax" markalı tabletlere ilişkin "Yetkili Servis" ibaresi ile tanıtımının yapıldığı; ayrıca, bahsi geçen markalara ait logolara yer verildiği;

Bununla birlikte, onarım amacıyla gönderilen arızalı ürünlerin satış sonrası hizmetlerinde tüketicilere yönelik çok sayıda haksız ticari uygulamada ve aldatıcı eylemde bulunulduğu,

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** www.ceptelefontamirservisi.com adresli internet sitesinin 03.03.2020 tarihli görünümünde yayınlanan reklamlarda; "Hizmet Verdiğimiz Markalar" başlığı altında, Apple, Samsung, Asus, Lenovo, ZTE, Xiaomi, Motorola, HTC, LG, Sony, Honor, Nokia, Black Berry, Sony ERicson, Alcatel, Turkcell, Vodafone, Toshiba, Vestel ve daha birçok markaya ait cep telefonu ürünlerine ilişkin onarım hizmeti sunulduğunun belirtildiği ve "Tek Yetkili Servis" ibaresi ile tanıtımının yapıldığı;

www.tabletservisleri.com adresli internet sitesinin 18.01.2021 tarihli görünümünde yayınlanan reklamlarda; "Hizmet Verdiğimiz Markalar" başlığı altında, Apple, Samsung, Asus, Lenovo, Turkcell, Vodafone, Toshiba, Vestel, Exper ve daha birçok markaya ait tablet ürünlerine ilişkin onarım hizmeti sunulduğunun belirtildiği ve "Thomson, Dextel, Tele Tablet, Teknika, Techstar, Jedi, Azemax" markalı tabletlere ilişkin "Yetkili Servis" ibaresi ile tanıtımının yapıldığı; ayrıca, bahsi geçen markalara ait logolara yer verildiği;

Ancak, söz konusu markaların Türk Patent ve Marka Kurumu nezdinde tescil edilmiş markalar olduğu ve tescil sahibi veya onun münhasıran yetkilendirdiği şirket ile yapılmış yetkili servis, bayilik, marka kullanma veya lisans sözleşmesi vb herhangi bir yetkilendirme sözleşmesi olmadan “Tek Yetkili Servis”, "Yetkili Servis" ibareleri ile tanıtım yapılmasının hukuka aykırı ve aynı zamanda tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı olduğu;

Bununla birlikte; şikayet edilen firmaya onarım amacıyla gönderilen arızalı ürünlerin satış sonrası hizmetlerinde tüketicilere yönelik çok sayıda haksız ticari uygulamada ve aldatıcı eylemde bulunulduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların ve tüketicilere yönelik gerçekleştirilen haksız ticari uygulamaların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 6; 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5; 9; 11; 28 ve 29 uncu maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,reklam veren ve ticari uygulamada bulunan **My Services Bilişim Limited Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **114.326-TL(Yüzondörtbinüçyüzyirmialtı TürkLirası)** **idari para ve** **anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**TURİZM**

**147)**

**Dosya No: 2020/400**

**Şikayet Edilen: Gazlıgöl Taşımacılık Market Turizm Tar. ve Hay. Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Çakır Apart Otel”* ve *“Öz Çakır Derman Apart”*isimli tesislere ilişkin olarak www.gazligoltermal.com.tr adresli internet sitesinde yayınlanan reklamlar ve tesise ait tabelada yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 24.02.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, tabela

**Tespitler:** Gazlıgöl Taşımacılık Market Turizm Tar. ve Hay. Tic. Ltd. Şti. tarafından işletmeciliği yapılmakta olan ve Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından 24.08.2015 tarih ve 16284 sayılı *“Müstakil Apart Otel Turizm İşletmesi Belgesi”* ile belgelendirilmiş olmakla birlikte *“Kaplıca Tesisi İşletme İzni”* bulunmayan *“Çakır Apart Otel”* isimli tesise ilişkin olarak www.gazligoltermal.com.tr adresli internet sitesinin 24.02.2020 tarihli görünümünde yayınlanan reklamlarda *“Çakır Termal Apart Otel”* ibarelerine; tesise ait tabelada ise *“Çakır Termal”* ibarelerine yer verilmek suretiyle söz konusu tesisin *“Termal Tesis”* şeklinde tanıtımının yapıldığı; ayrıca, Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan 24.08.2015 tarih ve 16284 sayılı Müstakil Apart Otel Turizm İşletmesi Belgeli *“Çakır Apart Otel”*  ve 03.04.2018 tarih ve 18454 sayılı Müstakil Apart Otel Turizm İşletmesi Belgeli *“Öz Çakır Derman Apart Otel”* isimli tesislerin, inceleme konusu www.gazligoltermal.com.tr adresli internet sitesinde tek bir tesis olarak, “A Blok-B Blok” şeklinde tanıtımının yapıldığı; tesislere ilişkin Turizm Belgesi incelendiğinde, her iki tesisin kapasitesinde de herhangi bir spa & havuz ünitesi ile villa üniteleri bulunmadığı halde, spa ve havuzların bulunduğu belirtilen binanın da söz konusu bloklara hizmet veren bir tesis olarak anılan belgeli tesislerle birlikte tanıtıldığı ve tesisin kiralık havuzlu villa seçenekleri sunduğunun belirtildiği, dolayısıyla Turizm Belgeli tesislerin tek bir tesis olarak, Turizm Belgesi bulunmayan tesislerin ise Turizm Belgeli tesislerle birlikte tanıtıldığı ve Turizm Belgesinde yer alan isim dışındaki unvanlarla tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Kaplıca tesislerine 24.07.2001 tarihli ve 24472 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe giren Kaplıcalar Yönetmeliğine göre Valiliklerce (İl Sağlık Müdürlüğü) Kaplıca İşletme İzni verildiği, ayrıca kaplıca sularının tıbbi endikasyonlarının (şifalı özellikleri) 1593 sayılı Umumi Hıfzıssıhha Kanunu ve Kaplıcalar Yönetmeliği hükümleri doğrultusunda Sağlık Bakanlığı bünyesinde oluşturulan “Tıbbi Değerlendirme Kurulu” tarafından belirlendiği;

Yapılan incelemeler sonucunda ise, Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından 24.08.2015 tarih ve 16284 sayılı *“Müstakil Apart Otel Turizm İşletmesi Belgesi”* ile belgelendirilmiş olmakla birlikte *“Kaplıca Tesisi İşletme İzni”* bulunmayan *“Çakır Apart Otel”* isimli tesise ilişkin olarak www.gazligoltermal.com.tr adresli internet sitesinin 24.02.2020 tarihli görünümünde yayınlanan reklamlarda *“Çakır Termal Apart Otel”* ibarelerine; tesise ait tabelada ise *“Çakır Termal”* ibarelerine yer verilmek suretiyle söz konusu tesisin *“Termal Tesis”* şeklinde tanıtımının yapılmasının tüketiciyi aldatıcı ve yanıltıcı, tüketicinin bilgi ve tecrübe eksikliklerini istismar edici nitelikte olduğu;

Bununla birlikte, Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan 24.08.2015 tarih ve 16284 sayılı Müstakil Apart Otel Turizm İşletmesi Belgeli *“Çakır Apart Otel”*  ve 03.04.2018 tarih ve 18454 sayılı Müstakil Apart Otel Turizm İşletmesi Belgeli *“Öz Çakır Derman Apart Otel”* isimli tesislerin, inceleme konusu www.gazligoltermal.com.tr adresli internet sitesinde tek bir tesis olarak, “A Blok-B Blok” şeklinde tanıtımının yapıldığı; tesislere ilişkin Turizm Belgesi incelendiğinde, her iki tesisin kapasitesinde de herhangi bir spa & havuz ünitesi ile villa üniteleri bulunmadığı halde, spa ve havuzların bulunduğu belirtilen binanın da söz konusu bloklara hizmet veren bir tesis olarak anılan belgeli tesislerle birlikte tanıtıldığı ve tesisin kiralık havuzlu villa seçenekleri sunduğunun belirtildiği, dolayısıyla Turizm Belgeli tesislerin tek bir tesis olarak, Turizm Belgesi bulunmayan tesislerin ise Turizm Belgeli tesislerle birlikte tanıtılmasının ve Turizm Belgesinde yer alan isim dışındaki unvanlarla tanıtımının yapılmasının tüketiciyi aldatıcı, yanıltıcı ve haksız rekabete yol açıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Turizmi Teşvik Kanunu’nun 5/a maddesi,

- Turizm Tesislerinin Niteliklerine İlişkin Yönetmeliğin 16 ncı ve 27 nci maddeleri,

- Kaplıcalar Yönetmeliğinin 17 nci 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 **Gazlıgöl Taşımacılık Market Turizm Tar. ve Hay. Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**148)**

**Dosya No: 2020/409**

**Şikayet Edilen: Muratcan Turizm Otelcilik İnş. ve Müt. Gıda Pet. Nak. Teks. San. Ür. İç ve Dış Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Öz Olimpia Hotel”* isimli tesise ilişkin olarak www.ozolimpia.com.tr ve www.dostur.com/olimpia-otel-igdir adresli internet siteleri ile tesise ait tabelada yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 25.06.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, tabela

