**T.C.**

**TİCARET BAKANLIĞI**

**Reklam Kurulu Başkanlığı**

**BASIN BÜLTENİ**

**Toplantı Tarihi :** 9 Mart 2021

**Toplantı Sayısı :** 307

**İLETİŞİM HİZMETLERİ**

**1)**

**Dosya No: 2020/2106**

**Şikayet Edilen: Yakanet Elektronik Haberleşme Hiz. Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Sınırsız İnternet 50 TL Aylık Ücret” başlıklı tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Yayınlandığı Mecra:** Broşür

**Tespitler**: Yakanet Elektronik Haberleşme Hiz. Tic. Ltd. Şti.’ye ait broşürlerde yayınlanan tanıtımlarda *“Yakanet Kablosuz Yaşam Teknolojileri – Altyapı derdi yok, sürpriz fatura derdi yok, sabit telefon yok, kota yok! Sınırsız İnternet 50 TL Aylık Ücret.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, Yakanet Elektronik Haberleşme Hiz. Tic. Ltd. Şti. unvanlı firmaya ait “Sınırsız İnternet 50 TL Aylık Ücret” başlıklı broşür tanıtımlarında *“Yakanet Kablosuz Yaşam Teknolojileri – Alyapı derdi yok, sürpriz fatura derdi yok, sabit telefon yok, kota yok! Sınırsız İnternet 50 TL Aylık Ücret.”* ifadelerine yer verildiği, ancak Fatsa/Ordu’daki tüketiciler için söz konusu hizmetin aylık 100 TL olarak fiyatlandırıldığı, dolayısıyla ana vaatte fiyatı 50 TL olarak sunulan hizmetin bazı konumlarda farklı fiyatlandırılabileceğine ilişkin istisnalarının bulunduğu bilgisine yer verilmediğinden 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, 18/1, 18/2 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Yakanet Elektronik Haberleşme Hiz. Tic. Ltd. Şti.** hakkında, söz konusu tanıtımlar ile ilgili olarak, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**2)**

**Dosya No: 2020/2655**

**Şikayet Edilen: TürkNet İletişim Hiz. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.turk.net](http://www.turk.net) adresli internet sitesinde yer alan “100 MBPS’e Kadar Hızlı, Kotasız, Taahhütsüz İnternet 85 TL” başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019, 2020, 2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: [www.turk.net](http://www.turk.net) adresli internet sitesinde yer alan “100 MBPS’e Kadar Hızlı, Kotasız, Taahhütsüz İnternet 85 TL” başlıklı reklamlarda *“Beğenmezseniz paranız %100 iade. İlk 30 gün. Kota yok. Sınırsız İnternet. Türknet’te koya yok, hiçbir zaman hızınızı düşürmeyen gerçek sınırsız ve kotasız internet deneyimi var. 35 MPBS Yüksek Hız. Size 35 MPBS’e kadar download, 3 MPBS’e kadar upload paketi tanımlayacağız. Taahhüt yok. Kolay iptal. İstediğiniz zaman vazgeçme özgürlüğü var. Hizmetinizi mecbur olduğunuz için değil, memnun olduğunuz sürece kullanırsınız. (…) Daha yüksek hız ister misiniz? Abone olduktan sonra hızınızı yükseltebilirsiniz. Altyapınızın desteklediği en yüksek tahmini hız 50 MBPS. Altyapınız müsait olduğu için abone olduktan sonra Online İşlemler veya Mobil Uygulama üzerinden Özgür İletişim Ekstra 50 tarifesine geçiş yaparak 50 MBPS’e kadar download, 4 MPBS’e kadar upload hızında interneti ayda 10 TL farkla kullanabilirsiniz.”* ifadelerinin yer aldığı tespit edilmiştir.

Diğer taraftan, tüketici başvurusuna konu "Bornova 92" adlı santral üzerinde Türk Telekom’a ait bakır altyapı üzerinden veri akış erişimi (VAE) teknolojisi ile internet hizmeti sunulduğu anlaşılmıştır.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, anılan tanıtımlarda bahsi geçen internet hizmetinden tüketicilerin 100 MBPS’e kadar hız ile 85 TL karşılığında faydalandırıldığı, ayrıca reklamlara konu 10 TL ilave ücretin, fiber altyapısı olmayan bölgelerde ve kullanılan modemin desteklemesi halinde mevcuttan daha yüksek hızda internet almak isteyen tüketicilere ilave bir hizmet karşılığı olarak rızaları dâhilinde sunulduğu değerlendirilmiş olup,

Söz konusu tanıtımların 6502 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’a ve ilgili Yönetmeliğe ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**3)**

**Dosya No: 2020/3141**

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

**Şikayet Edilen Reklam**: Vodafone Yanımda uygulamasında yayınlanan “Vodafone TV Full Paket” başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: Vodafone Telekomünikasyon A.Ş. unvanlı firmaya ait Vodafone Yanımda uygulamasında yayınlanan “Vodafone TV Full Paket” başlıklı reklamlarda *“Vodafone TV Full Paket mobil internetinizden yemez. 80’den fazla TV kanalı (…) Sinemadan sonra pek çok filmi her ay ilk kez siz izlersiniz. Akıllı telefon, tablet, akıllı televizyon ve bilgisayardan kullanılabilir.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, Vodafone Yanımda uygulamasında yayınlanan “Vodafone TV Full Paket” başlıklı reklamlarda tüketicileri yanıltıcı nitelikte bir husus bulunmadığı, başvuru sahibi tüketicinin anılan uygulamaya ilişkin hizmet kalitesinde yaşadığı mağduriyet için Tüketici Hakem Heyeti’ne başvurması gerektiği değerlendirilmiş olup,

Söz konusu tanıtımların 6502 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’a ve ilgili Yönetmeliğe ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**4)**

**Dosya No: 2020/4035**

**Şikayet Edilen: Vodafone Net İletişim Hiz. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam**: [www.vodafone.com.tr](http://www.vodafone.com.tr) adresli internet sitesinde tanıtılan fiber internet hizmeti kampanyalarından modem kiralama ücreti dahil edilmeden faydalanılamayacağı hususunu içeren reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: [www.vodafone.com.tr](http://www.vodafone.com.tr) adresli internet sitesinde yayınlanan “Vodafone Evde İnternet” başlıklı reklamlarda *“34.90 TL’den başlayan limitsiz Fiber&ADSL internet tarifeleri sizleri bekliyor. (…) Modem ücretli mi? Fiber altyapısında, Gençlik tarifeleri hariç tüm tarifelerde aylık 7,90 TL modem kiralama ücreti bulunur. ADSL altyapısında ise 24 ay taahhütlü tarifelerimizde aylık 7,90 TL, 12 ay taahhütlü tarifelerimizde aylık 13,80 TL modem ücreti bulunur.”* yer verildiği tespit edilmiştir.

**Kurum/Kuruluş Görüşü:** 22.02.2021 tarihli ve 12014 sayılı Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu’ndan alınan görüş yazısında, Vodafone Net'in, söz konusu fiber genişbant hizmetini Türk Telekomünikasyon A.Ş. ya da diğer altyapı sahibi işletmecilerin altyapısı üzerinden toptan seviyede hizmet alarak sunabileceği gibi abone lokasyonunda varsa kendi altyapısı üzerinden de sunabileceği belirtilmiştir. 31.12.2019 tarihli Kurul Kararı ile onaylanarak yürürlüğe giren Toptan Sabit Yerel ve Merkezi Erişim Pazarlarına yönelik pazar analizi ile fiber genişbant erişim hizmetlerinin de ilgili pazar kapsamına dâhil edildiğinin ifade edildiği yazıda, bu konuda Etkin Piyasa Gücüne sahip olduğu tespit edilen Türk Telekom tarafından taslak referans teklifin Kurum onayına sunulduğu söylenmiştir. Buna göre; fiber genişbant erişim hizmetlerinin sunumuna ilişkin koşullar ve hükümler değerlendirme aşamasında olup şu aşamada ilgili referans teklifin onaylanmasına kadar Türk Telekom tarafından İnternet Servis Sağlayıcılarına (İSS) toptan seviyede sunulan fiber genişbant erişim hizmetlerinin koşulları işletmeciler arasındaki ticari sözleşmelerle belirlenmeye devam etmektedir. Bu kapsamda, eve kadar fiber erişim hizmetlerinde modem olarak kullanılabilen Home Gateway cihazının bazı teknik nedenlerle ve ses hizmetlerinin de sunulabilmesi için gerekli olduğu gerekçesiyle kullanılmasının zorunlu olduğunun Kurum tarafından bilindiği belirtilmiştir. Ayrıca, Kurum’a gönderilen sözleşmelerden bazı diğer altyapı sahibi işletmeciler tarafından da eve kadar fiber genişbant erişim hizmetlerinde kendi modemlerinin kullanılmasının zorunlu tutulduğunun anlaşıldığı ifade edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, [www.vodafone.com.tr](http://www.vodafone.com.tr) adresli internet sitesinde tanıtılan fiber internet kampanyalarından modem kiralama ücreti dâhil edilmeden faydalanılamayacağı hususunu içeren tanıtımlarda tüketicileri yanıltıcı nitelikte bir husus bulunmadığı değerlendirilmiş olup,

Söz konusu reklamların 6502 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’a ve ilgili Yönetmeliğe ***aykırı olmadığına***karar verilmiştir.

**5)**

**Dosya No: 2020/4442**

**Şikayet Edilen: Ahmet NAKUH (Ucuz Net)**

**Şikayet Edilen Reklam/HTU:** 0216 212 00 05 numaralı hat aracılığıyla yapılan tanıtımlar

**Reklam/HTU Yayın Tarihi:** 2020

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

**Tespitler**: Ahmet NAKUH isimli şahıs adına kayıtlı 0216 212 00 05 numaralı telefon hattından 2020 yılında gönderilen kısa mesajlarda *“Ev İnternetinde Kampanya! Sınırsız İnternet + Kurulum 24 ay sabit 44,90 TL. Başvuru için hemen arayın.”* ifadelerinin yer aldığı,

Muhtelif sayıda tüketicinin internet mecrasında söz konusu telefon numarasına ilişkin *“TTNET abonesi olmak için internet sitesinde form doldurdum, beni bu numaradan aradılar. Beni D-Smart abonesi yapmışlar, yani ayaküstü dolandılar. Ben tekrar tekrar sordum Türk Telekom abonesi olmak istiyorum, başka bir abonelik istemem dedim bana kaçamak cevaplar verdiler (…)”*, *“Türk Telekom sayfasına online evde internet başvurdum zannettim. Çakma sayfa hazırlamışlar. Adı soyadı numaramı yazmıştım, 0216 212 00 05 numarasından aradılar, D-Smart olduğunu söyledi. (…)”*, *“Türk Telekom’a müracaat ettik sanıyorsunuz, alakası yok D-Smart çıkıyor (…)”* şeklinde ifadelere yer verdiği tespit edilmiştir.

**Reklam veren/HTU’da Bulunan Açıklamaları:** 06.02.2021 tarihinde tebliğ edilen Bakanlık yazımıza ilgili firma yanıt vermemiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, 0216 212 00 05 numaralı telefon hattı aracılığıyla gerçekleştirilen telefon aralamalarında *“Türk Telekom’dan arıyoruz.”* şeklinde tanıtım yapılarak Türk Telekom firmasının itibarından haksız biçimde yararlanıldığı ve Türk Telekom ismi ile anılan firma lehine haksız kazanç elde edildiği, bu durumun haksız rekabete yol açtığı,

Bahsi geçen ticari uygulamanın dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği ve tüketicilerin normal şartlar altında taraf olmayacağı bir işleme taraf olmasına yol açan aldatıcı bir ihtimal doğurması gerekçesiyle haksız ticari uygulama niteliğinde olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu uygulamaların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, ticari uygulamada bulunan **Ahmet NAKUH (Ucuz Net)** hakkında, söz konusu uygulamalar ile ilgili olarak, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/13 üncü maddeleri uyarınca **10.475,-TL. (Onbindörtyüzyetmişbeş Türk Lirası) idari para ve anılan ticari uygulamaları durdurma cezaları** verilmesinekarar verilmiştir.

**6)**

**Dosya No: 2020/4714**

**Şikayet Edilen: E Digital Bilgi A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam/HTU:** 0850 480 96 18 numaralı hat aracılığıyla yapılan aramalar

**Reklam/HTU Yayın Tarihi:** 18.12.2020

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

**Tespitler**: E Digital Bilgi A.Ş. adlı firma adına kayıtlı 0850 480 96 18numaralı telefon hattından muhtelif tüketicilerin Türk Telekom adına arandığı, söz konusu görüşmelerde tüketicilere Türk Telekom’a ait %50 indirimli tarifelerden seçebileceklerine ilişkin sunulan vaatlerin gerçeği yansıtmadığı tespit edilmiştir.

**Reklam Veren/HTU’da Bulunan Açıklamaları:** 31.01.2021 tarihinde tebliğ edilen Bakanlık yazımıza ilgili firma yanıt vermemiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, 850 480 96 18 numaralı telefon hattından muhtelif tüketicilerin *“Türk Telekom’dan arıyoruz.”* şeklinde arandığı, söz konusu görüşmelerde tüketicilere Türk Telekom’a ait %50 indirimli tarifelerden seçebileceklerine ilişkin sunulan vaadin gerçeği yansıtmadığı, ayrıca tüketicilere ait kişisel verilerin Türk Telekom firmasının itibarından haksız biçimde yararlanarak toplandığı ve Türk Telekom ismi ile anılan firma lehine haksız kazanç elde edildiği, bu durumun haksız rekabete yol açtığı,

Ayrıca, bahsi geçen aramaların dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği ve tüketicilerin normal şartlar altında taraf olmayacağı bir işleme taraf olmasına yol açan aldatıcı bir ihtimal doğurması gerekçesiyle haksız ticari uygulama niteliğinde olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, ticari uygulamada bulunan **E Digital Bilgi A.Ş.** hakkında, söz konusu uygulamalar ile ilgili olarak, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/13 üncü maddeleri uyarınca **10.475,-TL. (Onbindörtyüzyetmişbeş Türk Lirası) idari para ve anılan ticari uygulamaları durdurma cezaları** verilmesinekarar verilmiştir.

**7)**

**Dosya No: 2021/39**

**Şikayet Edilen: Krea İçerik Hiz. ve Prodüksiyon A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam/HTU:** 0212 945 72 73 numaralı telefon hattından Digitürk kampanya tanıtımlarına ilişkin yapılan aramalar.

**Reklam/HTU Yayın Tarihi:** 25.09.2020

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

**Tespitler**: Tüketicinin Digitürk bayisine ait olduğu anlaşılan 0212 945 72 73 numaralı telefon hattından arandığı, ancak Krea İçerik Hiz. ve Prodüksiyon A.Ş. tarafından yapılan incelemede söz konusu görüşmenin ses kayıtlarına ulaşılamadığı, konuya ilişkin iddiaların aksini ispatlar nitelikte bilgi ve belgeye ulaşılamadığından başvuru sahibi tüketicinin mağduriyetinin giderildiği tespit edilmiştir.

**Reklam Veren/HTU’da Bulunan Açıklamaları:** Firma tarafından yapılan açıklamada, 0212 945 72 73 numaralı hattın Digitürk bünyesindeki bir bayiye ait olduğu belirtilmiş olup başvuru sahibi tüketicinin iddialarına yönelik telefon görüşmesine ilişkin ses kaydının bu bayiden talep edildiği ancak söz konusu kaydın temin edilemediği beyan edilmiştir. Firma tarafından aksini ispatlar nitelikte herhangi bir bilgi ve belgeye ulaşılamadığından başvuru sahibi tüketicinin iddiaları doğru kabul edilerek başvuruda bahsi geçen mağduriyetin kendileri tarafından giderildiği ifade edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, 0212 945 72 73 numaralı telefon hattından Digitürk kampanyaları hakkında yapılan aramalarda Krea İçerik Hiz. ve Prodüksiyon A.Ş. tarafından tüketicileri yanıltıcı nitelikte bir uygulamada bulunulmadığı değerlendirilmiş olup,

Söz konusu ticari uygulamaların 6502 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’a ve ilgili Yönetmeliğe ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**ÖRTÜLÜ REKLAM**

**8)**

**Dosya No: 2020/2104**

**Şikayet Edilen: Pınar ALTUĞ ATACAN**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Passiflora Kapsül” markalı-isimli takviye edici gıda niteliğindeki ürüne ilişkin sosyal medya hesabında (Instagram) yayınlanan tanıtım

**Reklam/HTU Yayın Tarihi:** 15.06.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** 15.06.2020 tarihinde, Pınar ALTUĞ ATACAN’a ait sosyal medya hesabında (Instagram) yayınlanan tanıtımda, “Passiflora Kapsül” isimli ürüne ilişkin olarak söz konusu ürünün içeriğindeki bileşenler sayesinde stres, gerginlik ve uyuyamama durumlarına faydalı olduğu, ürünün bağımlılık yapmadığı şeklinde beyanlara ve adı geçeninin gerçekten bu ürünü kullandığı ve üründen fayda gördüğü yönünde tanıklığına yer verildiği tespit edilmiştir.

**Reklâm Veren Açıklamaları:** Pınar ALTUĞ ATACAN tarafından yapılan açıklamada, tanıtımda yer alan ifadelerin sağlık beyanı niteliği taşımadığı, tanıtımı yapılan ürünün stres, endişe ve uykuya dalma sorunlarını tedavi ettiğini söylemediği, stres, endişe ve uykuya dalma probleminden tıbbi anlamda hastalık ismi olmadığı ve gündelik hayatta herkesin yaşadığı stres ve endişe durumlarından bahsettiği, passifloradan ürün ismi olarak değil bitki adı olarak bahsedildiği, ürünün değil “passiflora incarnata” bitkisinin iyi yönde etkisinin olabileceğine yönelik tavsiye verildiği, tanıtımı yapılan ürünün üretici firma ile arasında herhangi bir reklam sözleşmesi olmadığı ve sözü edilen durumların hastalık olmadığı gerekçesiyle tedavi evrakı ve başkaca belge bulunmadığı ifade edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, 15 Haziran 2020 tarihinde Pınar ALTUĞ ATACAN tarafından Instagram hesabında yayınlanan “Passiflora Kapsül” isimli ürüne ilişkin reklamda; “*Öyle bir dönemden geçiyoruz ki; sevdiklerimizin sağlığı, can güvencesi, ekonomik kaygılar, ülkenin durumu derken hepimizin kafaları kazana dönmüş̧ durumda! Haliyle tüm bunlar aklımıza takılınca da uyumakta zorluk çekiyoruz. Böyle dönemler için bazen desteğe ihtiyaç̧ duyarız. Stresin, endişenin, rahat uykuya dalabilmenin üstesinden kimisi yoga yaparak, kimisi doğal takviyelerden faydalanarak gelir. Eskiden uçağa binerken, sınav dönemlerinde ve stresli zamanlarımda Passiflora’nın çok faydasını görmüştüm. Bir eczaneden stres, gerginlik, uyuyamama durumlarında, Passiflora incarnata bitkisinin oldukça eski zamanlardan beri kullanıldığını anlatmışlar ve bu bitkiyi içeren takviye önermişlerdi. Doğrusu insan biraz çekiniyor bağımlılık yapar mı diye, fakat ilaç̧ değil de takviye edici gıda olduğunu, hele bir de bağımlılık yapmadığını öğrendiğimde çekincem geçti. Passiflora'yı eskiden şurup olarak bilenler, kapsülünün olduğunu öğrendiklerinde kolaylıkla kullanacakları için memnun olacaklardır. @passiflorakapsul hem içeriği hem de DNA sertifikasıyla güvenilir bulduğum bir marka. Bitkisel içerikli @passiflorakapsul ’ü eczanelerden temin edebilirsiniz. Yalnız ilaç̧ kullananlar, hamile ve emziren kadınlar, doktorunuza danışmayı unutmayın lütfen*." ifadelerine yer verilerek söz konusu ürünün içeriğindeki bileşenler sayesinde stres, gerginlik ve uyuyamama durumlarına faydalı olduğu ve ürünün bağımlılık yapmadığı şeklinde beyanlar ile gerçekten bu ürünü kullanıp faydalandığı yönünde tanıklığına yer verildiği,

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

Diğer taraftan, inceleme konusu reklamda adı geçen ürünün gerçekten Pınar ALTUĞ ATACAN tarafından kullanılarak iddia edilen etkinliğinin bizzat deneyimlendiği şeklinde bir algı oluşturulduğu, bu durumun gerçeği yansıtmadığı, dolayısıyla söz konusu reklamların bu açıdan da aldatıcı - yanıltıcı ve Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin “Tanıklı reklamlar”a ilişkin hükümlerine aykırı olduğu,

Ayrıca, Pınar ALTUĞ ATACAN tarafından sosyal medya hesabında yayınlanan bu tanıtımın, açıkça reklam olduğu hususunun da belirtilmemesi nedeniyle Reklam Mevzuatında yer alan “Reklamların ayırt edilmesi” ve “Örtülü reklam”a ilişkin hükümlerin de ihlal edildiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/1-b, 6/1, 6/3, 7/1, 7/2, 7/3,7/4, 7/5-a, 9/1, 9/2, 9/5, 16/1, 22/1 ve 26 ncı maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren Pınar ALTUĞ ATACAN hakkında, söz konusu tanıtımlar ile ilgili olarak, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **104.781,00-TL (Yüzdörtbinyediyüzseksenbir Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**9)**

**Dosya No:** 2020/4790

**Şikayet Edilen: Berk KEKLİK**

**Şikayet Edilen Reklam**: Şahsa ait Instagram hesabından yapılan "Trendyol" örtülü reklamı

**Reklam Yayın Tarihi**: 24.12.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Şahsa ait "uberkuloz" isimli Instagram hesabında hikaye bölümünde "*Trendyol hızlı marketteki oruç markette oreo 1 lira, onur markette tobleron 5 lira, yukarı kaydırın abla*" gibi ifadelere ve muhtelif ürün isimlerine yer verilmek suretiyle "Trendyol" sitesine yönlendirme yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar**: Yapılan inceleme sonucunda, şahsa ait "uberkuloz" isimli Instagram hesabında (09.03.2021 tarihi itibariyle 2,1 milyon) takipçilerini "etkilemek" amacıyla hikaye bölümünde "*Trendyol hızlı marketteki oruç markette oreo 1 lira, onur markette tobleron 5 lira, yukarı kaydırın abla*" gibi ifadelere, muhtelif ürün isimlerine ve avantajlı olduğu iddia edilen fiyatlara yer verildiği, böylece takipçilerin ürünleri satın alabilmesi için "Trendyol" sitesine yönlendirildiği, dolayısıyla firmayla arasında reklam anlaşması olduğu halde işbirliği yapıldığına dair bilgilendirme yapılmadığı, böylece açıkça reklam olduğunun anlaşılmadığı, herhangi bir reklam ibaresi bulunmadan "Trendyol" markasının örtülü reklamının yapıldığı değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7/1,7/2, 7/3, 7/4, 7/5, 22, 23 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, mecra kuruluşu **Berk KEKLİK** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**10)**

**Dosya No:** 2021/723

**Şikayet Edilen: Meryem CAN**

**Şikayet Edilen Reklam**: Şahsa ait Youtube hesabında yayınlanan "*Viral fotoğraf hilelerini test ettim 2*" ve "*Kayıp telefon ilanıyla yalancıları tespit etmek*" başlıklı videolar

**Reklam Yayın Tarihi**: 24.12.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** “Viral fotoğraf hilelerini test ettim2" başlıklı videoda "Huawei P40 pro" marka cep telefonu ismine yer vermek suretiyle fotoğraflar çekildiği ve “ *Normalde cep telefonuyla arkadaşlar bu tarz pozlar, bu tarz fotoğraflar çekmemiz pek mümkün değil ama Huawei p40 Pro'nun Pro modunda size " shutter" ayarı sunduğu için bu tarz fotoğraflar çekebiliyorsunuz.", "Çok karanlık bir ortamda çekim yapmak zorunda kaldık. normalde bu tarz karanlık ortamlarda normal sıradan bir cep telefonu kamerasıyla çekim yapmak pek kolay olmuyor, hatta imkansız oluyor. Fakat P40 Pro'nun düşük ışık moduyla gördüğünüz gibi bu tarz canlı, gayet net fotoğraflar çekebildik.*" gibi ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar**: Yapılan inceleme sonucunda, “Huawei” marka telefonun diğer telefonların aksine karanlıkta dahi canlı, net fotoğraflar çekebildiği söylenerek çekim kalitesinin vurgulandığı, ayrıca fotoğrafların "yalnızca tek bir dokunuşla-tek bir tuşla" bilgisayara aktarılabildiği, 50.0x zoom ile çok net yakınlaşabildiği gibi birçok özelliğinden bahsedilerek anılan markanın reklamının yapıldığı, ancak firmayla aranızda reklam anlaşması olduğu halde işbirliği yapıldığına dair videoda bilgilendirme yapılmadığı, böylece söz konusu video içeriğinin açıkça reklam olduğunun anlaşılmadığı, herhangi bir reklam ibaresi bulunmadan "Huawei" markasının örtülü reklamının yapıldığı,

Diğer taraftan, "kayıp telefon ilanıyla yalancıları tespit etmek" başlıklı videoda da "Huawei" marka cep telefonu, kulaklık ve saat görüntülerine yer verilerek ve saatin özelliklerinden-stres testi-müzik eşleştirme gibi- bahsederek herhangi bir reklam ibaresi bulunmadan "Huawei" markasının örtülü reklamının yapıldığı değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin, 6, 7/1,7/2, 7/3, 7/4, 7/5, 22, 23 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, mecra kuruluşu **Meryem CAN** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**11)**

**Dosya No: 2021/2460**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** www.hurriyet.com.tr adresli internet sitesinin 16.07.2020 tarihli görünümünde yayınlanan “Popüler telefona 2000 TL indirim geldi!” başlıklı yazı.

**Reklam Yayın Tarihi:** 16.07.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.hurriyet.com.tr adresli internet sitesinin 16.07.2020 tarihli görünümünde, ana sayfa içerisinde yer alan haber başlıkları ile yan yana “Popüler telefona 2000 TL indirim geldi!” başlığına yer verildiği; söz konusu başlığın içeriğinde ise *"Bu bir ilandır"* ibaresi ile birlikte *"Bu haftanın en çok satan elektronik ürünleri. Özellikle home office çalışmaya geçenler nedeniyle elektronik ürünlerin satışlarında büyük bir artış yaşanıyor. Peki en çok hangi cihazlar satıyor? İşte fiyatıyla şaşırtan popüler elektronik ürünler.."* şeklinde www.amazon.com.tr adresli internet sitesinde satışı gerçekleştirilen ürünlere yer verildiğitespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** www.hurriyet.com.tr adresli internet sitesinin 16.07.2020 tarihli görünümünde, ana sayfa içerisinde yer alan haber başlıkları ile yan yana *“Popüler telefona 2000 TL indirim geldi!” başlığına yer verildiği; söz konusu başlığın içeriğinde ise "Bu bir ilandır" ibaresi ile birlikte "Bu haftanın en çok satan elektronik ürünleri. Özellikle home office çalışmaya geçenler nedeniyle elektronik ürünlerin satışlarında büyük bir artış yaşanıyor. Peki en çok hangi cihazlar satıyor? İşte fiyatıyla şaşırtan popüler elektronik ürünler.."* şeklinde www.amazon.com.tr adresli internet sitesinde satışı gerçekleştirilen ürünlere yer verildiği;

Buna göre, ana sayfa içerisinde yer alan “Popüler telefona 2000 TL indirim geldi!” başlığı ile birlikte "Bu bir ilandır" ibaresine yer verilmemesi nedeniyle, söz konusu reklamın tüketiciler tarafından aynı sırada yer alan haber içeriklerinden ayırt edilmesinin mümkün olmadığı; bu suretle, tüketicilerin uyarılmaksızın iradeleri dışında reklam mesajına maruz kaldığı ve tercihlerinin bilinçli olarak yönlendirilerek www.amazon.com.tr adresli elektronik ticaret platformunun örtülü reklamının yapıldığı değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla, söz konusu yazının;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,mecra kuruluşu **Hürriyet Gazetecilik ve Matbaacılık A.Ş.** hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**12)**

**Dosya No:**  **2021/810**

**Şikayet Edilen:** **Kanal Beyaz Televizyon Radyo Yay. San. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** "Beyaz TV" logosu ile yayın yapan televizyon kanalında yayınlanan “Sonay Gökhan'la Bu Cumartesi” adlı program.

**Reklam Yayın Tarihi:** 26.12.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** "Beyaz TV" logosu ile yayın yapan televizyon kanalında yayınlanan “Sonay Gökhan'la Bu Cumartesi” adlı programın 26.12.2020 tarihli bölümünde, Dermatoloji Uzmanı Dr. Ali ŞAHAN'ın konuk edildiği; inceleme konusu program içerisinde "*Bugün Ankara stüdyolarında, güzellik, doğallık, gençleşme, özellikle de son zamanlarda oldukça popüler olan "ip askı yöntemi"ni Dermatoloji Uzmanı Dr. Ali ŞAHAN ile konuşacağız"; "Güzelliğine düşkün hanımlar ekran başına. Ameliyatsız gençleştirme işlemleri nelerdir? İp askı yöntemi nedir? Holywood çenesi nasıl yapılır? Burun dolgusu ile estetik görünüm elde edilir mi? Dudak dolgusunda doğal görünüm nasıl sağlanır? Genç ve bakımlı görünen cildin sırlarını Dermatoloji Uzmanı Ali ŞAHAN anlatacak.";"(...)Ben ip askıyı ilk başta yapmıyorum. İlk başta temeli yapıyorum, dolgusunu yapıyorum, sonra çukurları düzleştiriyorum, sonrasında kaldırma sütyen efekti dediğimiz dolgu ile yapabileceklerimi yapıyorum, sonra ben daha da iyisini istiyorum dediği zaman ip askıya yönlendiriyorum. Yani bu şekilde sistematik ilerlerseniz ip askı yüzde seksen ameliyata alternatiftir."; "Kaliteleri farklı oluyor mu ip askıların dolgular gibi?"; "İkiye ayrılıyor: eriyen ve erimeyen. Ben erimeyeni kullanmayı tercih etmiyorum.(...)"; "İp askıyla badem göz ameliyatı olabiliyor mu?"; "Olabiliyor(...) Ben buradan bir delikle giriyorum, kası burada bağlıyorum, yukarı oraya tekrar bağlıyorum ve yine kasa bağlıyorum. Bunu yapabiliyorsan ameliyatsız, çok etkili(...)Kendime özel bir teknik keşfettim, bu teknikle bir bir buçuk sene kadar bu köşeyi yukarı kaldırabiliyorum."; "Tek başına ameliyatsız kalkabiliyor.” "Yüz inceltme sanatı ile ilgili neler söyleyeceksiniz?"; "Dolguları şişirmek yerine illüzyon noktalarına koyarsanız yüz incelir."* gibi ifadelere yer verildiği;

Bununla birlikte; Dermatoloji Uzmanı Dr. Ali ŞAHAN tarafından yapılan tıbbi işlemler hakkında bilgi verildiği; ayrıca, söz konusu uygulamalara ilişkin hastaların tedavi öncesi ve tedavi sonrası görsellerini kullanmak suretiyle karşılaştırmasının yapıldığı; yapılan karşılaştırmalarda, elde edilen sonuçlar hakkında *"(...)Bu kızı yorgun görmenizin ihtimali var mı? Bu kız bir sıfır yenik başlarken, bu kız bir sıfır önde başlıyor, siz dinamik yüz hatlarını böyle oluşturuyorsunuz.(...)hasta profil fotoğrafında mükemmelleşti.(...) En derin halinde yapılmış hali ve yapılmamış hali, hakikaten insanın dengesini değiştiriyor. (...)Ben kanülle bunu yapabiliyorum(...) Sadece çok özel bir alanı döndürmek gerçekten meziyet isteyen birşey, onu da yapabilmek gördüğünüz üzere hiç kolay değil(...)Herkes yapabilir mi? Ben kanülle yapabilen tek kişiyim diye biliyorum.(...)"* gibi ifadelerin kullanıldığı;

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** "Beyaz TV" logosu ile yayın yapan televizyon kanalında yayınlanan *“Sonay Gökhan'la Bu Cumartesi”*adlı programın 26.12.2020 tarihli bölümünde Dermatoloji Uzmanı Dr. Ali ŞAHAN'ın konuk edildiği; inceleme konusu program içerisinde *"Bugün Ankara stüdyolarında, güzellik, doğallık, gençleşme, özellikle de son zamanlarda oldukça popüler olan "ip askı yöntemi"ni Dermatoloji Uzmanı Dr. Ali ŞAHAN ile konuşacağız"; "Güzelliğine düşkün hanımlar ekran başına. Ameliyatsız gençleştirme işlemleri nelerdir? İp askı yöntemi nedir? Holywood çenesi nasıl yapılır? Burun dolgusu ile estetik görünüm elde edilir mi? Dudak dolgusunda doğal görünüm nasıl sağlanır? Genç ve bakımlı görünen cildin sırlarını Dermatoloji Uzmanı Ali ŞAHAN anlatacak.";"(...)Ben ip askıyı ilk başta yapmıyorum. İlk başta temeli yapıyorum, dolgusunu yapıyorum, sonra çukurları düzleştiriyorum, sonrasında kaldırma sütyen efekti dediğimiz dolgu ile yapabileceklerimi yapıyorum, sonra ben daha da iyisini istiyorum dediği zaman ip askıya yönlendiriyorum. Yani bu şekilde sistematik ilerlerseniz ip askı yüzde seksen ameliyata alternatiftir."; "Kaliteleri farklı oluyor mu ip askıların dolgular gibi?"; "İkiye ayrılıyor: eriyen ve erimeyen. Ben erimeyeni kullanmayı tercih etmiyorum.(...)"; "İp askıyla badem göz ameliyatı olabiliyor mu?"; "Olabiliyor(...) Ben buradan bir delikle giriyorum, kası burada bağlıyorum, yukarı oraya tekrar bağlıyorum ve yine kasa bağlıyorum. Bunu yapabiliyorsan ameliyatsız, çok etkili(...)Kendime özel bir teknik keşfettim, bu teknikle bir birbuçuk sene kadar bu köşeyi yukarı kaldırabiliyorum."; "Tek başına ameliyatsız kalkabiliyor. "Yüz inceltme sanatı ile ilgili neler söyleyeceksiniz?"; "Dolguları şişirmek yerine illüzyon noktalarına koyarsanız yüz incelir."* gibi ifadelere yer verildiği;

Bununla birlikte; Dermatoloji Uzmanı Dr. Ali ŞAHAN tarafından yapılan tıbbi işlemler hakkında bilgi verildiği; ayrıca, söz konusu uygulamalara ilişkin hastaların tedavi öncesi ve tedavi sonrası görsellerini kullanmak suretiyle karşılaştırmasının yapıldığı; yapılan karşılaştırmalarda, elde edilen sonuçlar hakkında *"(...)Bu kızı yorgun görmenizin ihtimali var mı? Bu kız bir sıfır yenik başlarken, bu kız bir sıfır önde başlıyor, siz dinamik yüz hatlarını böyle oluşturuyorsunuz.(...)hasta profil fotoğrafında mükemmelleşti.(...) En derin halinde yapılmış hali ve yapılmamış hali, hakikaten insanın dengesini değiştiriyor. (...)Ben kanülle bunu yapabiliyorum(...) Sadece çok özel bir alanı döndürmek gerçekten meziyet isteyen birşey, onu da yapabilmek gördüğünüz üzere hiç kolay değil(...)Herkes yapabilir mi? Ben kanülle yapabilen tek kişiyim diye biliyorum.(...)"* gibi ifadelerin kullanıldığı;

Buna göre, inceleme konusu program içerisinde kullanılan ifade ve görüntüler nedeniyle tüketicilerin, Dermatoloji Uzmanı Dr. Ali ŞAHAN tarafından gerçekleştirilen tıbbi işlemlere yönlendirildiği, dolayısıyla, tüketicilerin aydınlanma, bilgilendirilme ihtiyacını karşılama ve haber verme amacının dışına çıkılarak adı geçen şahsın örtülü reklamının yapıldığı değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla, söz konusu programın;

- 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 **Kanal Beyaz Televizyon Radyo Yay. 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.

**13)**

**Dosya No: 2021/830**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** www.silivrihurhaber.com adresli internet sitesinde yayınlanan *"Başak Ticaret, Trakya’da 1. seçildi"* başlıklı yazı.