**Tespitler:** Muratcan Turizm Otelcilik İnş. ve Müt. Gıda Pet. Nak. Teks. San. Ür. İç ve Dış Tic. Ltd. Şti.’ye ait olup, Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi bulunmayan *“Öz Olimpia Hotel”* isimli tesise ilişkin olarak www.ozolimpia.com.tr adresli internet sitesinin 25.06.2020 tarihli görünümünde yayınlanan reklamlarda *“*\*\*\**”(üç yıldız)* görselleri ile *“Hotel Olimpia'ya Hoşgeldiniz! Otelimiz, 3 yıldızlı olup Iğdır'a Erzurum istikametinden şehir girişinde merkeze 200 m. uzakta yürüyerek 5 dakikadır.(…)”* şeklinde ifadelere;www.dostur.com/olimpia-otel-igdir adresli internet sitesinin 25.06.2020 tarihli görünümünde yayınlanan reklamlarda ve tesise ait tabelada ise *“*\*\*\**”(üç yıldız)* görsellerine yer verilmek suretiyle *“3 Yıldızlı Otel”* şeklinde tanıtım yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, Muratcan Turizm Otelcilik İnş. ve Müt. Gıda Pet. Nak. Teks. San. Ür. İç ve Dış Tic. Ltd. Şti.’ye ait olup, Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi bulunmayan *“Öz Olimpia Hotel”* isimli tesise ilişkin olarak www.ozolimpia.com.tr adresli internet sitesinin 25.06.2020 tarihli görünümünde yayınlanan reklamlarda *“*\*\*\**”(üç yıldız)* görselleri ile *“Hotel Olimpia'ya Hoşgeldiniz! Otelimiz, 3 yıldızlı olup Iğdır'a Erzurum istikametinden şehir girişinde merkeze 200 m. uzakta yürüyerek 5 dakikadır.(…)”* şeklinde ifadelere;www.dostur.com/olimpia-otel-igdir adresli internet sitesinin 25.06.2020 tarihli görünümünde yayınlanan reklamlarda ve tesise ait tabelada ise *“*\*\*\**”(üç yıldız)* görsellerine yer verilmek suretiyle *“3 Yıldızlı Otel”* şeklinde reklam ve tanıtım yapılmasınıntüketiciyi aldatıcı, yanıltıcı ve haksız rekabete yol açıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- 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 **Muratcan Turizm Otelcilik İnş. ve Müt. Gıda Pet. Nak. Teks. San. Ür. İç ve Dış Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**149)**

**Dosya No: 2020/1149**

**Şikayet Edilen: Serdest Mühendislik Turizm Gıda İnş. Sosyal Hiz. San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Ağva Orman Evleri ‘Forest Lodge’”* isimli tesisin tanıtımına ilişkin olarak www.google.com ve https://otelleri.net/agva-orman-evleri adresli internet sitelerinde yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 02.10.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Serdest Mühendislik Turizm Gıda İnş. Sosyal Hiz. San. ve Tic. Ltd. Şti. tarafından işletmeciliği yapılmakta olup, Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan *“Motel Turizm İşletmesi Belgesi”* talebinde bulunulan, ancak Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi sahibi olmayan *“Ağva Orman Evleri ‘Forest Lodge’”* isimli tesise ilişkin olarak www.google.com adresli internet sitesinin 02.10.2020 tarihli görünümünde yayınlanan reklamlarda *“3 yıldızlı otel”* ibarelerine; https://otelleri.net/agva-orman-evleri adresli internet sitesinin 02.10.2020 tarihli görünümünde yayınlanan reklamlarda ise *“*\*\*\**”(üç yıldız)* görsellerine yer verilmek suretiyle *“3 Yıldızlı Otel”* şeklinde tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, Serdest Mühendislik Turizm Gıda İnş. Sosyal Hiz. San. ve Tic. Ltd. Şti. tarafından işletmeciliği yapılmakta olup, Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan *“Motel Turizm İşletmesi Belgesi”* talebinde bulunulan, ancak Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi sahibi olmayan *“Ağva Orman Evleri ‘Forest Lodge’”* isimli tesise ilişkin olarak www.google.com adresli internet sitesinin 02.10.2020 tarihli görünümünde yayınlanan reklamlarda *“3 yıldızlı otel”* ibarelerine; https://otelleri.net/agva-orman-evleri adresli internet sitesinin 02.10.2020 tarihli görünümünde yayınlanan reklamlarda ise *“*\*\*\**”(üç yıldız)* görsellerine yer verilmek suretiyle *“3 Yıldızlı Otel”* şeklinde tanıtımının yapılmasının tüketiciyi aldatıcı, yanıltıcı ve haksız rekabete yol açıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- 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 **Serdest Mühendislik Turizm Gıda İnş. Sosyal Hiz. 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.

**150)**

**Dosya No: 2020/1152**

**Şikayet Edilen: Berkay Tekstil İplik San. ve Dış Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Granbella Hotel”* isimli tesise ilişkin olarak yayınlanan *“Trakya’nın En İyisi”* ibareli açık hava reklamları

**Reklam Yayın Tarihi:** 15.07.2020-11.08.2020

**Yayınlandığı Mecra:** Açık hava ilanı

**Tespitler:** Berkay Tekstil İplik San. ve Dış Tic. Ltd. Şti. tarafından işletmeciliği yapılmakta olan *“Granbella Hotel”* isimli tesisin tanıtımına yönelik olarak 15.07.2020-11.08.2020 tarihleri arasında yayınlanan açık hava reklamlarında *“Trakya’nın En İyisi”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, Berkay Tekstil İplik San. ve Dış Tic. Ltd. Şti. tarafından işletmeciliği yapılmakta olan *“Granbella Hotel”* isimli tesisin tanıtımına yönelik olarak 15.07.2020-11.08.2020 tarihleri arasında yayınlanan açık hava reklamlarında, *“Trakya’nın En İyisi”* şeklinde ispata muhtaç ifadelere yer verilmek suretiyle ortalama tüketiciler nezdinde söz konusu tesisin Trakya bölgesinde hizmet veren tüm turizm işletmelerinden her açıdan daha üstün özelliklere sahip olduğu algısı oluşturularak tüketicilerin yanıltıldığı; ayrıca inceleme konusu reklamların dürüst rekabet ilkelerine aykırı ve benzer firmalar arasında haksız rekabete yol açıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/1, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5, 8/1, 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 **Berkay Tekstil İplik San. ve Dış Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**151)**

**Dosya No: 2020/1155**

**Şikayet Edilen: Sevimsoy Turizm İşl. Gıda San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Kadıköy Park Suites Hotel”* isimli tesisin tanıtımına ilişkin olarak http://kadikoy-park-suites.hotel-istanbul.net, www.google.com ve www.tripadvisor.com.tr adresli internet sitelerinde yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 02.10.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Sevimsoy Turizm İşl. Gıda San. ve Tic. Ltd. Şti. tarafından işletmeciliği yapılmakta olup, Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi bulunmayan *“Kadıköy Park Suites Hotel”* isimli tesise ilişkin olarak www.google.com adresli internet sitesinin 02.10.2020 tarihli görünümünde yayınlanan reklamlarda *“5 yıldızlı otel”*ibarelerine; http://kadikoy-park-suites.hotel-istanbul.net adresli internet sitesinin 02.10.2020 tarihli görünümünde yayınlanan reklamlarda *“*\*\*\*\*\**”(beş yıldız)* görseli ile *“Kadikoy Park Suites 5\*”* ve *“5 yıldızlı tasarımcı Kadikoy Park Suites, konuklarına sağlık hizmeti, araç hizmeti, turn down servisi ile birlikte kaliteli konaklama imkânı sunmaktadır.”* ifadelerine;www.tripadvisor.com.tr adresli internet sitesinin 02.10.2020 tarihli görünümünde yayınlanan reklamlarda ise *“OTEL SINIFI* \*\*\*\*\**”(beş yıldız)* ibare ve görsellerine yer verilmek suretiyle*“5 Yıldızlı Otel”*şeklinde tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, Sevimsoy Turizm İşl. Gıda San. ve Tic. Ltd. Şti. tarafından işletmeciliği yapılmakta olup, Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi bulunmayan *“Kadıköy Park Suites Hotel”* isimli tesise ilişkin olarak www.google.com adresli internet sitesinin 02.10.2020 tarihli görünümünde yayınlanan reklamlarda *“5 yıldızlı otel”* ibarelerine; http://kadikoy-park-suites.hotel-istanbul.net adresli internet sitesinin 02.10.2020 tarihli görünümünde yayınlanan reklamlarda *“*\*\*\*\*\**”(beş yıldız)* görseli ile *“Kadikoy Park Suites 5\*”* ve *“5 yıldızlı tasarımcı Kadikoy Park Suites, konuklarına sağlık hizmeti, araç hizmeti, turn down servisi ile birlikte kaliteli konaklama imkânı sunmaktadır.”* ifadelerine;www.tripadvisor.com.tr adresli internet sitesinin 02.10.2020 tarihli görünümünde yayınlanan reklamlarda ise *“OTEL SINIFI* \*\*\*\*\**”(beş yıldız)* ibare ve görsellerine yer verilmek suretiyle *“5 Yıldızlı Otel”* şeklinde tanıtımının yapılmasının tüketiciyi aldatıcı, yanıltıcı ve haksız rekabete yol açıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- 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 **Sevimsoy Turizm İşl. Gıda San. ve Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**152)**

**Dosya No: 2020/1157**

**Şikayet Edilen: A11 Gayrimenkul ve Otelcilik A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“A11 Hotel Ataşehir”* isimli tesisin tanıtımına ilişkin olarak www.otelz.com, www.google.com ve www.tripadvisor.com.tr adresli internet sitelerinde yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 05.10.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** A11 Gayrimenkul ve Otelcilik A.Ş.’ye ait olup, Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi bulunmayan *“A11 Hotel Ataşehir”* isimli tesise ilişkin olarak www.otelz.com adresli internet sitesinin 05.10.2020 tarihli görünümünde yayınlanan reklamlarda *“*\*\*\*\**”(dört yıldız)* görseline yer verilmek suretiyle *“4 Yıldızlı Otel”*; www.google.com adresli internet sitesinin 05.10.2020 tarihli görünümünde yayınlanan reklamlarda *“5 yıldızlı otel”* ibarelerine, www.tripadvisor.com.tr adresli internet sitesinin 05.10.2020 tarihli görünümünde yayınlanan reklamlarda ise *“OTEL SINIFI* \*\*\*\*\**”(beş yıldız)* ibare ve görsellerine yer verilmek suretiyle *“5 Yıldızlı Otel”* şeklinde tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, A11 Gayrimenkul ve Otelcilik A.Ş. ’ye ait olup, Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi bulunmayan *“A11 Hotel Ataşehir”* isimli tesise ilişkin olarak www.otelz.com adresli internet sitesinin 05.10.2020 tarihli görünümünde yayınlanan reklamlarda *“*\*\*\*\**”(dört yıldız)* görseline yer verilmek suretiyle *“4 Yıldızlı Otel”*; www.google.com adresli internet sitesinin 05.10.2020 tarihli görünümünde yayınlanan reklamlarda *“5 yıldızlı otel”* ibarelerine ve www.tripadvisor.com.tr adresli internet sitesinin 05.10.2020 tarihli görünümünde yayınlanan reklamlarda ise *“OTEL SINIFI* \*\*\*\*\**”(beş yıldız)* ibare ve görsellerine yer verilmek suretiyle *“5 Yıldızlı Otel”* şeklinde tanıtımının yapılmasının tüketiciyi aldatıcı, yanıltıcı ve haksız rekabete yol açıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- 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 **A11 Gayrimenkul ve Otelcilik A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**153)**

**Dosya No: 2020/1159**

**Şikayet Edilen: Zeynel GÜL**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Glorina Hotel”* isimli tesisin tanıtımına ilişkin olarak www.trivago.com.tr, www.google.com ve www.tripadvisor.com.tr adresli internet sitelerinde yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 30.09.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi bulunmayan *“Glorina Hotel”* isimli tesise ilişkin olarak www.trivago.com.tr adresli internet sitesinin 30.09.2020 tarihli görünümünde yayınlanan reklamlarda *“*\*\**”(iki yıldız)* görseline yer verilmek suretiyle *“2 Yıldızlı Otel”;* www.google.com adresli internet sitesinin 30.09.2020 tarihli görünümünde yayınlanan reklamlarda *“3 yıldızlı otel”* ibarelerine ve www.tripadvisor.com.tr adresli internet sitesinin 30.09.2020 tarihli görünümünde yayınlanan reklamlardaise *“OTEL SINIFI* \*\*\**”(üç yıldız)* ibare ve görsellerine yer verilmek suretiyle *“3 Yıldızlı Otel”* şeklinde tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi bulunmayan *“Glorina Hotel”* isimli tesise ilişkin olarak www.trivago.com.tr adresli internet sitesinin 30.09.2020 tarihli görünümünde yayınlanan reklamlarda *“*\*\**”(iki yıldız)* görseline yer verilmek suretiyle *“2 Yıldızlı Otel”;* www.google.com adresli internet sitesinin 30.09.2020 tarihli görünümünde yayınlanan reklamlarda *“3 yıldızlı otel”* ibarelerine ve www.tripadvisor.com.tr adresli internet sitesinin 30.09.2020 tarihli görünümünde yayınlanan reklamlardaise *“OTEL SINIFI* \*\*\**”(üç yıldız)* ibare ve görsellerine yer verilmek suretiyle *“3 Yıldızlı Otel”* şeklinde tanıtımının yapılmasının tüketiciyi aldatıcı, yanıltıcı ve haksız rekabete yol açıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- 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 **Zeynel GÜL** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**154)**

**Dosya No: 2020/1203**

**Şikayet Edilen: Dardarlar Turizm Gıda İnş. Dış Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam**: *“Afytos Akçay Otel”*isimli tesise ilişkin olarak www.afytostatilkoyu.com, www.etstur.com, https://tr.hotels.com, www.otelpuan.com, www.trivago.com.tr, www.odamax.com/tr, https://balnet.net ve www.otelz.com adresli internet sitelerinde yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 26.10.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Dardarlar Turizm Gıda İnş. Dış Tic. Ltd. Şti. tarafından işletmeciliği yapılmakta olup, Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan *“2 Yıldızlı Otel Turizm İşletmesi Belgesi”* talebinde bulunulan ve Turizm İşletmesi Belgesi talebine istinaden yapılan denetim sonucunda hâlihazırda otel olarak hizmet verdiği tespit edilen *“Afytos Akçay Otel”* isimli tesise ilişkin olarak www.afytostatilkoyu.com, www.etstur.com, https://tr.hotels.com, www.otelpuan.com, www.trivago.com.tr, www.odamax.com/tr, https://balnet.net ve www.otelz.com adresli internet sitelerinin 26.10.2020 tarihli görünümlerinde yayınlanan reklamlarda *“Afytos Akçay Tatil Köyü”* ibarelerine yer verilmek suretiyle *“Tatil Köyü”* şeklinde tanıtım yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, Dardarlar Turizm Gıda İnş. Dış Tic. Ltd. Şti. tarafından işletmeciliği yapılmakta olup, Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan *“2 Yıldızlı Otel Turizm İşletmesi Belgesi”* talebinde bulunulan ve Turizm İşletmesi Belgesi talebine istinaden yapılan denetim sonucunda hâlihazırda otel olarak hizmet verdiği tespit edilen *“Afytos Akçay Otel”* isimli tesise ilişkin olarak www.afytostatilkoyu.com, www.etstur.com, https://tr.hotels.com, www.otelpuan.com, www.trivago.com.tr, www.odamax.com/tr, https://balnet.net ve www.otelz.com adresli internet sitelerinin 26.10.2020 tarihli görünümlerinde yayınlanan reklamlarda *“Afytos Akçay Tatil Köyü”* ibarelerine yer verilmek suretiyle *“Tatil Köyü”* şeklinde tanıtım yapılmasının tüketiciyi aldatıcı, yanıltıcı ve haksız rekabete yol açıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- 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 **Dardarlar Turizm Gıda İnş. Dış Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**DİĞER**

**155)**

**Dosya No: 2019/2277**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** www.a101.com.tr adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.a101.com.tr adresli internet sitesinin 20.03.2019 tarihinde saat 09.22 saatinde yer alan görünümünde “Piranha 9925 GPS Akıllı Çocuk Saati” isimli ürüne ilişkin olarak *“-BKM Express ile ödenen 200 TL ve üzeri siparişlerde 20 TL anında indirim !-10 TL ve Üzeri Siparişlerde Elseve Şampuan 13,90 yerine 6,95. -100 TL Hediye Çeki. -50 TL üzeri ücretsiz kargo”* şeklinde ifadelere, anılan internet sitesinin 20.03.2019 tarih ve 09:30 saatindeki görünümünde söz konusu ürüne ilişkin “*"1000 TL üzeri* *Siparişlerde 100 TL Hediye Çeki"* şeklinde ifadelere yer verilerek kampanya şartlarının değiştirildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firmaya ait www.a101.com.tr adresli internet sitesindeki “Piranha 9925 GPS Akıllı Çocuk Saati” isimli ürünün görüntülendiği sayfada yer alan *“-BKM Express ile ödenen 200 TL ve üzeri siparişlerde 20 TL anında indirim !-10 TL ve Üzeri Siparişlerde Elseve Şampuan 13,90 yerine 6,95. -100 TL Hediye Çeki. -50 TL üzeri ücretsiz kargo”* şeklindeki kampanya şartlarına istinaden söz konusu ürünü satın alan tüketicinin hesabında 100 TL hediye çekinin aktif olmadığının görüldüğü, bunun üzerine tüketicinin firmayla iletişime geçtiği, müşteri hizmetleri yetkilisinin 100 TL hediye çekini göremediğini söylediği ve tüketiciye genel merkezle görüşeceği bilgisini verdiği ve aradan 8 dakika geçtikten sonra kampanya şartlarının değiştirilerek internet sitesinde yer alan ifadelerin *"1000 TL üzeri Siparişlerde 100 TL Hediye Çeki"* olarak güncellendiği, dolayısıyla, söz konusu tanıtımların; tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7, 15, 28 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**156)**

**Dosya No: 2019/10310**

**Şikayet Edilen: Erkan Sözdinler Sözdinler Makine**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait "Sözdinler Paslanmaz Çay Fitresi" isimli ürünün ambalajında yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj

**Tespitler:** Firmaya ait "Sözdinler Paslanmaz Çay Fitresi" isimli ürünün ambalajında *"En kaliteli metalden yapılmıştır. Kesinlikle PASLANMAZ, KARARMAZ. YIPRANMAZ"* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firmaya ait "Sözdinler Paslanmaz Çay Fitresi" isimli ürünün ambalajında *"En kaliteli metalden yapılmıştır. Kesinlikle PASLANMAZ, KARARMAZ. YIPRANMAZ"* ifadelerine yer verilmesine rağmen anılan üründen 2 adet satın alan tüketicinin söz konusu ürünleri kullanmasından itibaren 2-3 gün içerisinde paslandığı bu sebeple anılan ürünün ambalajında yer alan ifadelerin ispatlanması gerektiği ancak iddiaların ispatlanamadığı, dolayısıyla, söz konusu tanıtımların; tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7, 9 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**157)**

**Dosya No: 2019/12911**

**Şikayet Edilen: Erkan DOĞAN (Derman Auto ve Mobilya Erkan Doğan)**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait "Dermanmobilya" isimli satıcı tarafından www.n11.com adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ait "Dermanmobilya" isimli satıcı tarafından Belde Tüketim ve Teks. Ürn. Tic. Ltd. Şti. ünvanlı firmaya ait ürünün görseli kullanılarak www.n11.com adresli internet sitesinde *"Katlanır Bahçe Sandalyesi Kamp Piknik Balkon Koltuğu"* ismi ile ürün satışının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firmaya ait "Dermanmobilya" isimli satıcı tarafından Belde Tüketim ve Teks. Ürn. Tic. Ltd. Şti. ünvanlı firmaya ait ürünün görseli kullanılarak www.n11.com adresli internet sitesinde *"Katlanır Bahçe Sandalyesi Kamp Piknik Balkon Koltuğu"* ismi ile ürün satışının yapıldığı dolayısıyla, söz konusu tanıtımların; tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7, 11 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Erkan DOĞAN (Derman Auto ve Mobilya Erkan Doğan)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**158)**

**Dosya No: 2020/5033**

**Şikayet Edilen: Carrefoursa Carrefour Sabancı Ticaret Merkezi A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait www.carrefoursa.com/tr/ adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ait www.carrefoursa.com/tr/ adresli internet sitesindeki "*Gillette Mach 3 Traş Makinesi Özel Seri Krom Kaplama"* isimli ürünün 62,90 TL olan fiyatı üzerinden % 68 indirim uygulanarak 20,00 TL'den satışa sunulduğu, söz konusu ürünü satın almak isteyen tüketiciden üyelik kaydı talep edildiği, tüketici tarafından üyelik kaydı yapıldıktan sonra tüketicinin alışveriş sepetindeki ürünün fiyatının 62,90 TL'ye çıktığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firmaya ait www.carrefoursa.com/tr/ adresli internet sitesindeki "*Gillette Mach 3 Traş Makinesi Özel Seri Krom Kaplama"* isimli ürünün 62,90 TL olan fiyatı üzerinden % 68 indirim uygulanarak 20,00 TL'den satışa sunulduğu, söz konusu ürünü satın almak isteyen tüketiciden üyelik kaydı talep edildiği, tüketici tarafından üyelik kaydı yapıldıktan sonra tüketicinin alışveriş sepetindeki ürünün fiyatının 62,90 TL'ye çıktığı, konu ile ilgili müşteri hizmetleri ile yapılan telefon görüşmesinde tüketiciye ürünün kampanyalı fiyatının sadece Ataşehir bölgesi için geçerli olduğu diğer bölgelerde stoklarda bulunmadığı için 20 TL’den satışının yapılamadığı, 62,90 TL’den satıldığı bilgisinin verildiği, anılan ürünün 62,90 TL'den satılırken stoklarda bulunuyorken 20 TL’den satılması durumunda stoklarda olmamasının ve anılan internet sitesinde kampanyanın geçerli olduğu bölge bilgisine ve ürünün miktarı sınırlı ise bu miktarın açık ve anlaşılır bir biçimde belirtilmesi zorunlu olduğu halde bu bilgiye yer verilmemesinin tüketicilerin yanıltıcı olduğu, dolayısıyla, söz konusu tanıtımların; tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7, 14 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**159)**