**Reklam Yayın Tarihi:** 25.12.2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.silivrihurhaber.com adresli internet sitesinin 25.12.2019 tarihli görünümünde yayınlanan "Başak Ticaret, Trakya’da 1. seçildi" başlıklı yazı içerisinde; *“Arçelik'in Silivri Bayisi Başak Ticaret, yakaladığı yüksek satış grafiğinden dolayı Arçelik A.Ş. yönetimi tarafından ödüllendirildi. Arçelik'in Silivri Bayisi Başak Ticaret, Arçelik A.Ş. yönetimi tarafından müşteri deneyimini en iyi yöneten bayi seçildi. Bu kapsamda Başak Ticaret, 2019'un Trakya'daki en başarılı bayisi olarak belirlenirken, Türkiye genelinde de ilk 10 bayi arasına girdi. SAKARYA: BU YIL TRAKYABAYİSİNİN EN BAŞARILIBAYİSİ SEÇİLDİK. Arçelik ve Bellona mağazalarının yöneticilerinden Nazmi Sakarya, elde ettikleri başarıyla ilgili şunları kaydetti: “Her yıl düzenlenen yarışmalar oluyor. Bunları Arçelik yönetimi değerlendiriyor. Müşteri memnuniyetini ölçmek için mağazalara zaman zaman gizli müşteri yolluyorlar. Onun haricinde satış performansını zaten görüyorlar. Bu kıstaslar üzerinden ödüllendirmeler yapılıyor. Bu yıl Trakya bayisinin en başarılı bayisi seçildik. Türkiye genelinde de ilk 10 bayi arasına girdik. Marmara Bölge Müdürümüz Gürkan Baykan, Trakya Bölge Müdürü Erdem Tanyeri, bölge şefimiz Köksal, Genel Müdür asistanı Orhan Öğüt'ün katılımıyla ödül töreni oldu. Mağazamızı ziyaret edip plaketimizi verdiler. Fark yaratabilmek, müşteri memnuiyetini ve satış oranlarımızı artırabilmek için Arçelik'in yapmış olduğu kampanyalarla, ayrıca yerelde kendi yaptığımız kampanyalarla ve reklam çalışmalarıyla elimizden gelen gayreti gösteriyoruz. Çok şükür hedefimize ulaştık, karşılığını da aldık. Müşteri memnuniyetinin sürekliliğini sağlamaya dönük hizmetlerimizi artırarak sürdüreceğiz. Hedefimiz pazarda lider olmak. Çok şükür Silivri pazarında lideriz ama şimdiki çıtamız daha geniş pazarlara hitap etmek. “TOPTAN SATIŞIMIZ DABULUNUYOR” Bizim sadece perakende satışımız yok, diğer tarafta kurumsal satışımız da var. İnşaat firmalarına, otellere, hastanelere klima, televizyon, ankastre, kombi vs. ihtiyaçları doğrultusunda ciddi satışlar yapıyoruz. Elektronik anlamında da ürün gamımız oldukça geniş. Müşterimiz bizde aradığı her şeyi bulabiliyor. Teknoloji mağazamızda Apple, iPhone, Samsung, Huawei vb. güçlü markaların ürünlerinin de satışını yapıyoruz. Telefon, tablet, bilgisayar ve aksesuarlarını tüketiciler kolaylıkla mağazamızdan temin edebilir.” 2019 BİTMEDEN YILIN EN SONİNDİRİMLERİ ARÇELİK'TE. Televizyonlardan en trend cep telefonlarına, beyaz eşyadan dizüstü bilgisayarlara kadar pek çok üründe geçerli dev fırsatları kaçırmayın! Nazmi Sakarya, kampanyanın 20-31 Aralık tarihleri arasında geçerli olduğunu ifade etti.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Buna göre, inceleme konusu yazı içerisinde, Silivri’de faaliyet gösteren Arçalik bayisi “Başak Ticaret” adlı firmanın başarısı ve adı geçen firma tarafından sunulan hizmetlerin nitelikleri hakkında övgü içeren ifadeler kullanıldığı; bununla birlikte, 20-31 Aralık tarihleri arasında düzenlenen indirim kampanyasından bahsedilmek suretiyle tüketicilerin yönlendirildiği; bu nedenle, *“Başak Ticaret, Trakya’da 1. seçildi"* başlıklı yazı içerisinde, tüketicilerin aydınlanma, bilgilendirilme ihtiyacını karşılama ve haber verme amacının dışına çıkılarak "Başak Ticaret" adlı firmanın örtülü reklamının yapıldığı değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla, söz konusu yazının;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,mecra kuruluşu **Hürhaber Medya Matbaa Reklam Organizasyon Dağıtım Pazarlama ve Tic. Ltd. Şti.** hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**14)**

**Dosya No: 2020/551**

**Şikayet Edilen: Yeni Gün Haber Ajansı Basın ve Yayıncılık Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** *https://www.cumhuriyet.com.tr/haber/bursada-covid-19-virusunu-agiz-ve-burunda-olduren-sprey-uretildi-1808087*URL uzantılı internet sitesinde *“Bursa'da Covid-19 virüsünü ağız ve burunda öldüren sprey üretildi”*başlığı ile yayınlanan metin.

**Reklam Yayın Tarihi:** 22.01.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** *https://www.cumhuriyet.com.tr/haber/bursada-covid-19-virusunu-agiz-ve-burunda-olduren-sprey-uretildi-1808087*URL uzantılı internet sitesinde *“Bursa'da Covid-19 virüsünü ağız ve burunda öldüren sprey üretildi”*başlığı ile yayınlanan metinde

*“Bursa'da Op. Dr. Ahmet Ümit Sabancı’nın geliştirdiği nanoteknolojik solüsyonun Covid-19 virüsünü 1 dakika içerisinde yok ettiği tespit edildi. Bursa Uludağ Üniversitesi’nde (BUÜ) anti mikrobiyal etkinlik analizleri yapılan solüsyon, burun spreyi haline getirilerek, eczanelerde satılmaya başlandı. Op. Dr. Ahmet Ümit Sabancı’nın geliştirdiği nanoteknolojik solüsyonların SARS Cov-2 virüsünü 1 dakikada yok ettiği tespit edildi. Op. Dr. Ahmet Ümit Sabancı’nın geliştirdiği nanoteknolojik solüsyonların SARS Cov-2 virüsünü 1 dakikada yok ettiği tespit edildi. Bursa Uludağ Üniversitesi’nde (BUÜ) anti mikrobiyal etkinlik analizleri yapılan solüsyon, sprey olarak kullanıma sunuldu. Op. Dr. Ahmet Ümit Sabancı’nın projesi, BUÜ Tıp Fakültesi Tıbbi Mikrobiyoloji Anabilim Dalı Öğretim Üyesi Prof. Dr. Cüneyt Özakın, Tibbi Genetik ve Translasyonel Tıp Anabilim Dalı Öğretim Üyesi Doç. Dr. Şehime Gülsün Temel ve Çukurova Üniversitesi Tıp Fakültesi Tıbbi Genetik Anabilim Dalı Öğretim Üyesi Doç. Dr. Atıl Bişgin’in katkıları ile geliştirilerek sprey ürün haline getirildi. ‘Geoxyn’ adı ile eczanelerde satılmaya başlayan ürün, ilk etapta gıda takviyesi grubunda ruhsatlandırıldı. Sağlık Bakanlığı İlaç ve Tıbbı Cihazlar Kurumu tarafından tıbbi cihaz statüsünde burun spreyi ruhsatlanırken, ağız spreyinin ise ruhsatlanma aşamasında olduğu belirtildi.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Mecra Kuruluşu Açıklamaları:** Konu ile ilgili firmadan bilgi belge talep etmek için gönderilen savunma yazısı firmaya e-tebligat yolu ile iletilmesine karşın firmadan herhangi bir cevap alınamamıştır.

**Değerlendirme/Karar:** Reklam Kurulu’nun 09.03.2021 tarihli ve 307 sayılı toplantısında konu ile ilgili olarak yapılan görüşme ve değerlendirmeler sonucunda;

*https://www.cumhuriyet.com.tr/haber/bursada-covid-19-virusunu-agiz-ve-burunda-olduren-sprey-uretildi-1808087*URL uzantılı internet sitesinde *“Bursa'da Covid-19 virüsünü ağız ve burunda öldüren sprey üretildi”*başlığı ile yayınlanan metin içerisinde tüketicilerin aydınlanma, bilgilendirilme ihtiyacını karşılama ve haber verme amacının dışına çıkan ifadelerin kullanıldığı; *“Geoxyn”* isimli ürünün ambalajını ve kullanım şeklini gösteren fotoğraflara yer verilmek suretiyle tüketicilerin ürüne yönlendirildiği; bu nedenle, anılan ürünün örtülü reklamının yapıldığı değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,mecra kuruluşu **Yeni Gün Haber Ajansı Basın ve Yayıncılık Anonim Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77 nci maddesinin (12) numaralı fıkrası uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**15)**

**Dosya No: 2020/552**

**Şikayet Edilen: MES Televizyon ve Radyo Yayıncılık Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** *https://www.cnnturk.com/saglik/covid-19-virusunu-1-dakikada-olduren-burun-spreyi-gelistirildi1* URL uzantılı internet sitesinde *“Covid-19 virüsünü 1 dakikada öldüren burun spreyi geliştirildi”*başlığı ile yayınlanan metin.

**Reklam Yayın Tarihi:** 22.01.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** *https://www.cumhuriyet.com.tr/haber/bursada-covid-19-virusunu-agiz-ve-burunda-olduren-sprey-uretildi-1808087*URL uzantılı internet sitesinde *“Bursa'da Covid-19 virüsünü ağız ve burunda öldüren sprey üretildi”*başlığı ile yayınlanan metinde

*“Bursa'da Op. Dr. Ahmet Ümit Sabancı’nın geliştirdiği nanoteknolojik solüsyonun Covid-19 virüsünü 1 dakika içerisinde yok ettiği tespit edildi. Bursa Uludağ Üniversitesi’nde (BUÜ) anti mikrobiyal etkinlik analizleri yapılan solüsyon, burun spreyi haline getirilerek, eczanelerde satılmaya başlandı. Op. Dr. Ahmet Ümit Sabancı’nın geliştirdiği nanoteknolojik solüsyonların SARS Cov-2 virüsünü 1 dakikada yok ettiği tespit edildi. ‘Geoxyn’ adı ile eczanelerde satılmaya başlayan ürün, ilk etapta gıda takviyesi grubunda ruhsatlandırıldı. Sağlık Bakanlığı İlaç ve Tıbbı Cihazlar Kurumu tarafından tıbbi cihaz statüsünde burun spreyi ruhsatlanırken, ağız spreyinin ise ruhsatlanma aşamasında olduğu belirtildi.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Mecra Kuruluşu Açıklamaları:** Firma tarafından yapılan açıklamada, inceleme konusu metnin amacının, COVID-19 virüsü ve virüse ilişkin korunma yöntemleri ile metinde bahsedilen ürünün özelliklerine ilişkin kamuoyunu bilgilendirme olduğunu, ürünün özellikleri ve tamamen Türk doktorları tarafından geliştirilmiş olduğu için haber değeri taşıdığı ifade edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Reklam Kurulu’nun 09.03.2021 tarihli ve 307 sayılı toplantısında konu ile ilgili olarak yapılan görüşme ve değerlendirmeler sonucunda;

*https://www.cnnturk.com/saglik/covid-19-virusunu-1-dakikada-olduren-burun-spreyi-gelistirildi1* URL uzantılı internet sitesinde *“Covid-19 virüsünü 1 dakikada öldüren burun spreyi geliştirildi”*başlığı ile yayınlanan metin içerisinde tüketicilerin aydınlanma, bilgilendirilme ihtiyacını karşılama ve haber verme amacının dışına çıkan ifadelerin kullanıldığı; *“Geoxyn”* isimli ürünün ambalajını ve kullanım şeklini gösteren fotoğraflara yer verilmek suretiyle tüketicilerin ürüne yönlendirildiği; bu nedenle, anılan ürünün örtülü reklamının yapıldığı değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,mecra kuruluşu **Yeni Gün Haber Ajansı Basın ve Yayıncılık Anonim Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77 nci maddesinin (12) numaralı fıkrası uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**16)**

**Dosya No: 2018/2631**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** www.shiftdelete.net adresli internet sitesinde yer alan *"*Telefonlarda yapay zekanın avantajları*"* başlıklı yazı

**Reklam Yayın Tarihi:** 03.07.2018

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu shiftdelete.net adresli internet sitesinde 03.07.2018 tarihinde https://shiftdelete.net/telefonlarda-yapay-zeka-nin-avantajlari adresli sayfada yayınlanan ve halen erişime açık olan *"*Telefonlarda yapay zekanın avantajları*"*başlıklı yazıda;

*"Akıllı telefonlarda yapay zeka yarışı her geçen gün daha da karışıyor. Özellikle geçtiğimiz 6 ay içerisinde, mobil üreticiler yapay zeka yarışına katılarak ileri teknoloji çözümlerini bizlere sundular. Yapay zeka, cep telefonlarının yeni devrimi olma yolunda hızla ilerlerken, Huawei yapay zeka destekli cihazlarıyla dikkat çekmeye devam ediyor.*

*Telefonlarda yapay zekanın gelişimi… Yapay zekanın bugününe odaklanmak için, onun tarihini incelemek güzel bir başlangıç noktası olacaktır. Telefonlarda yapay zeka kullanımı bizim için henüz çok yeni bir gelişme olsa da, bu teknoloji çok daha eskilere dayanıyor. Bilimin yapay zeka ile tanışması 1951‘e kadar dayanıyor. O zamanlar bu yeni teknolojinin üç ana mekanizmadan oluşacağına inanılıyordu; konuşmak, görmek ve bir insan gibi düşünmek. Yıllar boyu bu üç ana meta üzerinden bilim adamları ve matematikçiler kusursuz yapay zekayı oluşturmaya çalıştılar. Bu büyük çabanın sonundaysa, makinelerin kendi kendine öğrenmesini sağladılar.*

*Gelelim yapay zekanın akıllı telefonlara etkisine; akıllı telefonlar hayatlarımızda büyük bir rol oynamasına rağmen, günümüzün koşulları için üç ana mekanizma bizler için yeterli olacaktır.*

*Kullanıcıların davranışlarını analiz ederek gelecek ihtiyaçları önceden belirleme,*

*Dokunmatik ekranlardan bizi uzaklaştıran konuşmalar,*

*Makine görüşü ile ilerlemiş fotoğrafçılık, filmcilik ve imaj işlemleri,*

*Geçtiğimiz Ekim ayında, Huawei yeni amiral gemisi modeli Huawei Mate 10 Pro’yu piyasaya sürerek yapay zekanın; fotoğrafçılık, imaj tanıma ve kullanıcı servislerinde kullanabileceğini kanıtladı. En son çıkan Huawei P20 Pro ise, DxOMark mobil kamera sıralamasında rekor kırarak gelişmiş teknolojinin artık daha ulaşılabilir hale geldiğini gösterdi. Diğer rakiplerinden farklı olarak, EMUI ve Android 8 işletim sistemiyle çalışan P20 Pro yapay zeka noktasında çığır açmış durumda. Şirketin Kirin 970 işlemci modeli, kullanıcılarına hayatı kolaylaştıracak yenilikler sunuyor ve akıllı telefonunuzu cebinizde size eşlik eden bir asistana dönüştürüyor.*

*P20 Pro yapay zekası ise akıllı telefon fotoğrafçılığı gelişiyor! Huawei P20 Pro yapay zeka ile 500’den fazla ortam ve obje tanımlarken, 10 farklı senaryo ve obje belirleyebiliyor. Tanımlamasına göre ayarlarını düzenleyebiliyor ve profesyonel fotoğrafçılara yakın sonuçlar almanızı sağlıyor. Cihazda bulunan yapay zeka, nesneleri, sahneyi, aydınlığı ve boyutu gerçek zamanlı olarak tanıyarak ve profesyonel bir fotoğrafçının yaptığı gibi, tüm parametreleri seçerek anı yakalıyor. Bu sanal asistan, fotoğraf çekilirken nesnelerin tam olarak nerede olacağına odaklanarak, hareketlerini tahmin edebiliyor. Fotoğraf çekimine katkısıyla beraber çekimden sonra ise albümleri düzenlemekte yardım ediyor. Fotoğrafların içeriğini gerçek zamanlı tanıyarak sınıflandırıyor ve değerlendiriyor. Temalı albümler oluşturarak Akıllı Galeriler sunuyor.*

*Telefonlarda yapay zeka sayesinde cihazlar yavaşlamıyor! Zamanla telefonunuzun yavaşlamasından sıkılmışsınızdır. En hızlı telefonlarda bile uygulamalar yükleyip kaldırıldığında bellek dolmaya başlıyor ve dolaylı yoldan sistem yavaşlıyor. Huawei mühendisleri bu soruna yapay zeka ile yaklaşarak kendi çözümlerini sunuyorlar. Yapay zeka algoritmaları hangi uygulamaları nerede, ne zaman ve ne kadar kullandığınızı öğrenmeye başlıyor, kısacası davranışlarınızı algılıyor. Öğrenmiş olduğu bu verileri kullanarak, telefonu ihtiyacınıza göre uyarlayıp, uygulamalara ne zaman ve ne kadar ihtiyaç duyacağınızı tahmin ediyor. Yapay zeka, telefon içerisinde kullanılmayan uygulamaları ve özellikleri kapatarak telefonunuzun daha hızlı çalışmasını sağlıyor. Bu akıllı teknoloji, sisteminizi yavaşlatan uygulamaları temizleyip, telefonunuzu en iyi şekilde koruyabilir. En güzeli de, tüm bunları telefonun arka planında siz farkında olmadan gerçekleştiriyor ve en önemlisi de telefonunuzun bakım derdinden sizi kurtarıyor.*

*Yapay zeka telefon bataryasının verimli kullanımına olanak sağlıyor… Her adımımızda yanımızda olan asistanlarımız pil ömrü nedeniyle gün boyunca bize yardım edemeyebiliyor. Bazı durumlarda biz de asistanlarımıza tekrar güç vermek için şarj edemeyebiliyoruz. İşte bu durum Huawei P20 Pro’da tarih oluyor. P20 Pro, 4.000 mAh batarya ve enerji açısından verimli bileşenlerin kullanımının yanı sıra telefondaki her şeyi kontrol eden yapay zeka teknolojisi ile rakiplerinden daha iyi bir performans gösteriyor. Enerjinin nerede saklanacağına karar veriyor, davranışlarınızı ve alışkanlıklarınızı biliyor, hangi uygulamaların sonlandırılacağını anlıyor. Yapay zeka son yıllarda ilerleme kaydetti. HUAWEI, AR-GE’ye yaptığı ciddi yatırımlarla yapay zekayı ilerletmeyi kendisine hedef olarak koymuş durumda. Bakalım gelecekte bizi neler bekleyecek…"*

şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu yazının başlığı *"Telefonlarda yapay zekanın avantajları"*şeklinde olmasına rağmenyazıda sadece Huawei marka telefonlardan bahsedildiği, başka herhangi bir telefon markasından bahsedilmediği, yazıda söz konusu içeriğin reklam olduğunu belirten (reklamdır, sponsorlu vs.) herhangi bir ibare ya da işaret kullanılmadığının tespit edildiği, yazı içerisinde birçok yerde Huawei marka telefon modellerinin abartılı bir biçimde övüldüğü, ön plana çıkarıldığı, bazı bölümlerde Huawei marka cihazların rakiplerinden daha üstün olduğunun vurgulandığı, böylelikle "telefonlarda yapay zekanın avantajları" ile ilgili objektif ve tarafsız bir makale okuma amacıyla yazıya tıklayan okuyucuların istemeden ve farkına varmadan Huawei markasının örtülü reklamına maruz bırakıldığı değerlendirilmiş olup;

 - 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.

**17)**

**Dosya No: 2019/1769**

**Şikayet Edilen: TB Ajans - Timuçin BAĞCI**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.mersinhaber.com adresli internet sitesinde yayınlanan *"Diş Hekimi Emrah Sever, “Hastalarımız İmplant Operasyonu ile Aynı Seansta Dişlerine de Sahip Olabiliyor"* başlıklı yazı

**Reklam Yayın Tarihi:** 11.02.2019

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu www.mersinhaber.com adresli internet sitesinde, https://www.mersinhaber.com/haber-dis-hekimi-emrah-severhastalarimiz-implant-operasyonu-ile-ayni-seansta-dislerine-de-sahip-olabiliyor/383085 sayfasında 11.02.2019 tarihinde yayınlanan *"Diş Hekimi Emrah Sever, “Hastalarımız İmplant Operasyonu İle Aynı Seansta Dişlerine de Sahip Olabiliyor"* başlıklı yazıda;

*"Dental İmplant tedavisindeki modern gelişmeler hakkında Diş Hekimi Emrah Sever bilgilendirmede bulundu. Günümüz modern diş hekimliği pratiğinde son yıllarda inanılmaz derecede yaygın uygulanan ve vazgeçilmez bir tedavi haline gelen dental implant uygulamasındaki yeni teknoloji ve gelişmeler hakkında konuşacağız. Geçmişte ana hedefimiz sadece implantın kemik içerisinde tutunup fonksiyon görmesini sağlayabilmek iken, günümüzde çok daha geniş ve farklı açılardan bakıyoruz implant tedavisine. Öncelikle; uzun yıllar yapılan araştırmalar ve hasta takipleri sonucunda, sağlıklı ve başarılı implant tedavisinin nasıl olması gerektiği ile alakalı olmazsa olmaz diyebileceğimiz altın standartlarımız var. Böylece tedavi başarımız neredeyse 100%'e ulaştı. Çağdaş implantolojiye yenilikçi ve modern bakış açımızı dört ana başlıkta değerlendirebiliriz: Estetik, Fonksiyon, Hastalarımızın Konforunu Arttıran Gelişmeler ve Zor Vakalarda İmplant Tedavisini Mümkün Kılan Yeni Yaklaşımlar*

*Hastalarımızın konforunu arttıran gelişmeler neler? Öncelikle; dişetine kesi atılarak yapılan klasik cerrahi işlemini artık birçok hastamızda uygulamayabiliyoruz. Bunun yerine yüksek çözünürlüklü 3 boyutlu dental tomografi yardımı ile hazırladığımız özel cerrahi rehber kullanarak minimal travmatik kesisiz implant ameliyatı yapabiliyoruz. Cerrahi implant rehberinin en önemli avantajı mükemmel kemik içi implant konumlandırması olsa da hastalarımız açısından en büyük avantajı operasyon sonrası konforun çok daha iyi olması. Hastalarımızı çok daha düşündüğüm diğer bir konu ise implant ameliyatı sonrasında ortalama 3 ay olan bekleme süresinin, son gelişmeler neticesinde 1 aya hatta tamamen beklemeye ihtiyaç duyulmadan ameliyatın hemen sonrasında yerleştirilebilen implant üstü diş protezlere kadar teknolojinin ilerlemiş olması.*

*Peki bunu nasıl başarıyoruz? Dental tomografi ile elde ettiğimiz; kemik kalitesi ölçümleri, üç boyutlu kemik morfolojisi vb... bilgilerle hemen hemen her şeyi operasyon öncesi çok detaylı, kesin ve çok hassas planlayabiliyoruz. Bu planlama sayesinde ameliyat detaylarından, dişlerin yerleştirilmesine kadar her şeyi önceden öngörebiliyoruz. Bu yeni tekniklerle hazırladığımız cerrahi rehber sayesinde implant konumunu ve üzerine yerleştireceğimiz dişlerin hazırlanmasını ameliyat öncesi dijital ortamda yapabiliyoruz. Bu sayede hastalarımıza ameliyat ile aynı seansta implant üstü protez dişlerini de takabiliyoruz."*

şeklinde ifadelere, anılan diş hekiminin muayene ve operasyon sırasında çekilmiş fotoğraflarına ve bir fotoğraf üzerinde "Hastalarımız implant uygulaması ile aynı seansta dişlerine de sahip olabiliyor" ifadesine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu yazı içerisinde anılan diş hekimini övücü ve bu hekime yönelik talep yaratıcı ifadelerin kullanıldığı, söz konusu yazı içeriği ve yazıda yer alan fotoğraflar birlikte değerlendirildiğinde bahsi geçen implant uygulamalarının anılan klinikte başarıyla gerçekleştirildiği şeklinde bir algıya sebebiyet verildiği, Diş Hekimi Emrah Sever'in ön plana çıkarıldığı ve haber verme amacının dışına çıkılarak anılan diş hekiminin örtülü reklamının yapıldığı, bu nedenle söz konusu yazı örtülü reklam yönüyle değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

 - 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 **TB Ajans - Timuçin BAĞCI** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**18)**

**Dosya No: 2020/645**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** Hürhaber Gazetesinde yayınlanan *"*Çalış Besicilik’ten Kurbanlık ve Adaklık*"* başlıklı yazı

**Reklam Yayın Tarihi:** 24.06.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu Hürhaber Gazetesinin 24.06.2020 tarihli nüshasında yayınlanan *"*Çalış Besicilik’ten Kurbanlık ve Adaklık*"* başlıklı yazıda; *“Özer ÇALIŞ'ın sahipliğinde hizmet veren Çalış Besicilik, kurbanlık ve adaklık koç, dana, düve ve koyun satışı yapıyor. Ayrıca kesim ve hisse imkanı da var.”* ifadesine ve yazının devamında tüketici talebini sağlamaya yönelik övgü içeren ve reklam niteliği arz eden bir çok ifadeye, adaklık ve kurbanlık hayvanların fiyatlarına, Çalış Besicilik ve Kurfallı Aile Et Mangal isimli işletmelere ait çok sayıda fotoğrafa yer verildiği, fotoğraflardan bazılarında işletmenin tabelası, ürün ve hizmet seçenekleri ile telefon numaralarının yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu yazı içerisinde reklamdır, ilandır vb. hiçbir uyarı işaretine yer verilmediği ve yazının altında muhabirin ismine yer verildiği, dolayısıyla reklam niteliğinde bir içeriğin haber görünümünde sunulmaya çalışıldığı, söz konusu yazıda Çalış Besicilik ve Kurfallı Et Mangal isimli işletmelerin detaylı olarak tanıtıldığı, övüldüğü, ön plana çıkarıldığı, tüketicilerin anılan işletmelere yönlendirildiği, böylelikle anılan yazıda haber verme amacının dışına çıkılarak Çalış Besicilik ve Kurfallı Et Mangal isimli işletmelerin örtülü reklamının yapıldığı değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

 - 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.

**19)**

**Dosya No: 2020/5215**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** www.silivrihurhaber.com adresli internet sitesinde yayınlanan *"Tabala, Nevşehir Belediye’sini misafir etti"* 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/tabala-nevsehir-belediye-sini-misafiretti-77272.html adresli sayfada yayınlanan *"Tabala, Nevşehir Belediye’sini misafir etti"* başlıklı yazıda; *“Edirne deplasmanına çıkan Nevşehir Belediyespor kısa bir mola için Silivri'de durdu. TFF 3. Lig ekiplerinden Nevşehir Belediyespor rakibi Edirne Belediyespor maçı öncesinde Silivri'de Cuma Namazı, Saç Tava'da da öğle yemeği için mola verdi. Silivrisporlu eski oyuncu Emrah Bedir'in yeni sezonda anlaştığı takım olan Nevşehir Belediyespor hem eski yöneticisini hem de eski takım arkadaşlarını gördü. Silivri durağında 2 saat kalarak iyice dinlenen Nevşehir kafilesi Cuma Namazının ardından Edirne'ye yola çıktılar. Sınırsız sohbetin ve çayların ardından işletme sahibi Ömer Tabala da kafileyi ağırlayarak zorlu müsabaka öncesinde başarılar diledi.”* 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 yazı içerisinde yer alan fotoğrafta restoranın isminin ve logosunun abartılı bir biçimde ön plana çıkarıldığı ve içinde bulunduğu yazının boyutu ile uyumlu olmadığı, böylelikle okuyucuların farkına varmadan anılan restoranın reklamına maruz bırakıldığı, haber verme amacının dışına çıkılarak adı geçen restoranın örtülü reklamının yapıldığı değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

 - 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.

**KOZMETİK VE TEMİZLİK ÜRÜNLERİ**

**20)**

**Dosya No: 2020/3459**

**Şikayet Edilen: Maraton E-Ticaret İlaç Satış Paz. Dan. İth. İhr. San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.instagram.com/igrowserum/ ve www.igrowserum.com/ adresli internet sayfalarında yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 10.01.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com/igrowserum/ adresli internet sayfasının 10.01.2021 tarihli görünümünde; "iGrow Kaş ve Kirpik Serumu" ürününe yönelik olarak; "Kaş ve kirpiklerinizin uzunluğunu ve yoğunluğunu artırın. Kaşlardaki seyrek alanları doldurur. Kaş ve kirpiklerin daha hızlı uzamasını sağlar. Kaş ve kirpiklerin dökülmesini engellemeye yardımcı olur. (...) Takma değil doğal kirpikler ile keskin bakışlara sahip olun. (...) Nasıl ve ne zaman kullanmalıyım? İlk haftada etkisini gördüğünü gözlemleseniz bile bu size bağlıdır. İstediğiniz uzunluk ve yoğunluğa geldiği zaman süresini 2 günde 1 veya 3 günde 1 olarak değiştirebilirsiniz. (...) iGrow™ ile Yeni Kıl Oluşumunu Hızlandırın ve Çok Hızlı Uzatın iGrow™ içeriği sayesinde kaş veya kirpik telini kaybetmiş ve ölmek üzere olan hücrelerini tekrar hayata tutundurur ve yeniden kıl hücresi vermesine çok hızlı destek olur. Ayrıca varolan kılların çok hızlı uzamasını sağlayarak hem gür hem de hızlı uzayan kaş ve kirpikler ile birlikte yeni oluşan kaş ve kirpik kıllarını fark edersiniz. (...) iGrow™ Düzenli kullanımda kılların daha sıkı tutunmasına ve kaş ile kirpik bölgelerinin aşırı çoğalmasına destek olur." şeklinde;

www.igrowserum.com/ adresli internet sayfasının 10.01.2021 tarihli görünümünde; "iGrow Kaş ve Kirpik Serumu" ürününe yönelik olarak; "iGrow Kaş ve Kirpik İçin Özel Bakım. İstediğiniz yoğunluk ve uzunluğa geldiği zaman kullanım süresini 2 günde 1 veya 3 günde 1 olarak değiştirebilirsiniz." şeklinde ifadelere ve öncesi sonrası kirpik görüntüleri ile dolgunlaşmış kaş/kirpik görüntülerine yer verildiği,

 www.igrowserum.com/ adresli internet sayfasının 10.01.2021 tarihli görünümünde yer alan "iGrow kaş serumu içeriğinde hidrolize edilmiş keratin, Tocopherol E Vitamin, D-Pnathenaol ve diğer enzimler bulunur. Ürün gözle temas etmediğinden güvenli kullanım sağlar. Ayrıca gözle temas ettiğinde de herhangi bir sorunla karşılaşmazsınız. iGrow sentetik maddeler içermez." şeklindeki ifadelerin doğruluğunun ispatlanması gerektiği tespit edilmiştir.

**Reklâm Veren Açıklamaları:** Reklam verene e-tebligat sistemi üzerinden gönderilen savunma isteme yazısı söz konusu firmaya 16.01.2021 tarihinde tebliğ edilmiş, ancak reklam verenden herhangi bir cevabi yazı alınamamıştır.

**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, www.igrowserum.com/ adresli internet sayfasının 10.01.2021 tarihli görünümünde yer alan "iGrow kaş serumu içeriğinde hidrolize edilmiş keratin, Tocopherol E Vitamin, D-Pnathenaol ve diğer enzimler bulunur. Ürün gözle temas etmediğinden güvenli kullanım sağlar. Ayrıca gözle temas ettiğinde de herhangi bir sorunla karşılaşmazsınız. iGrow sentetik maddeler içermez." 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, 9, 26 ncı ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Maraton E-Ticaret İlaç Satış Paz. Dan. 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.

**21)**

**Dosya No: 2020/3919**

**Şikayet Edilen: Star Kimya ve Gıda San. Paz. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.n11.com/magaza/starkimya adresli internet sayfasında yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 17.03.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.n11.com/magaza/starkimya adresli starkimya mağaza adlı internet sayfasının 17.03.2020 tarihli görünümünde "Izopropil Alkol (IPA) C3H7OH Dezenfektan (% 99.9 Saflık)" şeklinde ifadeleri ile söz konusu ürünlerin biyosidal etki gösterdiği iddiasında bulunulduğu, %99.9 saflık ifadesinin doğruluğunun ispatlanması gerektiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; "Izopropil Alkol (IPA) C3H7OH Dezenfektan (% 99.9 Saflık)" şeklinde ifadeleri ile söz konusu ürünlerin biyosidal etki gösterdiği iddiasında bulunulduğu ancak bahsi geçen ürünün Biyosidal Ürünler Yönetmeliği gereğince alınması zorunlu biyosidal ürün ruhsatının bulunmadığı,

Bununla birlikte "% 99.9 saflık" ifadesinin doğruluğunun ispatlanamadığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Biyosidal Ürünler Yönetmeliği’nin 5 ve 38 inci maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Star Kimya ve Gıda San. Paz. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **104.781,00 TL (Yüzdörtbinyediyüzseksenbir Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**22)**

**Dosya No: 2020/4792**

**Şikayet Edilen: Aysel ARMUTLU**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.facebook.com/pages/category/Health-Beauty/Hemorr-5-101554168368567/ adresli internet sayfasında yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 03.12.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:**www.facebook.com/pages/category/Health-Beauty/Hemorr-5-101554168368567/ adresli internet sayfasının 03.12.2020 tarihli görünümünde; "Hemorr Onarıcı Krem" ürününe yönelik olarak; "Hemorr Hemoroid (basur) Kremi; Makatta kaşıntılı, akıntı, kanama, yanma, iç basur ve dış basur rahatsızlıklarında ilk kullanımdan itibaren rahatlama ile kısa sürede kesin çözüm sağlar. Hemorr Onarıcı Krem, İç ve dış hemoroid (Basur) Meme, Kaşıntı, akıntı, çatlak, fistül ve kanama şikayetinde kullanabileceğiniz en iyi bitkisel kremdir. Hemoroid halk arasında bilinen adıyla Basur rahatsızlığı olan Basur memesi, Kaşıntı, Akıntı, Çatlak, Fistül sorunlarında hızlı etki ile kalıcı çözüm sağlar. Hemoroid Tedavisi 1 Günde Hızlı Etki. Hemoroid Kalıcı Bir Sorun Değildir. Hemoroid (basur), çatlak ve ithaplı rahatsızlıklarda ve ağrı, kaşıntı ve şişkinlik hissi gibi bulgularla seyreden anal bölgede ki diğer etkenlerde kullanılır, Geliştirilmiş doğal içeriği ile kolay ve etkili kullanım sağlar. İçeriğinde yer alan doğal aktifler Kalamin; (yara iyileştirici özelliği) Aynı Sefa; (tedavi edici ve şişliği önler) Yeşil Çay ağacı; (Antibakteriyel Antiseptik Çatlak iyileştirici) At kestanesi; (Kanamayı durdurur, iltihap giderici)" 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 **Aysel ARMUTLU** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**23)**

**Dosya No: 2020/4993**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** www.instagram.com/igrow.turkiye/ adresli internet sayfasında ve diğer yayın mecralarında yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 28.08.2020-03.12.2020

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon-İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com/igrow.turkiye/ adresli internet sayfasının 03.12.2020 tarihli görünümünde; "iGrow Kaş ve Kirpik Serumu" ürününe yönelik olarak; "iGrow daha önce rastlanmamış patentli içeriği ile basit yağ karışımlarından öte aktif enzimleri sayesinde kaş ve kirpiklerde aşırı yoğunlaşma ve kalınlaşmaya yardımcı olur. Düzenli kullanımda kılların daha sıkı tutunmasına ve kaş ile kirpik bölgelerinin aşırı çoğalmasına destek olur." şeklinde ifadelere;

28.08.2020 tarihinde yayınlanan TV reklamında "Etkileyici kirpikler, dolgun kaşlar. Kolay uygulanabilir kaş kirpik bakım serumuyla hayal ettiğiniz büyüleyici, çarpıcı, keskin bakışlar hep yüzünüzde. " şeklinde ifadelere ve hızlı büyüyen kıl görüntüleri ile dolgunlaşan, yoğunlaşan kirpik görüntülerine yer verildiği;

 "iGrow daha önce rastlanmamış patentli içeriği ile basit yağ karışımlarından öte aktif enzimleri sayesinde kaş ve kirpiklerde aşırı yoğunlaşma ve kalınlaşmaya yardımcı olur. Düzenli kullanımda kılların daha sıkı tutunmasına ve kaş ile kirpik bölgelerinin aşırı çoğalmasına destek olur." şeklindeki ifadelerin doğruluğunun ispatlanması gerektiği 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 "iGrow daha önce rastlanmamış patentli içeriği ile basit yağ karışımlarından öte aktif enzimleri sayesinde kaş ve kirpiklerde aşırı yoğunlaşma ve kalınlaşmaya yardımcı olur. Düzenli kullanımda kılların daha sıkı tutunmasına ve kaş ile kirpik bölgelerinin aşırı çoğalmasına destek olur." 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, 9, 26 ncı ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Fabrika Sağlık Ürünleri San. ve Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**24)**

**Dosya No: 2019/12136**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Garnier Micellar Temizleme Suyu”* isimli ürünlere ilişkin olarak muhtelif televizyon kanallarında ve “Garnier Türkiye”isimli Youtube sayfasında yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

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

**Tespitler:** *“Garnier Micellar Temizleme Suyu”* isimli ürünlere ilişkin muhtelif televizyon kanallarında ve firmanıza ait “Garnier Türkiye” isimli Youtube sayfasında yayınlanan reklamlarda; *“Dünyanın bir numaralı micellar markası. Türkiye’nin bir numarası\* \*Tüm* *micellar ailesi ürünleri için Ekim 2018’e kadar olan Nielsen satış verileri. Nielsen Eylül 2017* *AĞUSTOS-Ağustos 2018 yüz bakım kategorisi water segmenti hacim Pazar payı verileri.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda,Garnier Micellar Temizleme Suyu isimli ürünlere ilişkin muhtelif mecralarda yayınlanan reklam vetanıtımlarda yer alan “*Dünyanın bir numaralı micellar markası. Türkiye’nin bir numarası*”ifadelerine yönelik tanıtımların reklam veren firmanın sunmuş olduğu bilgi ve belgeler ile Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin “İspat külfeti” başlıklı 9 uncu maddesinde yer alan esaslar çerçevesinde ispatlandığı kanaatine varıldığından, inceleme konusu reklamların 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**25)**

**Dosya No: 2020/914**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** “Domestos Sıfır Klor” isimli ürüne ilişkin olarak muhtelif televizyon kanallarında yayınlanan ve https://www.domestos.com/tr/ adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

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

**Tespitler:** “Domestos Sıfır Klor” isimli ürüne ilişkin olarak muhtelif televizyon kanallarında yayınlanan reklamlarda; *“Maksimum hijyenin uzmanı Domestos'tan Domestos Sıfır Klor. Şimdi hijyen ve ferahlığı bir arada isteyenler için de bir Domestos var. Sizin için geliştirilen Domestos Sıfır Klor evinizin her yerine ferahlık ve hijyen getiriyor. (...) Domestos yoğun kıvamlı çamaşır suyu yıllardır hijyen ve performans sunarken şimdi yeni Domestos Sıfır Klor evinizin her yerine hijyenin en faerah halini getiriyor"* ifadelerine*,* durağan yazıda*, "Yeni Domestos Sıfır Klor Hijyenin En Ferah Hali! Maksimum Hijyenin Uzmanı. Dermotolojik olarak test edilmiştir. (...)*

*Maksimum hijyenin uzmanı."* ifadelerinin ve altyazıda yer alan *"Biyositleri güvenli kullanınız*

*Kullanmadan önce her zaman ürün etiketini ve kullanım talimatlarını okuyunuz. Domestos Sıfır Klor biyosidal ürün değildir.”*

https://www.domestos.com/tr/ adresli internet sitesinin 01.09.2020 tarihli görünümünde; *“Aktif oksijenler ile zenginleştirilmiş klorsuz formülü* *sayesinde evinizin her yerinde ferah kokulu bir hijyen sağlar! Kıyafetlerinizin rengini ağartmaz.* *Üstelik dermatolojik olarak test edilmiştir. ÜRÜN NE İŞE YARAR?• İçeriğinde, karakteristik bir* *kokusu olan Klor bazlı ağartıcı (sodyum hipoklorit) bulunmaz. Ferah kokar. • Yoğun kıvamlı klorsuz* *çamaşır suyu temizler, maksimum hijyen sağlar. • Temizlik sırasında giysilerinizin rengini açmaz,* *ağartmaz. • Dermatolojik olarak test edilmiştir. • Kolay durulanan formülü ile hayatınızı kolaylaştırır.* *• Direkt olarak sert yüzeylere uygulayın. 5 dakika sonrasında durulayın. ÜRÜNLE İLGİLİ BİLGİLER.* *Domestos SIFIR KLOR Çamaşır Suyu, aktif oksijenlerle zenginleştirilmiş yoğun kıvamlı formülü* *sayesinde evinizin her yerinde ferah kokulu maksimum hijyen sağlar. İçeriğinde, çamaşır suyu* *ürünlerinde ağırlıklı olarak kullanılan ve karakteristik bir kokusu olan Klor bazlı ağartıcı (sodyum* *hipoklorit) bulunmaz. Temizlik sırasında giysilerinizin rengini açmaz, ağartmaz. Domestos SIFIR* *KLOR, dermatolojik olarak test edilmiştir. Domestos SIFIR KLOR ile Hijyende Sıfır Sıkıntı”* ifadelerine,

Ürün ambalajında; "*Sıfır klor. Klor Yok! Leke Yok! (...) Maksimum hijyen*" ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Kurum/Kuruluş Görüşü:** Reklam Kurulu Kozmetik ve Temizlik Ürünleri Sektörel İhtisas Komisyonu Başkanlığı’nın 15.02.2021 tarihli raporunda yapılan inceleme neticesinde “Domestos Sıfır Klor” isimli ürünün “Domestos Yoğun Kıvamlı Çamaşır Suyu” isimli ürünle aynı reklam içerisinde tanıtıldığı reklamlarda her ne kadar altyazının en sonunda “Domestos Sıfır Klor biyosidal ürün değildir.” ifadesi yer alsa da, reklamın ana gövdesinde ne görüntü ne de ifadelerde iki ürün arasında biyosidal ürün olup olmamaları konusunda bir fark bulunduğunu açıklayan bir unsura yer verilmediği, bilakis hijyen gibi muğlak bir ana başlık altında her iki ürünün aynı oranda hijyenik olduğu, 2. ürünün tek farkının ise klor içermeyerek daha ferah kokması olduğu gibi bir algının yaratılmaya çalışıldığı görülmüştür. Firmanın ifade ettiği gibi hijyen ifadesinin temel temizlik anlamında kullanıldığını kabul etmek ise reklamda gösterilen tuvalet bloğu imajı dolayısıyla mümkün değildir. Evin en fazla mikrop taşıyan öğesinin görsel olarak tercih edilmesinin nedeninin ürünün mikrop öldürücü niteliğini vurgulamak olduğu açık olduğu, ayrıca “Aktif oksijenler ile zenginleştirilmiş klorsuz formülü sayesinde evinizin her yerinde ferah kokulu bir hijyen sağlar! Temizlik sırasında giysilerinizin rengini açmaz, ağartmaz” ifadelerine ilişkin bağımsız laboratuvardan alınmış bilimsel araştırma ve test raporlarının sunulmadığı dolayısıyla söz konusu reklam ve tanıtımların mevzuat hükümlerine aykırılık teşkil ettiği görüş ve kanaatine varılmıştır.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda,Domestos Sıfır Klor isimli ürün ile "Domestos Yoğun Kıvamlı Çamaşır Suyu Dağ Esintisi" isimli ürünün birlikte tanıtıldığı televizyon reklamlarında *"Biyositleri* *güvenli kullanınız. Kullanmadan önce her zaman ürün etiketini ve kullanım talimatlarını okuyunuz.* *Domestos Sıfır Klor biyosidal ürün değildir"* ifadeleri ile biyosidal ürün olmadığı altyazıda açıkça ifade edilen yeni ürün Domestos Sıfır Klorun, biyosidal ürün olan Domestos Yoğun Kıvamlı Çamaşır Suyu ürününe atfedilen nitelikler ile birlikte tanıtılmasının tüketiciler nezdinde bu iki ürünün benzer performans sergilediği yönünde anlam karışıklığına yol açtığı dolayısıyla tüketicileri yanıltıcı olduğu değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**26)**

**Dosya No: 2020/3557**

**Şikayet Edilen: Evyap Sabun Yağ Gliserin San. ve Tic A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Activex Antibakteriyel Islak Mendil” isimli ürüneilişkin olarak televizyon kanallarında yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** “Activex Antibakteriyel Islak Mendil” isimli ürüne ilişkin olarak muhtelif televizyon kanallarında yayınlanan reklamlarda; *“Bakterilerin %99,9’unu yok ediyor. Üstün hijyen sağlıyor”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, “Activex Antibakteriyel Islak Mendil” isimli ürüneyönelik televizyon kanallarında yayınlanan reklamlara ilişkin olarak, söz konusu reklam filminde yer alan iddiaların ispatlanmış olduğu ve reklam mevzuatına aykırı bir husus bulunmadığı gerekçeleri ile inceleme konusu reklamların 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**27)**

**Dosya No: 2020/4384**

**Şikayet Edilen: Elca Kozmetik Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam/HTU:** N11 Online Satış Platformu üzerinden 11.11.2020 tarihinde düzenlenen kampanya kapsamında satışı gerçekleştirilen *“Clinique For Men Daily Age Repair Erkek Günlük Cilt Bakım Seti”* isimli ürün siparişine ilişkin ticari uygulama

**Reklam/HTU Yayın Tarihi:** 2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Tüketicinin N11 Online Satış Platformu üzerinden 11.11.2020 tarihinde adedi 90,35 TL olan indirimli satış fiyatından 2 ayrı siparişinde toplamda 3 adet “Clinique For Men Daily Age Repair Erkek Günlük Cilt Bakım Seti” isimli üründen sipariş ettiği, 19.11.2020 tarihli firma mesajı ile söz konusu ürünlerin stok yetersizliği nedeniyle siparişin oluşturulamadığı belirtilerek, tüketicin N11 üzerinden iptal talebinde bulunmaya yönlendirildiği, stok yetersizliği nedeniyle siparişi iptal edilen söz konusu ürünlerin yine aynı satış platformu üzerinden 21.11.2020 tarihinde 5 adet stok ve 22.11.2020 tarihinde 7 adet stok bilgisi ile 136 TL’den satışa sunulduğu, 03.12.2020 tarihinde de tedarik edilemeyen söz konusu ürünlerle ilgili siparişlerin iptal edildiği tespit edilmiştir.

**Reklam Veren/HTU’da Bulunan Açıklamaları:** Firma tarafından yapılan açıklamada, 11.11.2020 tarihinde anılan ürüne ilişkin 1 günlük kampanya düzenlendiği, bu kampanya kapsamında satış fiyatı 139 TL olan ürünün 90.35 TL olarak indirimli satışa sunulduğu, kampanya kısıtlı süre için geçerli olduğundan, stoklarla sınırlı olarak tüketicilere sunulduğu, sistemdeki yoğun talep sebebiyle stokların anlık değiştiği, sistemsel hatalar görülebildiği, müşteri platform üzerinden siparişini gerçekleştirdiği halde, sistemde meydana gelen bir hata nedeniyle platform mağazasına ayrılan stok miktarının uyarı verdiği, ancak platform altyapısının şirketin kendi sistemi olmadığı için siparişteki aksaklığa hızlıca müdahale imkanı bulunamadığı, www.n11.com adresli internet sitesi firmanın kendi internet sitesi olmadığı için stok kontrolü gibi teknik mekanizmaların anlık olarak işletilmesinin her zaman mümkün olmadığı, başvuruda platform sisteminde yaşanan bir hata sebebiyle müşterinin sipariş iptaline yönlendirildiği, siparişteki aksaklık tespit edilir edilmez, müşteri ile iletişime geçildiği, ücret iadesinin yapılacağının belirtildiği, söz konusu işlemin tamamen sistemsel bir arızadan kaynaklandığı ifade edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, mezkur firma tarafından kampanyasız satış fiyatı 139 TL olan ve www.n11.com adresli internet sitesi üzerinden 11.11.2020 tarihinde düzenlenen kampanya kapsamında 90,35 TL satış fiyatı ile tüketicilere sunulan *“Clinique For Men Daily Age Repair Erkek Günlük Cilt Bakım Seti”* isimli ürünle ilgili olarak,

Başvuru sahibi tüketicinin söz konusu satış platformu üzerinden 11.11.2020 tarihinde adedi 90,35 TL olan indirimli satış fiyatından 2 ayrı siparişinde toplamda 3 adet ürün sipariş ettiği, ancak 19.11.2020 tarihli firma mesajı ile söz konusu ürünlerin stok yetersizliği nedeniyle siparişin oluşturulamadığı belirtilerek, tüketicin N11 üzerinden iptal talebinde bulunmaya yönlendirildiği,

Diğer taraftan, stok yetersizliği nedeniyle siparişi iptal edilen söz konusu ürünlerin yine aynı satış platformu üzerinden 21.11.2020 tarihinde 5 adet stok ve 22.11.2020 tarihinde 7 adet stok bilgisi ile 136 TL’den satışa sunulduğu, 03.12.2020 tarihinde de tedarik edilemeyen söz konusu ürünlerle ilgili siparişlerin N11 tarafından iptal edildiği; dolayısıyla, söz konusu reklamlarda yer alan vaadin yerine getirilmeyerek tüketicinin yanıltıldığı;

Firmanın, makul sayılabilecek bir süre ve miktarda söz konusu ürünü belirtilen fiyattan sunamayacağına veya başka bir yerden tedarik edemeyeceğine ilişkin yeterli bilgi sahibi olmasına rağmen, tüketiciyi bu konuda uyarmaksızın 90,35 TL satış fiyatı üzerinden edinmeye davet ederek ve sipariş verildikten sonra stok yetersizliği nedeniyle siparişi iptal ederek haksız ticari uygulamada bulunduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla söz konusu ticari uygulamanın;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 28/1, 28/2, 28/4, 29/1, 29/2, 32/1, Haksız Ticari Uygulama Olarak Kabul Edilen Örnek Uygulamalar Eki - A - Aldatıcı Ticari Uygulamalar/5 maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, ticari uygulamada bulunan **Elca Kozmetik Ltd. Şti.** hakkında, söz konusu ticari uygulamayla ile ilgili olarak, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/13 üncü maddeleri uyarınca **anılan haksız ticari uygulamayı durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**28)**

**Dosya No: 2020/5159**

**Şikayet Edilen: Baboon Kozmetik ve Bakım Ürünleri San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Baboon” markalı çeşitli ürünlere yönelik muhtelif internet sitelerinde yer alan tanıtımlar

**Reklam/HTU Yayın Tarihi:** 04.12.2020, 04.02.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** “Baboon Natural Baboon Kantaron Merhemi” adlı ürüne ilişkin olarak www.baboonnatural.com/urun/kantaron-merhemi adresli internet sitesinin 04.12.2020 ve 04.02.2021 tarihli görünümlerinde; *“Hücre yenilenmesini hızlandırır. Antibakteriyeldir. Mantar ve enfeksiyonlarla savaşır. Yaraları iyileştirir. Düşme ve darbeden sonra hemen uygulanırsa morarmayı engeller. Yaralardan sonra olası cilt izlerini büyük ölçüde engeller. Egzama ve pişikte faydalıdır (…)”* şeklinde ve https://localmakers.com.tr/products/kantaron-merhemi adresli internet sitesinin 04.12.2020 ve 04.02.2021 tarihli görünümlerinde; *“Hücre yenilenmesini hızlandırır. Antibakteriyeldir. Mantar ve enfeksiyonlarla savaşır. Yaraları iyileştirir. Düşme ve darbeden sonra hemen uygulanırsa morarmayı engeller. Yaralardan sonra olası cilt izlerini büyük ölçüde engeller. Egzama ve pişikte faydalıdır. Sağlık Bakanlığı bildirimlidir.”* şeklinde,

“Baboon Natural BABOON Pinky Cream Calamine”adlı ürüne ilişkin olarak www.baboonnatural.com/urun/pinky-cream-baboon-calamine adresli internet sitesinin 04.12.2020 ve 04.02.2021 tarihli görünümlerinde; *“Baboon kalaminli krem, sinek, böcek sokmaları, su çiçeği, egzama gibi kaşıntılı durumlarda yatıştırıcıdır. İsilik, pişik durumlarında kullanılabilir. Uygun miktarda krem kaşıntılı, egzamalı bölgeye dairesel hareketlerle sürülür (…)”* şeklinde,

“Baboon Natural Baboon Kömür Katı Şampuan” adlı ürüne ilişkin olarak www.baboonnatural.com/urun/komur-kati-sampuan adresli internet sitesinin 04.12.2020 ve 04.02.2021 tarihli görünümlerinde; *“(...) antimikrobiyaldir (…)”* şeklinde,

“Ballı Baboon Soğuk İşlem Doğal Sabun”adlı ürüne ilişkin olarak https://good4trust.org/carsi/urunler/balli\_baboon-4100526477 adresli internet sitesinin 04.12.2020 ve 04.02.2021 tarihli görünümlerinde;*“(...) antimikrobiyaldir. Antibakteriyel özelliği sayesinde de sivilceler ile savaşır (…)”* şeklinde,

“Baboon Natural Hindistan Cevizi Yağlı Baboon Soğuk İşlem Doğal Sabun” adlı ürüne ilişkin olarak www.baboonnatural.com/urun/100-hindistan-cevizi-yagli-baboon-kokusuz adresli internet sitesinin 04.12.2020 ve 04.02.2021 tarihli görünümlerinde; *“Bakteri, virüs, mantar, enfeksiyon gibi oluşumları giderilmesine fayda sağlar. İçerisinde bulunan potasyum, Manganez, kalsiyum, magnezyum, Demir, bakır, Selenyum, çinko, C vitamini, E vitamini açısından zengin olmasını sayesinde cilt problemleri ve saç problemlerin giderilmesinde son derece etkilidir. Kabuklanma, kepek, egzama gibi oluşumları giderir. Akne, sivilce, siyah nokta problemlerinde kullanılabilir. Kaşıntı ve kızarıklık durumlarında kullanılabilir.”* şeklinde,

“Baboon Natural Keçi Sütlü Ballı Baboon Soğuk İşlem Doğal Sabun” adlı ürüne ilişkin olarak www.baboonnatural.com/urun/keci-sutlu-balli-baboon adresli internet sitesinin 04.12.2020 ve 04.02.2021 tarihli görünümlerinde; *“(...) antibakteriyel özellik kazanan Keçi Sütlü Baboon, akneye neden olan bakterileri öldürür,”* şeklinde,

“Baboon Natural Keçi Sütlü Baboon Soğuk İşlem Doğal Sabun” adlı ürüne ilişkin olarak www.baboonnatural.com/urun/keci-sutlu-baboon adresli internet sitesinin 04.12.2020 ve 04.02.2021 tarihli görünümlerinde; *“(...) antibakteriyel özellik kazanan Keçi Sütlü Baboon, akneye neden olan bakterileri öldürür,”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, “Baboon Natural Baboon Kantaron Merhemi” adlı ürüne ilişkin olarak www.baboonnatural.com/urun/kantaron-merhemi adresli internet sitesinin 04.12.2020 ve 04.02.2021 tarihli görünümlerinde; *“Hücre yenilenmesini hızlandırır. Antibakteriyeldir. Mantar ve enfeksiyonlarla savaşır. Yaraları iyileştirir. Düşme ve darbeden sonra hemen uygulanırsa morarmayı engeller. Yaralardan sonra olası cilt izlerini büyük ölçüde engeller. Egzama ve pişikte faydalıdır (…)”* şeklinde ve https://localmakers.com.tr/products/kantaron-merhemi adresli internet sitesinin 04.12.2020 ve 04.02.2021 tarihli görünümlerinde; *“Hücre yenilenmesini hızlandırır. Antibakteriyeldir. Mantar ve enfeksiyonlarla savaşır. Yaraları iyileştirir. Düşme ve darbeden sonra hemen uygulanırsa morarmayı engeller. Yaralardan sonra olası cilt izlerini büyük ölçüde engeller. Egzama ve pişikte faydalıdır. Sağlık Bakanlığı bildirimlidir.”* şeklinde,

“Baboon Natural BABOON Pinky Cream Calamine”adlı ürüne ilişkin olarak www.baboonnatural.com/urun/pinky-cream-baboon-calamine adresli internet sitesinin 04.12.2020 ve 04.02.2021 tarihli görünümlerinde; *“Baboon kalaminli krem, sinek, böcek sokmaları, su çiçeği, egzama gibi kaşıntılı durumlarda yatıştırıcıdır. İsilik, pişik durumlarında kullanılabilir. Uygun miktarda krem kaşıntılı, egzamalı bölgeye dairesel hareketlerle sürülür (…)”* şeklinde,

“Baboon Natural Baboon Kömür Katı Şampuan” adlı ürüne ilişkin olarak www.baboonnatural.com/urun/komur-kati-sampuan adresli internet sitesinin 04.12.2020 ve 04.02.2021 tarihli görünümlerinde; *“(...) antimikrobiyaldir (…)”* şeklinde,

“Ballı Baboon Soğuk İşlem Doğal Sabun”adlı ürüne ilişkin olarak https://good4trust.org/carsi/urunler/balli\_baboon-4100526477 adresli internet sitesinin 04.12.2020 ve 04.02.2021 tarihli görünümlerinde;*“(...) antimikrobiyaldir. Antibakteriyel özelliği sayesinde de sivilceler ile savaşır (…)”* şeklinde,

“Baboon Natural Hindistan Cevizi Yağlı Baboon Soğuk İşlem Doğal Sabun” adlı ürüne ilişkin olarak www.baboonnatural.com/urun/100-hindistan-cevizi-yagli-baboon-kokusuz adresli internet sitesinin 04.12.2020 ve 04.02.2021 tarihli görünümlerinde; *“Bakteri, virüs, mantar, enfeksiyon gibi oluşumları giderilmesine fayda sağlar. İçerisinde bulunan potasyum, Manganez, kalsiyum, magnezyum, Demir, bakır, Selenyum, çinko, C vitamini, E vitamini açısından zengin olmasını sayesinde cilt problemleri ve saç problemlerin giderilmesinde son derece etkilidir. Kabuklanma, kepek, egzama gibi oluşumları giderir. Akne, sivilce, siyah nokta problemlerinde kullanılabilir. Kaşıntı ve kızarıklık durumlarında kullanılabilir.”* şeklinde,

“Baboon Natural Keçi Sütlü Ballı Baboon Soğuk İşlem Doğal Sabun” adlı ürüne ilişkin olarak www.baboonnatural.com/urun/keci-sutlu-balli-baboon adresli internet sitesinin 04.12.2020 ve 04.02.2021 tarihli görünümlerinde; *“(...) antibakteriyel özellik kazanan Keçi Sütlü Baboon, akneye neden olan bakterileri öldürür,”* şeklinde,

“Baboon Natural Keçi Sütlü Baboon Soğuk İşlem Doğal Sabun” adlı ürüne ilişkin olarak www.baboonnatural.com/urun/keci-sutlu-baboon adresli internet sitesinin 04.12.2020 ve 04.02.2021 tarihli görünümlerinde; *“(...) antibakteriyel özellik kazanan Keçi Sütlü Baboon, akneye neden olan bakterileri öldürür,”* 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, bahsi geçen kozmetik ürünlerinin sağlık beyanı içeren ve endikasyon belirten ifadelerle tanıtımının yapılmasının ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği,ayrıca şayet anılan ürünler söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “kozmetik ürün” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilmesi gereken ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuata uygun olmadığı, dolayısıyla her koşulda, söz konusu ürün ile ilgili olarak yapılan bu nitelikteki tanıtımların mevcut mevzuata aykırılık teşkil ettiği,

Ayrıca; “Antimikrobiyaldir”, “Antibakteriyel (…)” gibi ifadelere yer verilmek suretiyle, söz konusu ürünlerin biyosidal etki gösterdiğinin iddia edilebilmesi için gerekli biyosidal ürün ruhsatının bulunduğuna dair herhangi bir bilgi belge gönderilmediği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Kozmetik Yönetmeliği’nin 4 ve10 uncu maddeleri,

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

- Biyosidal Ürünler Yönetmeliğinin 5 ve 38 inci maddeleri

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Baboon Kozmetik ve Bakım Ürünleri San. ve Tic. Ltd. Şti.** hakkında, söz konusu tanıtımlar ile ilgili olarak, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**29)**

**Dosya No: 2019/2743**

**Şikayet Edilen:** **Cosmo Group İlaç Kozmetik Medikal San. Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.zigavus.com adresli internet sitesinde yer alan “Zigavus Extra Plus Sarımsaklı Şampuan”, “Zigavus Ultra Forte Clinical Şampuan” ve “Zigavus Forte Clinical Saç Serumu” isimli ürünlere ilişkin reklamlar ile “Zigavus Ultra Forte Clinical” isimli ürün serisine ait ambalaj üzerinde yer alan tanıtımlar ve muhtelif alışveriş merkezlerinde asılı ilanlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 26.11.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, pano ilanı, ambalaj

**Tespitler:** www.zigavus.com adresli internet sitesinin 26.11.2020 tarihli görünümünde yer alan “Zigavus Extra Plus Sarımsaklı Şampuan” isimli kozmetik ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Zigavus Extra Plus Sarımsaklı Şampuan, yoğun saç dökülmelerine karşı etkinliği kanıtlanmış bir şampuandır. Saç bakımınızı tam olarak yapar, daha güçlü ve sağlıklı saçlar sunar. “Saç dökülmesi problemlerime ne iyi gelir, sarımsaklı şampuanın etkileri nedir?” sorularınızın tam karşılığıdır. Saç dökülmesi problemlerine özel olarak, Alman Laboratuvarlarında çalışılmış bu ürün,saç dökülmesini durdurması konusunda yapılan 21 günlük kullanım testlerinde %87.5 başarı oranını yakalamıştır. İçerisindeki yoğun sarımsak ekstresine rağmen, KOKUSUZ olarak üretilen sarımsak şampuanı, yoğun saç dökülmesini durdurmada özellikle etkilidir. Saçınızın yağ-nem dengesini sağlar, saçlı deriyi problemlerden arındırır, sağlıklı saç gelişiminizi destekler.”,* “Clinical Saç Serumu” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Zigavus Forte Clinical Yoğun Terapi Serumu, dökülmeye karşı güçlü aktif ve bitkisel maddelerin kullanımı ile saç köklerini aktive ederek sağlıklı saç gelişimini destekler.”* şeklinde ve muhtelif alışveriş merkezlerinde asılı ilanlarda *“2x Hızlı Uzayan Saçlar”* şeklinde ifadelerin yer aldığı,

Diğer taraftan, “Zigavus Ultra Forte Clinical” ürün serilerine ait ürün ambalajlarında *“Clinical”*, *“Organik”*, *“%100 Doğal Aktif İçerik”*, *“No animal testing”* ibarelerine ve söz konusu ürün ambalajları ile muhtelif alışveriş merkezlerinde asılı ilanlarda *“Made in Germany”* ibaresine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, www.zigavus.com adresli internet sitesinin 26.11.2020 tarihli görünümünde yer alan “Zigavus Extra Plus Sarımsaklı Şampuan” isimli kozmetik ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Zigavus Extra Plus Sarımsaklı Şampuan, yoğun saç dökülmelerine karşı etkinliği kanıtlanmış bir şampuandır. Saç bakımınızı tam olarak yapar, daha güçlü ve sağlıklı saçlar sunar. “Saç dökülmesi problemlerime ne iyi gelir, sarımsaklı şampuanın etkileri nedir?” sorularınızın tam karşılığıdır. Saç dökülmesi problemlerine özel olarak, Alman Laboratuvarlarında çalışılmış bu ürün,saç dökülmesini durdurması konusunda yapılan 21 günlük kullanım testlerinde %87.5 başarı oranını yakalamıştır. İçerisindeki yoğun sarımsak ekstresine rağmen, KOKUSUZ olarak üretilen sarımsak şampuanı, yoğun saç dökülmesini durdurmada özellikle etkilidir. Saçınızın yağ-nem dengesini sağlar, saçlı deriyi problemlerden arındırır, sağlıklı saç gelişiminizi destekler.”, “Clinical Saç Serumu” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda “Zigavus Forte Clinical Yoğun Terapi Serumu, dökülmeye karşı güçlü aktif ve bitkisel maddelerin kullanımı ile saç köklerini aktive ederek sağlıklı saç gelişimini destekler.”* şeklinde ve muhtelif alışveriş merkezlerinde asılı ilanlarda *“2x Hızlı Uzayan Saçlar”* şeklinde ifadelerin yer aldığı,

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

Diğer taraftan, “Zigavus Ultra Forte Clinical” ürün serilerine ait ürün ambalajlarında yer alan *“Clinical”*, *“Organik”*, *“%100 Doğal Aktif İçerik*” ve *“No animal testing”* ibareleri ile söz konusu ürün ambalajları ile muhtelif alışveriş merkezlerinde asılı ilanlarda yer alan *“Made in Germany*” ibarelerinin doğruluğunun ispatlanmadığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 ve 10 uncu maddeleri,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**30)**

**Dosya No: 2019/9530**

Bayer Türk Kimya San. Ltd. Şti. unvanlı firmaya ait “Bepanthol Anti-Scar Jel Masaj Topu ile” isimli ürün tanıtımlarına ilişkin dosya hakkında yapılan görüşmeler neticesinde, konu ile ilgili olarak Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Kurumu'nun görüşüne başvurulması istemiyle, ***dosyanın ertelenmesine*** karar verilmiştir.

**31)**

**Dosya No: 2020/1186**

**Şikayet Eden:** Resen

**Şikayet Edilen:** **Procter & Gamble Tüketim Malları Sanayi A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Febreze Hava Ferahlatıcı Sprey Oda Kokusu” isimli ürün tanıtımları

**Reklam Yayın Tarihi:** Ekim-Kasım 2019, Şubat-Mart 2020, 20.12.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, televizyon

**Tespitler:** Muhtelif televizyon kanallarında Ekim-Kasım 2019 ve Şubat-Mart 2020 tarihleri arasında yayınlanan ve https://www.youtube.com/c/febrezeturkiye/ adresli internet sayfasının 20.12.2020 tarihli görünümünde yer alan “Febreze'in Özel Teknolojisi ile Kötü Kokuları Güvenle Yok Edin” başlıklı reklamlarda;

*“Kızarmış balıklar, soğanlar... Mutfakta çok fazla kötü koku var. Durun, çoğu oda kokusunun kötü kokuları parfümle maskelediğini biliyor muydunuz? Parfüm uçunca kötü kokular geri gelir. Bir de Febreze’yi deneyin. Febreze’nin özel teknolojisi ile kötü kokuları yok edin ve uzun süreli ferahlık sağlayın. (…)Febreze Mutlu bir Nefes. Febreze’nin formülünün su bazlı olduğunu ve %100 doğal püskürtücü bileşen ile hazırlandığını biliyor muydunuz? Astım ve Alerji Klinik Araştırmaları Kliniği Febreze’yi öneriyor.”* şeklinde ifadeler ile birlikte *“AC Allergenes Controles ARCAA Derneği’nin Alerji Doktorları tarafından onaylıdır. HQE-A 2018”* ibaresine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, söz konusu tanıtımlarda; anılan ürünün alerji alanında uzman hekimlerden oluşan Astım ve Alerji Klinik Araştırmaları Kliniği tarafından tavsiye edildiği ve alerji doktorları tarafından onaylandığı mesajı verilerek söz konusu ürünü astım ve alerji hastalarının kullanmasında sakınca olmadığı yönünde sağlık beyanı izlenimi yaratılmasının Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin Tanıklı Reklamlar başlıklı 16 ıncı 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 aykırı 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, 16/3 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Procter & Gamble Tüketim Malları Sanayi A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**32)**

**Dosya No: 2020/1669**

**Şikayet Edilen:** **Hayat Kimya Sanayi A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Bingo Oxyjen Nefes Aldıran Hijyen Doğal İçerikli Toz Deterjan ve Sıvı Deterjan” ile “Bingo Oxyjen Nefes Aldıran Hijyen Hipoalerjenik Toz Deterjan ve Sıvı Deterjan” isimli deterjan ürünlerine ilişkin ambalaj üzerindeyer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj

**Tespitler:** “Bingo Oxyjen Toz Deterjan ve Sıvı Deterjan” isimli deterjan ürünlerine ilişkin ambalaj üzerinde yer alan tanıtımlarda;

“Bingo Oxyjen Nefes Aldıran Hijyen Doğal İçerikli Toz Deterjan ve Sıvı Deterjan” isimli ürünlere ilişkin olarak *“V-Label”* logosu kullanılarak *“vegan”* iddiasına ve *“Yüzey aktiflerin %70’i bitki bazlı”* ibaresine, bununla birlikte *“\*Diğer doğal içerikli toz/sıvı deterjana göre”* açıklaması ile *“3 kata kadar leke temizleme gücü.\*”* ibaresine,

“Bingo Oxyjen Nefes Aldıran Hijyen Hipoalerjenik Toz Deterjan ve Sıvı Deterjan” isimli ürünlere ilişkin olarak *“\*Diğer toz/sıvı deterjanımıza göre”* açıklaması ile *“3 kata kadar leke temizleme gücü\*”* ibaresine ve *“optik parlatıcı içermeyen formülü sayesinde, ekstra durulama yapmadan bile çamaşırlarınızda onların beyaz gibi görünmesini sağlayan optik parlatıcı kalıntısı bırakmaz. (…)Kumaşların parlak ve beyaz gibi görünmelerini sağlamak için deterjanlara ilave edilen petrol bazlı bir hammaddedir. Yıkama sonrasında kumaşların üzerinde kalır ve kıyafetler giyildiğinde bu maddeler ciltle temas edebilir”* ifadelerine ve toz deterjan ürününde ilaveten *“çamaşırlarınızda gerçek beyazlığı ise özel formülündeki oksijen molekülleri ile sağlar.”* ifadelerine,

“Bingo Oxyjen Nefes Aldıran Hijyen Doğal İçerikli Toz Deterjan” isimli ürüne ilişkin olarak *“%0 optik parlatıcı, fosfat, klor, boya, paraben, parfüm, hayvansal içerik”*, “Bingo Oxyjen Nefes Aldıran Hijyen Doğal İçerikli Sıvı Deterjan” isimli ürüne ilişkin olarak *“%0 optik parlatıcı, kalıntı, fosfat, klor, labsa, sles, boya, paraben, parfüm, hayvansal içerik”*, “Bingo Oxyjen Nefes Aldıran Hijyen Hipoalerjenik Toz Deterjan” isimli ürüne ilişkin olarak *“%0 optik parlatıcı, fosfat, klor, boya, paraben, parfüm”* ve “Bingo Oxyjen Nefes Aldıran Hijyen Hipoalerjenik Sıvı Deterjan” isimli ürüne ilişkin olarak *“%0 optik parlatıcı, fosfat, klor, boya”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, “Bingo Oxyjen Nefes Aldıran Hijyen Hipoalerjenik Toz Deterjan ve Sıvı Deterjan” isimli deterjan ürünlerine ilişkin ambalajlar üzerinde; *“\*Diğer toz/sıvı deterjanımıza göre”* açıklaması ile yer verilen *“3 kata kadar leke temizleme gücü\*”* ifadesinin ispatına ilişkin olarak firmanın kendi AR-GE laboratuvarında yapılan çalışmanın sunulmasının Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin “İspat Külfeti” başlıklı 9 uncu maddesinin “*(3) Karşılaştırmalı reklamlarda yer alan ve karşılaştırmaya konu edilen iddialar, her hâlükârda üniversitelerin ilgili bölümlerinden veya akredite ya da bağımsız araştırma, test ve değerlendirme kuruluşlarından alınmış bilgi ve belgeler ile kanıtlanmak zorundadır.”* hükmüne aykırı 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, 8, 9 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**33)**

**Dosya No: 2020/2939**

**Şikayet Edilen:** **F Fırsatist Yaşam Ürünleri Kozmetik Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.illa.com.tr adresli internet sitesinde yer alan kozmetik ürün tanıtımları

**Reklam Yayın Tarihi:** 25.12.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.illa.com.tr adresli internet sitesinin 25.12.2020 tarihli görünümünde yer alan;

“İlla Life Aynı Sefa Kremi” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“(…) İlla Life Aynı Sefa Kremi Faydaları \*Mantar hastalıklarında özellikle kaşıntılı ayak mantarına karşı kullanıldığında 2 hafta gibi kısa bir sürede hastalığı yok eder. \*Alerjik ve bakteriyel cilt kaşıntılarında vücudun her bölgesinde güvenle kullanılır ve kaşıntıları yok eder. \*Enfeksiyon veya yaradan kaynaklanan tüm yüzeysel iltihaplanmalara karşı kullanılır. \*Tüm yüzeysel yaralara, kanamalara, eziklere, yanıklara ve güneş yanığına karşı kullanılır. \*Yeni veya eski tüm yaraların tedavisinde İlla Life Aynısefa Kremi başarılıdır. Ayrıca ameliyat yaralarının gerginliğini alır ve sağlıklı biçimde kapanmasını sağlar. (…)\*Lokal deri problemlerinin dıştan tedavisinde kullanılır. \*Sivilce, akne, yüzdeki kara lekelerin tedavisinde oldukça başarılıdır. \*Sedef, egzama tedavisinde destekleyici özelliğe sahiptir. \*iltihap giderici, antibakteriyel yara iyileştirici, mantar hastalığını iyileştirici, kaşıntı giderici etki yapar.”* şeklinde,

“İlla Life Çay Ağacı Kremi” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“(…)Çay ağacı yağı yaraların tedavisinde, böcek sokmalarında, bazı cilt enfeksiyonlarında kullanılmaktadır.(…) Çay Ağacı Yağının Kullanıldığı Hastalıklar. Herpes: Virüs tarafından oluşan deri rahatsızlığı genellikle dudaklarda görülür. Antiseptik etkisi olan çay ağacı yağı, virüsün olduğu yere sürülür. Dermatitis (Deri iltihabı): Alerjik, kaşıntılı deri rahatsızlıklarında da kullanılır. Çıban: Çıban daha olgunlaşmadan, çay ağacı yağı sürülür. (…) Ayak mantarları: Ayaklar iyice yıkanıp, kurulandıktan sonra mantara yakalanan yere çay ağacı yağı sürülür. Dolama ve tırnak batmaları: Tırnak batması sonucu tırnak kenarında iltihap meydana gelir. Bu gibi rahatsızlıklarda çay ağacı yağı kullanılır. Siğiller: Siğillerin üstüne sürülür. Yanıklar: Yanıkların üzerine sürülür.(…) İlla Life Çay Ağacı Kremi Faydaları. (…).Herpetik, irinli ve sivilceli yaralar, kesikler, sıyrıklar ve diğer cilt problemlerinde faydalıdır.”* şeklinde,

“İlla Life Günlük Ped” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“ Hijyenik Ped. Uzak Kızılötesi Işın. Kılcal damarlarda kan dolaşımını arttırır, cildi pürüzsüzleştirir, metabolizmayı dengeler, vücut bağışıklığı güçlendirir, ph dengesini arttırır ve her türlü jinekolojik hastalığı önler. Biyomanyetik. Vücudun manyetik alanını ve vücudun dengesini düzenler, büyümeyi destekler, kasları ve vücut ısısını korur. Gümüş Nano. Güvenli ve doğa dostu olan gümüş nano, anti-bakteriyel özelliği ile mantar, bakteri ve virüsleri etkisiz hale getirir, kapsamlı sterilizasyon sağlar, doku onarımı ve yenilenmesini destekler. Negatif İyon Vücutta vitamin sentezi ve depolanmasını sağlar, bakterileri öldürür, havayı temizler. Vücutta negatif iyon ile birlikte kandaki oksijen de artar, insan metabolizmasını dengeler ve vücut bağışıklığını güçlendirir.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Bununla birlikte, “Korona Virüsü” salgınını çağrıştıracak şekilde isimlendirilen “KoronRed Antibakteriyel Ağız Spreyi” ve “KoronRed Antibakteriyel Burun Damlası” isimli ürün ambalajları üzerinde Korona virüs görseline yer verildiği, dolayısıyla söz konusu ürünlerin Covid-19 adlı salgın hastalığa karşı koruduğu veya bu hastalığın tedavisinde kullanıldığı şeklinde aldatıcı ve bilimsel gerçeklikten uzak bir algının oluşturulduğu,

Diğer taraftan, söz konusu ürünlere ilişkin tanıtımlarda kullanılan *“Antibakteriyel, Antiseptik, Mantar, bakteri ve virüsleri etkisiz hale getirir”* şeklinde ifadeler ile anılan ürünlerin biyosidal etki gösterdiği iddiasında bulunulduğu, ancak Biyosidal Ürünler Yönetmeliği gereğince alınması zorunlu biyosidal ürün ruhsatının gönderilmediğideğerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 ve 10 uncu maddeleri,

- 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,

- Biyosidal Ürünler Yönetmeliğinin 5 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, 9, 26 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **F Fırsatist Yaşam Ürünleri Kozmetik 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.