**Dosya No: 2021/43**

**Şikayet Edilen: Sigorta ve Reasürans Brokerlık Hizmetleri A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ilişkin olarak *"Kara Murat Herkes Özel Hastaneye Gidecek"* başlığıyla muhtelif televizyon kanallarında ve internet sitelerinde yer alanreklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon, internet

**Tespitler:** Firmaya ilişkin olarak *"Kara Murat Herkes Özel Hastaneye Gidecek"* başlığıyla muhtelif televizyon kanallarında ve internet sitelerinde *"...Bu bebe yanıyor, bu da bu da. bu bebeler hastaneye gitti mi? Cevap verin kim bu bebelerin anası babası?...Bu bebelerin hepsi özel hastaneye gidecek, sadece onlar değil siz de gideceksiniz. Ama nasıl? İşte böyle Ayda sadece 2 paket çay parasına. Tamamlayıcı Sağlık Sigortası Ayda 73 TL. En iyi fiyat garantisi. SGK'lı herkes ister kendisinin ister bebesinin sağlık sigortasını sigortamnetten yaptıracak."* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firmaya ilişkin olarak *"Kara Murat Herkes Özel Hastaneye Gidecek"* başlığıyla muhtelif televizyon kanallarında ve internet sitelerinde *"...Bu bebe yanıyor, bu da bu da. bu bebeler hastaneye gitti mi? Cevap verin kim bu bebelerin anası babası?...Bu bebelerin hepsi özel hastaneye gidecek, sadece onlar değil siz de gideceksiniz. Ama nasıl? İşte böyle Ayda sadece 2 paket çay parasına. Tamamlayıcı Sağlık Sigortası Ayda 73 TL. En iyi fiyat garantisi. SGK'lı herkes ister kendisinin ister bebesinin sağlık sigortasını sigortamnetten yaptıracak."* ifadelerine yer verilerek özel hastaneye gitmenin hastalığın tedavisi için zorunluluk olduğu intibaı yaratılarak kamu hastanelerinde hastalığın tedavi edilemeyeceği mesajının verildiği, özel hastanelerin özendirildiği ve tüketiciler nezdinde kamu sağlık sisteminin yok sayılarak yetersiz olduğu izleniminin oluşturulduğu, dolayısıyla, söz konusu tanıtımların; tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7, 10 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**160)**

**Dosya No: 2020/1255**

**Metro Grosmarket Bakırköy Alışveriş Hizmetleri Ticaret Limited Şirketi** tarafından kataloglar.metro-tr.com adresli internet sitesinde yayımlanan Beverly Hill’s Polo Club markalı valiz setine yönelik tanıtımlarla ilgili görüşme ve değerlendirmelerin **ertelenmesine** karar verilmiştir.

**161)**

**Dosya No: 2020/2148**

**Şikayet Edilen: Aytaç Beyzadeoğulları Beyzadeoğulları Gayrimenkul İnşaat**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.sahibinden.com adlı internet sitesinde, 12.07.2020 tarihli ve 840617935 no’lu ilanda yanıltıcı büyüklük bilgisi içeren reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 12.07.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Reklam veren firma tarafından www.sahibinden.com adresli internet sitesinde yayımlanan 12.07.2020 tarihli ve 840617935 no’lu ilanda gayrimenkul büyüklüğünün brüt 90 metrekare ve net 85 metrekare olarak tanıtıldığı, tüketici tarafından yaptırılan ekspertiz incelemesinde ise net 55 metrekare olduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, 12.07.2020 tarihli ve 840617935 no.lu gayrimenkul satışına ilişkin ilanda, net 85 metrekare olarak belirtilen gayrimenkulün büyüklüğünün tüketici tarafından yaptırılan 28.07.2020 tarihli ekspertiz incelemesinde 55 metrekare olarak tespit edildiği, dolayısıyla tüketicilerin satın alma kararını etkileyen bu durumun aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu, tüketici mağduriyetine yol açtığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 9/1, 9/5, 27/5, 29/1, 29/2-a ve 32/1 maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61/2, 61/3, 61/6 ve 61/7 maddeleri ile 62/1, 62/2 ve 62/3 maddeleri,

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Aytaç Beyzadeoğulları Beyzadeoğulları Gayrimenkul İnşaat** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü maddesi ile 77 nci maddesinin on ikinci fıkrası uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**162)**

**Dosya No: 2021/138**

**Şikayet Edilen: Migros Ticaret Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.facebook.com adresinde yayımlanan “Migros Sanal Market’te satışa sunulan SMA Optipro 3 1-3 Yaş Devam Sütü 800 Gr” adlı ürünün indirimli satışına ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.facebook.com adresinde SMA Optipro 3 1-3 Yaş Devam Sütü 800 Gr adlı ürünün fiyatının 119,00 TL’den 68.80 TL’ye indirildiği yönünde tanıtımın yapıldığı ancak firmaya ait web adresi ve sanal market uygulamasında ürünün indirimli fiyatının 93,90 TL olarak görüldüğü tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, www.facebook.com adresinde bahse konu ürünün fiyatının 119,00 TL’den 68,80 TL’ye indirildiği yönünde tanıtımın yapıldığı ancak firmanın web adresi ve sanal market uygulamasında ürünün indirimli fiyatının 93,90 TL olarak görüldüğü ve firma ile iletişime geçen tüketiciye 68,80 TL’den satış yapılamayacağı bilgisinin verildiği ve dolayısıyla bu indirime ilişkin tanıtımların tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu ve tüketici mağduriyetine yol açtığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 9/1, 9/5, 13/1, 13/9, 14/1, 14/2, 14/3, 14/4, 28/1, 28/2, 28/4 ve 32/1 maddeleri ile A - Aldatıcı Ticari Uygulamalar başlığının 5 numaralı fıkrası,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61/2, 61/3, 61/6 ve 61/7 maddeleri ile 62/1, 62/2 ve 62/3 maddeleri,

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Migros Ticaret A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü maddesi ile 77 nci maddesinin on ikinci fıkrası uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**163)**

**Dosya No: 2020/1086**

**Şikayet Edilen: Avansas Ofis Malzemeleri Ticaret A. Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait www.avansas.com adlı internet sitesi üzerinden satışa sunulan “Avansas Business A4 Fotokopi Kağıdı 80 gr 1 Koli (5 Adet)” adlı ürüne ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 02.03.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.avansas.com adlı internet sitesinin 02.03.2020 tarihli görünümünde yer alan tanıtımlarda adı geçen ürünün KDV dahil toplam fiyatının 59,67 TL olarak sunulduğu ancak, tüketicilerin "Sepete Ekle" sekmesini kullanarak alışverişi tamamlamak istediği durumda, ürünün fiyatının KDV dahil 86,40 TL olarak değiştiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Tüketicilerin www.avansas.com adlı internet sitesi üzerinden söz konusu ürünü satın almak istedikleri durumda karşılaştıkları fiyatın, söz konusu internet sitesi üzerinde yer alan tanıtımlardaki fiyattan farklı olmasının tüketicileri yanıltıcı, aldatıcı ve bilgi eksikliklerini istismar edici nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu reklamların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**164)**

**Dosya No: 2020/1633**

**Şikayet Edilen: Erkul Ev Tekstili Yatak Medikal Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Söz konusufirma tarafındane-ticaret platformu www.hepsiburada.com üzerinden satışa sunulan "Fortuna Cerrahi Yüz Maskesi 3 Katlı 50'li Paket" adlı ürüne ilişkin tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 23.03.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.hepsiburada.com üzerinden tanıtımı yapılan ürün ile tüketiciye gönderilen ürünün birbirinden farklı olduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** www.hepsiburada.com adlı e-ticaret platformu üzerinden satışa sunulan adı geçen ürünle tüketicilere gönderilen ürünün birbirinden farklı olduğu ve bu nedenle yapılan tanıtımların tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu reklamların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,reklam veren **Erkul Ev Tekstili Yatak Medikal Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti**. hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**165)**

**Dosya No: 2021/406**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** "Kanal Yalova" logosuyla yayın yapan medya hizmet sağlayıcısı tarafından yapılan yayınlar sırasında akar bant şeklinde, kişi ve şehir isimleri ile birlikte telefon numaralarının gösterilerek ve akar bandın üstünde sabit olarak yapılan sohbet, arkadaşlık ve eş bulma hatları ve hizmetlerine ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 18-19-20-22-23-24-25-26.08.2020, 01-02-04-05-06-07-08-09-10-11-12-13-14-15-16-17-18-19-20-21-22-23-24.09.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** İlgili medya kuruluşu tarafından belirtilen tarihlerde yapılan yayınlar sırasında akar bant şeklinde, kişi ve şehir isimleri ile birlikte telefon numaralarının gösterildiği akar bandın üstünde sabit olarak "TV Yaz Adını İlini ve Numaranı 4788'e Gönder" ve yine sabit olarak akar bandın altında daha küçük puntolarla "Bu servisin bedeli tüm vergiler dahil 19,8 TL'dir. Mesajınız en az üç kere yayınlanmaktadır. MH: 02129873099" şeklinde ifadelerle kısa mesaj yoluyla arkadaş bulmaya yönelik yayınlara yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Sohbet ve arkadaşlık hatlarının ve hizmetlerinin reklamına yer verilmesi nedeniyle ilgili tanıtımların mevzuata aykırı olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu reklamların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 9/1, 27 nci ve 32 inci maddeleri,