**34)**

**Dosya No: 2020/5195**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** “ABC Sıvı Arap Sabunu” isimli deterjana ait ambalaj üzerinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj

**Tespitler:** “ABC Sıvı Arap Sabunu” isimli deterjana ait ambalaj üzerinde *“Boya, koruyucu ve zararlı kimyasal içermez”* ibaresine ve*“\*Bu üründeki temizleyici aktif maddelerin tamamı bitkisel kaynaklıdır.”* açıklaması ile *“%100 Bitkisel Kaynaklı”* ibaresineyer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, “ABC Sıvı Arap Sabunu” isimli deterjana ait ambalaj üzerinde yer alan *“Boya, koruyucu ve zararlı kimyasal içermez”* iddialarınınTicari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin “İspat külfeti” başlıklı 9 uncu maddesinde yer alan esaslar çerçevesinde bilimsel geçerliliği olan bilgi ve belgelerle ispatlanmadığı,

Diğer taraftan, söz konusu ürüne ilişkin ambalaj üzerinde; *“\*Bu üründeki temizleyici aktif maddelerin tamamı bitkisel kaynaklıdır.”* açıklaması ile yer verilen *“%100 Bitkisel Kaynaklı”* ibaresi ile ürünün tamamının bitkisel girdilerden oluştuğu izlenimi yaratılarak anlam karışıklığına yol açmak suretiyle tüketicilerin yanıltıldığıdeğerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Abc Deterjan 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.

**35)**

**Dosya No: 2020/5196**

**Şikayet Edilen:** **Sefa UÇAK**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.hepsiburada.com adresli internet sitesinde satışa sunulan "Deren El ve Cilt Antiseptiği 1 Lt." isimli ürün siparişine ilişkin ticari uygulamalar

**Reklam Yayın Tarihi:** 11.03.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firma tarafından https://www.hepsiburada.com/magaza/miya-etic adresli internet sitesinin 11.03.2020 tarihli görünümünde "Deren El ve Cilt Antiseptiği 1 Lt." isimli ürünün 94.90 TL fiyat ile satışa sunulduğu, başvuru sahibi tüketici tarafından söz konusu üründen 189.79 TL bedel karşılığında 2 adet satın alındığı, siparişte yer alan iki adet üründen tüketiciye gönderilmediği ve tüketiciye eksik gönderilen bir adet ürüne ilişkin para iadesinin 01.04.2020 tarihinde gerçekleştirildiği, bununla birlikte söz konusu ürünün 02.04.2020 tarihinde 164.50 TL fiyat ile satışa sunulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, söz konusu ticari uygulamada Reklam Mevzuatı hükümlerine aykırı bir unsura rastlanmadığından, anılan ticari uygulamanın 6502 sayılı Kanun'un 61 ve 62 nci maddelerine ***aykırılık teşkil etmediğine*** karar verilmiştir.

**36)**

**Dosya No:** **2020/793**

**Şikayet Edilen: Emrullah DANIŞMAN**

**Şikayet Edilen Reklam:** <https://drstopdezenfektan.com/> adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://drstopdezenfektan.com/ adresli internet sitesinde“Dr.Stop El Dezenfektanı”isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Virüs ve bakterilerden korunmanın etkili yolu. %80 alkol içeren dezenfektanlar bakterilerin %90’ını yok eder. Virüslere karşı savaşınızda Dr. Stop”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** https://drstopdezenfektan.com/ adresli internet sitesinde“Dr. Stop El Dezenfektanı” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Virüs ve bakterilerden korunmanın etkili yolu. %80 alkol içeren dezenfektanlar bakterilerin %90’ını yok eder. Virüslere karşı savaşınızda Dr. Stop”* ifadelerine yer verilmek suretiyle söz konusu ürünlerin 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 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**37)**

**Dosya No:** **2020/2220**

**Şikayet Edilen: Ena Farma Sağlık Ürünleri İmalat ve Dış Ticaret Anonim Şirketi**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.enafarma.com.tr adresli internet sitesinde yer alan “Cold Mix” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Virüslerden korunmak için Cold Mix ile derin bir nefes”* ifadelerine yer verildiğitespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** www.enafarma.com.tr adresli internet sitesinde yer alan “Cold Mix” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Virüslerden korunmak için Cold Mix ile derin bir nefes”* ifadelerine yer verilmek suretiyle söz konusu ürünlerin 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,

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

Bu bağlamda, söz konusu tanıtımlarda yer verilen görseller ile tüketiciler nezdinde ürünün koronavirüsü öldürmede etkili olduğu ayrıca söz konusu ürünün kullanıldığında tekrar virüs bulaşının olmayacağı yönünde izleniminin oluşturulduğu 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/a,7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Ena Farma Sağlık Ürünleri İmalat ve Dış Ticaret Anonim 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.

**38)**

**Dosya No:** **2020/4085**

**Şikayet Edilen: Carpediem Kozmetik Sanayi Ve Ticaret Anonim Şirketi**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.licape.com.tr](http://www.licape.com.tr) adresli internet sitesinde “Licape Leke Kremi ve Cilt Beyazlatıcı” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; “*Licape Leke Kremi Ve Cilt Beyazlatıcı, cildinizde oluşmuş güneş, hamilelik, sivilce, hormonal, lazer ve epilasyon lekelerinin cilt tonu eşitliğini dengelemek ve oluşabilecek lekelere karşı cildinizi korumayı amaçlamaktadır. Düzenli kullanımda 4-8 haftada var olan, sonradan oluşmuş lekelerinizi gidermeyi hedeflemektedir. Licape Leke Kremi Ve Cilt Beyazlatıcı içeriğindeki Retinol sayesinde ciltteki kolojen yıkımını önler ve hücre döngüsünü artırarak sivilce ve akne oluşumunu engeller. Etkili nemlendirmede yenilikçi bir yaklaşım için; Dengelenmiş nemlendirici kompleksi: Dura Quench I Q S A cildin doğal bariyerlerini güçlendirerek 72 saate kadar nem desteği sağlayarak sağlıklı bir cilt sunar. Özellikle vücut uykuda iken hücre yenilemesinin artması sebebi ile yatmadan önce uygulanması kremin etkisinde büyük öneme sahiptir. Ürün içeriğindeki SPF sayesinde cildinizi güneş lekelerine karşı korur. Etkili nemlendirmede yenilikçi bir yaklaşım için; Dengelenmiş nemlendirici kompleksi: Dura Quench I Q S A cildin doğal bariyerlerini güçlendirerek 72 saate kadar nem desteği sağlayarak sağlıklı bir cilt sunar. Dr Koziej Laboratuvarlarında test edilip dermatolojik olarak onaylanmıştır. Licape Leke Kremi Ve Cilt Beyazlatıcı tüm cilt tiplerine uygundur. Licape Leke Kremi Ve Cilt Beyazlatıcı; kortizon ve paraben içermez. 2020 Tüketici ödülü. Dermatolojik olarak test edilmiştir. Hamile ve emziren annelerin kullanımında bir sakınca yoktur.”* ifadelerineyer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** www.licape.com.tr adresli internet sitesinde yer alan “Licape Leke Kremi ve Cilt Beyazlatıcı” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; “*Licape Leke Kremi Ve Cilt Beyazlatıcı, cildinizde oluşmuş güneş, hamilelik, sivilce, hormonal, lazer ve epilasyon lekelerinin cilt tonu eşitliğini dengelemek ve oluşabilecek lekelere karşı cildinizi korumayı amaçlamaktadır. Düzenli kullanımda 4-8 haftada var olan, sonradan oluşmuş lekelerinizi gidermeyi hedeflemektedir. Licape Leke Kremi Ve Cilt Beyazlatıcı içeriğindeki Retinol sayesinde ciltteki kolojen yıkımını önler ve hücre döngüsünü artırarak sivilce ve akne oluşumunu engeller. Etkili nemlendirmede yenilikçi bir yaklaşım için; Dengelenmiş nemlendirici kompleksi: Dura Quench I Q S A cildin doğal bariyerlerini güçlendirerek 72 saate kadar nem desteği sağlayarak sağlıklı bir cilt sunar. Özellikle vücut uykuda iken hücre yenilemesinin artması sebebi ile yatmadan önce uygulanması kremin etkisinde büyük öneme sahiptir.”* ifadelerine yer verildiği, ancak Kozmetik Mevzuatına tabi bulunan tüm kozmetik ürünlerin, insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve etkileri geçici olan ürünler olması gerektiği; bu bağlamda inceleme konusu tanıtımlarda yer alan tedaviye yönelik ve endikasyon belirten ifadelerin ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği,

Bununla birliktewww.licape.com.tr adresli internet sitesinde yer verilen; *“Ürün içeriğindeki SPF sayesinde cildinizi güneş lekelerine karşı korur. Etkili nemlendirmede yenilikçi bir yaklaşım için; Dengelenmiş nemlendirici kompleksi: Dura Quench I Q S A cildin doğal bariyerlerini güçlendirerek 72 saate kadar nem desteği sağlayarak sağlıklı bir cilt sunar. Dr Koziej Laboratuvarlarında test edilip dermatolojik olarak onaylanmıştır. Licape Leke Kremi Ve Cilt Beyazlatıcı tüm cilt tiplerine uygundur. Licape Leke Kremi Ve Cilt Beyazlatıcı; kortizon ve paraben içermez. 2020 Tüketici ödülü. Dermatolojik olarak test edilmiştir”* ifadelerinin ispatlanmadığı,

Son olarak söz konusu ürün tanıtımında yer verilen; *“Hamile ve emziren annelerin kullanımında bir sakınca yoktur.”* şeklindeki ifadelerle ürünün hamileler ve emzirme döneminde kullanımının uygunluğu yönündeki iddiaların kullanılmaması gerektiği değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 ve 10 uncu maddeleri,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**39)**

**Dosya No:** **2021/152**

**Şikayet Edilen: Yerküre Doğal Yaşam Ürünleri Anonim Şirketi**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.purneva.com adresli internet sitesinde yer alan “Homemade Aromaterapi Rahatlatıcı Okaliptüs Kremi” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“İçeriğindeki anti virüs etkili Okaliptüs, Nane, Karanfil ve Biberiye Uçucu Yağları ile göğsü, nefesi almayı, sinüsleri rahatlatır. Viks'in en doğal hali. İçeriğindeki anti virüs etkili Okaliptüs, Nane, Karanfil ve Biberiye Uçucu Yağları ile göğsü, nefesi almayı, sinüsleri rahatlatır ”* ifadelerine, “Nuka Kalendula Aynısefa Çayırnergisi Yağı” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Özellikleri; Pişiklerde kullanılır, hücre yenileyici, uyarıcı ve yara iyileştirici.* *Her türlü nedenden kaynaklanan cilt kaşıntılarına iyi gelir. Bebek ve ebeveyn vücut pişiklerinde giderici etkisi vardır. Nasırlaşmış deriyi yumuşatır. Ameliyat izleri ve sivilce izlerini giderir. Gergin kasları gevşetir. Böcek ısırıklarında kaşıntıyı giderir.”* ifadelerine, “Nuka Gül Suyu” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Gül suyu gözaltı morluklarına karşı harika bir koruyucudur. Ayrıca, cilt kırışıklarını yok eder ve kırışıklıkları engeller.”* ifadelerine, “Naturalive Doğal Diş Macunu” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Dişeti hastalıkları, aft(mantar) ve ağız yaralarını oluşumunu engeller.*” ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** www.purneva.com adresli internet sitesinde yer alan “Homemade Aromaterapi Rahatlatıcı Okaliptüs Kremi” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“İçeriğindeki anti virüs etkili Okaliptüs, Nane, Karanfil ve Biberiye Uçucu Yağları ile göğsü, nefesi almayı, sinüsleri rahatlatır. Viks'in en doğal hali”* ifadelerine, “Nuka Kalendula Aynısefa Çayırnergisi Yağı” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Özellikleri; Pişiklerde kullanılır, hücre yenileyici, uyarıcı ve yara iyileştirici.* *Her türlü nedenden kaynaklanan cilt kaşıntılarına iyi gelir. Bebek ve ebeveyn vücut pişiklerinde giderici etkisi vardır. Nasırlaşmış deriyi yumuşatır. Ameliyat izleri ve sivilce izlerini giderir. Gergin kasları gevşetir. Böcek ısırıklarında kaşıntıyı giderir.”* ifadelerine, “Nuka Gül Suyu” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Gül suyu gözaltı morluklarına karşı harika bir koruyucudur. Ayrıca, cilt kırışıklarını yok eder ve kırışıklıkları engeller.”* ifadelerine, “Naturalive Doğal Diş Macunu” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Dişeti hastalıkları, aft(mantar) ve ağız yaralarını oluşumunu engeller.*”ifadelerine yer verildiği, ancak Kozmetik Mevzuatına tabi bulunan tüm kozmetik ürünlerin, insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve etkileri geçici olan ürünler olması gerektiği; bu bağlamda inceleme konusu tanıtımlarda yer alan tedaviye yönelik ve endikasyon belirten ifadelerin ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği,

Ayrıca www.purneva.com adresli internet sitesinde yer alan “Homemade Aromaterapi Rahatlatıcı Okaliptüs Kremi” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“İçeriğindeki anti virüs etkili Okaliptüs, Nane, Karanfil ve Biberiye Uçucu Yağları ile göğsü, nefesi almayı, sinüsleri rahatlatır.”* şeklinde ifadelere yer verilerek 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,

Son olarak “Homemade Aromaterapi Rahatlatıcı Okaliptüs Kremi” isimli ürün tanıtımlarında kullanılan *“Viksin en doğal hali”* ifadesi ile “Vicks” markalı ürünün taklit edildiği değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 ve 10 uncu maddeleri,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**SAĞLIK**

**40)**

**Dosya No: 2019/1747**

**Şikayet Edilen:** **Dr. Yıldıray ŞİŞMAN (Özel Dentamer Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Şikâyetçi İddiaları:** www.dentamer.com.tr adresli internet sitesinde ve www.facebook.com ile www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitelerinde şahsa ve kuruluşa ait sayfalarda yapılan tanıtımların mevzuata aykırı olduğu iddia edilmiştir.

**Tespitler:** İnceleme konusu www.dentamer.com.tr adresli internet sitesinin 28.09.2020 tarihli görünümünde örnek olarak*; "...Uluslararası ve ulusal kongrelerde sunulmuş, Uluslararası ve ulusal hakemli dergilerde yayınlanmış 150’nin üzerinde bilimsel çalışması bulunmaktadır. Gerek yurt içi, gerekse yurtdışı birçok hakemli dergide danışma kurulunda görev yapmıştır... Dişlerimiz asıl işlevlerinin yanı sıra (çiğneme, konuşma vb.)estetik açıdan toplumdaki özgüvenimizi de fazlasıyla etkiler. Gülüşümüz insanlarla iletişimimizde çok önemli bir faktördür. Dişlerdeki renk ve şekil bozuklukları bireyde psikolojik rahatsızlıklara kadar varan problemlere neden olabilir. Yapılan araştırmalar gülüşüne güvenen bir bireyin sosyal, iş ve günlük hayatında diğer bireylere oranla çok daha mutlu ve başarılı olduğunu göstermiştir. Dişlerimiz gülüşümüzü, gülüşümüz de enerjimizi yansıtır. Güzel bir gülümseme kişisel özgüven demektir. Diş hekimliğinde bununla ilgilenen bilim dalına ‘estetik diş hekimliği’ adı verilir... Özellikle bazı vakalarda, ortodontik tedavi estetik olarak inanılmaz değişimler yaratabilir..."* gibi bilgilendirme kapsamını aşan ifadeler ile hasta öncesi ve sonrası görsellerine yer verildiği;

www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinin 28.09.2020 tarihli görünümünde kuruluşa ait “ozeldentamer” ve "prof.dr.yildiraysisman" kullanıcı isimli sayfalarda yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak*; "...Bu hastamızda olduğu gibi, eksik yapılmış kanal tedavisi ve kaplamanın tutunacağı bir yapı olamamsı durumunda, dişi çekmeden doğru bir kanal tedavisi yenilemesi ve kökü implant şeklinde kullanırlarak hastaya dada az bir maliyetle bu şekilde idamesi sağlanabilir....Sol üst ikinci kesici dişte eksik yapılmış kanal tedavisi buna bağlı olarak enfeksiyon varlığı ve bir miktar kök ucunda erime gözlendi. Kanal tedavisi yenilendi ve kaplamaları yapıldı. Bir yıl sonra alınan kontrol filminde enfeksiyonun tamamen iyileştiği gözlendi..Hastamız dişlearrasındaki aralıktan şikayetgleelmiştui,̈cşt enseağbir numaralı dişeteski bir kaplama vardı bu zirkonyum kaplama ile değiştirdilidgĭ, edrişlerdekairalıklarda estetik dolgu ile kapatıldı.Dişlerdeki aralıklar kaplama yapmadan estetik dolgu ile giderilebilir...eksik yapılmış kanal tedavili dişler, çekilmesine gerek kalmadan doğru bir kanal tedavisi yenilemesi ile kurtarabilir...Emeklerinizden dolayı çok teşekkür ederim. Güven veren mesleki deneyiminiz nedeniyle kendimi çok rahat hissettim. Tekrar teşekkür ederim..."* gibi bilgilendirme kapsamını aşan ifadelere; hasta öncesi ve sonrası görsellere ve olumlu hasta yorumlarına yer verildiği;

www.facebook.com adresli sosyal paylaşım sitesinin 28.09.2020 tarihli görünümünde kuruluşa ait “Prof. Dr. Yıldıray Şişman" ve "Dentamer Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği" kullanıcı isimli sayfalarda yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak*; "...Bu tür komplikasyonlarla karşılaşmamak için implant cerrahisi öncesi hastanın anatomik yapıların iyi değerlendirilmesi gerekiyor... Bu hastamızda olduğu gibi sinüsün durumuna göre implantlar açılıda yerleştirilebilir… Kanal tedavisi görmüş dişlerin renginde zamanla koyulaşma olabilir. Bu durum kişinin gülümsemesini olumsuz etkiler... Çok memnum kaldım. Uygun fiyatınız ve ilgi alakanız için tekrar çok teşekkür ederim..."* gibi bilgilendirme kapsamını aşan ifadelere; hasta öncesi ve sonrası görsellere ve olumlu hasta yorumlarına yer verildiği;

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme 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 olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla söz konusu tanıtımların;

- 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanunun 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 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, 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. Yıldıray ŞİŞMAN (Özel Dentamer Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği)** 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.

**41)**

**Dosya No: 2019/9465**

**Şikayet Edilen:** **Aromel Kimya Medikal Sanayi Ticaret Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** Kuruluşa ait www.aromelkimya.com adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Şikâyetçi İddiaları:** Kuruluşa ait www.aromelkimya.com adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımların mevzuata aykırı olduğu iddia edilmiştir.

**Tespitler:** www.aromelkimya.com adresli internet sitesinin 07.12.2020 tarihli görünümünde cpap-bipap hortumu, nebilizatör, oksijen tüpü vb. münhasıran sağlık meslek mensupları tarafından kullanılması veya uygulanması gereken muhtelif medikal ve tıbbi cihazlara ilişkin tanıtım ve reklama yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** 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 reklam ve tanıtımının yapılmasının yasak olduğu, bunların dışında kalan cihazların reklamına ise ilgili mevzuata uygun olmak koşuluyla izin verildiği, dolayısıyla söz konusu tanıtımların kuruluşta satışı yapılan ve tıbbi cihaz kapsamında bulunan cihazlara ilişkin olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla söz konusu tanıtımların;

-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 **Aromel Kimya Medikal Sanayi Ticaret Anonim Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**42)**

**Dosya No: 2019/9583**

**Şikayet Edilen: Funda KOÇDOĞAN (Neorezonans Danışmanlık Hizm. Ltd. Şti.)**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.neorezonans.com.tr 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

**Şikâyetçi İddiaları:** www.neorezonans.com.tr adresli internet sitesi ile www.facebook.com, www.instagram.com ve www.youtube.com adresli sosyal paylaşım sitelerinde kuruluşa ait sayfalarda yer alan tanıtımların mevzuata aykırı olduğu iddia edilmiştir.

**Tespitler:** Kuruluşa ait www.neorezonans.com.tr adresli internet sitesinin 16.11.2020 tarihli görünümünde örnek olarak; *"...Sigarayı kolayca bırakmak için...Yani kısaca Quitt biorezonans seansı bağımlılık yapan madenin çevresine yaydığı frekansların vücuttan silinmesi işlemidir. Bunun için 40 ya da 50 dakikalık tek seans genellikle yeterli olmaktadır.. İşlem sırasında kişi sakinleşme-rahatlama dışında bir şey hissetmez....Geçen 8 yıl içinde yaptığımız 10.000'e yaklaşan sigara bırakma terapisinden aldığımız sonuçların yorumladığımızda bu seansların vücudun nikotin isteğini net olarak azaltttığını ve aslında vücudun nikotine olan tanışık olma durumunu ortadan kaldırdığını söyleyebiliriz...Yaptığımız terapileri ister psikolojik bağımlılığı olsun, ister ağır fiziksel bağımlılığı olsun sigaradan kurtulmak isteyen herkese öneriyoruz. Kalp pili taşıyanlar ve hamileler dışında bu terapiler herkese uygulanabiliyor. Bırakmak isteyen kişilerde ağır hastalıkların bulunması biorezonans seansları için engel değil. Sebebi her ne olursa olsun ilk seansta sigarayı bırakamayan kişilere 3 ay içerisinde yapılacak ikinci bir seans uygulaması ücretsizdir... Siz de alerjiden kurtulmak için hemen bizimle iletişime geçin... Quitt Morell tipi biorezonans yöntemini günümüz teknolojisiyle sunan Alman teknolojisidir. Quitt biorezonansın bağımlılıklar-kilo verme ve alerjiler konusunda özellikle spesifikleşmiş halidir. Quitt “Rezonans” için vücuttan (endojen biorezonans) veya biyoaktif maddelerden (exojen biorezonans) alınan frekansı aynı anda kullanılır, frekans aralığı diğer biorezoans cihazlarından açık ara öndedir. Bunlara benzer şekilde, Quitt'in yüksek etkinliğini açıklayabilecek kendine has üstün özellikleri bulunur..Asıl olarak, alkolden ilelebet kurtulabilmenizi gereken tek şey “artık istemiyorum” demek ve bu sorunun ruhsal sebepleriyle ilgilenmeyi de göze almak...10.000 e yakın kişiye sigara bırakma konusunda yardımcı olduk. 100.000'e yakın kişi biorezonans yazılımları yardımıyla sigarayı bıraktı, alkolü bıraktı ya da bir iki seans yardımıyla bağımlılık düzeyinde düşkün olduğu gıdaları hayatından çıkarmayı başardı. Biz biorezonans adına birçok ilke imza attık..."* gibi tıbbi uygulamalar hakkında bilgilendirme sınırını aşan ifadelere ve Quit isimli tıbbi cihaz tanıtımı ile "Başarı Hikayeleri" başlığı altında hasta övgü, teşekkür ve onay ifadelerine yer verildiği;

www.instagram.com ile www.facebook.com adresli sosyal paylaşım sitelerinin 16.11.2020 tarihli görünümünde kuruluşa ait “neorezonans2016" ve "neorezonans" kullanıcı isimli sayfalarda yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak*; "...Sağlıklı yaşamanın temel sırlarından bir tanesi kötü gıdalar dediğimiz yapay gıdalardan mümkün olduğunca uzak durmak. İyi ama nasıl diyorsanız; detaylı bilgi için; 0216 456 94 94 veya 0542 642 44 06 telefonumuzu arayabilirsiniz. “Neo-Rezonans Danışmanlık Merkezi” İstanbul Ataşehir’de faaliyetlerini başarıyla yürüten bir “sağlıklı yaşama destek” merkezidir... Sigaranın size ve çevrenizdekilere zarar verdiği birçok bilimsel araştırma ile kanıtlanmıştır. Biorezonans terapileriyle sigarayı kolaylıkla bırakabilirsiniz. Tek yapmanız gereken merkezimizi ziyaret etmek... Sigara yüzünden dünya üzerinde her gün yüzlerce insan hayatını kaybediyor. Almanların kendisini dünyaya kanıtlamış teknolojileri ile geliştirilen cihazlarımız ile sigarayı bırakmak artık çok daha kolay. NEO-REZONANS sağlığınızı daha iyi seviyelere taşımak ve hastalıklardan korumak amacıyla sizlere "sağlık destek" hizmetleri sunan bir danışmanlık firmasıdır... Suna hanımla kilo programımızın 60. Günündeyiz bugünkü kilosu 77,6 kg. Toplam 6 kg 700gr hafiflemiş suna hanım tebrikler. Programımıza devam ediyoruz..."* gibi tıbbi uygulamalar hakkında bilgilendirme sınırını aşan ifadeler ile hasta öncesi ve sonrası görsellerine yer verildiği;

www.youtube.com adresli sosyal paylaşım sitesinin 16.11.2020 tarihli görünümlerinde kuruluşa ait “Rezonans Terapileri” kullanıcı isimli sayfada yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda hasta övgü, teşekkür ve onay ifadelerine yer verildiği;

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu internet sitelerinde, belirli tıbbi hizmetlerle ilgili yer alan ifadelerin sadece yetkili eğitim ve sağlık hekimleri ile kuruluşları tarafından sunulabileceği; ancak kuruluşun danışmanlık firması olarak tanıtıldığı ve sağlık kuruluşu olup olmadığının bilinmediği; şayet kuruluş bir sağlık kuruluşu olsa dahi mezkûr sitelerde yapılan tanıtımların bilgilendirme kapsamını aşarak “reklam’’ niteliğinde değerlendirildiği ve sağlık alanında tanıtımlar yapan kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı, talep yaratıcı nitelikte olduğu ve kuruluşa yönlendirme yaparak, benzer alanda faaliyet gösteren kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açtığı;

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 reklam ve tanıtımının yapılmasının yasak olduğu, bunların dışında kalan cihazların reklamına ise ilgili mevzuata uygun olmak koşuluyla izin verildiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla söz konusu tanıtımların;

- 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanunun 1, 7, 8,10 ve 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 Yönetmeliğin 5/c maddesi,

- Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin 29 uncu 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 **Funda KOÇDOĞAN (Neorezonans Danışmanlık Hizm. Ltd. Şti.)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **104,781-TL (Yüzdörtbinyediyüzseksenbir Türk Lirası) idari para ve** **anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**43)**

**Dosya No: 2019/9594**

**Şikayet Edilen: Aylin SAYGILI (Aylin Sayman Beauty and Academy)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 08.12.2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Şikâyetçi İddiaları:** www.facebook.com ve www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitelerinde kuruluşa ait sayfalarda yer alan tanıtımların mevzuata aykırı olduğu iddia edilmiştir.

**Tespitler:** www.instagram.com ile www.facebook.com adresli sosyal paylaşım sitelerinin 08.12.2020 tarihli görünümünde kuruluşa ait *“aylinsaymanyasamkent"* ile *"Aylinsaymanbeautyacademy*" kullanıcı isimli sayfalarda yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *"...Ankara’nın en çok müşteri memnuniyetine sahip merkez Hibrit sistemi ile çok daha hızlı sonuçlar. AÇILIŞIMIZA ÖZEL İLK DEFA TÜM UYGULAMALARDA GEÇERLİ %20 İNDİRİM. Tüm kıl yapılarında etkili, İlk seans itibari ile batıklarda kararmalarda etkili... Yanlış sistem yanlış uygulama sonucu mağduriyet yaşamamanız adına lütfen araştırın Son sistem hibrit ile farkımız her zaman ortada... Alexandrite, ND Yağ, Diode karışımı teknolojiye sahip tüm kıl yapılarında başarılı eski sistemlere göre daha hızlı sonuç batıklarda kararmalarda etkili. Bronz tenlerde başarı gösteren tek sistem... Lazer fiyat listemiz 1. Bölge 120 TL 2. Bölge: 160 TL..."* ifadeleri üzerinden lazer epilasyon gibi işlemler hakkında bilgilendirme sınırını aşan ifadelere, hasta öncesi ve sonrası görselleri ile kampanya ve fiyat bilgilerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Bilindiği gibi, 15/2/2008 tarih ve 26788 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin 39 uncu maddesi ile “Güzellik ve Estetik Amaçlı Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmelik” yürürlükten kaldırılmış ve Geçici 5 inci maddesi ile de güzellik salonları sağlık kuruluşu statüsünden çıkarılmıştır.

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

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 söz konusu tanıtımların;

- 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanunun 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 **Aylin Saygılı (Aylin Sayman Beauty and Academy)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**44)**

**Dosya No: 2019/12180**

**Şikayet Edilen: Dr. Pelin TAŞDEMİR**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 08.12.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Şikâyetçi İddiaları:** Şahsa ait www.drpelintasdemir.com adresli internet sitesi ile www.instagram.com ve www.facebook.com adresli sosyal paylaşım sitelerinde şahsa ait sayfalarda yer alan tanıtımların mevzuata aykırı olduğu iddia edilmiştir.

**Tespitler:** Şahsınıza ait www.drpelintasdemir.com adresli internet adresinin 08.12.2020 tarihli görünümünde örnek olarak; *"...Günümüzde çene altı bölgesindeki sarkma veya yağ birikiminin*

*fazlalığından şikayetçi olan hastalar son zamanlarda belirgin olarak artmaktadır... Uygulanacak bölgeye göre değişmekle birlikte ortalama 2-4 seans yeterli olacaktır… Gençlik Aşısı: Genetik faktörler, güneş, çevre kirliliği gibi çevresel faktörler ve yaşla birlikte cildimizi besleyen hyaluronik asit, kollajen ve elastik lier gibi yapıların hasara uğraması sonucu cilt kurur, ince kırışıklıklar ve ciltte matlık ortaya çıkar. İlerleyen dönemlerde kırışıklıklar derinleşir ve ciltte sarkmalar belirginleşir... GÜZELLİĞE SAĞLIKLI YOLLARDAN ULAŞIN."* gibi bilgilendirme sınırını aşan ve talep yaratan ifadelere yer verildiği;

www.facebook.com ile www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitelerinin 08.12.2020 tarihli görünümlerinde şahsınıza ait *“dr.pelin\_tasdemir”* ve *"Dr. Pelin Taşdemir"* kullanıcı isimli sayfalarda yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *"...Daha keskin hatlar daha çekici bir görünüm için jawline dolgu...Güzelliğin büyülü yolculuğu Neavuia ile Mezoterapi Uygulamaları...Gözaltı morlukları ve çöküntüleri canınızı sıkmasın...Genç ve çekici bir görünüm için Celluphase...Daha dolgun ve hacimli dudaklar...Genç ve çekici bir görünüm için Boyun Mezoterapisi..."* gibi bilgilendirme sınırını aşan ifadelere yer verildiği;

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Bu bağlamda; inceleme konusu internet sitelerinde yer alan ifadelerin tabip tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlerle ilgili olduğu; bu nedenle, söz konusu tanıtımların bilgilendirme kapsamını aşarak “reklam’’ niteliğinde değerlendirildiği ve sağlık alanında çalışan şahsın faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı, talep yaratıcı nitelikte olduğu ve şahıs ile faaliyette bulunduğu kuruluşa yönlendirme yaparak, benzer alanda faaliyet gösteren hekimler ve kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açtığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla söz konusu tanıtımların;

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

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

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

- 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. Pelin TAŞDEMİR** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**45)**

**Dosya No: 2019/12183**

**Şikayet Edilen: Health World Sağlık Turizm Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Kuruluşa ait www.hwtclinic.com adresli internet adresi ile www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait sayfada yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 14.12.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Şikâyetçi İddiaları:** Kuruluşa ait www.hwtclinic.com adresli internet adresi ile www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait sayfada yer alan tanıtımların mevzuata aykırı olduğu iddia edilmiştir.

**Tespitler**: Kuruluşa ait www.hwtclinic.com adresli internet adresinin 14.12.2020 tarihli Türkçe görünümünde örnek olarak*; "...Hastane ortamında yapılan saç ekimi uygulaması ile Güvenilir, Doğal ve Kalıcı sonuçlar. 12 yıllık tecrübe. 10000 üzeri operasyon Ömür Boyu Garanti 7/24 Destek Hattı... Saç ekimi cerrahisi uzmanlarımız tarafından 10 yılı aşkındır kellik tedavileri gerçekleştirmekteyiz. Saçekimi alanındaki deneyimimiz ile çoğu Avrupa ülkelerinde tanınan ve önerilen bir hastaneyiz. Kurulduğumuz günden itibaren ileri teknoloji saç ekim yöntemlerimizi Avrupa’nın ve Dünya’nın heryerinden gelen müşterilerimize hitap ediyoruz. Yaptığımız mükemmel tedavi yöntemi sonucundahastalarımızın %100 müşteri memnuniyeti ile ayrıldığına çok eminiz. Çünkü her hastamız ülkesinedöndüğünde aldığı hizmetin kalitesini çevresiyle paylaştığı için yeni hastalarımızın çoğu öneriyle bizleritercih ediyor... 1. G Ü N Havalimanından Otele 2. G Ü N Otelden Hastaneye 3. G Ü N Otelden Havalimanına... Siz değerli müşterilerimiz için son teknolojiye sahip ve tamamıprofesyonel ekipler ile yönettiğimiz hastanemize bekleriz... Türkiye'de saç ekimi yaptırmak çoğu Avrupave Orta Doğu ülkelerine göre oldukça ucuza mal olmaktadır. İş gücü maliyetinin dahaucuz olması ve yerel para biriminin satın alma gücü saç ekimi fiyatlarının uygun olmasınısağlayan nedenlerden biridir. Aynı zamanda Türkiye'de saç ekiminin yanı sıra tatil yapma olanağının bir arada olması önemli bir avantaj olarak kabul edilebilir... FUT tekniği diğer saç Ekimi yöntemlerine göre daha uygun fiyatlı olmakla beraber, yara izi bırakmaktadır. Bu nedenle çok tercih edilmemektedir..."* gibi bilgilendirme sınırını aşan ve talep yaratan ifadeler ile mezkûr internet adresinin gerek Türkçe gerek diğer dillerdeki görünümlerinde ise hasta öncesi ve sonrası görsellerine yer verildiği;

www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinin 14.12.2020 tarihli görünümünde kuruluşa ait “*hairworldturkey*” kullanıcı isimli sayfada yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda hasta öncesi ve sonrası görsellerine yer verildiği;

Bununla birlikte; inceleme konusu internet sitelerinde; kuruluşun isminin *“Hair World Turkey”* olarak nitelendirildiği;

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu internet sitelerinde yapılan tanıtımlar aracılığıyla kuruluşa sağlık alanında faaliyet gösterdiği yönünde bir izlenim kazandırıldığı; ayrıca, kuruluş türünün açıkça belirtilmemesi suretiyle tüketicilerin yanıltıldığı, dolayısıyla, inceleme konusu internet sitelerinde, aracılık faaliyetinde bulunduğu hastaneler ve sağlık meslek mensupları lehine talep yaratmaya yönelik tanıtım yapılmasının ilgili mevzuata aykırılık teşkil ettiği ve benzer alanda faaliyet gösteren kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açtığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla söz konusu tanıtımların;

- 6023 sayılı Türk Tabipleri Birliği Kanunun 64 üncü maddesi,

- 3224 sayılı Türk Dişhekimleri Birliği Kanunun 45 inci maddesi,

- Özel Hastaneler Yönetmeliğinin 60 ıncı maddesi,

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 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 **Health World Sağlık Turizm Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **104,781-TL (Yüzdörtbinyediyüzseksenbir Türk Lirası) idari para ve** **anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**46)**

**Dosya No: 2019/12185**

**Şikayet Edilen: Dr. Abdülcebbar SİYER**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 14.12.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Şikâyetçi İddiaları:** www.abdulcebbarsiyer.com adresli internet sitesinde ve www.facebook.com ile www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitelerinde şahsa ait sayfalarda yer alan tanıtımların mevzuata aykırı olduğu iddia edilmiştir.

**Tespitler:** www.abdulcebbarsiyer.com adresli internet adresinin 14.12.2020 tarihli görünümünde örnek olarak; *"...Gelişme dönemi sonrası, göğüslerin büyüklüğü hastanın kendisini mutlu edecekboyutlara ulaşmamış olabilir. Ya da gelişimsel olarak memelerinin büyüklüğünden mutlu olan bir kadın ilerleyen yaş, kilo alıp – vermeler veya doğum ve emzirme dönemleri sonrasında memelerinindolgunluğunu kaybetmesinden, içi boşalmış ve yumuşamış bir görünüm kazanmışolmasından mutsuz olabilir. Günümüzde, meme büyütme için geçerli, en kalıcı ve güvenilir yöntem protez konularakyapılan meme büyütme ameliyatlarıdır. Bu ameliyattan sonra aynı gün eve dönülebilir ya da doktorunuz bir gece hastanede kalmanızıisteyebilir. Hastalar genellikle bir kaç gün içinde işlerine dönebilmektedirler. Meme büyütme ameliyatlarından sonra kalıcı his kaybı görülme riski % 1 civarındadır, bu oran meme ucu altından yapılan girişlerde bir miktar daha yüksektir... Burun estetik operasyonu hastaların dış görünümlerini düzeltirken, kişinin kendine olanözgüvenini arttırıcı etkiler yapar. Hastaların ameliyattan önce istediği, hayallerindeki burunşeklinin aynısı bu operasyonla oluşturulamaz. Burun yapısında gerçekleştirilendeğişikliklerin hepsi, kişinin burun yapısıyla alakalıdır. Bu yüzden rinoplasti ameliyatındahastaların beklentileri ön plana çıkmaktadır. Operasyonun başarılı olması hastanın bundanbeklentisine, ameliyatı olmak için nedenlerine, ameliyat sonucunda neler beklediklerinebağlıdır. Eğer hastalar bu isteklerini cerraha doğru aktarırsa ve istekleri yapılabilir düzeydeolursa en iyi sonuç alınacaktır. Hastaların aşırı mükemmelliyetçi olması halinde, başarılı birsonuç alınamaz. Dış görünüme olumlu katkıları olacak yeni burun şeklinden memnun olanhastalar oldukça, rinoplasti başarısı sağlanmış olur. Bu adayların rinoplasti için en uygunaday olduğunu belirtelim. Ameliyatla elde edilen sonuçları kaldıracak ruhsal gelişime sahipolan, ameliyatın ve sonuç almanın bir süreç olduğunu kavrayan, burun gelişiminitamamlayan adaylar rinoplasti ameliyatı olmaya karar verebilirler... Operasyondan bir hafta sonra neredeyse hiç burun estetiği yaptırmamış bir görüntüye sahip olursunuz... Yüz germe ameliyatındasarkan cilt Evrakın toparlanırken aynı zamanda kırışıklıklar da açılabilir. Kesi saçlı deri içindekaldığından izler gizli kalır ve sizi rahatsız etmez..."* gibi bilgilendirme sınırını aşan ve talep yaratan ifadelere yer verildiği;

www.facebook.com ve www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitelerinin 14.12.2020 tarihli görünümlerinde şahsa *ait “Op. Dr. Abdülcebbar Siyer - Estetik ve Plastik Cerrahi Uzmanı”* ile "*drsiyer*" kullanıcı isimli sayfalarda yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak*; "...Daha özgüvenli bir duruş, daha fazla hareket özgürlüğü için meme küçültme ameliyatında geç kalmayın. Meme küçültme operasyonları; #1 Kronik sırt, boyun ve omuz ağrısına çözüm sunar #2 Aktif bir yaşam tarzı sağlar #3 Öz güveni sağlar #4 Duruşu ve nefes almayı iyileştirir #5 Kıyafet seçimini özgürleştirir... Sosyal medya alışveriş alışkanlıklarımız, kültürel aktivitelerimiz, fiziksel özelliklerimiz gibi pek çok özel konuda hayatımızı yönetiyor. Bunun da etkisiyle günümüzde çoğu insan popüler kişilerin fiziksel özelliklere sahip olmayı talep edebiliyor. Bu nedenle de, burun şekillendirme veya burun estetiği günümüzde kadınlar arasında popüler oldu. Geleneksel rinoplasti son derece popüler olmaya devam ederken, ameliyatsız burun estetiğinde de yükseliş yaşanıyor. 2021’de de burun estetiği tercih edilen estetik uygulamalar arasında popülerliğini..Ameliyatsız Estetik Neden Tercih Edilir? Herhangi bir cerrahi müdahale olmadığı için, iyileşme süresi çok kısadır. Ameliyatsız burun estetiğinden sonra hangi nedenle olursa olsun, kolaylıkla burun orijinal haline geri dönülebilir. Kesisiz bir işlemdir. Dolgu malzemesi kullanılarak yapılan bu uygulamada, hiçbir iz bırakmayan çok ince bir iğne kullanılır... Estetik ve Psikoloji bir bütündür. Özgüven sorunu yaşayan, aynadaki görüntüsünden mutsuz olan, kendi ile barışık olmayan kişilerin estetik operasyonlarla bu ruh hallerini değiştirmesi mümkün. Bu nedenle estetik ve psikolojinin ayrılmaz bir ikili olduğu göz ardı edilemez. Kendiniz için harekete geçmeye karar verdiğinizde doğru adımları atmak ve doğru yönlendirmelerle karşılaşmak için ÜCRETSİZ GÖRÜŞME talep edebilirsiniz... Memenin yeterli hacmi koruduğu durumlarda, implantsız bir meme dikleştirme, dolgun, düzgün ve şekilli göğüslere ulaşmaya yardımcı olarak güven kazanmaya yardımcı olabilir. Bazı durumlarda implant olmadan istenilen görünümü elde etmek için yeterli hacim yoktur, bu durumda implant işlemi ile meme dikleştirme tercih edilir. Vücudunuza uygun tedaviyi öğrenmek için ÜCRETSİZ RANDEVU alabilirsiniz..."* gibi bilgilendirme sınırını aşan ifadelere; hasta öncesi ve sonrası görselleri ile olumlu hasta yorumlarına 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 söz 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,

- 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 **Dr. Abdülcebbar SİYER** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**47)**

**Dosya No: 2019/12324**

**Şikayet Edilen: Dr. Ökkeş ŞİMŞEK**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 15.10.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Şikâyetçi İddiaları:** www.instagram.com ve www.facebook.com adresli sosyal paylaşım sitelerinde şahsa ait sayfalarda yer alan tanıtımların mevzuata aykırı olduğu iddia edilmiştir.

**Tespitler:** www.instagram.com ve www.facebook.com adresli sosyal paylaşım sitelerinin 15.10.2020 tarihli görünümünde şahsa ait "*dr.okkessimsek*" kullanıcı isimli sayfalarda yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *"..Almanya dan saç ekimi için gelen hastamız...Ameliyatsız Gamze Estetiği...Birazdan Kök hücre ile Estetik yaklaşımlar konusunda Deniz Akkaya ve Dr. Yusuf Topal la Tv100'deyim...Deniz Akkaya' a kliniğimizde Ozon Terapi uyguladık..Mısırdan hastamız. Baby Face Laser için gelmiş. #babyfacelazer #laser #babyface..Deniz Akkaya Kliniğimizi ziyarete geldi.."* gibi bilgilendirme sınırını aşan ifadelere; hasta öncesi ve sonrası görüntüler ile *"İhtisas konusu olan işine duyduğu ilgi ve bilgisine hayran kaldım"* şeklinde olumlu hasta yorumlarına 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 şahsın faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı, talep yaratıcı nitelikte olduğu ve şahsa yönlendirme yaparak, benzer alanda faaliyet gösteren 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 Nizamnamesinin 8, 9 ve 39 uncu maddeleri,

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

- Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin 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 **Dr. Ökkeş ŞİMŞEK** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca a**nılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**48)**

**Dosya No: 2020/1631**

**AS Estetik Sağlık Hizmetleri A.Ş.**’ye aitwww.asestetik.com.tr ile www.asestetikshop.com adresli internet siteleri ve www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait sayfada yer alan tanıtımlar hakkındaki 2020/1631 no’lu dosya ile ilgili görüşme ve değerlendirmelerin ***ertelenmesine* karar verilmiştir.**

**49)**

**Dosya No: 2020/4160**

**Şikayet Edilen:** **Tetra-Lab Sağlık Hizmetleri ve Ticaret Ltd. Şti. (Tetra Tıp Laboratuvarı)**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.tetralaboratuvar.com/ adresli internet adresi ile www.instagram.com ile www.facebook.com adresli sosyal paylaşım sitelerinde kuruluşa ait sayfalarda yapılan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 22.12.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Şikâyetçi İddiaları:** https://www.tetralaboratuvar.com/ adresli internet adresi ile www.instagram.com ile www.facebook.com adresli sosyal paylaşım sitelerinde kuruluşa ait sayfalarda yapılantanıtımların mevzuata aykırı olduğu iddia edilmiştir.

**Tespitler** www.tetralaboratuvar.com adresli internet adresinin 22.12.2020 tarihli görünümünde örnek olarak; *"...Evde Kan Alma hizmetlerimiz İstanbul’un tüm lokasyonlarını kapsamaktadır. Lütfen çekinmeden bizimle iletişime geçerek 1 gün önceden randevu alın. Bizi arayın tel:02164119977 veya bilgi formunu doldurun biz sizi arayalım. Ev veya işyeri bakımı kapsamında kan alma işlemini adresinizde gerçekleştiriyoruz... Tetra Tıp Laboratuvarı, hasta memnuniyeti odaklı hizmet anlayışını profesyonel ekibi ile bulunduğunuz yere getiriyor. Evinizden veya iş yerinizden çıkmaya gerek kalmadan kan alma hizmetimizden yararlanabilirsiniz. Sizi laboratuvarımızda ağırlamaktan her zaman memnuniyet duyarız. Fakat her hangi bir nedenden dolayı evden veya iş yerlerinden çıkamayan hastalarımızı düşünerek sunduğumuz evde/iş yerinde kan alma hizmetlerimiz sizin vakit kaybetmeden hızlı ve sağlıklı kan alma işleminizi yapmayı hedeflemektedir ve bunun için ek ücret ödemenize gerek yok... PCR uzun zamandır tıp dünyasında kullanılan oldukça güvenilir bir yöntemdir. PCR testi*

*özellikle hiçbir belirti göstermeyen taşıyıcıların belirlenmesini sağlar böylece pandeminin kontrol altına alınmasını sağlar... PCR testi koronavirüs açısından daha güvenilirdir. Her ne kadar hızlı tanı testleri yardımıyla daha çabuk sonuç alınsa da bazen 3-4 kere negatif çıkan sonuç 5. kez yapıldığında pozitif çıkabilmektedir. Bundan dolayı hızlı tanı testleri ile sonuç belirlenmiş olsa bile PCR testi ile Covid-19 testi sonucu teyid edilmesi daha faydalı olur... Tetra laboratuvarda yapılan testlerin hasta veya hekim tarafından bir amaç için istenmesinin ve sonuçların değerlendirmesine kadarki süreçte müşteri memnuniyetini ve güvenilirliği esas alırız. Bu çalışma prensibi çerçevesinde risk, tanı, takip ve prognoz belirme noktasında sunduğumuz laboratuvar hizmetleri uzman ekip ile hasta odaklı, uluslararası kabul görmüş yöntem ve tekniklerle makul hata sınırları içerisinde sunulmasını garanti ederiz... Tetra Tıp Laboratuvarı 40 Yaş Üstü Check up programlarının amacı, hastalık ortaya çıkmadan önce gerekli önlemleri alarak, sizlerin sağlıklı kalmasını sağlamaktır. Hastalık ortaya çıktıktan sonra tedavisi çok daha masraflı ve zor olmaktadır. Bilgi & Randevu için lütfen tıklayınız... Tetra Tıp Laboratuvarı Check up paketi, her yaşta karşılaşılabilecek sağlık sorunları için erken teşhis imkanı sunuyor. Laboratuvarımızı tercih eden 60 yaş üstü kişilerin sağlık ihtiyaçlarına özel hazırladığımız check up programı ile en güzel yıllarınızı keyifle geçirin..."* gibi kuruluşa yönelik bilgilendirme sınırını aşan ve talep yaratan ifadelere yer verildiği ve COVID-19 salgını döneminde tüketiciler nezdinde ön plana çıkan PCR testi ile ilgili Sağlık Bakanlığı tarafından yetkilendirilen kuruluşlar arasında ismen yer almadığı halde, mezkur teste ilişkin yetkili sağlık kuruluşu algısı yaratacak şekilde tanıtımlar yapıldığı;

www.facebook.com ile www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitelerinde kuruluşa ait "tetralaboratuvar" adlı sayfaların 22.12.2020 görünümünde örnek olarak; *"....İyi kontrol edilmeyen diyabet sağlığımızdan çalabilir. Uzmanlar diyabet hastalarının her yıl düzenli olarak sağlık kontrolü yaptırmasını önermektedir. Tetra Tıp Laboratuvarı Diyabet Komplikasyonları Kontrol Paketi ile daha güzel bir yaşam için önlemlerinizi almanızda size yardımcı olabiliriz... Sağlığınız için aya bile geliriz. Sebebi ne olursa olsun evinden veya iş yerinden çıkamayan hatta çıkmayı tercih etmeyen hastalarımızı düşünerek sunduğumuz evden/ iş yerinden kan (numune) alma hizmetimizi vakit kaybetmeden hızlı ve güvenilir şekilde yararlanmanız için tasarladık. Hedefimiz İlkeli ve İyi laboratuvarcılık. Doktorunuz tarafından gerekli tetkikler için istenilen örnek veya numune alımı, bizimle iletişime geçerek belirttiğiniz zamanda uzman personelimizin bulunduğunuz adrese gelmesiyle gerçekleştirilir. Bu hizmetimiz için hastamızdan hiçbir ek ödeme talep edilmemektedir... Evden dışarı çıkmanıza engel olan farklı gerekçeleriniz olabilir ya da iş yerinizden ayrılamıyorsunuzdur ama sağlık ihmale gelmez. \* Alanında uzman ekibimiz ve gerekli tüm ekipmanlarımızla hijyen önlemleri alınmış bir şekilde bulunduğunuz yere gelerek testleriniz için gereken numuneleri (PCR numunesi dahil ) alıyoruz. \*Prosedüre uygun şekilde laboratuvarımıza ulaştırıyoruz. \*Uzman ekibimiz testlerinizi iç ve dış kalite kontrol kurallarına uygun şekilde titizlikle çalışıyor. \*Sonuçlarınızı mail yoluyla sizi ulaştırıyoruz. \*Sonuçlarınız hakkında merak ettiğiniz konularda gerekirse uzmanlarımızdan tıbbı danışmanlık alabilirsiniz.... Bana birşey olmaz demeyin, zamanı geri alamazsınız... Yaşınıza ve cinsiyetinize uygun check up paketlerimiz için bizi arayabilirsiniz...14 kasım Dünya Diyabet Günü nedeniyle bu hafta Glükoz Testini Ücretsşz olarak yapıyoruz..."* gibi tıbbi işlemler hakkında bilgilendirme sınırını aşan ve talep yaratan ifadeler ile kampanya bilgilerine yer verildiği;

Diğer taraftan, *"…Covid-19 Antikor testleri ile KORONOVİRÜSÜ GEÇİRMİŞ VEYA HİÇBİR BELİRTİ GÖSTERMEDEN ATLATMIŞSANIZ, bağışıklık geliştirme durumunuzu öğrenebilirsiniz. Yerinde kan alma hizmetimizden ücretsiz olarak faydalanabilirsiniz... Karantina önlemleri altında siz evden çıkmadan uzman ekibimiz tüm önlemleri almış bir şekilde test ihtiyaçlarınız için size gelsin..."* şeklinde yetkili olmadığı işlemlere ilişkin yetkili algısı oluşturacak tanıtımlar yapıldığı;

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme:** Bu doğrultuda, inceleme konusu internet sitelerinde, öncelikle, COVID-19 salgını döneminde ön plana çıkan PCR testi ile ilgili yer alan ifadelerin, sadece Sağlık Bakanlığı tarafından yetkilendirilmiş sağlık kuruluşları tarafından sunulabileceği; biyokimya uzmanlık dalında ruhsatlandırılmış olan kuruluşun, resmi kayıtlar ve Sağlık Bakanlığı Halk Sağlığı Genel Müdürlüğünün COVID-19 Yetkilendirilmiş Tanı Laboratuvarları Listesi incelendiğinde, kuruluşa ait Covid-19 PCR testi yapma yetkisi verilmemiş olduğu görülmekte ve kuruluşun yetkisiz olması sebebi ile mezkur test için PCR numunesi alma ve bu konuda hizmet alım sözleşmesi imzalama izni olmamasına rağmen hastalara bu hizmetin yetkili şekilde sunulduğu algısının yaratıldığı; bu nedenle, söz konusu tanıtımların halkı yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu; diğer mezkur ifadelerin ise, 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, bu durumun da;

- 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,

- 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 **Tetra-Lab Sağlık Hizmetleri ve Ticaret Ltd. Şti. (Tetra Tıp Laboratuvarı)** 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: 2019/12216**

**Şikayet Edilen: Atasan Sağlık İç ve Dış Tic. A.Ş. (Karbonat Sağlık Facebook Hesabı)**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.facebook.com adresli internet sitesinde*, "Karbonat Herkes İçin Sağlık"* başlığıyla yayınlanan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

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

**Tespitler:** www.facebook.com adresli internet sitesinde, "Karbonat Herkes İçin Sağlık" başlığıyla yayınlanan tanıtımlarda, "hesap yöneticisi" olarak tanıtılan Mustafa YAVUZ isimli şahıs tarafından "*Bilgi paylaşımı yapıyoruz. Lütfen öncelikle sağlık, beslenme, bitkiler ve kişisel bakım alanında sorularınızı ve tavsiyelerinizi paylaşınız. (...)"* ifadeleriyle grup kurallarının paylaşıldığı; bunun yanı sıra, sayfada *"Karbonat ana sayfasına girip sağ üst köşedeki ok ile gösterilmiş alana rahatsızlığı yazıp arama yapın lütfen. İstediğiniz konuya erişip bilgi sahibi olabilirsiniz."* şeklinde yönlendirme yapıldığı; çeşitli kullanıcılar tarafından *"Kilo vermem için ne yapmalıyım?, İshal ve kusmaya ne iyi gelir? Vücudum kabardı ve kaşınıyor. 2-3 doktora gittik gebelik ürtikeri yani kurdeşen olduğumu öğrendim. İğneler yapıldı, ilaçlar verildi ama faydası yok. Kurdeşen okununca geçebiliyormuş aranızda okumayı bilen var mı? Yüzdeki egzamaya ne iyi gelir?"* şeklinde sorulan sorulara, tabip olmayan kişilerce, bilimsellikten uzak, insan sağlığını tehlikeye düşüren ve dini istismar eden nitelikte cevaplar verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** www.facebook.com adresli internet sitesinde, "Karbonat Herkes İçin Sağlık" başlığıyla yayınlanan tanıtımlarda, "hesap yöneticisi" olarak tanıtılan Mustafa YAVUZ isimli şahıs tarafından "*Bilgi paylaşımı yapıyoruz. Lütfen öncelikle sağlık, beslenme, bitkiler ve kişisel bakım alanında sorularınızı ve tavsiyelerinizi paylaşınız. (...)"* ifadeleriyle grup kurallarının paylaşıldığı; bunun yanı sıra, sayfada *"Karbonat ana sayfasına girip sağ üst köşedeki ok ile gösterilmiş alana rahatsızlığı yazıp arama yapın lütfen. İstediğiniz konuya erişip bilgi sahibi olabilirsiniz."* şeklinde yönlendirme yapıldığı; çeşitli kullanıcılar tarafından *"Kilo vermem için ne yapmalıyım?, İshal ve kusmaya ne iyi gelir? Vücudum karabrdı ve kaşınıyor. 2-3 doktora gittik gebelik ürtikeri yani kurdeşen olduğumu öğrendim. İğneler yapıldı, ilaçlar verildi ama faydası yok. Kurdeşen okununca geçebiliyormuş aranızda okumayı bilen var mı? Yüzdeki egzamaya ne iyi gelir?"* şeklinde sorulan sorulara, tabip olmayan kişilerce, bilimsellikten uzak, insan sağlığını tehlikeye düşüren ve dini istismar eden nitelikte cevaplar verildiği;

Ülkemizde her türlü koruyucu, teşhis, tedavi ve rehabilite edici sağlık hizmetinin sadece Sağlık Bakanlığınca ruhsatlandırılan sağlık kurum ve kuruluşlarında ve tıp fakültesinden mezun olmuş ve alanında hukuken yetkili sağlık meslek mensupları tarafından verilebileceği, tabipler ve diş tabipleri dışındaki hiçbir sağlık meslek mensubunun hastalıklarla ilgili doğrudan teşhiste bulunarak tedavi planlayamayacağı, bu bağlamda anılan sosyal medya mecrasında yer alan “Karbonat Sağlık” grubunda sorulan sorulara sağlık alanında yetkisi bulunmayan, tabip olmayan kişilerce, bilimsellikten uzak, insan sağlığını tehlikeye düşüren ve dini istismar eden nitelikte cevaplar verildiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

- 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanun'un 1, 8, 24, 25 inci ve Ek 13 üncü maddeleri,

- 1262 sayılı İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanunu'nun 19 uncu maddesi

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

- 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, 7/5-g, 9, 26, 28, 29 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Atasan Sağlık İç ve Dış Tic. A.Ş. (Karbonat Sağlık Facebook Hesabı)** 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.

**51)**

**Dosya No: 2019/12253**

**Şikayet Edilen: Erdal DOĞRUYA (Clinic New Life Güzellik Salonu)**

**Şikayet Edilen Reklam:** İnstagram isimli sosyal paylaşım sitesinde “FAST\_LİPOLİZ\_KARŞIYAKAA" isimli hesap üzerinden yayımlanan kuruluşa ait tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 22/7/2019

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

**Tespitler:** Kuruluşun bir güzellik salonu olarak ruhsatlandırıldığı, buna karşın, inceleme konusu tanıtımlarda, kuruluş isminin "Clinic New Life Güzellik ve Estetik" olarak tanıtıldığı, diğer taraftan, 22.07.2019 tarihli www.facebook.com adresli internet sitesi görünümünde, "dolgu, botoks, PRP, saç ekimi, varis tedavisi, leke tedavisi, lazer epilasyon, cilt tedavisi" gibi tabipler tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlerin kuruluş bünyesinde gerçekleştirildiğine dair tanıtımların ve söz konusu işlemlerin uygulandığı hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görsellere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

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

Bununla birlikte; İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmelik Ek-1’in “J-Güzellik Salonları” başlıklı bölümünde, "*16.1-Güzellik salonlarının tanıtıcı reklam, tabela ve basılı belgelerinde güzellik merkezini çağrıştıracak ifadeler kullanılamaz ve açıkça 'güzellik salonu' ifadesi kullanılır."* hükmü ile güzellik salonlarının her türlü mecrada yayınlanacak olan tanıtımlarında kuruluşlarının isimlerinin açıkça "salon" olarak belirtilmesi gerektiğinin düzenlendiği,

Ayrıca; İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğin güzellik salonlarına ilişkin (J)-Güzellik Salonları bölümünün (13.2) alt başlığının (a) alt bendi gereğince, güzellik salonlarında, epilasyon/depilasyon birimlerinde, lazer epilasyon yöntemleri hariç tıbbi cihaz kapsamına girmeyen cihazları kullanarak tıbbi amaçlı olmayan epilasyon ve depilasyon işlemlerinin yapılabilmesine izin verildiği, ancak, tabip tarafından uygulanması gereken lazer epilasyon işleminin yapılmasının açıkça yasaklandığı,

Bu 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;

- 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanun'un 1, 8, 24, 25 ve Ek 13 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 Yönetmeliği’nin 5/1, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 7/5-c, 7/5-g, 9, 26 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Erdal DOĞRUYA (Clinic New Life Güzellik Salonu)** 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: 2019/12742**

**Şikayet Edilen: Dr. Abdullah ETÖZ**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 17/12/2020

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

**Tespitler:** [www.instagram.com](http://www.instagram.com) adresli internet sitesinin 17.12.2020 tarihli görünümünde, tıbbi işlemlerin gerçekleştirildiği hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ilişkin görüntülere ve *"Hastalarımızın burnunu daha estetik ve daha sağlıklı kılacak olan başarılı bir burun estetiği olabilmesi için hastalarımız ile detaylı konuşuyor, ameliyat öncesi ve sonrasında kafasındaki tüm sorulara yanıt vererek bize güvenmesini sağlıyoruz."* gibi ifadelere 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-ğ, 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. Abdullah ETÖZ** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**53)**

**Dosya No: 2019/12746**

**Şikayet Edilen: Dr. Ayşe DOLAR BİLGE**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 17/12/2020

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

**Tespitler:** www.instagram.com ve www.facebook.com adresli internet sitelerinin 17.12.2020 tarihli görünümünde hekimin tedavi ettiği 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-ğ, 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. Ayşe DOLAR BİLGE** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**54)**

**Dosya No: 2019/12748**

**Şikayet Edilen: EDS Güzellik Medikal Mimarlık İnş. İth. İhr. San. ve Tic. Ltd. Şti. (Cosmoser Lazer Güzellik Salonu)**

**Şikayet Edilen Reklam:** <https://www.cosmoser.net/> adresli internet sitesi ile Facebook ve İnstagram isimli sosyal paylaşım sitelerinde yayımlanan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 21.12.2020

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

**Tespitler:** Kuruluşun güzellik salonu olarak ruhsatlandırıldığı, bu bağlamda https://www.cosmoser.net/ adresli internet sitesinin 21.12.2020 tarihli görünümünde ve Facebook ve İnstagram adresli sosyal paylaşım sitelerinde "Cosmoser Lazer" hesap adıyla yayımlanan tanıtımlarda ise "Göz kapağı estetiği, gıdı toparlama, kırışıklık giderme, göz kapağı kaldırma, leke tedavisi, lazer epilasyon" gibi birçok tıbbi işleme dair hastaların öncesi ve sonrasına ilişkin fotoğrafların ve videoların paylaşıldığı tespit edilmiştir.

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

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

Bununla birlikte; İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmelik Ek-1’in “J-Güzellik Salonları” başlıklı bölümünde, "*16.1-Güzellik salonlarının tanıtıcı reklam, tabela ve basılı belgelerinde güzellik merkezini çağrıştıracak ifadeler kullanılamaz ve açıkça 'güzellik salonu' ifadesi kullanılır."* hükmü ile güzellik salonlarının her türlü mecrada yayınlanacak olan tanıtımlarında kuruluşlarının isimlerinin açıkça "salon" olarak belirtilmesi gerektiğinin düzenlendiği,

Ayrıca; İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğin güzellik salonlarına ilişkin (J)-Güzellik Salonları bölümünün (13.2) alt başlığının (a) alt bendi gereğince, güzellik salonlarında, epilasyon/depilasyon birimlerinde, lazer epilasyon yöntemleri hariç tıbbi cihaz kapsamına girmeyen cihazları kullanarak tıbbi amaçlı olmayan epilasyon ve depilasyon işlemlerinin yapılabilmesine izin verildiği, ancak, tabip tarafından uygulanması gereken lazer epilasyon işleminin yapılmasının açıkça yasaklandığı,

Bu 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-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 **EDS Güzellik Medikal Mimarlık İnş. İth. İhr. San. ve Tic. Ltd. Şti. (Cosmoser Lazer Güzellik Salonu)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**55)**

**Dosya No: 2019/12754**

**Şikayet Edilen: Abdullah İÇÖZ (Lokman Hekim Bitkisel Tedavi Merkezi)**

**Şikayet Edilen Reklam:** Kuruluşun faaliyet gösterdiği binanın dış cephesinde asılı bulunan *"Sinüzit Rahatsızlığından Tek Seansta Tamamen Kurtulun!"* ifadeli afişler ve aynı ibareli broşürler ile Facebook isimli sosyal medya mecrasında yayınlanan şahsa ait tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019 – 29/12/2020 (İnternet, Sosyal Medya)

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Açık Hava, Broşür, İnternet (Sosyal Medya)

**Tespitler:** - Kuruluşun faaliyet gösterdiği binanın dış cephesinde asılı bulunan afişlerde ve kuruluşa ait broşürlerde, *"Sinüzit Rahatsızlığından Tek Seansta Tamamen Kurtulun! Sonuç Garantili Bitkisel Çözüm... Geçmiş Olsun Artık Sinüzit Değilsiniz..."* gibi ifadelere yer verildiği, söz konusu afiş ve broşürlerde, firmaya ait birtakım ürünlerin *"kanser, sedef hastalığı, sinüzit, lösemi, tümör, hemoroit, HİV virüsü tedavisi..."* gibi birtakım hastalıkların tedavisinde kullanıldığı ve bu hastalıkları tedavi ettiği yönünde izlenim oluşturacak biçimde çeşitli sağlık beyanlarına yer verildiği,

-www.facebook.com adresli internet sitesinin 29.12.2020 tarihli görünümünde yayımlanan şahsa ait tanıtımlarda, *"Kanser tedavisi gören hastalarımız artık çaresiz değildiniz...Mutlaka benimle iletişime geçin. Lokman Hekim Abdullah İÇÖZ... Kanser, sinüzit, lösemi, tümör..."* gibi ifadelere yer verildiği,

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Ülkemizde her türlü koruyucu, teşhis, tedavi ve rehabilite edici sağlık hizmetinin sadece Sağlık Bakanlığınca ruhsatlandırılan sağlık kurum ve kuruluşlarında ve tıp fakültesinden mezun olmuş ve alanında yetkili sağlık meslek mensupları tarafından verilebileceği, tabipler ve diş tabipleri dışındaki hiçbir sağlık meslek mensubunun hastalıklarla ilgili doğrudan teşhiste bulunarak tedavi planlayamayacağı, anılan şahsın ise sağlık alanında hizmet vermeye yetkisinin bulunmadığı, aynı şekilde şahsa ait “Lokman Hekim Bitkisel Tedavi Merkezi” unvanlı kuruluşun da sağlık alanında ruhsatlandırılmış bir kuruluş olmadığı halde söz konusu tanıtımlarda hasta tedavisine yönelik açıklamalarda bulunulduğu, dolayısıyla söz konusu tanıtımların tüketicileri yanıltıcı, aldatıcı olmasının yanı sıra kamu sağlığını bozucu ve ilgili mevzuata aykırı olduğu değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla söz konusu tanıtımların;

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

- 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanun'un 1, 8, 24, 25 inci ve Ek 13 üncü maddeleri,

- 1262 sayılı İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanunu'nun 19 uncu maddesi

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

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/1-b, 5/1-ç, 5/1-ğ, 7/1, 7/2 7/3, 7/4, 7/5-b, 7/5-c, 7/5-g, 9, 26, 28, 29 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Abdullah İÇÖZ (Lokman Hekim Bitkisel Tedavi 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.

**56)**

**Dosya No: 2020/50**

**Şikayet Edilen: Ayaz ve Ortakları İnş. Tur. Uluslararası İth. İhr. İşl. Ltd. Şti. (Evde Eczane)**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait "www.evdeeczane.com" adresli internet sitesinin alan adında “eczane” ifadesine yer verilmesi.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020-2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmanın eczane ruhsatının bulunmadığı, buna karşın internet adresinin alan adında “eczane” ifadesine yer verecek biçimde domain ismi olarak [www.evdeeczane.com](http://www.evdeeczane.com) adresini kullandığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Eczane olarak ruhsatlandırılmayan söz konusu firmanın internet sitesinin alan adının "www.evdeeczane.com" olarak isimlendirilmesinin ve aynı şekilde, söz konusu internet sitesinde yayımlanan tanıtımlarda da "*evde eczane*" ismine yer verilmesinin tüketiciler açısından yanıltıcı, aldatıcı ve tüketicilerin tecrübe 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-b, 7/5-c, 11 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Ayaz ve Ortakları İnş. Tur. Uluslararası İth. İhr. İşl. Ltd. Şti. (Evde Eczane)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**57)**

**Dosya No: 2021/15**

**Şikayet Edilen: Taşhan Sağlık Hizm. Tic. Ltd. Şti. (Dr. Taşkın GÜNEŞ)**

**Şikayet Edilen Reklam:** İnstagram ve Twitter gibi sosyal paylaşım sitelerinde yayımlanan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 3/1/2021

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

**Tespitler:** İnceleme konusu tanıtımlarda tabipler tarafından uygulanması gereken "botoks" gibi tıbbi işlemlere yönelik olarak *"Şanslı 2 takipçimize ücretsiz tüm yüz botoksu uygulaması hediye edeceğiniz! Katılmak için uz.dr.botoks hesabını takip edin ve oradaki post'a 3 arkadaşınızı etiketleyin. Bol şans ..."* gibi talep yaratıcı ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu tanıtımların; hekimlik mesleğini icra eden şahsın faaliyetlerine ticari bir görünüm yükleyen, tıbbi işlemlere yönelik talep yaratıcı ve sağlık mevzuatında izin verilen bilgilendirme sınırını aşan nitelikte 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 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 **Taşhan Sağlık Hizm. Tic. Ltd. Şti. (Dr. Taşkın GÜNEŞ)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**58)**

**Dosya No: 2021/29**

**Şikayet Edilen: Diş Hekimi Emel ŞEN**

**Şikayet Edilen Reklam:** http://www.dishekimiemelsen.com/ adresli internet sitesinde yayımlanan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 4/1/2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu internet sitesinin 04.01.2021 tarihli görünümünde, *"Diş Hekimi Emel Şen, tecrübesi ile ağız diş sağlığı sorunlarına çözüm oluyor. Göksu Mahallesi Oğuz Kağan Caddesi Hatice Feyzi Sevgen Apartmanı No:22/3 Bilgen Eczanesi üstünde hizmet veren 03247143815 Diş Hekimi Emel Şen, verdiği hizmetlerle hastalarını Silifke dışına gitmekten kurtarıyor. Silifke’de  2015 yılında  muayenehanesi hizmete açan, 20 yıllık klinik çalışmasında sayısız cerrahi çekim, gömük diş çekimi, implant, gingivektomi ve dişeti operasyonları gerçekleştiren Şen, diş sağlığı konusundaki tecrübesiyle Mersin’e gitmek zorunda kalan vatandaşların da derdine çare oluyor. Muayenehanesinde çocuklara özel bir oyun odası hazırlayan Şen, hastaların diş bakımını gerçekleştirirken çocuklar da burada oynamanın mutluluğunu yaşıyor."* şeklinde ifadelerin ve klinikte hastaların tedavi edildiği esnada çekilen fotoğrafların yer aldığı 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 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 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 Kanun'un 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**59)**

**Dosya No: 2020/759**

**Şikayet Edilen: Elmas SELİMOĞLU (Elmas Life Poliklinik)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 11.01.2021,12.01.2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.elmaslazer.com adresli internet sitesinin 12.01.2021 tarihli görünümünde örnek olarak;

- Ana sayfa da; *‘…hızlı ve kalıcı epilasyon için… güzelliğe bilinçli ve uzman dokunuş…’*,

- ‘Lazer Epilasyon’ başlığı altında*; ‘…Sağlık Bakanlığından ruhsatlı polikliniklerimizde, cilt ve kıl tipinize göre seçilen 5 çeşit lazer epilasyon cihazı ile hızlı ve başarılı lazer epilasyon… Bunların kombine bir şekilde kullanılması lazer epilasyonda başarıyı ve kalıcılığı etkiler… Hayata Kaldığınız Yerden Devam Edin Lazer epilasyon çalışılacak bölgeye bağlı olarak öğle arası kadar bir zamanda yaptırıp sonrasında kaldığınız yerden işinize dönebileceğiniz bir uygulamadır… Ücretsiz Muayene ve Test Atışı Ücretsiz muayene randevusu alarak cilt ve kıl analizi yaptırabilir, lazer epilasyon cihazı ile ücretsiz test atışı alabilir cihazların dökme gücünü bizzat gözlemleyebilirsiniz… Lazer epilasyon uzun yıllardır tıpta tüylenme probleminin tedavisinde başarılı bir şekilde kullanılmaktadır…*’,

- ‘Alexandrite Lazer Epilasyon’ başlığı altında; *‘…Açık tenli kişilerde, kalın ve siyah kılların kalıcı epilasyonunda kullanılan en etkili cihazdır… Her türlü cilt ve kıl tipine uygun 4 çeşit lazer, 10 yılı aşkın tecrübe… Hava ve gaz soğutma sistemleri sayesinde konforlu ve ağrısız bir uygulama gerçekleştirilir… Her seferinde biraz daha konforlu bir seans geçirirsiniz… Neden alexandrite lazer epilasyon? Diode (Ütüleme, Buz Lazer) ve NdYag Lazer gibi cihazlarda uzun sürede bitmeyen siyah ve kalın tüyleriniz için Alexandrite lazer daha etkilidir ve kısa sürede sonuç alabilir…’*,

- ‘Diode Lazer Epilasyon’ başlığı altında; *‘…her türlü cilt ve kıl tipine uygun 4 çeşit lazer, 10 yılı aşkın tecrübe… Bu sayede konforlu bir uygulama gerçekleşir… Neden diode lazer epilasyon? Alexandrite lazer epilasyon ile kalın tüylerin epilasyonu yapıldıktan sonra, kalan ince ve zayıf tüylerinizi de diode ile bitirebilirsiniz. Böylelikle minimum seans sayısı ile maksimum etki sağlanmış olur… Ücretsiz Muayene sonucunda kişiye özel bir fiyat almak mümkün olacaktır…’*,

- ‘Ndyag Lazer Epilasyon’ başlığı altında; *‘…açık renkli tüylerde dahi güvenle epilasyonda kullanilabilir…Çok koyu tenli veya bronzlaşmış hastalar için bile güvenli bir tedavi sunar…gaz soğutma sistemleri sayesinde konforlu ve ağrısız bir uygulama gerçekleştirilir…Neden ndyag lazer epilasyon?... Ücretsiz Muayene sonucunda…’*,

- ‘Buz Lazer™ Platinum’ başlığı altında; *‘…Buz Başlık ile ağrısız ve son derece konforlu bir epilasyon sunar…3 farklı lazer dalga boyunu tek bir yenilikçi tedavi başlığında birleştiren Buz Lazer™ Platinum, günümüzün en gelişmiş ve en kapsamlı lazer epilasyon uygulamasıdır…koyu renkli ciltlerde güvenle epilasyon yapılabilmesini sağlar…derin yerleşimli kılların epilasyonunda başarılı sonuçlar elde edilmesini sağlar…acısız buz gibi bir lazer epilasyon tecrübesi yaşamak ister misiniz? ücretsiz demo seansı için randevu oluştur…Neden buz lazer epilasyon?...’*,

- ‘Cilt Tedavileri’ başlığı altında; *‘…tedavi yöntemleri geliştirilmiş ve başarı ile uygulanmaktadır… Yüz ve bacaklardaki damarsal lezyonlar ve varis tedavisinde Nd: YAG laser en etkin ve güvenli lazer teknolojisidir. Nd Yag lazer günümüzde damar lezyonlarının tedavisinde kullanılan en etkili lazer çeşididir… Genellikle 4 mm ye kadar damar yapıları başarı ile tedavi edilmektedir… Pigmentleri parçalayan çok etkili lazer sistemleridir… Deride pigmentasyon sorunlarının giderilmesinde kullanılmak üzere ideal bir kombinasyondur…’*,

- ‘Dövme Silme’ başlığı altında; *‘…Günümüzde, istenmeyen dövmenin silinmesinde altın standart tedavi yöntemi, nanosaniye düzeyinde çok hızlı atım süresi olan Q switched lazerlerdir…2 kata kadar daha hızlı uygulama ile yarı yarıya daha az seansda dövmelerinizden kurtulun randevu al… Dövme silmede en sık kullanılan boyaları içermesi nedeniyle en etkili sistemlerdir…’*,

- ‘Karbon Peeling’ başlığı altında; *‘…Konforlu bir uygulamadır…’*,

- ‘Kılcal Damar Tedavisi’ başlığı altında; *‘…hastalar kısa zamanda günlük yaşantılarına döndüğü, genç ve sağlıklı bir cilde sahip olduğu için tercih edilen bir uygulamadır… Damarların silinmesinde güvenli ve etkili bir yöntemdir…’*,