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

- Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanunun 8 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,reklam veren **Kanal Yalova Televizyon ve Yayıncılık A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **20.953,00-TL(Yirmibindokuzyüzelliüç Türk Lirası)** **idari para ve** **anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**166)**

**Dosya No: 2019/11086**

**Şikayet Edilen: Ay Marka Mağazacılık A.Ş. (Network)**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait www.network.com adresli e-ticaret sitesinde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ait www.network.com adresli internet sitesinde satışa sunulan, "1058360008-NETWORK- Siyah Takım Elbise" isimli ürünün tanıtımlarının yapıldığı, söz konusu tanıtımlara istinaden alışveriş gerçekleştiren tüketicinin anılan ürüne ilişkin siparişinin, ürünün ayıplı olduğu gerekçesiyle iptal edildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, "1058360008-NETWORK-Siyah Takım Elbise" isimli ürünün ayıpsız ve satışa uygun biçimde olmamasına karşın anılan e-ticaret sitesinde yer verilerek satışa sunulduğu, bu durumun tüketicileri yanıltıcı, aldatıcı ve bilgi eksikliklerini istismar edici nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 9, 28 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Ay Marka Mağazıcılık A.Ş. (Network)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/13 üncü maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**167)**

**Dosya No: 2020/1748**

**Şikayet Edilen: Vatan Yayıncılık Sanayi ve Ticaret A.Ş. (Vatan TV)**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait Vatan TV logolu televizyon kanalında yayınlanan reklamlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** "Vatan TV" logolu televizyon kanalında yayınlanan tanıtımlarda; *"Bu kampanya sadece Vatan TV'de. Toplam 8 parça ürün. Polar kışlık battaniye. 4 adet battaniye, 4 adet lastikli çarşaf. 99 TL+Kargo... 0216 740 0244..."* ibarelerine yer verildiği, söz konusu tanıtımlara istinaden ürünleri satın alan tüketiciye anılan ürünler yerine 1 adet çift kişilik ve 1 adet tek kişilik polar battaniye, 3 adet yastık kılıfı gönderildiği,

Diğer taraftan bahse konu tanıtımlarda indirimli satışın başlangıç ve bitiş tarihleri ile indirimli olarak satışa sunulan mal veya hizmetin miktarının belirtilmediğitespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, firma tarafından yayınlanan reklamların tüketicileri yanıltıcı, aldatıcı ve bilgi eksikliklerini istismar edici nitelikte olduğu, tüketicinin algılama düzeyi göz önünde bulundurulduğunda mevzuata aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

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, 9, 14 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Vatan Yayıncılık Sanayi ve Ticaret A.Ş. (Vatan TV)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **20.953-TL (Yirmibindokuzyüzelliüç Türk Lirası)** **idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**168)**

**Dosya No: 2020/3124**

**Şikayet Edilen: Venn Giyim Sanayi ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Kuruluş tarafından tüketicilere gönderilen kısa mesajlarda ve mağaza

afişlerinde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Kısa mesaj, afiş.

**Tespitler:** Firma tarafından tüketicilere gönderilen kısa mesajlarda; "*Tuğba & Venn'de son indirim! Tüm ürünlerde NET %70 indirim!"* ibaresine, mağazanın Malatya şubesinde yer alan afişlerde*; "Son indirim! Tüm ürünlerde NET %70 indirim!"* ibaresiyle birlikte altta küçük puntolarla; "Takım, abiye, ipek eşarp, şal, aksesuar, ayakkabı, ıtriyat gruplarında indirim farklılık gösterebilir" ibaresine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, tüketicilere gönderilen kısa mesajlarda *"Tuğba & Venn'de son indirim! Tüm ürünlerde NET %70 indirim!"*ibaresine yer verilmesine karşın, söz konusu indirim oranının sadece belirli ürünlerde geçerli olduğu,

Mağaza afişlerinde; *"Son indirim! Tüm ürünlerde NET %70 indirim!"* ibaresiyle birlikte altta küçük puntolarla yer verilen; *"Takım, abiye, ipek eşarp, şal, aksesuar, ayakkabı, ıtriyat gruplarında indirim farklılık gösterebilir"*istisnasının uyuşmayarak anlam karışıklığına yol açtığı,

İnceleme konusu tanıtımların tüketicileri yanıltıcı, aldatıcı ve bilgi eksikliklerini istismar edici nitelikte olduğu, tüketicinin algılama düzeyi göz önünde bulundurulduğunda mevzuata aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

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, 9, 14 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Venn Giyim Sanayi ve Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/13 üncü maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**169)**

**Dosya No: 2020/4262**

**Şikayet Edilen: Brn Araç Muayene Hizmetleri Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.aracmuayene-randevu.com adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 20.11.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.aracmuayene-randevu.com adresli internet sitesinde yayınlanan tanıtımlarda; "*Randevu Al! Araç muayene ücretleri. Fiyat listesi aşağıda 2020 yılı için listelenmiştir. Araç muayene ücretleri randevu aldıktan sonra muayeneistasyonlarına gittiğinizde nakit olarak ödenir. Kredi kartı, havale vb. ödemeler geçerli değildir. Araç muayene ücreti gecikmeve egzoz muayenesi de yaptıracak iseniz daha önceden hesaplayarak yeterli araç muayene ücretini yanınızda bulundurunuz... Araç Muayene için randevu yapmak zor mu geliyor? Bize Ulaşın sizin yerinize en uygun zamana randevunuzu alalım! Bu işlerle zaman kaybetmemek için hemen Randevu Alın sizin için işlerinizi ayarlayalım Türkiye GeneliAraç muayene istasyonlarına randevu için başvurunuzu gönderin kısa sürede sizlere dönüş sağlayarak araçmuayene randevu kaydınızı oluşturalım... ARAÇ MUAYENE RANDEVU FORMU İÇİN TIKLAYIN... Araç Muayene Fiyat Listesi... Ödemeler nakit olarak kabul edilmektedir. Yukarıda kategorileri belirtilmiş araç sınırları dışında kalan taşıtların, hangi kategoriden ücretlendirilecekleri T.C. Ulaştırmave Altyapı Bakanlığınca belirlenir. 2918 sayılı “Karayolları Trafik Kanunu”nun 35. maddesi uyarınca, muayene süresi geçirilen her araçtan, gecikilen beher ayiçin muayene ücreti %5 oranında fazla bedel ile tahsil edilir..."* ifadelerine ve "Araç Muayene Randevu" başlığı altında tüketicilerden; *"Plaka, Ruhsat Sahibi, Ruhsat belge seri no, Araç Cinsiniz, Muayene Türü, Şehir Seçiniz, İstasyon Seçiniz, Tarih, Saat, Ödeme Türü Seçiniz..."* gibi bilgilerin forma işlenmesi istendiği, "Muayene İstasyonları" başlığı altında *"Adana CEYHAN Randevu Büyükmangıt Mah. Özdemir Sabancı Bulv. No:8 Ceyhan/Adana, Adana KOZAN Randevu Varsaklar Mah. Adana Cad. No: 283/A Kozan Adana, Adana Seyhan Randevu Büyükdikili Mah. Otoban Giriş Yolu Sok.NO:22/A Seyhan / Adana..."* şeklinde TUVTURK’e ait araç muayene istasyonlarının sıralandığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, söz konusu internet sitesinin periyodik araç muayenesinde yetkili olduğu ve "Araç Muayene Randevu" başlığı altında tüketicilerden; "Plaka, Ruhsat Sahibi, Ruhsat belge seri no, Araç Cinsiniz, Muayene Türü, Şehir Seçiniz, İstasyon Seçiniz, Tarih, Saat, Ödeme Türü Seçiniz..." gibi bilgilerin forma işlenmesi istenerek tüketicilerin site üzerinden doğrudan randevu alabileceği izlenimi yaratıldığı

Tanıtımların tüketicileri yanıltıcı, aldatıcı ve bilgi eksikliklerini istismar edici nitelikte olduğu, tüketicinin algılama düzeyi göz önünde bulundurulduğunda mevzuata aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 7/5-c, 9, 11, 13 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Brn Araç Muayene Hizmetleri 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.

**170)**

**Dosya No: 2020/4333**

**Şikayet Edilen: Pegem Akademi Yayıncılık Eğitim Dan. Hizm. Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait yayınlarda yer alan "Önce Biz Sorduk" ibareli tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020, 2019, 2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Basılı yayın.

**Tespitler:** Kuruluşa ait KPSS 2020 hazırlık türünde yayımlanan;

Genel Yetenek Genel Kültür başlığı altında; "Ezberbozan 3000 Soru Bankası, 2 si 1 arada Tarih &Vatandaşlık Tamamı Çözümlü Soru Bankası, Tamamı Çözümlü Soru Bankası Seti, Konu Anlatımlı Modüler Set, Vatandaşlık Tamamı Çözümlü 30 Deneme, Tamamı Çözümlü 10 Deneme,Tarih Tamamı Çözümlü 30 Deneme, Sezon Finali Tamamı Çözümlü 5 Deneme, Türkçe Tamamı Çözümlü 30 Deneme, Coğrafya Tamamı Çözümlü 30 Deneme, Matematik Geometri Tamamı Çözümlü 30 Deneme" başlıklı kitapların kapaklarında; "Önce Biz Sorduk 120 Soruda 99 Soru" ifadesine, "Efsane 5000 Soru Bankası" isimli kitaba ilişkin olarak "Önce Biz Sorduk 120 Soruda 88 Soru" ifadesine, "Lise ve Ön Lisans Genel Yetenek Genel Kültür Konu Anlatımlı Modüler Set" isimli kitaba ilişkin olarak ise "Önce Biz Sorduk 120 Soruda 95 Soru" ifadesine yer verildiği,

Eğitim Bilimleri başlığı altında; "Video Destekli Konu Anlatımlı Modüler Set, Video Destekli Soru Bankası Seti, Tamamı Çözümlü Soru Bankası Seti, 2000 Soru Bankası Çözümlü, Tamamı Çözümlü 10 Deneme, Gelişim Psikolojisi Tamamı Çözümlü 20 Deneme, Öğrenme Psikolojisi Tamamı Çözümlü 20 Deneme, Program Geliştirme Sınıf Yönetimi Öğretim Teknolojileri ve Materyal Tasarımı Tamamı Çözümlü 20 Deneme, Rehberlik ve Özel Eğitim Tamamı Çözümlü 20 Deneme, Ölçme ve DeğerlendirmeTamamı Çözümlü 20 Deneme..." başlıklı kitapların kapaklarında; "Önce Biz Sorduk 80 Soruda 66 Soru" ifadesine yer verildiği,

ÖABT başlığı altında; "İngilizce Alan Bilgisi- Alan Eğitimi Konu Anlatımlı" başlıklı kitap kapağında; "Önce Biz Sorduk 75 Soruda 62 Soru" ifadesine, , Türkçe Alan Bilgisi- Alan Eğitimi Konu Anlatımlı" başlıklı kitap kapağında; "Önce Biz Sorduk 75 Soruda 64 Soru" ifadesine, "Türk Dili ve Edebiyatı Alan Bilgisi - Alan Eğitimi Konu Anlatımlı" başlıklı kitap kapağında; "Önce Biz Sorduk 75 Soruda 58 Soru" ifadesine, "Coğrafya Alan Bilgisi - Alan Eğitimi Konu Anlatımlı" başlıklı kitap kapağında; "Önce Biz Sorduk 75 Soruda 59 Soru" ifadesine, "Biyoloji Alan Bilgisi - Alan Eğitimi Konu Anlatımlı" başlıklı kitap kapağında; "Önce Biz Sorduk 75 Soruda 61 Soru" ifadesine, "Sosyal Bilgiler Alan Bilgisi - Alan Eğitimi Konu Anlatımlı" başlıklı kitap kapağında; "Önce Biz Sorduk 75 Soruda 63 Soru" ifadesine, "Fen Bilgisi Fen ve Teknoloji Alan Bilgisi - Alan Eğitimi Konu Anlatımlı" başlıklı kitap kapağında; "Önce Biz Sorduk 75 Soruda 59 Soru" ifadesine, yer verildiği,

"Milli Eğitim Bakanlığı 2020 EKYS Müdür ve Müdür Yardımcılığı Konu Anlatımı" başlıklı kitap kapağında; "Önce Biz Sorduk 80 Soruda 54 Soru" ifadesine yer verildiği,

- KPSS 2019 hazırlık türünde yayımlanan;

Genel Yetenek Genel Kültür başlığı altında; "Efsane 5000 Soru Bankası", "Tamamı Çözümlü Soru Bankası Seti, Video Destekli Konu Anlatımlı Modüler Set, Matematik Geometri Tamamı Çözümlü 30 Deneme..." başlıklı kitapların kapağında; "Önce Biz Sorduk 120 Soruda 86 Soru" ifadesine,

Eğitim Bilimleri başlığı altında; "Video Destekli Konu Anlatımlı Modüler Set, Tamamı Çözümlü Soru Bankası Seti, Efsane 2000 Çözümlü Soru Bankası, Tamamı Çözümlü 10 Deneme..." başlıklı kitapların kapağında; "Önce Biz Sorduk 80 Soruda 65 Soru" ifadesine,

ÖABT başlığı altında; "Türkçe Video Destekli Konu Anlatımlı Alan Bilgisi - Alan Eğitimi" başlıklı kitap kapağında; "Önce Biz Sorduk 50 Soruda 30 Soru" ifadesine, "İngilizce Video Destekli Konu Anlatımlı Alan Bilgisi - Alan Eğitimi" başlıklı kitap kapağında; "Önce Biz Sorduk 50 Soruda 34 Soru" ifadesine, "Türk Dili ve Edebiyatı Video Destekli Konu Anlatımlı Alan Bilgisi - Alan Eğitimi" başlıklı kitap kapağında; "Önce Biz Sorduk 50 Soruda 38 Soru" ifadesine, "Coğrafya Video Destekli Konu Anlatımlı Alan Bilgisi - Alan Eğitimi" başlıklı kitap kapağında; "Önce Biz Sorduk 50 Soruda 32 Soru" ifadesine, "Biyoloji Video Destekli Konu Anlatımlı Alan Bilgisi - Alan Eğitimi" başlıklı kitap kapağında; "Önce Biz Sorduk 50 Soruda 29 Soru" ifadesine, "Sosyal Bilgiler Video Destekli Konu Anlatımlı Alan Bilgisi - Alan Eğitimi" başlıklı kitap kapağında; "Önce Biz Sorduk 50 Soruda 30 Soru" ifadesine, "Fen Bilimleri Fen ve Teknoloji Video Destekli Konu Anlatımlı Alan Bilgisi - Alan Eğitimi" başlıklı kitap kapağında; "Önce Biz Sorduk 50 Soruda 32 Soru" ifadesine, "Psikolojik Danışma ve Rehberlik Video Destekli Konu Anlatımlı Alan Bilgisi - Alan Eğitimi" başlıklı kitap kapağında; "Önce Biz Sorduk 50 Soruda 32 Soru" ifadesine, "Sınıf Öğretmenliği Video Destekli Konu Anlatımlı Alan Bilgisi - Alan Eğitimi" başlıklı kitap kapağında; "Önce Biz Sorduk 50 Soruda 32 Soru" ifadesine, "İlköğretim Matematik Video Destekli Konu Anlatımlı Alan Bilgisi - Alan Eğitimi" başlıklı kitap kapağında; "Önce Biz Sorduk 50 Soruda 34 Soru" ifadesine yer verildiği,

- KPSS 2018 hazırlık türünde yayımlanan;

Genel Yetenek Genel Kültür başlığı altında; "Efsane 5000 Soru Bankası", "Tamamı Çözümlü Soru Bankası Seti, Matematik Geometri 30 Deneme, Türkçe 30 Deneme..." başlıklı kitapların kapağında; "Önce Biz Sorduk 120 Soruda 83 Soru" ifadesine, "Lise ve Ön Lisans Konu Anlatımlı Modüler Set Genel Yetenek Genel Kültür" başlıklı kitapların kapağında; "Önce Biz Sorduk 120 Soruda 85 Soru" ifadesine,

Eğitim Bilimleri başlığı altında; "Konu Anlatımlı Modüler Set, Tamamı Çözümlü Soru Bankası Seti, Efsane 2000 Çözümlü Soru Bankası, Tamamı Çözümlü 10 Deneme..." başlıklı kitapların kapağında; "Önce Biz Sorduk 80 Soruda 64 Soru" ifadesine,

ÖABT başlığı altında; "Türkçe Alan Bilgisi - Alan Eğitimi" başlıklı kitap kapağında; "Önce Biz Sorduk 50 Soruda 32 Soru" ifadesine, "İngilizce Alan Bilgisi - Alan Eğitimi" başlıklı kitap kapağında; "Önce Biz Sorduk 50 Soruda 27 Soru" ifadesine, "Türk Dili ve Edebiyatı Alan Bilgisi - Alan Eğitimi" başlıklı kitap kapağında; "Önce Biz Sorduk 50 Soruda 30 Soru" ifadesine, "Coğrafya Alan Bilgisi - Alan Eğitimi" başlıklı kitap kapağında; "Önce Biz Sorduk 50 Soruda 31 Soru" ifadesine, "Biyoloji Alan Bilgisi - Alan Eğitimi" başlıklı kitap kapağında; "Önce Biz Sorduk 50 Soruda 29 Soru" ifadesine, "Sosyal Bilgiler Alan Bilgisi - Alan Eğitimi" başlıklı kitap kapağında; "Önce Biz Sorduk 50 Soruda 25 Soru" ifadesine, "Fen Bilimleri Fen ve Teknoloji Alan Bilgisi - Alan Eğitimi" başlıklı kitap kapağında; "Önce Biz Sorduk 50 Soruda 32 Soru" ifadesine, "Psikolojik Danışma ve Rehberlik Alan Bilgisi - Alan Eğitimi" başlıklı kitap kapağında; "Önce Biz Sorduk 50 Soruda 31 Soru" ifadesine, "Sınıf Öğretmenliği Alan Bilgisi - Alan Eğitimi" başlıklı kitap kapağında; "Önce Biz Sorduk 50 Soruda 34 Soru" ifadesine, "İlköğretim Matematik Alan Bilgisi - Alan Eğitimi" başlıklı kitap kapağında; "Önce Biz Sorduk 50 Soruda 30 Soru" ifadesine, "Lise Matematik Alan Bilgisi - Alan Eğitimi" başlıklı kitap kapağında; "Önce Biz Sorduk 50 Soruda 30 Soru" ifadesine yer verildiği,

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar**: Yapılan incelemeler sonucunda, söz konusu ifadelerle 2018, 2019, 2020 yıllarında ÖSYM tarafından gerçekleştirilen çeşitli sınavlarda yer alan soruların, kuruluş tarafından daha önce yayınlanan kitap ve benzeri kaynaklarda yer aldığının iddia edildiği, söz konusu iddiaların ispatlanamadığı, yukarıda örnek olarak sayılan ifadelerin gerçeği yansıtmayan, tüketicileri yanıltıcı, aldatıcı ve bilgi eksikliklerini istismar edici nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/8, 9, 29 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Pegem Akademi Yayıncılık Eğitim Dan. Hizm. Tic. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/13 üncü maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**171)**

**Dosya No: 2020/4959**

**Şikayet Edilen: Boyner Büyük Mağazacılık A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait "İndirimlere ek 50 TL indirim ayrıcalığı sunuyoruz" ibareli

indirim çekinde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Hediye çeki.

**Tespitler:** Firma tarafından tüketicilere gönderilen hediye çekinde yer alan *"İndirimlere ek 50 TL indirim ayrıcalığı sunuyoruz… İndirim kodu diğer kampanyalarla birleştirilemez…”* ibarelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, söz konusu reklamların yanıltıcı nitelik taşımadığı değerlendirilmiş olup, anılan reklamların 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 62 nci maddesine **aykırılık teşkil etmediği** görüş ve kanaatine varılmıştır.