- ‘Örümcek Ağı Estetiği’ başlığı altında; *‘…Uygulama sonrasında hastalar, yüz germe ameliyatına nazaran normal yaşantılarına daha hızlı dönmektedirler. Bu nedenle de, oldukça popüler bir tedavi yöntemi olmuştur… Bu ipler vücut içerisinde eriyerek güvenli bir şekilde vücuttan uzaklaştırılır… Böylelikle konforlu ve ağrısız bir işlem sağlanmış olur… Örümcek ağı estetiği, takılacak olan ipin sayısına ve ve özelliğine göre değişiklik gösterdiğinden, bu konuda yapılacak en doğru hareket en yakın şubemize gelerek ücretsiz…’*,

- ‘Somon Dna Tedavisi’ başlığı altında; *‘…cildimizin daha parlak, daha dolgun ve daha genç görünmesini sağlamaktadır… Somon DNAsı tedavisi sağladığı Benjamin Button etkisi ile 2 ayda daha genç görünümlü bir cilde sahip olmak artık mümkün… Uygulamaya başlayan hastalar, her sabah daha gençleşmiş olarak Benjamin Button etkisi ile güne merhaba diyor… Somon DNA sı, insan vücudu ile yüksek uyumlu olması sayesinde yan etki beklenmez…’*,

- ‘Tırnak Mantarı Tedavisi’ başlığı altında; *‘…lazerle başarılı bir şekilde tedavi edilebildiğini ve lazerle tırnak mantarı tedavisinin FDA tarafından onaylandığını biliyor musunuz?… Günümüzde en modern tırnak mantarı tedavisi Lazerli tedavidir…4-6 seans lazerle tırnak mantarı tedavisi aldıktan sonra daha parlak ve pürüzsüz tırnaklara kavuşmak mümkün… Lazerle tırnak mantarı tedavisi konforlu bir uygulamadır. Çok ileri seviyedeki mantarlarda seans sırasında hafif bir ağrı olabilir…’*,

- ‘Bölgesel Zayıflama’ başlığı altında; *‘…spor yaparak zayıflamaya vakit bulamayan kişilerin fazla kilolarından kurtulması için… Uzun yıllardır kullanılan sağlıklı ve hızlı zayıflama yöntemidir… Diyetisyen tarafından, beslenmeniz de ödem atışını destekleyecek ve günlük ihtiyacınızı aşmayacak şekilde ayarlandığı takdirde, hiç bir efor harcamadan yağdan kilo verirsiniz… Kilo vermek yetmez, kilo verirken sıkılaşmak da gerekir… Bölgesel zayıflama ve sıkılaşma uygulamaları ile hem zayıflamak hem de sıkılaşmak için yorulmanıza gerek yoktur. Yattığınız yerden kilo verebilirsiniz…’*,

- ‘Vücut Analizi’ başlığı altında; *‘…Bu cihazları seçme nedenleri, hastalarına kilo kaybı amacıyla diyet ve spor programları hazırlarken doğru ve güvenilir verilerden referans alarak, hastalarının sağlıklarını tehlikeye atabilecek programlardan kaçınmak ve programların devamı esnasında hastalarında görülebilecek istenmeyen etkilere anında müdahale edebilmektir… Sonuçlar kolay karşılaştırılabilmektedir…’*,

- ‘Onda Coolwaves’ başlığı altında; *‘…15 yıllık tecrübemiz ile emin ellerdesiniz… Kalite, Tesadüf Değildir. Elmas Sağlık Grubu… Selülit tedavisi ve sıkılaşmada yüksek başarı oranı ile kullanılmaktadır… Ağrı yok denecek kadar azdır ve masaj hissi vermektedir… Ücretsiz Vücut Analizi ve Ücretsiz Demo Seans randevusu almak için bize ulaşın…’*,

- ‘EMSlim’ başlığı altında; *‘…EMSlim HI-EMT ile hem yağ yakın, hem kas yapın… EMSLIM tarihin en yüksek 7 Tesla çıkışını veren en gelişmiş ve en yoğun elektrikli kas stimülatörüdür. Elektromanyetik alan özelliği sayesinde, kası etkin şekilde uyarmak, kas büyümesi için ideal olan en yoğun sürekli kasılmaları sağlamak için tüm deriden, giysilerden ve yağdan geçer. EMSLIM’in benzersiz egzersiz programı, en iyi sonucu elde etmek için maksimum stimülasyon için ideal olarak tasarlanmış bir dizi güvenilir, hızlı ve gerçek fiziksel egzersiz programından oluşur… Başarıları, klinik çalışmalar ile ispatlanmış dünyaca ünlü cihazlar… Başarısı kanıtlanmış diğer zayıflama ve sıkılaşma teknolojileri ile kombine bir program ile maksimum fayda alın…15 yıllık tecrübemiz ile emin ellerdesiniz… Kalite, Tesadüf Değildir. Elmas Sağlık Grubu… Ücretsiz Vücut Analizi ve Ücretsiz Demo Seans randevusu almak için bize ulaşın…’* gibi ifadelere,

www.facebook.com adresli internet sitesinde kuruluşa ait ‘Elmas Sağlık Grubu’ kullanıcı isimli sayfanın 11.01.2021 ve 12.01.2021 tarihli görünümlerinde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘…10 yılı aşkın tecrübe ve kaliteli hizmetimiz ile Ankara'da hizmetinizdeyiz…2005 yılından bu yana en son teknoloji ve teknikleri hizmet yelpazemize dahil ederek kaliteli hizmeti, iyi eğitimli personelimiz ile veriyoruz…1 seansta 1 haftalık spor hiç yorulmadan şekle girmenin tek yolu…Hızlı ve Buzlu...baklava isteyenler buraya…5 çeşit lazer epilasyon cihazı ve 12 yıllık tecrübemiz ile hızlı ve başarılı sonuçlar…ilk seanstan itibaren gözle görülür sonuç…Uyku kaliteni hayatınızı doğrudan etkileyen sonuçlara sahiptir. Yaşam kalitesini artırmak için uyku kalitenizi artırın. #lazerlehorlamatedavisi ameliyatsız, acısız ve ilk seanstan itibaren etkili bir tedavidir. Siz ve sevdikleriniz kaliteli bir uykuyu hak ediyorsunuz… Pişman olduğunuz dövmeleriniz canınızı sıkmasın. Dövmelerinizde kurtulmak için #lazerledövmesilme tedavisi alın. Ücretsiz Muayene ve Ücretsiz Demo Seans…’* gibi ifadeler ile tıbbi işlemlerin uygulanmasına dair görüntülere,

www.instagram.com adresli internet sitesinde kuruluşa ait ‘elmaspoliklinikumitkoy, elmaslazerpoliklinik’ kullanıcı isimli sayfaların 12.01.2021 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘…#onda #selülittedavisi ile selülitlere veda etmek istemez misiniz?... Teknoloji #ONDA Güzellik #ONDA Sıkılaşma #ONDA Zerafet #ONDA #ONDA Bizde…baklava isteyenler buraya…Spor yapmak için yeterli vaktiniz yok mu? Endişe etmeyin #emslim ile yarım saatte 1 haftalık sporunuzu yapabilirsiniz. Yüksek yoğunluklu elektromanyetik terapi ile kaslarınızı yarım saatte 20.000 kez çalıştırın. Hem yağ yakın, hem kas yapın…’* gibi ifadeler ile tıbbi işlemlerin uygulanmasına dair görüntülere; ayrıca, hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ilişkin görüntülere; bununla birlikte, tıbbi işlemlere ilişkin çekiliş bilgilerine,

www.instagram.com adresli internet sitesinde kuruluşa ait ‘elmassaglikgrubu’ kullanıcı isimli sayfanın 12.01.2021 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak*;*

*“…Hızlı ve Buzlu…#onda #selülittedavisi ile selülitlere veda etmek istemez misiniz?... Teknoloji #ONDA Güzellik #ONDA Sıkılaşma #ONDA Zerafet #ONDA #ONDA Bizde… baklava isteyenler buraya… Spor yapmak için yeterli vaktiniz yok mu? Endişe etmeyin #emslim ile yarım saatte 1 haftalık sporunuzu yapabilirsiniz. Yüksek yoğunluklu elektromanyetik terapi ile kaslarınızı yarım saatte 20.000 kez çalıştırın. Hem yağ yakın, hem kas yapın… baklava isteyenler buraya… Spor yapmak için yeterli vaktiniz yok mu? Endişe etmeyin #emslim ile yarım saatte 1 haftalık sporunuzu yapabilirsiniz. Yüksek yoğunluklu elektromanyetik terapi ile kaslarınızı yarım saatte 20.000 kez çalıştırın. Hem yağ yakın, hem kas yapın… Tekrar eden seanslarla dövme silme işleminde başarı sağlanır… Pişman olduğunuz dövmeleriniz canınızı sıkmasın. Dövmelerinizde kurtulmak için #lazerledövmesilme tedavisi alın. Ücretsiz Muayene ve Ücretsiz Demo Seans… Yaşam kalitesini artırmak için uyku kalitenizi artırın. #lazerlehorlamatedavisi ameliyatsız, acısız ve ilk seanstan itibaren etkili bir tedavidir. Siz ve sevdikleriniz kaliteli bir uykuyu hak ediyorsunuz… #zayıflatanrobot ile ilk seanstan itibaren gözle görülür sonuç…ndyag lazer ile cildinizdeki kılcal damar çatlaklarına veda edin… 5 çeşit lazer epilasyon cihazı ve 12 yıllık tecrübemiz ile hızlı ve başarılı sonuçlar…istenmeyen tüylerden ağrısız acısız şekilde kurtulun…Velashape 3; vücut şekillendirme uzmanı ile tanışın. Hayalini kurduğunuz sizi aynada görün… 5 Çeşit lazer epilasyon ile bay/bayan tüm vücudunuzdaki istenmeyen tüylerinizden kalıcı olarak kurtulmak için hemen arayın…’* gibi ifadeler ile tıbbi işlemlerin uygulanmasına dair görüntülere; ayrıca, hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ilişkin görüntülere; bununla birlikte, tıbbi işlemlere ilişkin çekiliş bilgilerine; diğer taraftan*, ‘…Ben denedim çok yararı oldu teşekkürler elmas sağlık grubu…’* gibi kuruluşa yönelik teşekkür ifadelerine 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 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 **Elmas SELİMOĞLU (Elmas Life Poliklinik)** hakkında, söz konusu tanıtımlar ile ilgili olarak, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**60)**

**Dosya No: 2020/874**

**Şikayet Edilen: Azaderm Sağlık Hizmetleri Ltd. Şti. (Özel Akif Mehmetoğlu Polikliniği)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 02.01.2021, 03.01.2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.akmpoliklinik.com adresli internet sitesinin 02.01.2021 ve 03.01.2021 tarihli görünümlerinde örnek olarak;

- Ana sayfa da; *‘…uzman ve profesyonel ekip uzman doktorlar, eğitimli ekip ve güler yüzlü çalışanları ile sizlere hizmet vermekten gurur duyarız… Son yöntem ve teknoloji ile yapılan işlem ağrısız, acısız ve izsiz bir yöntemdir işlemden hemen sonra fark edilir güzellik… kliniğimizde son teknolojik yöntem olan… Kök Hücrenizden gelen güzelliği ve yenilenmeyi keşfedin! Son teknoloji yöntem Kök Hücre uygulaması ile cildiniz gençleşirken aynı zamanda kombine kök hücre destekli yağ enjeksiyonu uygulamasıyla vücudunuzu şekillendirin…kliniğimizde yapılan başarılı işlemlerimiz!... Neden Akm Polikliniğini Seçmelisiniz: Uzman ve Tecrübeli Doktor Kadrosu, Hasta Memnuniyeti Odaklı Kaliteli Hizmet, Yüksek Steril ve Poliklinik Ortamında İşlem Garantisi, Merkezi Konum, Otopark Alanı ve Ulaşım Kolaylığı, Son Teknoloji Cihazlar, En Güncel Uygulama Yöntemleri…’* ifadeleri ile hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere,

- ‘Dudak Kaldırma LipLift’ başlığı altında; *‘…en ideal oranlarına ulaştırmak için uygulanan ve dudakların daha büyük, hacimli ve muntazam görünmesini sağlayan estetik bir işlemdir… Dudaklar ideal dolgun görünümüne kavuşur… Kesinin düzgün ve titiz şekilde yapılması için uzman bir doktorla beraber çalışmak önemlidir. Aksi halde bu alanda iz kalabilir. Büyük bir tecrübe ve titizlikle yapılan kesiden girilerek fazla olan bölge çıkarılır. Oldukça pratik ve kolay bir uygulama olan lip lift sayesinde yüzünüz için en orantılı ve en şık dudak yapısına kısa sürede doğal bir görünümle sahip olabilirsiniz… Üst dudak kaldırma ameliyatı sonrası iyileşme süreci hasta için oldukça konforludur… Özel bir uzmanlık, deneyim isteyen bir işlemdir. Başarılı bir lip lift ameliyatından sonra hastanın konuşmasında ve ağız yapısında değişim olmaz… Dudak kaldırma operasyonunu gerçekleştiren doktorun yetkinliği, donanımı ve başarı oranları da fiyat konusunda belirleyici olmaktadır…’*,

- ‘Saç Dökülmesi Tedavisi’ başlığı altında; *‘…Özel AKM polikliniğinin uzman dermatologları, son teknolojiyi kullanarak saç dökülmenizin sebebini kısa sürede belirleyerek sizi en uygun tedavi yöntemine yönlendirir… En uygun tedavi yöntemi belirlenir… Saç dökülmesini durdurmaya yönelik etkili bir çözüm sunar… Mezoterapi ile kullanıldığında ise tedavinin etkisini arttırır…’*,

- ‘Vücut Lazer Liposuction’ başlığı altında; *‘…Kişide özgüven eksikliğine yol açan bu durum, estetik sektöründeki son gelişmelerden bir tanesi olan lazer liposuction ya da lipoliz uygulaması ile son bulur. Birçok yönden avantaj sağlayan vücut liposuction, kolay ve etkili bir işlemdir… Son derece dikkat ve hijyen gerektiren lazer liposuction İstanbul AKM Polikliniği’nde son teknolojik ürünlerle uzman kadro tarafında yapılır… Hasta yaklaşık 3 ay sonra hayalindeki vücuda kavuşur… Kısa vadede vücudun şekle girmesini sağlayan lipoliz işlemi genellikle tek seansta bölgesel yağlardan kurtulmayı sağlar. İyileşme süresi çok kısa olmasının yanı sıra vücutta kanama ya da morluk gibi sorunlar yok denecek kadar azdır… Bölgedeki fazla yağlanma sorununun önüne geçilerek hasta istediği görünüme kavuşur… Ayrıca selilütler de 3D işlemi sayesinde yok edilmiş olunur… Lazer Lipoliz ve Liposuction Arasındaki Fark Nedir… Lazer lipoliz İstanbul AKM Polikliniği’nde son teknolojik cihazlarla yapılarak hastanın memnuniyeti temel hedef alınır…’*,

- ‘Gıdı Estetiği’ başlığı altında; *‘…Gıdı estetiği yaptıran bir kişi ortalama 5 ya da 15 yaş daha genç görünür. Son dönemlerde teknolojinin gelişmesi ile birlikte gıdı estetiği en son teknolojik işlemler ile uygulanır… Gıdık nasıl gider sorusunun en basit cevabı şüphesiz lazer liposuction yöntemi ile gıdı inceltme işlemidir. Hem kişi açısından hem de doktor açısından oldukça rahat geçen bir işlemdir. Üstelik operasyon sonrasında da kişinin toparlanma ve normal hayatına dönme süresi oldukça kısadır… Gıdı estetiği, estetik alanında en sık başarı ile sonuçlanan işlemler arasında yer alır. Aynı zamanda da uzun süre etkili sonuçlara sahip bir işlemdir… Gıdı bölgesinden şikayetçi olan kişilerin hiç düşünmeden gıdı estetiği yaptırması önerilir. Bu estetik kişiyi gençleştirir. Etkileri de oldukça kalıcıdır. İşlemin arkasından uzun süre aynı sorunu yaşama ihtimali olmaz. Bu nedenle gıdı estetiği yaptıran pek çok kişinin yorumları olumlu yöndedir. Gıdık yok etme etkisi de en beğenilen etkilerinin başında gelir… Güvenilir ve kendinden emin bir doktor tarafından bu operasyonu gerçekleştirmek kişi açısından daha iyi olur… Gıdı sarkması estetiği işlemini yapmak da oldukça kolaydır… Dikiş gerektirmeyen bir operasyon olduğundan dolayı, kişi bu noktada oldukça avantajlıdır… Lazer Liposuction ile Gıdı Germe işlemi sonucunda istediğiniz yüz hattına kavuşabilirsiniz… En sık uygulanan yöntemler arasında yer alır. Son dönemlerde de popülaritesi ekstra artış göstermiştir. Lazer liposuction yöntemi, zor bir işlem değildir. İşlemin ardından toparlanma süresi de oldukça kısadır…’*,

- ‘Yanak Estetiği’ başlığı altında; *‘…20-35 yaş aralığındaki hastalarda en iyi sonuçları veren yanak estetiği işlemidir… Yanak Estetik Ameliyatı Faydaları… Yanak estetiği yuvarlak, yağlı ve çocuksu yüz yapısının yerine daha olgun ve seksi yüz hatlarına sahip olmayı sağlar. Kişinin kendine olan öz güveninin arttırır. Estetik ve göze hitap eden bir görüntüye ulaşmayı sağlar. Daha genç ve çekici görünüm sunar… Kolay uygulanan bir operasyondur. Hasta hemen aynı gün gündelik hayatına veya işine dönebilir. Ödem, acı, kanama ve sızı gibi olumsuzluklar neredeyse hiç yaşanmaz…’*,

- ‘Dudak Küçültme’ başlığı altında; *‘…Böyle durumlarda oldukça kısa sürede kolay bir operasyon ile dudak küçültme işlemi gerçekleştirilebilir… Dudak küçültme estetiği sayesinde kişi, kendini çok daha mutlu ve güvenli hissetme fırsatına sahip olabilir… Dudak küçültme ameliyatı; gelişen tıbbi teknolojilerden faydalanarak son derece kolay ve acısız hale getirilmiş oldukça kısa bir işlemdir… Lokal anestezi ve birkaç küçük kesik yolu ile dudağın küçültülmesi mümkündür. Ayrıca estetik dikiş teknikleri sayesinde müdahaleye dair izlerin neredeyse hiç görülmeyecek şekilde yok edilmesi de olanaklı hale gelir… Kısa sürede iyileşme ve gündelik hayata rahatlıkla devam etme olanağı bulunur. Operasyonun ardından yüzdeki unsurlar orantılı ve daha estetik bir hale getirildiğinden bireyler kendilerini daha özgüvenli, mutlu ve sağlıklı hissederek yaşam kalitelerini yükseltme olanağına sahip olabilirler… Kendisini memnun etmeyen görüntünün ortadan kalkması için etkili bir adım atabilir… Ayrıca estetik dikiş teknikleri sayesinde müdahaleye dair izlerin neredeyse hiç görülmeyecek şekilde yok edilmesi de olanaklı hale gelir… Dudak Küçültmede Etkili Çözüm: Önceki yıllarda ağrılı ve sancılı olabilecek yöntemler kullanılarak hayata geçirilen dudak küçültme estetiği, gelişen teknoloji sayesinde artık çok daha kısa sürede yapılabilen kolay bir işlem haline gelmiştir. Dış görünüşüne özen gösteren, büyük dudakları konusunda sorun yaşayan kişilerin korkmadan tercih edebileceği bu operasyon; pek çok açıdan kişileri rahat hissettirecek bir hale getirecek küçük ama etkili bir detay olarak değerlendirilebilir. Acısız, kısa zamanda iyileşen ve kusursuz bir görünüm vadeden bu işlem; ufak dokunuşlar ile büyük farklar yaratılabileceğinin kanıtı sayılabilir. Dudak küçültme fiyatları ile de oldukça uygun olup daha yüksek bir yaşam kalitesi için tercih edilebilecek bir yöntemdir…’*,

- ‘Gamze Estetiği’ başlığı altında; *‘…Gamze estetiği yaklaşık olarak 30 dakika gibi kısa bir sürede tamamlanan bir işlemdir… Estetik gamze ameliyatı kolay uygulanmasının yanı sıra arzu edildiği zaman geri çevrilebilen bir operasyon olması da hasta için oldukça avantajlıdır. Gamzelerinizden sıkıldığınızda ya da artık gamze istemediğinizde 20 dakikalık ufak bir işlemle yanaklarınızı eski haline döndürebilirsiniz… Estetik gamze oluşturma yöntemi oldukça pratik şekilde uygulanmaktadır. Deneyimli, eğitimli ve başarılı doktorlar tarafından uygulandığında kısa sürede tamamlanan bir cerrahi işlemdir… Eğer gamzelerinizden sıkılırsanız, yanaklarınız aynı kolaylıkla doktor tarafından eski haline geri döndürülür… Bu estetik işleminin başarılı ve kalıcı olabilmesi için en önemli nokta, gamze estetiği yapan doktorlar için detaylı bir araştırma yapmak ve bu işte eğitimli, tecrübeli ve uzman doktorlarla çalışmaktır. Bu sayede gamze estetiğinden istenilen doğal, tatlı ve şık görüntü elde edilebilir. Aksi halde gamze çok derin, çok sığ ya da çok yapay durabilir. Bunun yanı sıra başarılı bir gamze estetiği operasyonu aynı kolaylıkla geriye çevrilebilirken, başarısız operasyonlarda gamzeyi eski haline getirmek daha zor olur. Bundan dolayı mutlaka güvendiğiniz, araştırdığınız ve alanında tecrübeli doktorlarla çalışmanız oldukça önem teşkil eder… Öncelikli olarak gamze ameliyatınızı yapacak olan doktorun bu alandaki yetkinliği, kullanılan teknolojik sistemler ve donanımlar, gamze estetiğinin yapılacağı merkezin hijyeni, kalitesi ve donanımı gamze fiyatları açısından belirleyici olur… Fiyat açısından diğer estetik işlemlerle kıyaslandığında oldukça uygun bir aralıkta olan gamze estetiğinin bir diğer avantajı ise ameliyat sonrası hemen işinize, sosyal ve günlük hayatınıza dönebilmenizdir…’*,

- ‘Ses Estetiği’ başlığı altında; *‘…Ses estetiği ile bu sorunlar kolayca çözülebilirken, ses terapisi ile de operasyona ihtiyaç duyulmadan tedaviler gerçekleştirilebiliyor… Ses terapisi İstanbul şehrindeki yetkili hastanelere en kısa zamanda başvurulması önerilir…’*,

- ‘Yüz Yağ Enjeksiyonu’ başlığı altında; *‘…yüzdeki lekeleri yok etmek amacıyla uygulanabilir… Bu uygulama kalıcı ve uzun ömürlü bir gençlik görünümü için sağlıklı bir yüze kavuşmayı mümkün kılar… Zaten yüzdeki şişlik ve ödem ameliyattan sonraki günlerde hızlı bir şekilde kaybolur… Kök hücreler eklendiğinde ise sonuçlar daha kalıcı olur. Kök hücre uygulaması ile yıllarca sorunsuz bir yağ kullanımı sağlanır…’*,

- ‘Yağ Kaynaklı Kök Hücre’ başlığı altında; *‘…daha sağlıklı bir görünüme kavuşması için de uygulanır… Kişi daha genç, diri ve canlı bir görünüme kavuşur. Yüze kök hücre uygulaması oldukça kolaydır… İşlem ağrısız ve acısız yöntemle uygulanır… İşlem sonrasında yan etki, komplikasyon ya da benzer sıkıntılar yaşanmaz… Yüze kök hücre uygulaması oldukça kolaydır… Daha genç bir görünüme kavuşmanızı sağlar… Daha kolay ve acısız elde edilir. Uygulama sonrası yüzdeki dolgunluk ve parlama hemen fark edilir. 1 ay içerisinde de uygulamanın tam sonuçları ortaya çıkar, hasta daha sağlıklı, canlı ve genç bir cilde kavuşur… Kök Hücre Tedavisi Avantajları… Yüz için kök hücre tedavisi sonrası ciltte 5 ila 10 yıl arası bir gençleşme görülür…’*,

- ‘Epidermal Kök Hücre’ başlığı altında; *‘…Kök hücre tedavileri ile alınan sonuçlar, oldukça tatmin edici düzeylerde ve memnuniyet verici oluyor… Başarılı bir tedavi sunuyor… Cilt bozukluğunda etkili sonuçlar veriyor… Modern tedavi yöntemleri arasında yer alan kök hücre tedavisi çözümü bulunmayan hastalıklar konusunda önemli sonuçlar sunuyor… Genetik Yaşlanmaya Son Veren Yöntem… İşte bu genetik yıkıma, kök hücre tedavisi ile son verilebiliyor. Elli yaşındaki bir insanın cilt kalitesi, bu tedavi ile 8-10 yıllık bir iyileşme gösterebiliyor…’*,

- ‘Fibroblast Kök Hücre’ başlığı altında; *‘…Fibroblast Kök Hücre Tedavisi Faydaları…fibroblast kök hücre tedavisi gün geçtikçe, memnuniyet verici sonuçları ve kolay uygulaması sayesinde oldukça popüler hale geliyor…genellikle geçmişte başka tedavilerden fayda alamayan ve ciddi şekilde aşınmış bir cilde sahip kişiler de kök hücre tedavisine sığınır. Ciddi cilt deformasyonuna sahip olanlar için de yeni bir umut ışığı olur… Üstelik son teknoloji kullanılarak uygulanan bu tedavinin etkisi ortalama 2 yıl kadar devam edebilir…Tedavi sonrası sıkı, parlak ve genç bir görünüme sahip olursunuz…Yukarıda avantajlarından bahsettiğimiz fibroblast kök hücre tedavisinin uygulama sırasında oluşabilecek ve kısa sürede ortadan kaybolacak ufak tefek morluklardan başka herhangi bir yan etkisi yoktur…Acısız ve kolay uygulama sayesinde tedavi sonrası genç ve sıkı cildinizin tadını çıkarabilirsiniz…’*,

- ‘Nem Aşısı’ başlığı altında; *‘…Nem aşısı, yaşlanmaya bağlı olarak meydana gelen cilt kusurlarının onarılması için en doğal yöntemlerden biridir. 20 yaşından itibaren herkese uygulanabilir. Erken uygulanmaya başlaması, kırışık oluşumunu engelleyen ve yaşlanmayı geciktiren bir avantajdır… Nem aşısı 15 dakikalık bir uygulamadan hemen sonra gözle görünür bir şekilde iyileşmeye başlar… Nem aşısı fiyat için belirleyici olan bu unsurlar, kaliteli ve başarılı bir etki elde etmek için önemlidir…’*,

- ‘El Estetiği’ başlığı altında; *‘…Son zamanlarda estetik cerrahide meydana gelen gelişmeler, el estetiği konusunda da ilerlemeler kaydedilmesini sağlamıştır. Uzman dermatolog ve estetik cerrahi doktorları, en son ve güvenilir teknolojileri kullanarak el gençleştirme tedavileri gerçekleştirirler… İleri teknoloji yöntemler ile gerçekleştirilen gençleştirme prosedürleri, el kırışıklığına kesin çözüm sağlamaya yardımcı olur… el kırışıklığına kesin çözüm sağlamaya yardımcı olur… Güvenli ve doğru bir şekilde yapıldığında… El estetiği yaptırmadan önce estetik uzmanlarından danışmanlık almak, güvenilir ve etkili sonuçlar açısından önemlidir. En son teknoloji el gençleştirme yöntemleri ve el estetiği fiyatları hakkında bilgi almak için AKM Poliklinik uzmanlarından danışmanlık alabilirsiniz…’*,

- ‘Gençlik Aşısı’ başlığı altında; *‘…Gençlik aşısı oldukça kolay ve pratik şekilde uygulanır…15 dakika gibi kısa bir sürede uygulanan gençlik aşısı… Gençlik Aşısı Faydaları Nelerdir… Eğitimli ve profesyonel doktorlar tarafından uygulanmalıdır. Deneyimli, başarılı ve uzman bir ekiple çalışmak tüm risklerin minimumda tutulması için oldukça önemlidir…’*,

- ‘Kimyasal Peeling’ başlığı altında; *‘…kimyasal peeling uygulama işlemi, son teknolojik ürünlerle tedavi eden AKM polikliniğinde uzman ve tecrübeli doktor kadrosu tarafından yapılır… Ayrıca AKM Poliklinikte kullanılan son teknolojik ürünler kimyasal peeling ile çatlak tedavisi yaparak cildin istenilen forma kavuşmasını da sağlar… Dekoltede de çözüme kavuşturur… AKM polikliniğin yüksek steril ortamında yapılan işlem, hastanın memnun bir şekilde ayrılmasını sağlar…’*,

- ‘Yüz Mezoterapisi’ başlığı altında; *‘…faydalı bir tedavi yöntemidir… Mezoterapi yüz gençleştirme için en ideal yöntemdir. Ayrıca mezoterapi yüz lekeleri için de oldukça faydalıdır… Daha etkili sonuçlar alındığı gözlenmiştir… Mezoterapi, cilt lekelerini gidermede de en etkili yöntemdir…Ancak güvenilir ve hijyenik ortamlarda yapılması çok önemlidir. Aynı zamanda kullanılan cihazların da kaliteli ve son teknolojik yöntemlerle üretilmiş olması gerekir… Cildin kısa sürede yaşlanmasını geciktirerek sahip olduğu yorgun ve bitkin görüntüden kurtarmak için de oldukça etkilidir…zor bir işlem olmadığından dolayı çok ciddi yan etkileri yoktur…Bunların da tedavi şekli oldukça kolaydır. Bu etkilerin dışında yüz mezoterapi uygulamasının herhangi bir yan etkisi yoktur. Mezoterapi yüz bakımı yaptırmak isteyenler, rahatlıkla yaptırabilir…’*,

- ‘Yüz PRP’si’ başlığı altında; *‘…Yüz PRP, cilt onarımında hızlı ve mükemmel sonuçlar alınmasına yardımcı olan ve gidererek yaygınlaşan bir tedavi yöntemidir… Alerjik etkisi olmayan güvenilir bir yöntemdir… Estetik amaçlı yapılan bir işlem olsa da PRP ciltuygulamasının, tıbbi bir işlem olduğu dikkate alınmalı mutlaka bu konuda tecrübeli ve uzman hekimler tarafından işlem yapılmalıdır. Dikkate alınması gereken bu konu, uygulamanın başarılı olmasında ve risk oluşturabilecek durumların belirlenmesinde oldukça önemlidir… PRP Ne İşe Yarar ve PRP Faydaları Nelerdir… Kliniğimizde son teknolojik yöntemlerle uygulanan PRP yüz tedavisi, ilk seanstan itibaren etkisini göstermektedir. Cilt daha parlak esnek ve canlı bir görünüme kavuşur…’*,

- ‘Somon DNA Aşısı’ başlığı altında; *‘…Uzman doktorların uyguladığı en son teknoloji yöntemlerle gerçekleştirilen somon DNA uygulaması sayesinde siz de genç ve ışıltılı ciltlere kavuşabilirsiniz… Somon DNA tedavisi özellikle yüz, göğüs ve boyun bölgeleri üzerinde oldukça başarılı sonuçlar verir… Somon DNA Faydaları: Somon DNA tedavisi özellikle yüz, göğüs ve boyun bölgeleri üzerinde oldukça başarılı sonuçlar verir… Somon DNA aşısı ile yüz gençleştirme, botoksa alternatif olması bakımından son zamanlardaki en popüler uygulamalar arasında yer alır… Somon DNA ile parlak cilt elde edebilir ve gençliğinize geri dönebilirsiniz… Somon DNA fiyatları ve uygulamaya yönelik detaylar hakkında bilgi almak için AKM Polikliniğin uzman kadrosundan destek alabilirsiniz…’*,

- ‘Varis Tedavisi’ başlığı altında; *‘…sağlığınız açısından da sizi etkileyen varislerden kurtulmak doğru ellerle son derece kolaydır. Çoğu yöntemde hastalar bir iki saat dinlendikten sonra eve yürüyerek gider ve günlük hayatlarına döner… Tüm tedavilerin estetik sonuçları oldukça yüksektir… Lazerle varis tedavisi ve köpükle varis tedavisi ile birleştirildiğinde çok daha iyi sonuç alınır. Uzman ellerin kullandığı modern cihazlarla uygulanan tüm bu yöntemler ile hastalar şikayetlerinden ve estetik kaygılarından kolayca kurtulur…’*,

- ‘Ben (Nevüs) Alımı’ başlığı altında; *‘…iyi huylu benler modern lazer cihazları ve cerrahi yöntemlerle kolayca alınabilir… Ben yakma işlemine göre bu yöntemin avantajı… Modern cihaz ve uzman ellerle yapılan işlemlerde… Et beni lazer tedavisi de aynı şekilde son derece hızlı bir şekilde gerçekleştirilir… Ben aldırma İstanbul içinde pek çok hastane ve klinikte yapılsa da ileri teknoloji ürünler ve uzman hekimlerce yapılması son derece önemlidir. Böylece işlemin süresi azalır, yapılan işlemin sonucunda oluşabilecek yan etkilerin önüne geçilir. Lazerle Ben Aldırmanın Avantajları…’*,

- ‘Saten Yüz Germe’ başlığı altında; *‘…Yaşlılık belirtileri oluşmaya başladığında saten yüz germe işlemi ile bu durum kolayca durdurulabilir ve geri döndürülebilir. Ameliyatsız yüz germe yöntemleri arasında BTL exilis saten yüz germe cihazı ile uygulanan bu yöntem bıçaksız, ağrısız ve hızlı olması nedeniyle tercih sebebidir… Saten yüz ve vücut germe yöntemi oldukça etkili bir anti-aging işlemidir… Bu yüzden yüksek teknoloji ile üretilmiş modern cihazların kullanılması beklenmeyen durumların önüne geçilmesini sağlar… Doğal ve genç bir görünüme sahip olmak için son teknolojik ürünlerin kullanıldığından emin olunmalıdır. Böylece işlem süresi kısalır, yan etki görülmez…’*,

- ‘Ulthera Yüz Germe’ başlığı altında; *‘…Ameliyatsız yüz germe yöntemleri içerisinde en başarılı olanların başında ise Ulthera ve Hifu uygulamaları gelir. Cerrahi olmayan ve yaşanmış tecrübelerle etkinliği kanıtlanan Ulthera ameliyatsız yüz germe ve Hifu yöntemleri, cilde kaybedilen esnekliği acısız, pratik ve hızlı bir şekilde geri kazandırır… Ulthera ile ameliyatsız yüz germe yönteminde en son teknoloji kullanılır… Boyun bölgesinde de etkileyici sonuç verir… Ulthera kaş kaldırma yöntemi son derece başarılıdır… Yüzdeki diğer sarkmalar başarıyla giderilir, cilt gerilir ve gençleşir. Hifu cilt gençleştirme, bir öğle tatili kadar kısa bir zaman aralığında, acısız, iğnesiz, kesisiz, enjeksiyonsuz olarak mükemmel sonuçlar sağlar… Hızlı, pratik ve sağlıklı gençleşme amacını gerçekleştirir…’*,

- ‘Dudak Dolgusu’ başlığı altında; *‘…en modern ve efektif yöntemleri sayesinde güvenli ve etkili estetik dudak dolgusu işlemleri gerçekleştirilmektedir. Arzu ettiğiniz dolgun dudaklara sahip olmanız için ileri teknoloji pek çok farklı dudak dolgusu tedavi seçeneklerini tercih ederek mükemmel sonuçlar elde edebilirsiniz… Kişinin kendi yağ dokusuyla gerçekleştirilmesi bakımından çok daha doğal, uzun süreli ve alerji riski daha düşük bir uygulamadır… Dudak dolgusu operasyonları, estetik cerrahide kullanılan ileri teknik ve yöntemleri sayesinde günümüzdeki en güvenli işlemlerden biridir…’*,

- ‘Burun Dolgusu’ başlığı altında; *‘…ameliyatsız burun estetiği isteyen kişiler için çözüm burun dolgusu yöntemidir… Daha kalkık bir burun görünümüne kavuşmak mümkündür… Burun dolgusu ile rahatlıkla düzeltilebilmektedir… Dolgu ile ameliyatsız burun estetiği işleminin kalıcı olmaması, memnuniyet oluşturmayan durumlarda dolgu işleminin geri dönüşümünü de mümkün kılmaktadır. Bu sebeple başarısız uygulamaların yapılma riski yok denecek kadar azdır… Burun Dolgusunun Avantajları Nelerdir… Burun dolgusu İstanbul ekibi ile ilgili ayrıntılı bilgi için merkezimizi ziyaret edebilirsiniz…’*,

- ‘Gözaltı Işık Dolgusu’ başlığı altında; *‘…Acısız ve kısa sürede uygulanabilen tedavi ile şikayetlerin tamamına yakını ortadan kalkar… Uygulama sonrası hasta yorgun ve yaşlı görünümden kurtulur, daha genç ve dinamik bir görünüme kavuşur… Kişinin ruh halini de etkileyen bu durum gözaltı ışık dolgusu ile çözüme kavuşur…30 dakika gibi kısa bir sürede tamamlanan uygulama ile gözaltındaki hacim anında görülür…’*,

- ‘Çene Dolgusu’ başlığı altında; *‘…Son teknolojilerden faydalanarak yapılan işlem sayesinde çene ile ilgili problemler tamamen giderilebilir… Çene Dolgusu ile Kusursuz Görünüm Çene Dolgusu kolay bir uygulamadır ve etkilerini 3 gün içerisinde görmek mümkündür. Anestezi gerektirmeden yapılabilmesi, kişinin hemen sosyal hayatına dönebilmesi ve etkilerinin hemen görülmesi en büyük avantajlarındandır… Oldukça pratik olan bu uygulama öncesi problemler ve hastanın rahatsızlıkları tespit edilir…15-20 dakika gibi kısa bir sürede tamamlanan işlem sonrası hasta günlük hayatına devam edebilir… Daha Genç ve Dinamik Görünüm… Altın Oranla Mükemmel Yüzler…’*,

- ‘Yanak Dolgusu’ başlığı altında; *‘…Yüz dolgusu 30-45 dakika kadar bir sürede yapılabilen basit bir operasyondur… Oldukça basit ve kısa süren bu işlem ile daha kusursuz ve dinç bir yüz elde edilir… Gülme çizgisi de denilen bu çizgiye ve burun kenarlarına dolgu yapılarak yüz daha genç ve mutlu bir ifade alır…’*,

- ‘Akne İzi Tedavisi’ başlığı altında; *‘…kısa sürede oldukça etkili sonuçlar alınmasını sağlar… Çökmelerin tedavi edilmesinde en etkili ve kalıcı yöntem Fraksiyonel lazer uygulaması olup bu yöntemle cildin tamamen yenilenmesi ve sağlıklı bir görünüme sahip olması sağlanır… İzler ve lekeler üzerinde kısa sürede oldukça etkili sonuçlar alınmasını sağlar… Fraksiyonel lazerle sivilce izi tedavisinde kullanılan Er-Yag Fotona SP Spectro cihaz modeli, güçlü etkili olmasının yanı sıra fraksiyonel fonksiyonu sayesinde klasik lazer uygulamalarına göre uygulama sonrası iyileşme süresinin kısa olmasını sağlar… Fraksiyonel lazer uygulamasının en önemli avantajlarından biri de akne izi tedavisi boyunca kişinin günlük hayatına devam etmesini engelleyecek olumsuz etkilerin görülmemesi ve iyileşme sürecinin kısa olmasıdır… Sağlıklı doku oluşumu ve izlerin yok edilmesinde en etkili tedavi yöntemlerinden biridir… İzlerin tedavisinde mükemmel sonuçlar alınmasının yanı sıra son teknoloji ile donatılmış olan cihaz, iyileşme süresini kısaltır…’* gibi ifadeler ile,

www.facebook.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait ‘Özel Akif Mehmetoğlu Polikliniği’ kullanıcı isimli sayfanın 03.01.2021 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘…Göz kapağı düşüklüğü kişilere yaşlı, yorgun ve mutsuz bir ifade verir. Lokal anestezi altında 40 dakika süren basit bir işlemle göz kapağı düşüklüğünden kolayca kurtulmak mümkündür…1 aydan sonra her geçen gün istediğimiz görünüme daha da yaklaştığımız bir sürece gireriz...karın bölgenizdeki fazlalıklara lazer lipoliz ile veda edin…* *Sizi mutsuz eden gıdınızla vedalaşın! Sadece 40 dk süren yöntem ile gıdınızdan hemen kurtulabilirsiniz!...* *Lokal anestezi altında, uyutulmadan incelmeye ne dersiniz. Kol bölgesinde oluşan bölgesel yağlanma ve sarkma sorunları lazer lipoliz ile konforlu bir şekilde tedavi edilebilir… Dudakları dolgun göstermek icin Taşırarak sürdüğümüz rujları rafa kaldırmanın tam zamanı…* *Mucize yöntem NEM AŞISI ile tanıştınız mı? nem aşısı tek seanslık uygulama ile cildinizin nem ihtiyacını karşılayın ve pürüzsüz bir cilde kavuşun! Nem aşısı; kolajen üretimini tetikleyerek, cilt kalitesini arttırır aynı zamanda cildin elastikiyetini arttırarak kırışıklıkların açılmasında da etkili olur. Siz de ince kırışıklıklarınızdan kurtularak pürüzsüz bir cilde kavuşmak istiyorsanız işte tek seansta mükemmel etki; Nem Aşısı!...’* gibi ifadeler ile tıbbi işlemlerin uygulanmasına dair görüntülere; ayrıca hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere,

www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait ‘akmpoliklinik’ kullanıcı isimli sayfanın 03.01.2021 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘…Lokal anestezi altında 40 dakika süren basit bir işlemle göz kapağı düşüklüğünden kolayca kurtulmak mümkündür…Çoğu kadın gibi siz de makyaj teknikleri ile yanaklarınıza dolgunluk katmaya çalışıyorsanız, ameliyatsız, ağrısız dolgun ve doğal yanaklar için bize bir uğrayın…Sizi mutsuz eden gıdınızla vedalaşın! Sadece 40 dk süren yöntem ile gıdınızdan hemen kurtulabilirsiniz… bu sarkmalar kişiye yorgun ve üzgün bir ifade verebilir ancak çözümü ÇOK BASİT! Eğer göz kapağı estetiğinin ifadenizi nasıl değiştirebileceğini merak ediyorsanız detaylı bilgi için…’* gibi ifadeler ile tıbbi işlemlerin uygulanmasına dair görüntülere; ayrıca 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 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 **Azaderm Sağlık Hizmetleri Ltd. Şti. (Özel Akif Mehmetoğlu Polikliniği)** hakkında, söz konusu tanıtımlar ile ilgili olarak, 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.

**61)**

**Dosya No: 2020/1683**

**Şikayet Edilen: Hüseyin EROL**

**Şikayet Edilen Reklam:** ‘*Uzman Psikolog Hüseyin Erol Psikolog/Psikoterapist'* başlıklı kartvizitler ile https://vanuzmanpsikolog.com adresli internet sitesi ve www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 14.10.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet, Kartvizit

**Tespitler:** Şahsa ait kartvizitlerde, ‘*Uzman Psikolog Hüseyin Erol Psikolog/Psikoterapist. Yetişkin terapileri, çocuk terapileri, aile ve çift terapileri, tıbbi hipnoz-hipnoterapi, cinsel terapiler, emdr terapisi’* ve *‘Hüseyin Erol Uzman Psikolog/Psikoterapist. Bireysel psikoterapi, çift terapisi, cinsel terapiler, emdr, psikolojik değerlendirme, çocuk testleri’* ifadeleri ile hizmet verilen alanların belirtildiği,

www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde şahsa ait ‘psikolog\_uzman’ kullanıcı isimli sayfanın 14.10.2020 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; ‘*EMDR, Hipnoterapi, Vajinismus, Aile ve Çift Terapisi, Obsesif Kompülsif Bozukluk, Bağımlı Kişilik Bozukluğu, Çocuklarda Kaygı Bozukluğu, Cinsel Terapi’* gibi konularda bilgi verilerek bu alanlarda hizmet verildiği yönünde tanıtım yapıldığı,

https://vanuzmanpsikolog.com adresli internet sitesinin 14.10.2020 tarihli görünümünde örnek olarak; *‘Bireysel psikoterapi, Hipnoz, EMDR, Vajinismus, Bireysel Davranışçı Terapi’* gibi konularda bilgi verilerek bu alanlarda hizmet verildiği yönünde tanıtım yapıldığı

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Sağlık Meslek Mensupları ile Sağlık Hizmetlerinde Çalışan Diğer Meslek Mensuplarının İş ve Görev Tanımlarına Dair Yönetmelik kapsamında, “psikolog” olan meslek mensuplarının görev alanlarının tanımlandığı; bu bağlamda, inceleme konusu tanıtımlarda yetki alanında bulunmayan ve uluslararası sınıflandırma sistemlerinde hastalık olarak değerlendirilen “*Obsesif Kompülsif Bozukluk, Bağımlı Kişilik Bozukluğu, Vajinismus*” gibi klinik psikoloji ve psikiyatri alanına giren konularda bilgi verildiği ve tedavi yapıldığı izleniminin oluşturulduğu,

Bununla birlikte; 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, buna göre Sağlık Bakanlığı tarafından ruhsatlandırılmayan işyerinde sağlık beyanında bulunarak, tanı ve tedaviye yönelik işlemler uygulanmasının ve bu yönde tanıtım yapılamasının mevzuata aykırı olduğu,

Diğer taraftan; Geleneksel ve Tamamlayıcı Tıp Uygulamaları Yönetmeliğinin Ek-3 Ünite ve Uygulama Merkezlerinde Yapılabilecek Uygulamalar Listesinin 4’üncü sırasında “hipnoz” uygulamasının yer aldığı ve anılan uygulamanın sertifika sahibi tabip ve diş tabibi ile tabip gözetiminde klinik psikolog ve psikolojinin tıbbi uygulamaları yetki belgesine sahip psikologlar tarafından uygulanabileceğinin belirtildiği, dolayısıyla tabip gözetimi olmaksızın tarafınızca hipnoz uygulamasının yapılamayacağı,

Ayrıca, EMDR adıyla bilimsel olarak kanıtlanmış, ilgili mevzuatta tıbbi işlem olarak tanımlanmış bir tedavi yönteminin bulunmadığı, dolayısıyla hekim dahi olsa hiçbir kimsenin doğruluğu bilimsel olarak kanıtlanmamış ve tedavi yöntemi haline gelmemiş bir metodu hastalar üzerine uygulama yetkisinin bulunmadığı; dolayısıyla; söz konusu reklamlarda kullanılan ifade ve görüntüler ile şahıs tarafından “EMDR” isimli bilimselliği kanıtlanmamış bir uygulamayla tedavi yapıldığı izleniminin yaratıldığı,

Bu bağlamda; sağlık kuruluşu olarak ruhsatlandırılmayan işyerinde yetki alanında bulunmayan konularda hizmet sunulduğu yönünde tanıtım yapılmasının 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,

- Geleneksel ve Tamamlayıcı Tıp Uygulamaları Yönetmeliğinin 9/1, 12/1, 12/2 ve ‘Ünite ve Uygulama Merkezlerinde Yapılabilecek Uygulamalar Listesi’ başlıklı Yönetmelik Ekinin 4 üncü maddesi,

- 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 **Hüseyin EROL** hakkında, söz konusu tanıtımlarla 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 karar verilmiştir.

**62)**

**Dosya No: 2020/1774**

Hakan ÖZDEMİR isimli şahsın başvurusu üzerine incelemeye alınan, **Essi Özel Eğitim Öğretim İth. İhr. Güz. Tur. Sağ. ve Koz. San. Tic. A.Ş.** unvanlı firmaya ait www.essipoliklinik.com adresli internet sitesi ile www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde yer alan tanıtımların mevzuata aykırı olduğu iddiasını içeren dosya hakkında yapılan görüşmeler neticesinde, inceleme konusu internet siteleri hakkında ilave inceleme yapılması istemiyle dosyanın ***ertelenmesine***karar verilmiştir.

**63)**

**Dosya No: 2020/2239**

**Şikayet Edilen: Atasun Optik Perakende Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen HTU:** www.atasunoptik.com adresli internet sitesinde satışa sunulan "Inesta Kids" isimli ürünün siparişine ilişkin ticari uygulamalar

**HTU Yayın Tarihi:** 04.04.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu internet sitesinde yer alan "Inesta Kids" markalı ürünü 04.04.2020 tarihinde satın alan tüketicinin siparişinin firma tarafından tedarik edilemediği gerekçesiyle iptal edildiği tespit edilmiştir.

**HTU’da Bulunan Açıklamaları:** Firma tarafından yapılan açıklamada; sipariş edilen ürünün stokta tükenmesi nedeniyle tedarik edilememesi üzerine siparişin iptal edildiğine dair bilgilendirme yazısının 06.04.2020 tarihinde tüketicinin elektronik posta adresine gönderildiği ve siparişe ilişkin ücret iadesinin gerçekleştirilerek buna dair bilgilendirmenin de tüketiciye aynı gün içerisinde yapıldığı, ayrıca telafi amaçlı ve müşteri memnuniyeti çerçevesinde tüketiciye bir sonraki alışverişinde kullanabileceği 300 TL ve üzeri alışverişte geçerli 50 TL indirim kuponu, bir sonraki alışverişi için 30 TL yeni üyelik indirim hakkı ve 40 TL tutarında ikinci gözlük indirimi tanımlandığı, diğer taraftan tüketicilerin potansiyel sorunlar ve ürünlerin stoklarda bulunmaması halinde yapılacak olan işlemler ile uygulanacak prosedür hakkında Ön Bilgilendirme Formu ile alışveriş öncesinde bilgilendirildiği ifade edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firmanın makul sayılabilecek bir süre ve miktarda söz konusu ürünü belirtilen fiyattan sunamayacağına veya başka bir yerden tedarik edemeyeceğine ilişkin yeterli bilgi sahibi olmasına rağmen, tüketiciyi bu konuda uyarmaksızın www.atasunoptik.com adresli internet sitesinde belirtilen satış fiyatları üzerinden edinmeye davet ederek haksız ticari uygulamada bulunduğu;

Söz konusu ticari uygulamaların; tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 28/1, 28/2, 28/4, 29/1, 29/2 ve 32 nci maddeleri ile ‘Haksız Ticari Uygulama Olarak Kabul Edilen Örnek Uygulamalar’ başlıklı Yönetmelik ekinin A-5 maddesi,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 62 nci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Atasun Optik Perakende Tic. A.Ş.** hakkında, söz konusu tanıtımlar ile ilgili olarak, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**64)**

**Dosya No: 2020/4572**

**Şikayet Edilen: Mehmet İlteber BAHADIR**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.drmehmetilteberbahadir.net adresli internet sitesi ile www.facebook.com, www.instagram.com adresli sosyal paylaşım siteleri ve www.youtube.com adresli video paylaşım sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 18.12.2020, 19.12.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.drmehmetilteberbahadir.net adresli internet sitesinin 18.12.2020 tarihli görünümünde örnek olarak;

- Ana sayfa da*; ‘…Kliniğimizde, Sedef Hastalığının yanı sıra Romatizma, Hashimato Tiroidi, Ülseratif Kolit, Ankilozan Spondilit gibi İmmün Sistem rahatsızlıklarının tedavisi ve kontrolleri de büyük başarıyla yapılmaktadır…’* ifadeleri ile *‘…Arkadaşlar Dr. Mehmet İlteber Bahadır hocayı gönül rahatlığıyla tavsiye ediyorum. Benim oğlum 15 yaşında tüm vücudunu sedef kaplamıştı. Hocamızın kliniğine gittik. 4 ay kısa bir sürede tamamen iyileşti. İsteyene fotoğraf atabilirim. Herkese geçmiş olsun…’* gibi övücü ve tavsiye edici nitelikte hasta yorumlarına,

- ‘Hakkımda’ başlığı altında yer alan ifadeler,

- ‘Hasta Galeri’ başlığı altında, *‘…Emrah Ö. Fransa, 32 yaşında erkek hasta, işyeri sahibi. Hasta 20 yıldan beri sedef hastası. Lezyonlar bütün vücudu tutmuştu. Lezyonları çok derin değil fakat eritemli ve hassas bir şekildeydi. Hastaya tedavi başlandı. Daha önce Avrupa’da uyguladığı tedavi yöntemlerinden bir sonuç alamamıştı. Hasta düzenli kontrollerle tedaviye çağırıldı. Hastanın tedavisi çok iyi gitti. Sedef lezyonlarında hızlı bir şekilde iyileşme sağlandı. Hasta 9 ayda tertemiz oldu. Hasta şuanda Dr. Mehmet İlteber Bahadır’ın tavsiye ettiği cilt bakımını uyguluyor. Hastanın durumu çok iyi…’* gibi ifadeler ile hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere,

- ‘S.S.S.’ başlığı altında, *‘…Dr. Mehmet İlteber Bahadır ve uzman ekibi cilt hastalıkları, saç ekimi, mezoterapi ve estetik cerrahi alanlarında yıllardan beri başarıyla hizmet vermektedir. Dr. Mehmet İlteber Bahadır öncülüğünde kurulan merkez; sedef hastalığı, kronik egzama, liken planus ve iktiyozis gibi üst cildin parçalandığı ağır cilt hastalıklarında hizmet veren hem Türkiye hem de dünyadaki sayılı merkezlerin başında yer alır. Sadece lezyonların kaybolmasıyla hastalığının bitmediğini anlatan Dr. Mehmet İlteber Bahadır hastalarını tedavi sonrası 2 yıl daha takip ettiğini söylüyor. Ortalama tedavi süresinin 2,5 – 3,5 ay olduğunu belirten Dr. Mehmet İlteber Bahadır her hastada aynı sonucu aldıklarını ve her hastayı tertemiz yaptıklarını söyledi. Türkiye’deki hastaların lezyonları bittikten sonraki 2 yıl boyunca, her 4 ayda bir randevuya aldığını belirten Dr. Mehmet İlteber Bahadır yurtdışı hastalarının ise Whatsapp üzerinden tedavi sonrası takip ettiklerini belirtti. Sedef hastalarının kendi merkezlerinde tedaviye başlamadan 2 hafta önce özellikle kortizon içeren kremleri bırakmasını isteyen Dr. Mehmet İlteber Bahadır hastaların birinci randevusunda sedef hastalığının tipi, lezyonlarının kalınlığı, vücuttaki yaygınlığı ve hastanın cilt tipine göre teşhis koyup hastaya 14 haftalık tedavi planlaması yapılıyor. Hastaların tedavi programına kesinlikle uyması gerektiğini belirten Dr. Mehmet İlteber Bahadır tedavi uygulamalarının çok kolay olduğunu, bir ilkokul çocuğunun bile rahatlıkla evde banyoda hiç yorulmadan uygulayabileceğini söyledi. Tedavinin en önemli özelliğinin ise hiçbir yan etkisi olmadığını belirten Dr. Mehmet İlteber Bahadır 1 aylık bir bebekte ya da hamile bayanlarda da tedavinin hiçbir yan etkisi olmadan uygulanabileceğini anlattı… Yaklaşık olarak 3 – 3,5 ay sonra cilt tertemiz oluyor. Bu gerçekten yüz güldürücü, fakat bizim kliniğimize gelen her hasta zaten tertemiz oluyor… Dokuz yıldan beri faaliyet gösteren kliniğimiz yılda yaklaşık olarak 1000’e yakın yeni hastaya hizmet vermektedir. İngiltere, Almanya, Azerbaycan, Arabistan, Kore ve Arjantin gibi ülkelerden de takip ettiğimiz hastalarımız var. Şuana kadar bine yakın yayınladığımız hasta fotoğrafımız ve yaklaşık binin üzerinde elimizde yayınlamadığımız hasta fotoğrafı var. Gerek hasta sayısı, gerekse tedavi oranlarımızda kendi alanımızda dünyada tekiz ve lideriz. Her hastayı tertemiz yapmadan bırakmıyoruz. Sedef hastalığı tedavi edilebilir. Özetle; çok kolay ve rahat bir şekilde, evde banyolarımızda uygulayacağınız tedavi sayesinde, bu hastalığı hiç kimse ömür boyu çekmek zorunda değil. Sevgiyle ve sağlıcakla kalın… Şu ana kadar bine yakın iyileşmiş hasta fotoğrafı yayınladığını anlatan ve hiçbir klinikte böylesine büyük bir başarı oranı olmadığı söyleyen DR. Mehmet İlteber Bahadır…’*,

- ‘Sedef Hastalığı-Tedavi Süreci Ne Kadar Sürmektedir?’ başlığı altında; *‘…Bizim en önemli özelliğimiz tedaviden sonraki iki yıllık süre zarfında hastalarımızı takip etmemizdir. Tedaviye başlamaları gerektiği zaman özellikle İstanbul dışı ve yurt dışındaki sedef hastaları ‘gitmeye değer mi ?’sorusunu Dr. Mehmet İlteber Bahadır şu şekilde cevaplıyor. Emin olmalılar ki gelen hiçbir hastayı tertemiz yapmadan bırakmıyoruz ve bu gerçekten gelmelerine fazlasıyla değiyor…’*,

- ‘Egzama Nedir?’ başlığı altında; *‘…basit yöntemler yani tedaviler ile kontrol altına alınabilir bir hastalık türüdür… Ama dediğimiz üzere basit tedaviler ile geçirebileceğiniz bir hastalık türü olarak karşımıza çıkmaktadır…*’,

- ‘Egzamanın Belirtileri Nelerdir?’ başlığı altında; *‘…çünkü ne kadar erken fark edilirse o kadar kolay ve rahat biçimde geçecektir…’*,

- ‘Liken Planus’ başlığı altında; *‘…Normal seyrinde 2 yıl sonunda deride hiçbir leke kalmayacak biçimde iyileşmektedir. Doğal bitki özleriyle hazırlanan botanik kremler ile tedavi uygulanması en yaygın ve iyi sonuç veren tedavi yöntemidir…’*,

- ‘İktiyozis’ başlığı altında; *‘…Hastalığın teşhisi çok belirgin özellikleri olduğu için kolaydır…’* gibi ifadelere,

www.facebook.com adresli sosyal paylaşım sitesinde şahsa ait ‘Mehmetilteberbahadir’ kullanıcı isimli sayfanın 18.12.2020 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘…Sedef hastalarının yayınlanmış binlerce fotoğrafını görün. Sedef hastalığı tedavisinde kortizonsuz tedavi nasıl yapılır. Asitretin ve kemoterapik ilaçlar kullanmıyoruz. Yan etkisiz tedavi nasıl olur… Sedef Hastalığı Çaresiz Değil! Siz de bu hastalıktan kurtulabilirsiniz. Dr. Mehmet İlteber Bahadır'dan Randevu Alın… Kliniğimize gelen her hastaya kendilerini tertemiz yapmadan bırakmayacağımızı söylüyoruz. Hastalarımızın tedavi süresi yaklaşık olarak 2,5-3 aydır. 3 aylık tedavisi sonrası hastalarımız tertemiz oluyor, tertemiz olduktan sonra her hastayı 2 yıl daha kontrol altında tutuyoruz. Bu süre zarfında hastaya kişiye özel cilt bakımı programı hazırlıyoruz. En önemli özelliklerimizden birisi de uygulanan tedavi ve cilt bakım programının hiçbir yan etkisi olmamasıdır. Hastaların cilt bakımlarını özenle uygulamalarını sağlıyoruz. Türkiye’deki her hastanın 4 ayda bir kez, 2 yıl boyunca randevusu var. Bu süre zarfında hastalık asla tekrar etmiyor. Gelmeyen yurtdışı hastalarının ise WhatsApp üzerinden cilt bakımlarını kontrol ediyoruz… Kliniğimize gelen hastaların mutluluğu bizim için önemlidir. Gelen her hastayla bizzat kendim ilgileniyorum… Her hastayı tertemiz yapmadan bırakmıyoruz. Başarı oranımız her hastada aynıdır… Bizce yaptığımız işte tekiz. Tecrübelerimizle ve uygulamalarımızla dünyanın en saygın merkezlerinden biriyiz. Bize işimiz ile alakalı sonsuz güvenebilirsiniz… Sedefsiz bir yaşam için hemen randevu alın…kliniğimize gelip mutlu ayrılan hastalarımız…en önemlisi sağlığınız, her koşulda daima yanınızdayız…Sedef hastalığı ile ilgili çığır açan tedavi yöntemleri geliştiren Dr. Mehmet İlteber BAHADIR…11 yılda 9000 iyileşmiş hasta dünyanın her yerinden hasta kabul edilmektedir…11 yılda 9000 iyileşmiş hasta binlerce hasta fotoğrafı…Eyüp Ş. İstanbul'dan bize ulaştı. Kliniğimize ilk geldiği zaman tüm vücudunda sedef lezyonları mevcuttu. Mart ayında kliniğimize geldi. Eyüp Ş. şuan Dr. Mehmet İlteber Bahadır Bey'in tavsiye ettiği cilt bakımını ve diyet programını uyguluyor ve şuan çok iyi durumda…tedavi sürecinde hastalarımızla aile oluyoruz…Sedef hastalarının yayınlanmış binlerce fotoğrafını görün. Sedef hastalığı tedavisinde kortizonsuz tedavi nasıl yapılır? Asitretin ve kemoterapik ilaçlar kullanmıyoruz. Yan etkisiz tedavi nasıl olur? Her hastayı tertemiz yapmadan bırakmıyorum…yüz gülümseten tedavi yaklaşımları…sabırla tedavilerini bırakmayan hastalarımızın mutlu sonları…Sedef ,Egzama,Seboroit Dermatit ve İktiyosiz Tedavi Edilebilir Bir Hastalıktır. Bize Ulaşın Raporlarınızı Ücretsiz Değerlendirelim…’* ifadeleri ile hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere,

www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde şahsa ait ‘mehmetilteberbahadir’ kullanıcı isimli sayfanın 18.12.2020 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘…Sedef Hastalığı Çaresiz Değil! Siz de bu hastalıktan kurtulabilirsiniz. Dr. Mehmet İlteber Bahadır'dan Randevu Alın…* *kliniğimize gelen hastaların mutluluğu bizim için önemlidir. Gelen her hastayla bizzat kendim ilgileniyorum…* *Kliniğimize gelen her hastaya kendilerini tertemiz yapmadan bırakmayacağımızı söylüyoruz. Hastalarımızın tedavi süresi yaklaşık olarak 2,5-3 aydır. 3 aylık tedavisi sonrası hastalarımız tertemiz oluyor, tertemiz olduktan sonra her hastayı 2 yıl daha kontrol altında tutuyoruz. Bu süre zarfında hastaya kişiye özel cilt bakımı programı hazırlıyoruz. En önemli özelliklerimizden birisi de uygulanan tedavi ve cilt bakım programının hiçbir yan etkisi olmamasıdır. Hastaların cilt bakımlarını özenle uygulamalarını sağlıyoruz. Türkiye’deki her hastanın 4 ayda bir kez, 2 yıl boyunca randevusu var. Bu süre zarfında hastalık asla tekrar etmiyor…her hastayı tertemiz yapmadan bırakmıyoruz. Başarı oranımız her hastada aynıdır…sedefsiz bir yaşam i.in hemen randevu alın…kliniğimize gelip mutlu ayrılan hastalarımız…* *Sedef hastalığı ile ilgili çığır açan tedavi yöntemleri geliştiren Dr. Mehmet İlteber BAHADIR…11 yılda 9000 iyileşmiş hasta dünyanın her yerinden hasta kabul edilmektedir…sedefsiz günlere günaydın…çok yönlü tedavi yaklaşımlarıyla sedeften sizde kurtulabilirsiniz…sabırla tedavilerini bırakmayan hastalarımızın mutlu sonları…dünyanın her yerinden hasta kabul ediyoruz…profesyonel kadromuzla hizmetinizdeyiz…’* ifadeleri ile hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere,

www.youtube.com adresli video paylaşım sitesinde şahsa ait ‘Sedef Tedavisi’ kullanıcı isimli sayfanın 19.12.2020 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; tarafça uygulanan tedavi sürecine ilişkin bilgiler ile talep yaratıcı ifadelere, şahsı övücü nitelikte hasta yorumlarına ve hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülerine 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 **Mehmet İlteber BAHADIR** hakkında, söz konusu tanıtımlar ile ilgili olarak, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**65)**

**Dosya No: 2020/4585**

**Şikayet Edilen: Hacer ULAŞAN**

**Şikayet Edilen Reklam:** *‘Keşif Psikoloji Danışmanlık Merkezi’* başlıklı broşür ile www.doktortakvimi.com adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 21.01.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Broşür, İnternet

**Tespitler:** ‘*Keşif Psikoloji Danışmanlık Merkezi’* başlıklı broşürlerde örnek olarak; *‘Kaygı Bozukluğu, Panik Atak, Depresyon, Kişilik Sorunları, Bütüncül Terapi’* gibi ifadeler ile psikiyatri ve klinik psikoloji alanına giren konularda tedavi yapıldığı izleniminin oluşturulduğu,

www.doktortakvimi.com adresli internet sitesinde şahsa ait sayfanın 21.01.2020 tarihli görünümünde yer alan tanıtımlarda örnek olarak; *‘Bireysel Terapi, Bütüncül Psikoterapi, Çift Terapisi, Çocuk ve Ergen Terapisi’* gibi yetki alanı dışındaki uygulamalarda hizmet verildiği belirtilerek, *‘Depresyon’* gibi psikiyatri ve klinik psikoloji alanına giren konularda tedavi yapıldığı izleniminin oluşturulduğu 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 aldığıterapive 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 *“Psikolojik Danışmanlık ve Rehberlik”* 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 hususlardahasta 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 **Hacer ULAŞAN** 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 karar verilmiştir.

**66)**

**Dosya No: 2020/4602**

**Şikayet Edilen: Mikon Medikal Bilişim ve Medya Yayıncılık San. Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.lensmarket.com ve kktc.lensmarket.com adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 23.01.2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.lensmarket.com adresli internet sitesinin 23.01.2021 tarihli görünümünde yer alan muhtelif markalı ürünlerin tanıtımlarında örnek olarak; *‘…Saydam Kontakt Lens Bilgisayar karşısında ve klimalı ortamlarda benzersiz üstün konfor sağlayan Oasys kontakt lensleri, Lens yokmuş hissiyle tanışın!... Lenslerinizi değil hayatı hissedin ACUVUE® OASYSTM with HYDRACLEAR® Plus ile gün sonunda bile lens yokmuş hissiyle tanışın! Öyleyse, ACUVUE® OASYSTM with HYDRACLEAR® Plus ile gün sonunda bile lens yokmuş hissiyle tanışın! HYDRACLEAR® Plus Kontakt lens monomerine karıştırılan ıslatıcı ajan sayesinde kontakt lensleriniz gözlerinizi gün boyu nemli tutar. Kontakt lense bağlı göz kuruluğunu ortadan kaldırır. Gün sonunda kontakt lensiniz rahatlığından bir şey kaybetmez… Günlük Kontakt Lens ACUVUE OASYS 1-Day silikon hidrojel günlük kontakt lensler en yüksek seviyede UV blokajına sahiptir. Acuvue Oasys konforu artık günlük lenslerde… Acuvue oasys konforu şimdi günlük lenste Dünyada en çok satılan(1), konforda geçilemeyen2 ACUVUE OASYS'ten, gözyaşından esinlenerek tasarlanmış, hayatı kolaylaştıran günlük kullan-at kontakt lens… HydraLuxeTM Teknolojili ACUVUE OASYS® 1-Day; Benzersiz özelliklere sahip bir günlük kullan-at lenstir… Türünün ilk örneği, ışığa duyarlı lens. Time'a Göre 2018'in en iyi buluşlarından biri!... YENİ ACUVUE OASYS With Transitions™, gün boyu rahatlatıcı bir görüş sağlamak üzere değişen ışığa kusursuz şekilde adapte olan türünün ilk\* kontakt lensi olan Transitions™ Light Intelligent Technology™ ile tanışın. Bu lenslerin, TIME’ın 2018’deki En İyi İcatlarından biri olduğunu biliyor muydunuz?... TIME’a göre 2018’in en iyi buluşlarından biri!... Astigmat Kontakt Lens, Lenslerinizi unutun hayatı yaşayın. ACUVUE® OASYS™ for ASTIGMATISM bilgisayar kullanımı ve gece araba kullanmak gibi zorlu ortamlarda bile net ve sabit görüşü benzersiz konfor ile bir araya getirecek şekilde tasarlanmıştır…Lenslerinizi unutun hayatı yaşayın ACUVUE® OASYSTM for ASTIGMATISM bilgisayar kullanımı ve gece araba kullanmak gibi zorlu ortamlarda bile net ve sabit görüşü benzersiz konfor ile bir araya getirecek şekilde tasarlanmıştır…1. günden 30. güne kadar sürekli konfor sağlayan1 tescilli AIR OPTIX® marka lens teknolojisini içerir…PRECISION 1 ® kontakt lensler, günlük lensler ile yaşam özgürlüğünü hissetmek isteyenler için tasarlanmıştır…Astigmatlı lenslerde Hydraglyde Teknolojisiyle uzun süren konforu yaşayın…air optix serisi hydraglyde ailesi tüm gözler bu konforda…güvenilir ve stabil görüş keskinliği…Saydam Kontakt Lens %48 Su içeriğiyle gece gözde kalabilen lensler arasında en yüksek su içeriğine sahip kontakt lenstir…Kontakt lenslerinizi gün içinde geç saatlere kadar ve hatta gece boyunca takma düşüncesi sizi endişelendiriyor mu? O zaman endişelenmeyin, artık başka hiçbir lense benzemeyen yumuşak, esnek, nefes alabilen bir lens var – Biofinity… Günlük Kontakt Lens Gözlerinize ipek yumuşaklığında bir konfor sunmak için gözün doğal yüzeyiyle neredeyse aynı oranda %100’e varan su içeriğine sahip yüzey tasarımıyla konforda çığır açarak yeni bir çağ başlatıyor… Günlük Kontakt Lens Dünyanın ilk silikon hidrojel günlük kullan-at kontakt lensidir. Sağlıklı gözler için %100 oksijen geçirgenliği ve %100 UV-B blokajı! Göz bakımında yeni bir boyuta hazır olun…1 Day ACUVUE TruEye ile her gün yeni ve taze bir çift lens ile güne başlama imkanı!... Aylık saydam lens. MoistureSeal teknolojisiyle gözlerinizi yeni bir kontak lens devrine açın. Nemden gelen konfora terfi edin… Aylık Lens, Air Optix Aqua kontakt lens ile nem ve oksijenin eşsiz kombinasyonunu keşfedin! Air Optix Aqua gün boyu sağlıklı ve doğal lens kullanımı için bu ideal kombinasyonu eşsiz AQUA MOISTURE SYSTEM sayesinde sunmaktadır… aır optıx® aqua kontakt lensleri sürekli konfor1 ve istikrarlı görüş sağlar. Benzersiz plazma yüzey teknolojisine sahip air optix aqua kontakt lensler 1. Günden 30. Güne kadar konforlu bir lens kullanımı sağlar…Net, stabil görüş ve uzun süreli konfor bir arada!... Güvenebileceğiniz net ve stabil görüş…Her göz kırpmada canlandırıcı etki Yeni DAILIES AQUA COMFORT PLUS taki göz kırpmayla aktive olan nem, her göz kırpmayla kontakt lensi sürekli olarak yeniler ve gün boyunca süren konfor için sıra dışı nemlilik sağlar…’* gibi ifadeler ile,

kktc.lensmarket.com adresli internet sitesinin 23.01.2021 tarihli görünümünde yer alan muhtelif markalı ürünlerin tanıtımlarında örnek olarak; *‘…Türünün ilk örneği, ışığa duyarlı lens. Time'a Göre 2018'in en iyi buluşlarından biri!...* *YENİ ACUVUE OASYS With Transitions™, gün boyu rahatlatıcı bir görüş sağlamak üzere değişen ışığa kusursuz şekilde adapte olan türünün ilk\* kontakt lensi olan Transitions™ Light Intelligent Technology™ ile tanışın. Bu lenslerin, TIME’ın 2018’deki En İyi İcatlarından biri olduğunu biliyor muydunuz?... Saydam Kontakt Lens Bilgisayar karşısında ve klimalı ortamlarda benzersiz üstün konfor sağlayan Oasys kontakt lensleri, Lens yokmuş hissiyle tanışın!...* *Lenslerinizi değil hayatı hissedin ACUVUE® OASYSTM with HYDRACLEAR® Plus ile gün sonunda bile lens yokmuş hissiyle tanışın!... Günlük Kontakt Lens ACUVUE OASYS 1-Day silikon hidrojel günlük kontakt lensler en yüksek seviyede UV blokajına sahiptir. Acuvue Oasys konforu artık günlük lenslerde... Dünyada en çok satılan(1), konforda geçilemeyen2 ACUVUE OASYS'ten, gözyaşından esinlenerek tasarlanmış, hayatı kolaylaştıran günlük kullan-at kontakt lens… HydraLuxeTM Teknolojili ACUVUE OASYS® 1-Day; Benzersiz özelliklere sahip bir günlük kullan-at lenstir… Astigmat Kontakt Lens, Lenslerinizi unutun hayatı yaşayın. ACUVUE® OASYS™ for ASTIGMATISM bilgisayar kullanımı ve gece araba kullanmak gibi zorlu ortamlarda bile net ve sabit görüşü benzersiz konfor ile bir araya getirecek şekilde tasarlanmıştır…O zaman endişelenmeyin, artık başka hiçbir lense benzemeyen yumuşak, esnek, nefes alabilen bir lens var – Biofinity…Günlük Kontakt Lens Gözlerinize ipek yumuşaklığında bir konfor sunmak için gözün doğal yüzeyiyle neredeyse aynı oranda %100’e varan su içeriğine sahip yüzey tasarımıyla konforda çığır açarak yeni bir çağ başlatıyor…Sağlıklı, net ve parlak gözler...1 Day ACUVUE TruEye ile her gün yeni ve taze bir çift lens ile güne başlama imkanı!...aır optıx® aqua kontakt lensleri sürekli konfor1 ve istikrarlı görüş sağlar…MoistureSealTM teknolojisi ile Gözlerinizi Yeni Bir Kontak Lens Devrine Açın…* *Kontak lenslerinizi gün içinde geç saatlere kadar takma düşüncesi sizi endişelendiriyor mu? O zaman endişelenmeyin, artık başka hiçbir lense benzemeyen yumuşak, esnek, nefes alabilen bir lens var – Biofinity Toric…* *Her göz kırpmada canlandırıcı etki Yeni DAILIES AQUA COMFORT PLUS taki göz kırpmayla aktive olan nem, her göz kırpmayla kontakt lensi sürekli olarak yeniler ve gün boyunca süren konfor için sıra dışı nemlilik sağlar… Çığır açan HyperGel materyaline sahip ilk ve tek günlük kullan-at kontakt lens BioTrue ONEday göz gibi çalışarak gün boyu canlı ve rahat bir görüş sağlar…’* gibi ifadelere yer verilerek tıbbi cihaz kapsamında yer alan ürünlerin reklamının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Tıbbi Cihaz Satış, Reklam ve Tanıtım Yönetmeliği'ne göre yalnızca işitme cihazı merkezlerinde, ısmarlama protez ve ortez merkezlerinde veya optisyenlik müesseselerinde ya da diş protez laboratuvarlarında satışı, uyarlaması veya uygulaması yapılan cihazlar ile münhasıran sağlık meslek mensupları tarafından kullanılması veya uygulanması gereken cihazların reklamının yapılamadığı, bunların dışında kalan cihazların ise Ek-3 listesinde yer alan ürünler istisna olmak kaydıyla yalnızca cihazın satışının yapıldığı internet ortamında reklamına izin verildiği; dolayısıyla, numaralı kontak lensler, numaralı gözlük camları ve numaralı gözlük çerçeveleri gibi tıbbi cihazların reklam ve tanıtımlarının Tıbbi Cihaz Satış, Reklam ve Tanıtım Yönetmeliği hükümleri doğrultusunda yapıldığı,