**172)**

**Dosya No: 2021/41**

**Şikayet Edilen: Özçelikkayalar Alışveriş Merkezleri Petrol Tarım ve Gıda San. Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait, mağaza girişinde yer alan afişler.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Afiş

**Tespitler:** İnceleme konusu afişlerde büyük puntolarla yazılan; *"Tüm ürünlerde kasada %30 indirim"* ibaresine, küçük puntolarla yazılan "Yüksel Ergül Giyim Dünyası" ibaresine yer verildiği,

Diğer taraftan bahse konu afişlerde indirimli satışın başlangıç ve bitiş tarihleri ile indirimli olarak satışa sunulan mal veya hizmetin stok miktarı gibi bilgilerinin belirtilmediği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, mağaza afişlerinde; *"Tüm ürünlerde kasada %30 indirim"* ibaresine yer verilerek söz konusu %30 oranındaki indirimin mağazadaki tüm ürünlere uygulanacağı izlenimi yaratıldığı, ancak söz konusu indirimin sadece, afişte görece küçük puntolarla yazılan "Yüksel Ergül Giyim Dünyası" markalı giyim ürünlerinde uygulandığı,

Diğer taraftan bahse konu afişlerde indirimli satışın başlangıç ve bitiş tarihleri ile indirimli olarak satışa sunulan mal veya hizmetin stok miktarı gibi bilgilerinin belirtilmediği,

Bütün bu durumların, tüketicileri yanıltıcı, aldatıcı ve bilgi eksikliklerini istismar edici nitelikte olduğu, tüketicinin algılama düzeyi göz önünde bulundurulduğunda mevzuata aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-ç, 9, 14, 18 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Özçelikkayalar Alışveriş Merkezleri Petrol Tarım ve Gıda San. Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/13 üncü maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**173)**

**Dosya No: 2021/69**

**Şikayet Edilen: Eera Elektronik Ticaret ve Bilişim Hizmetleri Ltd. Şti**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait www.itopya.com adresli e-ticaret platformunda yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** E-ticaret platformu www.itopya.comüzerinden 02.01.2021 tarihinde indirimli olarak 296.80 TL fiyattan satışa sunulan "Logitech Z213 Multimedia 2+1 Hoparlör" isimli ürünün 2021020215523043 sipariş numarasıyla tüketiciye satışının gerçekleştirildiği, 07.01.2021 tarihinde ise firma tarafından tüketiciye ürünün temin edilememesi sebebiyle siparişin iptal edildiği bilgisinin verildiği ancak; söz konusu ürünün 09.01.2021 tarihinde indirimsiz şekilde satışta olduğu,

Diğer taraftan, 09.01.2021 tarihinde ~~437.65 TL~~ 398.26 TL şeklinde indirimli olarak satışa sunulan söz konusu ürüne ilişkin indirimli satışın başlangıç ve bitiş tarihleri ile stok miktarı gibi bilgilere yer verilmediği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, www.itopya.comüzerinden gerçekleştirilen indirim kampanyası kapsamında tüketici tarafından satın alınan ürünün satışının, ilgili ürün stoklarda bulunmasına rağmen iptal edildiği,

Diğer taraftan, 09.01.2021 tarihinde ~~437.65 TL~~ 398.26 TL şeklinde indirimli olarak satışa sunulan söz konusu ürüne ilişkin indirimli satışın başlangıç ve bitiş tarihleri ile stok miktarı gibi bilgilere yer verilmediği, indirimli olarak satışa sunulan ürünlerde yapılan indirimin oranı hesaplanırken, indirimli fiyattan bir önceki fiyatın esas alınması gerekmesi sebebiyle bahse konu indirim öncesi ~~"437.65 TL"~~ şeklinde gösterilen fiyatın gerçeği yansıtmayarak yanıltıcı olduğu,

Tüketicilerin satın alma kararını etkileyen söz konusu tanıtım ve uygulamaların aldatıcı, yanıltıcı ve tüketicilerin bilgi eksikliklerini istismar edici nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların,

- Ticari reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 9, 14, 28 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Eera Elektronik Ticaret ve Bilişim Hizmetleri Ltd. Şti** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **114.326-TL (Yüzondörtbinüçyüzyirmialtı Türk Lirası)** **idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**174)**

**Dosya No: 2020/1104**

**Şikayet Edilen: Şükrü YEŞİLER-Interplot Academy**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından düzenlenen reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firma tarafından, Zilina ve Cavok üniversitesine ilişkin yayınlanan reklam ve tanıtımlarda, aracı firma olarak vatandaşlara pilot olma imkanının sunulduğu yönünde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firmaya ait http://interpilotacademy.com/ adresli internet sitesi üzerinden gerçekleştirilen tanıtımlarda, tanıtımlara konu İnter Pilot Akademisi'nin Slovakya merkezli Zilina Üniversitesi ile ortak olduğu ve bu ortaklık kapsamında "Pilotaj Üniversitesi+EASA-ATPL Havayolu Pilot Lisansı+ 3.5 Yılda Hem Üniversite Mezunu Ol Hem EASA-ATPL Pilot Lisansını Al" şeklindeki ifadelerle ve belirtilen okula ilişkin çeşitli bilgilere yer verilerek tanıtım yapıldığı ancak söz konusu üniversite ile var olan ortaklık anlaşmasının iptal edildiği, bu doğrultuda reklam ve tanıtımlara devam edilmesinin tüketicileri yanıltıcı olduğu tespit edilmiş ve bu durumun da tüketicileri yanıltıcı olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/3, 7/4, 7/5-b/c/g; 9/1; 11/1-a/b;28/1, 28/4; 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 3 ve 4 üncü maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,reklam veren **Şükrü Yeşiler-Interplot Academy** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri dahilinde belirtilen hususlara ilişkin olarak **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**175)**

**Dosya No: 2020/5113**

**Şikayet Edilen: Akredite Belgelendirme Eğitim Mühendislik İnşaat Gıda Tarım Veterinerlik Turizm Sanayi Ticaret Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından akreditasyon ve belgelendirme işlemlerine ilişkin olarak gerçekleştirilen tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ait söz konusu internet sitesinde şikayetçinin iddiasında yer alan hususlar yanında *“Şirketimiz prensipleri doğrultusunda Belgelendirmenin, bağımsız ve tarafsızlık ilkesinden ödün vermeden, sektörün uzman denetçileri ile denetimlerini gerçekleştirmekte..”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firmaya ait www.akredite.com.tr adresli internet sitesinde 22.09.2020 tarihinde yer verilen "Şirketimiz prensipleri doğrultusunda Belgelendirmenin, bağımsız ve tarafsızlık ilkesinden ödün vermeden, sektörün uzman denetçileri ile denetimlerini gerçekleştirmekte..", "AKREDİTE Belgelendirme Eğitim Ltd.Şti. Kalite Yönetim Sistemleri ve diğer standartlar konusunda faaliyet gösteren bir belgelendirme kuruluşu olarak kurulmuş olup firma Üst Yönetimi tarafsız, bağımsız ve gizlilik kurallarına tam bağımlı ilkesi ile profesyonel ortağınız ve çözüm asistanınız olmayı taahhüt etmektedir.", "TURKAK ve DAR'dan Belgelendirme yapabilen bir Belgelendirme Kuruluşu", "AKREDİTE BELGELENDİRME" nin "Sertifikalandırma Kriterleri"ne bakıldığında Helal Gıda Sertifikası' nın sadece "helal - haram" ölçütlerinin değil, "temizlik-hijyen" , "üretim" , "depolama" , ambalajlama" , "dağıtım" , "sağlık" , "beslenme" , "tedavi" gibi pek çok hususu kapsama alanına aldığı, bu niteliğiyle İslami inanç esaslarının ve bütün insani ölçütlerin esas alındığı görülecektir...Bizim "Sertifikalama Programımız "İslami ve insani" bütün esaslara dikkat çeker: Bu esaslara uyabilmeleri için "üreticiler" e yardım eder, "tüketiciler"i de bilinçlendirip zarara uğramamalarını ve çalışmalarını organize eder. Ancak, tabii ki İslami İnanç kriterlerine hususen dikkat çekmekteyiz; çünkü diğer kurallar uluslararası standartlara bağlanmış, yasal metinlerle desteklenmiş; ama İslami İnanç kuralları hususunda herhangi bir kriterler denetimine riayet edildiği görülmemektedir. Ülkemizde ilk kez "Helal-Haram" hudutlarına dikkat çeken ve tüketiciler birliğini, inanç değerlerine bağlı olanları tüketim yapmak isteyenleri temsilen faaliyete geçmiş olmamızdan ötürü, "Sertifikalandırma" nın "helal" bölümünün özellikle dikkat çekmesi normal de olsa...” vb. ifadeler yoluyla ve TÜRKAK ve Tarım ve Orman Bakanlığı gibi resmi devlet kurumlarının logolarına yer verilmek suretiyle firmaca yürütülen belgelendirme faaliyetlerinin resmi bir yönü olduğu izleniminin verildiği ve gerek ilgili site ismi, gerek bu sitede kullanılan ifadeler gerekse firma unvanı çerçevesinde 7060 sayılı Helal Akreditasyon Kurumu ile İlgili Bazı Düzenlemeler Hakkında Kanun kapsamında yetkisiz bir biçimde helal ürün akreditasyonuna ilişkin belgelendirme işlemlerinin yapıldığı izleniminin verildiği ve bu belgelendirme işlemlerine ilişkin olarak sunulan hizmetler konusunda yanıltıcı bilgiler verildiği tespit edilmiş olup aldatıcı ve yanıltıcı nitelikteki bu durumun da tüketicileri yanıltıcı olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/3, 7/4, 7/5-b/c/g; 9/1; 11/1-a/b; 12/1, 12/2; 28/1, 28/4; 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 2, 3, 4 ve 8 inci maddeleri,

-7060 sayılı Helal Akreditasyon Kurumu İle İlgili Bazı Düzenlemeler Hakkında Kanun,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,reklam veren **Akredite Belgelendirme Eğitim Mühendislik İnşaat Gıda Tarım Veterinerlik Turizm Sanayi Ticaret Limited Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **104.781 TL (Yüzdörtbinyediyüzseksenbir Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**176)**

**Dosya No: 2020/3371**

**Şikayet Edilen: Carrefoursa Carrefour Sabancı Ticaret Merkezi A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.carrefoursa.com adresli internet sitesinde satışa sunulan "İklimsa Denki DEN12 12000 BTU Inverter Klima" adlı ürüne ilişkin yapılan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 08.05.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.carrefoursa.com adresli internet sitesinde 08.05.2020 tarihinde indirimden önceki satış fiyatı 3.399,00-TL olan *"İklimsa Denki DEN12 12000 BTU Inverter Klima"* adlı ürünün %44 indirim oranı ile 1.899,00-TL satış fiyatı ile tüketicilere sunulduğu;

İnceleme konusu reklamlara istinaden, başvuru sahibi tüketici tarafından bahsi geçen ürünün teslimat bölgesi İzmir İli Çamtepe Mahallesi seçilmek suretiyle satın alındığı; ancak, şikayet edilen firma tarafından, ürünün stoklarda bulunmadığı gerekçesiyle belirtilen siparişin iptal edildiği,

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** www.carrefoursa.com adresli internet sitesinde 08.05.2020 tarihinde yapılan tanıtımlarda, indirimden önceki satış fiyatı 3.399,00-TL olan "İklimsa Denki DEN12 12000 BTU Inverter Klima" adlı ürünün %44 indirim oranı ile 1.899,00-TL satış fiyatı ile tüketicilere sunulduğu;

İnceleme konusu reklamlara istinaden, başvuru sahibi tüketici tarafından bahsi geçen ürünün satın alındığı; ancak, ürünün stoklarda bulunmadığı gerekçesiyle belirtilen siparişin iptal edildiği; buna göre, www.carrefoursa.com adresli internet sitesinde yapılan tanıtımlarda, "İklimsa Denki DEN12 12000 BTU Inverter Klima" adlı ürünün stoklarda bulunduğu ifade edilmesine rağmen, tüketici tarafından yapılan alışverişin iptal edilmesi nedeniyle söz konusu tanıtımlarda yer alan vaadin gerçekleştirilmeyerek tüketicilerin yanıltıldığı; ayrıca, fiyat bilgisi içeren reklamlarda, fiyatın geçerliliği ile ilgili sınır olması durumunda, stok miktarının belirtilmesi gerektiği;

Bununla birlikte, söz konusu kampanya kapsamında yapılan indirimlerin gerçek bir indirim olmaması nedeniyle, tüketiciler nezdinde olduğundan daha fazla indirim yapılıyormuş algısı uyandırdığı; bu nedenle, indirimden önceki satış fiyatı 3.399,00-TL olan "İklimsa Denki DEN12 12000 BTU Inverter Klima" adlı ürünün indirimden bir önceki fiyat olduğunun ve indirimsiz fiyat üzerinden tüketicilere sunulduğunun ispata muhtaç olduğu; ancak şikayet edilen firma tarafından bu hususun ispatlanamadığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5; 9; 13; 14 ve 28 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**177)**

**Dosya No: 2020/5061**

**Şikayet Edilen: Linex Teknoloji İç ve Dış Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Söz konusufirma tarafından"Efsane Cuma" başlıklı indirimli satış kampanyası kapsamındawww.hepsiburada.comadreslie-ticaret platformu üzerinden satışa sunulan “Tesvor T8 Akıllı Navigasyonlu Robot Süpürge” adlı ürüne ilişkin tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 25.11.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.hepsiburada.com üzerinden "Tesvor T8 Akıllı Navigasyonlu Robot Süpürge" adlı ürüne yönelik reklam ve tanıtımlarda, ürünün 8.999 TL'den %66 indirim ile 3.045 TL'ye ve ardından sepette %8 indirim ile de 2.801,40 TL'ye satışa sunulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler neticesinde, anılan sitede "Tesvor T8 Akıllı Navigasyonlu Robot Süpürge" adlı ürüne ilişkin reklam ve tanıtımlarda, ürünün 8.999 TL'den %66 indirim ile 3.045 TL'ye ve ardından sepette %8 indirim ile de 2.801,40 TL'ye satışa sunulmasına karşın inceleme konusu "Efsane Kasım İndirimleri"nden önceki tarihlerde indirim öncesi fiyat ile (8.999 TL) satıldığına ilişkin kanıt sunulamadığı, Reklam Kurulu’na iletilen 8.999 TL tutarlı satış faturasının indirimli satış kampanyasına ilişkin tanıtımların yapıldığı 06.11.2020 tarihinden önce olması gerekirken daha sonraki bir tarih olan 17.11.2020'de düzenlendiğinin anlaşıldığı, keza bu durumun akabinde faturanın düzenlendiği tarihte ve sonrasında da anılan ürünün bahse konu e-ticaret sitesinde %70 indirim ve sepette ekstra %8 indirimli olarak 8.999,99 TL yerine 2.499 TL fiyattan satışa sunulmaya devam edildiği, hâl böyle iken ürünün indirim öncesi fiyatla satışının yapıldığına dair faturanın gerçeği yansıtmaktan uzak olduğu; ayrıca ürüne ilişkin reklamlarda, indirimli satışın 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 değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtım ve ticari uygulamaların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-ç, 9, 13, 14, 28 ve 29’uncu maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,reklam veren **Linex Teknoloji İç ve Dış Ticaret Ltd. Şti.** 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** verilmesinekarar verilmiştir.

**178)**

**Dosya No: 2020/5064**

**Şikayet Edilen: Garaj Online Elektronik Ticaret Hizmetleri A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Söz konusufirma tarafından"Efsane Cuma" başlıklı indirimli satış kampanyası kapsamındawww.hepsiburada.comadreslie-ticaret platformu üzerinden satışa sunulan “HP Omen 15-dh1016nt Intel Core i7” adlı ürüne ilişkin tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 22.11.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.hepsiburada.com üzerinden “HP Omen 15-dh1016nt Intel Core i7” adlı ürüne yönelik reklam ve tanıtımlarda, ürünün %20 indirimli olarak 18.373,75 TL yerine 14.699 TL fiyattan satışa sunulduğu; diğer taraftan, anılan ürünün aynı tarihte, birkaç saat önce ise 15.150,45 TL fiyatın üzeri çizilerek halihazırda 12.120,140 TL'den satıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler neticesinde, anılan sitede “HP Omen 15-dh1016nt Intel Core i7” adlı ürüne ilişkin reklam ve tanıtımlarda, bahse konu ürünün fiyatında artış yapılmasına karşın, üründe önemli bir indirim yapıldığı yönünde aldatıcı reklamlar gerçekleştirildiği, bununla beraber ürünün satışa sunulan stok miktarına da yer verilmediği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtım ve ticari uygulamaların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-ç, 9, 13, 14, 28 ve 29’uncu maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,reklam veren **Garaj Online Elektronik Ticaret Hizmetleri A.Ş.** hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63’üncü ve 77/12’nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**179)**

**Dosya No: 2019/9383**

**Şikayet Edilen: Akuamarin (Ersan&Ertan Doğan)**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından kullanılan poşetlerin üzerindeki görseller

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Yayınlandığı Mecra:** Poşet

**Tespitler**: Firma tarafından kullanılan poşetlerin üzerinde elinde kanlı bir bıçak tutan erkek çocuk görselinin bulunduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, firma tarafından yapılan açıklamalar ve sunulan belgeler göz önüne alınarak herhangi bir aldatıcı/yanıltıcı ifadeye/uygulamaya yer verilmediği ve poşet görsellerinin reklam kapsamında değerlendirilemeyeceği anlaşılmış, dolayısıyla anılan başvurunun 6502 sayılı Kanun’un 61 ve 62 nci maddesi hükümlerine **aykırı olmadığına** karar verilmiştir.

**180)**

**Dosya No: 2020/274**

**Şikayet Edilen: Dsm Grup Danışmanlık İletişim ve Satış Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından düzenlenen “muhteşem indirim” kampanyaları

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: Tüketici tarafından sunulan görsellerde LG marka 49SM8200 49" 124 Ekran Uydu Alıcılı NanoCell 4K Ultra HD Smart LED TV'nin 5999 TL olan fiyatının 1900 TL'lik indirimle ve stokta kalan son ürün ibaresiyle 4099 TL olarak yazıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, firma tarafından yapılan açıklamalar ve sunulan belgeler göz önüne alınarak herhangi bir aldatıcı/yanıltıcı ifadeye/uygulamaya yer verilmediği anlaşılmış, dolayısıyla anılan başvurunun 6502 sayılı Kanun’un 61 ve 62 nci maddesi hükümlerine **aykırı olmadığına** karar verilmiştir.

**4. Diğer Konuların Konuşulması**

**4.1)**

**Dosya No: 2018/7751**

Farmasi Enternasyonel Tic. A.Ş. isimli firmaya ait www.farmasiint.com adresli internet sitesinde, “Farmasioffical” isimli instagram hesabında, Temmuz 2018 ve Eylül 2019 tarihli ürün kataloglarında yer alan muhtelif kozmetik, temizlik ve gıda ürünlerine ilişkin tanıtımlar ile 13.01.2019 tarihli Hürriyet Gazetesi’nde yer alan “Farmasi Teşekkürler Türkiye” başlıklı ilan ile ilgili olarak Reklam Kurulu’nun 08.12.2020 tarih ve 304 sayılı toplantısında alınan **anılan reklamları durdurma cezası** kararına karşı **Avon Kozmetik Ürünleri Sanayi ve Ticaret A.Ş**. tarafından yapılan itiraz başvurusunun değerlendirilmesi sonucunda **itirazın reddine** karar verilmiştir.

**4.2)**

**Dosya No: 2019/2274**

www. modasuma.com adresli internet sitesinde yer alan muhtelif markalı parfümlere ilişkin tanıtımlar ile ilgili olarak Reklam Kurulu’nun 08.12.2020 tarih ve 304 sayılı sayılı toplantısında alınan **idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** kararına karşı yapılan **itiraz** başvurusunun değerlendirilmesi neticesinde; anılan reklamlarla ilgili olarak **Oğuz ASLAN** adına tesis edilmiş olan idari para ve reklamları durdurma cezalarının, söz konusu tanıtımların Cspr Gıda İnşaat Hırdavat Turizm Dış Ticaret Ltd. Şti. unvanlı firmaya ait olduğunun tespit edilmiş olması nedeniyle **geri alınarak**, bahsi geçen **104.781 TL (Yüzdörtbinyediyüzseksenbir Türk Lirası) idari para ve durdurma cezalarının** gerçek muhatap **Cspr Gıda İnşaat Hırdavat Turizm Dış Ticaret Ltd. Şti.** adına tesis edilmesine karar verilmiştir.