Bu bağlamda; inceleme konusu internet sitelerinde tanıtımı yapılan ve tıbbi cihaz kapsamında olan kontakt lenslerin ilgili mevzuat gereği reklamının yapılmasının yasak olduğu; dolayısıyla, söz konusu tanıtımların mevzuata aykırı olduğu ve benzer kuruluşlar arasında haksız rekabete yol açtığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

Buna göre, reklam veren **Mikon Medikal Bilişim ve Medya Yayıncılık San. Tic. Ltd. Şti.** hakkında, söz konusu tanıtımlar ile ilgili olarak, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**67)**

**Dosya No: 2020/4604**

**Şikayet Edilen: Nehir Optik Saat ve Sağlık Ürünleri San. Tic. Ltd. Şti.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 23.01.2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.lensdunyasi.com adresli internet sitesinin 23.01.2021 tarihli görünümünde yer alan muhtelif markalı ürünlerin tanıtımlarında örnek olarak; *‘…Günlük kullanım, aylık değişim sıklığı, UV ışınlarına karşı UV koruması ve geniş üretim parametresi ile net ve keskin bir görüş sağlar…Lensin “temel eğri” ölçüsünün göze tam uyması gerekmekte olup üretim parametresinin genişliği sebebiyle, hiçbir firmanın sunmadığı bu geniş dioptri aralığı yüksek göz numaraları olan hastalar için ideal bir seçimdir…Uzun süreli kullanım, yıllık değişim sıklığı, 90 mmHg (-3,00 D) oksijen geçirgenliği, +25,00 & -25,00 üretim parametresi, UV ışınlarına karşı UV koruması ve üretim teknoloji ile net, keskin ve konforlu görüş sağlar…Aspheric arka yüzey geometri yapısı sayesinde kornea topogrofisinde ideal uyum elde edilmektedir…Düşük ve orta derecede astigmatı ve yüksek göz dioptrilerine sahip uzun süreli kontakt lens kullanıcıları için ideal bir seçenektir…Geniş parametre aralığı ile düşük ve orta derecede astigmatı olan hastalarda ve keratokonus nedeniyle korneal düzelmeye ihtiyacı olan hastalar için ideal bir seçenektir…UV ışınlarına karşı UV koruması ve üretim teknoloji ile net, keskin ve konforlu görüş sağlar…İris problemi yaşayan, yıllık kontakt lens kullanıcıları için ideal bir seçenektir…renk körü ya da disleksi hastaları için ideal bir seçimdir…uv blokajı ile gün boyu konfor ve kolay kullanım sağlar. numaralı ve numarasız olarak üretimi olup son derece güzel ve doğal bir görünüm sunar…q colors aylık özel ince kenar teknolojisi ile gözde gün boyu konfor sağlar…UV ışınlarına karşı UV koruması, spheric iç dizayn teknolojisi ile üstün konfor ve görüş netliği sağlar…’* gibi ifadelere yer verilerek tıbbi cihaz kapsamında yer alan ürünlerin reklamının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Tıbbi Cihaz Satış, Reklam ve Tanıtım Yönetmeliği'ne göre yalnızca işitme cihazı merkezlerinde, ısmarlama protez ve ortez merkezlerinde veya optisyenlik müesseselerinde ya da diş protez laboratuvarlarında satışı, uyarlaması veya uygulaması yapılan cihazlar ile münhasıran sağlık meslek mensupları tarafından kullanılması veya uygulanması gereken cihazların reklamının yapılamadığı, bunların dışında kalan cihazların ise Ek-3 listesinde yer alan ürünler istisna olmak kaydıyla yalnızca cihazın satışının yapıldığı internet ortamında reklamına izin verildiği; dolayısıyla, numaralı kontak lensler, numaralı gözlük camları ve numaralı gözlük çerçeveleri gibi tıbbi cihazların reklam ve tanıtımlarının Tıbbi Cihaz Satış, Reklam ve Tanıtım Yönetmeliği hükümleri doğrultusunda yapıldığı,

Bu bağlamda; inceleme konusu internet sitesinde tanıtımı yapılan ve tıbbi cihaz kapsamında olan kontakt lenslerin ilgili mevzuat gereği reklamının yapılmasının yasak olduğu; dolayısıyla, söz konusu tanıtımların mevzuata aykırı olduğu ve benzer kuruluşlar arasında haksız rekabete yol açtığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Tıbbi Cihaz Satış, Reklam ve Tanıtım Yönetmeliğinin 15 inci 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 **Nehir Optik Saat ve Sağlık Ürünleri San. Tic. Ltd. Şti.** hakkında, söz konusu tanıtımlar ile ilgili olarak, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**68)**

**Dosya No: 2020/4605**

**Şikayet Edilen: Optik Dünyası Kontakt Lens ve Optik Ürünleri Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.lensoptik.com ve www.renklilens.com adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 23.01.2021, 26.01.2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.lensoptik.com adresli internet sitesinin 23.01.2021 tarihli görünümünde yer alan muhtelif markalı ürünlerin tanıtımlarında örnek olarak; *‘…ACUVUE OASYS Dünyanın en çok satan kontakt lensleri ile tanışmaya hazır mısınız ! ACUVUE OASYS with HYDRACLEAR PLUS, ACUVUE’nun en yeni silikon hidrojel tekrar kullanılabilir lensidir. Göz kapaklarının lensin üzerinden kolayca kaymasını sağlayan, düşük sürtünme katsayısına ve ultra-pürüzsüz bir yüzeye sahiptir. Böylece kullanıcılara gözleri yorulmadan, gün boyu süren konfor sunar. Ayrıca kontakt lensler arasındaki mevcut en yüksek UV-korumasına sahiptir…Purevision 2 HD şeffaf kontakt lensler düşük ışık koşullarında bile net ve canlı bir görüş sağlar. Comfort Moist teknolojisi lenslerinizin nemli kalmasını sağlayarak gün boyu konfor sunar. Aşınma sırasında yüksek düzeyde oksijen geçirgenliği sağlar. Purevision 2 HD lensler haleleri ve parlamayı azaltmak için hd bir görüş, olağan üstü konfor ve nefes alabilirlik sunar. Bu lensler bir aya kadar gözde kalabilme özelliğine sahiptir… Air Optix Aqua nefes alabilir kontakt lensler geleneksel hidrojel kontakt lenslere göre 5 kat daha fazla oksijen geçirgenliği sağlar. Sağlıklı ve doğal bir lens kullanımı için gelişmiş oksijen ve nem kombinasyonu sunar. En başından itibaren gün boyu mükemmel ıslanabilirlik ve konfor sunar. klinik araştırmalara göre 1 aylık lens kullanımı süresince Air Optix Aqua ' nın performansını koruduğu ispatlanmıştır. Air Optix Aqua şeffaf lenlsler günlük kullanım için ya da 6 günlük uzatılmış kullanım için onaylanmıştır… Aır Optıx Aqua gün boyu sağlıklı ve doğal lens kullanımı için ideal kombinasyonu eşsiz Aqua Moısture System sayesinde sunmaktadır. Yüksek oksijen geçirgenliği, Nem ve oksijenin eşsiz kombinasyonu 1 haftaya kadar gözde kalabilme özelliği,esnek kullanım. Aır Optix gözlerinize olağan hidrojel lenslerden 5 kat daha fazla oksijen sağlar. Ön ve arka yüzeylerinin Aspheric dizaynı sayesinde diğer lenslere oranla çok daha keskin ve net bir görüş kalitesi sunar. Aspheric dizayn sayesinde göz yaşının serbest dolaşımına daha fazla imkan sağlayarak lens ve kornea arasında kalan kirli gözyaşının dışarı salınmasına yardımcı olur… Ens kuruluğunun önlenmesine yardımcı olan MoistureSeal teknolojisi,16 saat boyunca nemi koru,Dijital cihaz kullanıcıları için üstün gün sonu görüşü sağlama…Air Optix Plus Hydraglade kontakt lensleri 16 saat sonra bile lensleri ıslak tutan biriktirme koruması ve yüzey nemi kombinasyonu için smart shield teknolojisi ve Hydraglade nem matrisini bir araya getirir. bu yüksek kalite slikon hidrojel kontakt lensler göz kuruluğu çekenlere rahat bir lens deneyemi sunmak için sürekli olarak yenilenir. Air Optix Haydraglade 1 ile 6 geceye kadar gözde kalabilme özelliğine sahiptir… Aır Optıx plus HydraGlyde kontakt lensleri, normal kontakt lenslerden 5 kat daha fazla oksijenin lens üzerinden akmasına izin veren yeni bir hidrojel malzeme ile yapılmıştır. HydraGlyde Moisture Matrix ile gözleriniz sürekli nemli olacak, Smartshield Teknolojisi ile gözlerinizi yağ birikintilerine karşı korur. Gözlerinizin nefes almasını sağlayacak konforlu lensler. Berrak, güzel, sağlıklı görünen gözler… Biofinity Aquaform Teknolojisine sahip lens içerisindeki nemi hapseden, dehidrasyonu en aza indiren, doğal kontakt lenslerdir. Düşük modülüs ile de konfor ve nefes alabilirliği maksimum düzeydedir… Acuve Advance Kontakt lensleri Silikon hidrojel materyalinin korneaya sağladığı oksijen geçirgenliğiyle yumuşak ve ipeksi bir konfor sağlar… Gözlerdeki yorgunluk ve kurululuğu azaltılmasına yardımcı olmak üzere kişinin kendi göz yaşından esinlenmiş bir tasarıma sahip olan kontakt lensle hala tanışmadıysanız o halde Acuvue Oasys 1-Day with Hydralux ile tanışın. Gözleriniz nefes alsın…’* gibi ifadeler ile,

www.renklilens.com adresli internet sitesinin 26.01.2021 tarihli görünümünde yer alan muhtelif markalı ürünlerin tanıtımlarında örnek olarak; *‘…Labella Real serisi benzersiz tasarımı ve doğal görünümü ile bakışlarınıza çarpıcılık katacak. Yıllık kullanıma uygun, hareli, ve altı farklı renk seçeneği ile kullanıcılarının konforuna özel olarak tasarlanmıştır…Hiç birşey söylemeden konuşmak isteyen renkli gözlere özel Darker ve Lighter Renklilens.com ayrıcalığı ile sizlerle. Desio renkli kontakt lensler, sizlere benzersiz bir tasarım ile doğal olarak renkli bir görünüm veren, sofistike ve zarif bir çizgi sunuyor. Desio lenslerin en çarpıcı özelliği doğal duruşu ve koyu renk gözlerde bile değişim için uyumlu olmasıdır… Freshlook renkli lensleri, Alcon (Ciba Vision) tecrübe ve kalitesiyle gözlerinizde istediğiniz estetik görünüş ve konforu size sunuyor. Hareli olarak tasarlanan Freshlook Colors renkli lensleri bakışlarında çekicilik ve güzellik katmak isteyen renkli lens kullanıcılarına 12 farklı renk sunuyor… Freshlook Color renkli lensler aylık kullanım lensler arasında en çok tercih edilen ürünler arasındadaır. Miyop ve Hipermetrop kullanıcıları için en iyi alternatifler arasındadır… Freshlook One Day renkli lensleri 4 farklı renk seçeneği ile günlük kullan-at tercih edenler için ideal bir kullanım sunar…Adore Bi Tone ince ve yumuşak bir yapıya sahip italyan üretimi renkli kontakt lenslerdir…Raınbow Colors Mırage renkli lensleri % 38 su içeriğine sahip kontakt lenslerdir.Göz renginiz ile bütünleşir, gözlerinizin hiç olmadığı kadar doğal görünmesini sağlar…Raınbow Fantasy Lıne serisi teknolojisi ve konforu sayesinde mükemmel bir kullanım sunar…Soleko Trılogy serisi 3 ayrı renk kullanılarak üretilen sofistike görünümü çarpıcı bir şekilde zarif bir bakış açısı sunar…Soleko'dan en son yenilik. Kullanımı kolay, renkli günlük lensler, herhangi bir kıyafet ya da ruh halinize uyacak şekilde mükemmel uyum sağlar. Her gün değişmeyi ve dünyayı farklı gözlerle görmeyi seven kullanıcılar için tasarlanmıştır…’* gibi ifadelere yer verilerek tıbbi cihaz kapsamında yer alan ürünlerin reklamının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Tıbbi Cihaz Satış, Reklam ve Tanıtım Yönetmeliği'ne göre yalnızca işitme cihazı merkezlerinde, ısmarlama protez ve ortez merkezlerinde veya optisyenlik müesseselerindda diş protez laboratuvarlarında satışı, uyarlaması veya uygulaması yapılan cihazlar ile münhasıran sağlık meslek mensupları tarafından kullanılması veya uygulanması gereken cihazların reklamının yapılamadığı, bunların dışında kalan cihazların ise Ek-3 listesinde yer alan ürünler istisna olmak kaydıyla yalnızca cihazın satışının yapıldığı internet ortamında reklamına izin verildiği; dolayısıyla, numaralı kontak lensler, numaralı gözlük camları ve numaralı gözlük çerçeveleri gibi tıbbi cihazların reklam ve tanıtımlarının Tıbbi Cihaz Satış, Reklam ve Tanıtım Yönetmeliği hükümleri doğrultusunda yapıldığı,

Bu bağlamda; inceleme konusu internet sitelerinde tanıtımı yapılan ve tıbbi cihaz kapsamında olan kontakt lenslerin ilgili mevzuat gereği reklamının yapılmasının yasak olduğu; dolayısıyla, söz konusu tanıtımların mevzuata aykırı olduğu ve benzer kuruluşlar arasında haksız rekabete yol açtığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Tıbbi Cihaz Satış, Reklam ve Tanıtım Yönetmeliğinin 15 inci 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 **Optik Dünyası Kontakt Lens ve Optik Ürünleri Tic. Ltd. Şti.** hakkında, söz konusu tanıtımlar ile ilgili olarak, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**69)**

**Dosya No: 2020/4607**

**Şikayet Edilen: Hakan TIRPANCI**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.lensoptikal.com ve www.lensmarka.com adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 24.01.2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.lensoptikal.com adresli internet sitesinin 24.01.2021 tarihli görünümünde yer alan muhtelif markalı ürünlerin tanıtımlarında örnek olarak; *‘…Acuvue Oasys with hydraclear plus lens, göz sağlığınız için yüksek nem ve oksijen geçirgenliğine sahip olan, kontakt lens markaları arasında en ideal konfora sahiptir. Günlük kullanımlarda gözünüzün yorulmamasını ve kurumamasını sağlar. Aynı zamanda göz kapaklarınız için de ince bir tasarıma sahip olup, görüşünüzü net ve keskin bir düzeye getirerek yaşam standartınızı yükseltecektir…* *Air Optix Plus HydraGlyde saydam lens, ince bir yapıya sahip olup, 30 güne kadar gözlerinizin net ve keskin bir görüşe sahip olmasını sağlayacaktır…* *Gözlerinizin tahriş olmamasını sağlayacağı gibi gözünüzde lens varmış hisside yaratmayacaktır…* *MoistureSeal adı verilen özel bir teknoloji kullanılmıştır ve bu sayede çok daha konforlu bir şekilde lens kullanımı mümkün olmaktadır…* *ACUVUE OASYS with Transitions, kontakt lens kullanıcılar için ışığın gözlerinizde oluşturabileceği stres yaratan etkilerini azaltan, türünün ilk örneği kontakt lensleri keşfedin…Air Optix aqua lensler, göz problemlerinden hipermetrop ve miyop rahatsızlıkları olan bireyler için tasarlanmış olup, gözlerde oldukça sağlıklı, net görüşler sunmaktadır. Kullanıcılara sağladığı diğer bir konfor ise uzun süreli kullanım sağlamasıdır…* *Acuvue Oasys For Astigmatism lens, astigmatlılar için ultra pürüzsüz lenslerdir. İki kanıtlanmış teknolojiyi bir araya getirmiştir. Acuvue oasys toric lens yokmuş hissini veren, net ve stabil görmeyi sağlayan lenstir…Göz sağlığınız için ideal bir kullanıma sahip olan air optix astigmantism lens, su içeriği, oksijen geçirgenliği ve uzun süreli kullanım kolaylı sunar…Silikon hidrojel lens içeriğine sahip dünya lideri markalardan biri olan Cooper vision biofinity toric (astigmatlı) lensler, keskin görüş sağlarken, göz sağlığınız için de ideal bir tasarıma sahiptir…PureVision 2 multifocal lensler, uzak yakın gözlüğü ihtiyacını ortadan kaldıran, presbiyopi hastaları için ideal bir seçenektir…Üretim tekniği nedeniyle oldukça konforlu bir kullanım sağlamaktadır…Rahat ve gözlere nefes sağlamakta olduğu için kullanımı oldukça basittir…’* gibi ifadeler ile,

www.lensmarka.com adresli internet sitesinin 24.01.2021 tarihli görünümünde yer alan muhtelif markalı ürünlerin tanıtımlarında örnek olarak; *‘…Gün boyunca kullanımda rahatlık ve konfor sağlamaktadır. Gün boyu kullanım esnasında nemlilik devam edecek şekilde tasarlanmıştır. Pürüzsüz yüzeyi ile gözlerinizde konforu tüm gün hissedebilirsiniz…* *Dünyanın en iyi lens markalarından biri olan Acuvue Oasys For Astigmatism lensler, geliştirilmiş teknolojisi sayesinde, gün boyu net ve keskin bir görüşe sahip olmanızı sağlayacaktır… Renkli Lens kullanımı esnasında sürekli olarak konfor sağlanmaktadır… İlk gün kullanımda hissedilen konfor, 30 gün sonunda da aynı şekilde devam etmektedir. %33 su içeriği ile her kullanımda rahatlık ve konfor sağlar…* *Acuvue oasys kullanıcıları için oksijen geçirgenliği yüksek ve gözde varmış hissi yaratmayan ideal bir kontakt lens. Gün boyunca kullanımda rahatlık ve konfor sağlamaktadır…* *Precision 1 kontakt lensler, yaşam özgürlüğünü seven kişiler için tasarlanmıştır. Precision1 lensler, gözünüzü kırpmadığınız zamanlarda bile nemi içeride tutma özelliği olan yeni Smartsurface teknolojisine sahiptir! Ayrıca1. sınıf Uv korumasına sahiptir. Precision 1® kontakt lenslerin en öneml özelliği, gün boyu rahatlık sağlayacak şekilde özel tasarlanmıştır. Smartsurface ® teknolojisi, lensin yüzeyinde ince bir nem tabakası olduğu anlamına gelir, böylece aktif günlük yaşamınızda büyük rahatlık sağlar. Precision 1 Day Günlük Lens Avantajı… Air Optix Night and Day Aqua korneo sağlığını destekleyen lenslerdir. Oksijen çözünürlüğü yüksek olacak şekilde tasarlanmıştır. Yumuşak ve oksijen geçirgenliğini en yüksek performans ile bir arada tutmaktadır. Farklı tasarımı nedeniyle plazma yüzey teknolojisi ve depozit direnci ile gözlerde nemlilik oranını yüksek bir performans ile sağlar… Air Optix kontakt lensler ise plazma yüzey teknolojisi ile tüm bu kalıntılara karşı direnç göstermek amacıyla tasarlanmıştır. Bu tasarım sayesinde, görme alanında ve performansta yüksek verim sağlanmaktadır… Freshlook colors blends numaralı lensler hidrojel yapısı ile kullanımı oldukça rahattır… Günlük kullanımda özellikle konfor ve rahat bir kullanım için uygundur. Göz kırpma anında nemlendirici ajanların devreye girmesi nedeniyle sürekli bir nemlilik sağlar. Sürekli olarak lens kullanımında gözlerde yaşanacak olan kuruluk hissi bu şekilde yok edilmektedir. Kullanım esnasında da sürekli olarak gözlerde tazelik hissedilmektedir. Gün boyu görme oranında %91 net görüş sağlanmaktadır…’* gibi ifadelere yer verilerek tıbbi cihaz kapsamında yer alan ürünlerin reklamının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Tıbbi Cihaz Satış, Reklam ve Tanıtım Yönetmeliği'ne göre yalnızca işitme cihazı merkezlerinde, ısmarlama protez ve ortez merkezlerinde veya optisyenlik müesseselerinde ya da diş protez laboratuvarlarında satışı, uyarlaması veya uygulaması yapılan cihazlar ile münhasıran sağlık meslek mensupları tarafından kullanılması veya uygulanması gereken cihazların reklamının yapılamadığı, bunların dışında kalan cihazların ise Ek-3 listesinde yer alan ürünler istisna olmak kaydıyla yalnızca cihazın satışının yapıldığı internet ortamında reklamına izin verildiği; dolayısıyla, numaralı kontak lensler, numaralı gözlük camları ve numaralı gözlük çerçeveleri gibi tıbbi cihazların reklam ve tanıtımlarının Tıbbi Cihaz Satış, Reklam ve Tanıtım Yönetmeliği hükümleri doğrultusunda yapıldığı,

Bu bağlamda; inceleme konusu internet sitelerinde tanıtımı yapılan ve tıbbi cihaz kapsamında olan kontakt lenslerin ilgili mevzuat gereği reklamının yapılmasının yasak olduğu; dolayısıyla, söz konusu tanıtımların mevzuata aykırı olduğu ve benzer kuruluşlar arasında haksız rekabete yol açtığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Tıbbi Cihaz Satış, Reklam ve Tanıtım Yönetmeliğinin 15 inci 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 **Hakan TIRPANCI** hakkında, söz konusu tanıtımlar ile ilgili olarak, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**70)**

**Dosya No: 2020/4609**

**Şikayet Edilen: Lens Market Kontak Lens Tıbbi Malzeme Optik Ürünler Teks. Konf. Bilg. Elekt. Tur. San. ve Tic. Ltd. Şti.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 24.01.2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.optiklens.com adresli internet sitesinin 24.01.2021 tarihli görünümünde yer alan muhtelif markalı ürünlerin tanıtımlarında örnek olarak; *‘…ACUVUE® OASYS® with HYDRACLEAR® PLUS, ACUVUE®’nun en yeni silikon hidrojel tekrar kullanılabilir lensidir. Göz kapaklarının lensin üzerinden kolayca kaymasını sağlayan, düşük sürtünme katsayısına sahip ultra-pürüzsüz bir yüzeye sahiptir. Böylece kullanıcılara gözleri yorulmadan, gün boyu süren konfor sunar.1 Ayrıca kontakt lensler arasındaki mevcut en yüksek UV-korumasına sahiptir… Yoğun iş hayatınız, sürekli yolculuk etmeniz ve gözlerinizle ilgilenemediğiniz takdirde, air optix sayesinde lens kullanma kolaylığından yararlanabilirsiniz. Gece ve gündüz kullanabileceğiniz özellikleri sayesinde, günlük hayatınızdaki görme problemlerinizi halledecek ve uygun kullanım kolaylığı sağlayacaktır…* *Purevision 2 HD, özellikleri ile dikkat çeken bir saydam lens seçeneğidir. Ayrıca düşük ışığın olduğu ortamlarda dahi oldukça net ve canlı bir görüş sunuyor olması da Purevision 2 HD için tercih sebebidir. Sahip olduğu Comfort Moist teknolojisi, hem saydığımız tüm bu özellikleri sağlıyor, hem de lenslerin nem oranını dengeliyor. Bu sayede de gözleriniz daha nemli, daha konforlu oluyor. Kısacası şeffaf lens isteyenler için en uygun lens alternatifi Purevision 2 HD olabilir. Kontakt lens kullanımının ne kadar hayatı kolaylaştırıcı olduğunu ve kişinin günlük yaşamını da nasıl olumlu etkilediğini bu ürünü tecrübe ettiğinizde görebilirsiniz… Günlük kullanım ihtiyacını karşılamakta olan bu lensler, kullanıcılarına gün boyu rahatlık ve nem sunmaktadır. Yumuşak bir yüzeyi olması ve kayganlık hissini barındırması nedeniyle lens kullanımında varlığı hissedilmemektedir… Miyop ya da hipermetrop hastaların kullanımı için oldukça konforlu kontakt lenstir… Şeffaf lensler arasında nem kombinasyonu sağlayacak olan Air Optix ile siz de göz rahatsızlıklarınızın üstesinden gelebilirsiniz…Gün boyu rahat görüş sağlayan, net ve keskin lens özelliğini siz de keşfederek uzun süreli kontakt lensler arasında Acuvue Oasys kapasitesine erişebilirsiniz…Yüksek su içeriği ve oksijen geçirgenliği sayesinde günlük hayatınızda kolayca kullanabileceğiniz bir üründür…Günlük kullanım için geniş parametre seçimine sahip standart lens olarak"sferik" ürün özelliğine sahiptir. Özel olarak biyo-uyumlu, yüksek su bağlayıcı malzeme özellikleri, uzun vadeli tolerans için kalıntı direnci ve klimalı odalarda bile üstün kullanım konforuna sahip"kompatik"üründür…’* gibi ifadelere yer verilerek tıbbi cihaz kapsamında yer alan ürünlerin reklamının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Tıbbi Cihaz Satış, Reklam ve Tanıtım Yönetmeliği'ne göre yalnızca işitme cihazı merkezlerinde, ısmarlama protez ve ortez merkezlerinde veya optisyenlik müesseselerinde ya da diş protez laboratuvarlarında satışı, uyarlaması veya uygulaması yapılan cihazlar ile münhasıran sağlık meslek mensupları tarafından kullanılması veya uygulanması gereken cihazların reklamının yapılamadığı, bunların dışında kalan cihazların ise Ek-3 listesinde yer alan ürünler istisna olmak kaydıyla yalnızca cihazın satışının yapıldığı internet ortamında reklamına izin verildiği; dolayısıyla, numaralı kontak lensler, numaralı gözlük camları ve numaralı gözlük çerçeveleri gibi tıbbi cihazların reklam ve tanıtımlarının Tıbbi Cihaz Satış, Reklam ve Tanıtım Yönetmeliği hükümleri doğrultusunda yapıldığı,

Bu bağlamda; inceleme konusu internet sitesinde tanıtımı yapılan ve tıbbi cihaz kapsamında olan kontakt lenslerin ilgili mevzuat gereği reklamının yapılmasının yasak olduğu; dolayısıyla, söz konusu tanıtımların mevzuata aykırı olduğu ve benzer kuruluşlar arasında haksız rekabete yol açtığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Tıbbi Cihaz Satış, Reklam ve Tanıtım Yönetmeliğinin 15 inci 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 **Lens Market Kontak Lens Tıbbi Malzeme Optik Ürünler Teks. Konf. Bilg. Elekt. Tur. San. ve Tic. Ltd. Şti.** hakkında, söz konusu tanıtımlar ile ilgili olarak, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**71)**

**Dosya No: 2020/4621**

**Şikayet Edilen: Bahçeci Sağlık Hizmetleri Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** *‘Bahçeci’* ibareli açık hava ilanları ile www.bahceci.com adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 10.01.2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Açık Hava İlanı, İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu açık hava reklamlarında, *“Bahçeci Dünyanın en iyi 3 tüp bebek merkezinden biri Bahçeci Bursa'da açıldı. Ücretsiz tüp bebek muayenesi”* ifadeleri ile,

www.bahceci.com adresli internet sitesinin 10.01.2021 tarihli görünümünde örnek olarak;

- Ana sayfa da; *‘…Yeni mucizeler için Bursa’dayız…70.000'den Fazla Bahçeci Bebeği Hayalinizi ertelemeyin, ücretsiz görüşme için hemen iletişime geçin… Neden Bahçeci Tüp Bebek Merkezi? Dünyanın 105 ülkesinden on binlerce çift Bahçeci’yi tercih ederek bebek sahibi oldu. Hep daha iyisi için çalışıyor, her 2,5 saatte bir dünyaya gelen bebeğimizle kocaman bir aile yaratıyoruz… Başarı Hikayeleri Onlar, Bahçeci ile en büyük hayallerini gerçeğe dönüştürdüler. Hastalarımızın ilham veren mutluluk anlarına göz atın… Zor vakalarda Avrupa standartlarının üzerinde başarı oranlarına sahip Bahçeci ile sizin de bebek hayaliniz gerçek olsun… Ücretsiz ön görüşme Doktorlarımızla ücretsiz ön görüşme yapmak için telefon numaranızı bırakın, sizi arayalım…70.000’in üzerinde sağlıklı tüp bebek başarımızla binlerce çiftin hayalini gerçeğe dönüştürdük. Başarımızı ülke sınırlarının dışına da taşıyarak 7 ülke 13 merkezde aynı kalite anlayışı ve etik değerlerle hizmet veriyoruz. Zor vakalarda Avrupa standartlarının üzerinde başarı oranlarına sahip Bahçeci ile sizin de bebek hayaliniz gerçek olsun… Turquality Destek Programına Girmeye Hak Kazanan İlk ve Tek Tüp Bebek Merkezi… Dünyanın en iyi 3 tüp bebek merkezinden biri ödülü… Yılın en iyi tüp bebek merkezi ödülü…70000’in üzerinde Bahçeci bebeği 105 ülkede 70000’den fazla bebeğimizle dünyanın en büyük ailelerinden biriyiz… Son teknolojiyle donatılmış embriyoloji laboratuvarı gelişmiş embriyo laboratuvarımız ve 40’ın üzerinde embriyoloğumuzla hizmetinizdeyiz… Uluslararası standartların üzerinde başarı oranı özellikle zor vakalarda uluslararası standartların üzerinde başarı oranına sahibiz… Bahçeci Max güvencesi e-güvenlik ve dijital doğrulama sistemimiz ile sperm ve embriyolarınız maksimum koruma altında… Başarı artırıcı yöntemler ERA, NGS, IMSI ve embriyoskop gibi başarı artıran teknolojiler sayesinde binlerce çiftin bebek hayalini gerçeğe dönüştürüyoruz… Zor vakaların merkezi uzmanlığını kanıtlamış ekibimiz ve teknolojik altyapımız sayesinde zor vakaların merkezi olarak anılıyoruz… Başarı Hikayeleri Onlar, Bahçeci ile en büyük hayallerini gerçeğe dönüştürdüler. Hastalarımızın ilham veren mutluluk anlarına göz atın…’*,

- ‘Tüp Bebek Yaptıranlar - Hasta Hikayeleri’ başlığı altında; *‘…Bahçeci’de tedavi gören ve mucizelerine kavuşan hastalarımızın ilham veren hikayelerine tanık olun. Her 2,5 saatte bir dünyaya gelen bebeğimizle ailemiz hızla büyüyor. Siz de Bahçeci’yle bebek sahibi olmanın sevincini yaşayın!!!... 20 Başarısız Denemesi Olan 43 Yaşındaki Hastamızın Gebelik Sevinci!... Dış Merkezlerde 5 Başarısız Deneme, Bursa Merkezimizde İlk Denemede Yapay Zeka Mucizesi!... 19 Yıllık Bekleyişin Ardından İkiz Bebek Sevinci…8. Tüp Bebek Tedavisi Geçiren Çiftimize Mutlu Haberi Verdik!... Rüyalar Bahçeci’de Gerçek Oluyor! Hikayeleri farklı olsa da sonuç hep aynı! Yüzler gülüyor, mucizeler gerçek oluyor!...’*,

- ‘BahçeciMAX E-güvenlik ve Doğrulama Sistemleri, Embriyoloji Laboratuvarı’ başlıkları altında bulunan ifadeler,

- ‘Hakkımızda’ başlığı altında; *‘…başarılı tüp bebek tedavileri gerçekleştirmekti. Bugün, 70.000’in üzerinde sağlıklı tüp bebek başarımızla bu hayali gerçeğe dönüştürmeyi başarmış bir kurumuz. Başarımızı ülke sınırlarının dışına da taşıyarak 7 ülke 13 merkezde aynı kalite anlayışı ve etik değerlerle hizmet veriyoruz… Amerika’nın en saygın haber dergisi Newsweek tarafından Dünyanın En İyi 3 Tüp Bebek Merkezinden Biri seçilen kurumumuz, Dünya Sağlık Turizmi Kongresi’nde (WHTC) Yılın Tüp Bebek Merkezi ödülüne layık görüldü… Üstün Teknoloji & Uzman Kadro Tüp bebek tedavilerinde başarının sırrı, gelişmiş embriyoloji laboratuvarına sahip olmaktan geçer. Bu yaklaşımla embriyoloji laboratuvarımızda en ileri teknolojik donanımı kullanarak özellikle zor vakalarda Avrupa standartlarının üzerinde başarı oranına sahibiz. Doktor, embriyolog, genetik uzman, psikolog ve hemşirelerden oluşan deneyimli ekibimizle, tanı ve tedavi protokollerini çiftlerin özel durum ve gereksinimleri çerçevesinde değerlendirerek kişiye özel tedaviler sunuyoruz… Türk markalarının gelişimini destekleyen Turquality üst programına seçilen ilk ve tek tüp bebek merkeziyiz. Devlet destekli ilk ve tek markalaşma programı olan Turquality ile uluslararası arenada artık çok daha güçlüyüz!... BahçeciMAX E-güvenlik ve Doğrulama Sistemleri ile sperm, yumurta ve embriyoları karışma riskine karşı koruyan dünyadaki en gelişmiş güvenlik sistemine sahibiz…’*,

- ‘Bahçeci Bebekleri’ başlığı altında; *‘…Onlar bizim mucizelerimiz, bize mutluluk veren Bahçeci bebeklerimiz! Dünyanın 105 ülkesinden on binlerce çift Bahçeci’yi tercih ederek bebek sahibi oldu. 60.000’in üzerinde bebeğimizle kocaman bir aileyiz!...’*,

- ‘Yumurta Rezerv Düşüklüğü’ başlığı altında; *‘…Yumurtalık rezervini öğrenmenin en güvenilir yolu ultrason muayenesidir… Testin güvenilirliği açısından, laboratuvarın standardizasyonunun iyi olması büyük önem taşımaktadır… Sağlıklı embriyo üretimi, tüp bebek merkezinin embriyoloji laboratuvarının teknolojik donanımı ve embriyologların deneyimiyle doğrudan ilişkilidir. Bahçeci Tüp Bebek Merkezi olarak, son teknoloji ile donatılmış embriyoloji laboratuvarımız ve alanının en iyilerinden oluşan embriyoloji ekibimizle 70.000’in üzerinde bebeğin doğumuna vesile olmanın mutluluğunu yaşıyoruz. Uyguladığımız kişiye özel tedavilerle yüksek oranda başarılı gebelikler elde ediyoruz. Sınırlı sayıda yumurtası olan hastalarda başarı şansını artıran embriyoskop yöntemi de bunlardan biri. Embriyoyu saniye saniye gözleme şansı sunan bu teknikle en kaliteli embriyo seçilip anne adayının rahmine yerleştirilerek gebelik şansı artırabilmektedir… Havuz yönteminin uygulanması başarı şansını artırır… Merkezlerimizde dondurma-çözdürme işlemi embriyoya zarar vermeden yapılabilmektedir. Düşük over rezervi olan ve tekrarlayan IVF başarısızlığı olan hastalara bu yöntem en uygun tedavi şeklidir. Havuz yönteminin en önemli avantajlarından bir tanesi transfer edilecek embriyo sayısını artırması diğeri ise birlikte çözülen embriyoların takip edilerek tutulma kapasitesi en iyi olan embriyonun seçilmesi gebelik şansını artırmasıdır. Maliyetin düşük olması ve çiftlerin endişesinin azaltılması da havuz yönteminin diğer önemli avantajıdır…’*,

- ‘Polikistikover’ başlığı altında; *‘…başarılı bir tedavi için önemlidir… Polikistik over operasyonu oldukça basit bir ameliyattır…’*,

- ‘Erken Menopoz’ başlığı altında; *‘…Erken menopoz tedavilerinde başarılı bir sonuç almak için hastanın yaşı büyük önem taşır. Hasta ne kadar gençse tedavide başarı şansı o kadar yüksektir…üreme yöntemlerinin içinde başarı oranı en yüksek olandır…Tüp bebek ve yumurta dondurma tedavilerinde tüp bebek merkezinin başarı oranları, deneyimi ve embriyoloji laboratuvarının gücü büyük önem taşır. Bahçeci olarak 24 yıllık deneyimimiz ve 70.000’in üzerinde bebeğimizle uzmanlığımızı kanıtlamış bir merkeziz. Uzmanlarımızla ön görüşme için hemen iletişime geçin…’*,

- ‘İleri Yaş’ başlığı altında; *‘…Bu noktada merkez seçimi büyük önem taşır. Sağlıklı gebelik oranlarının yüksek olması bir merkezin başarısını gösteren en önemli veridir. Tüp bebek merkezi, özellikle gelişmiş bir embriyoloji laboratuvarına sahipse ve dondurma / çözme tekniklerini ne kadar iyi uyguluyorsa gebelik elde etme şansı da o kadar artar. Bahçeci Sağlık Grubu olarak tüm merkezlerimizde uzman ekibimiz, son teknolojik donanıma sahip embriyoloji laboratuvarlarımız ve başarı artırıcı yöntemlerimizle bugüne kadar 70.000’in üzerinde aileye sevinçli haber vermiş olmanın mutluluğunu yaşıyoruz… Tüp bebek tedavilerinde uyguladığımız başarı artırıcı yöntemler…’*,

- ‘Açıklanamayan Kısırlık’ başlığı altında; *‘…Sperm analizi basit bir laboratuvar tekniği olmadığı gibi sperm örneği değerlendirilirken bilgi ve tecrübe büyük önem taşımaktadır… Sperm analizinin konunun uzmanı, tecrübeli biri tarafından yapılması çocuk sahibi olmak isteyen çiftelerin boşu boşuna zaman harcamalarına veya gereksiz tedaviler görmelerine engel olacaktır. Merkezlerimizde ileri teknoloji ile donatılmış embriyoloji laboratuvarı ve alanında uzmanlığını kanıtlamış embriyologlar sayesinde binlerce çiftin hayalini gerçeğe dönüştürmeyi başarıyoruz…’*,

- ‘Varikosel’ başlığı altında; *‘…Mikrocerrahi yöntemiyle yapılan cerrahi müdahalede başarı şansı yüksek, tekrar etme ve komplikasyon oranı düşüktür. Hastalar operasyon gününde hastaneden taburcu olabilir, iki-üç gün sonra işe dönebilirler. Varikosel ameliyatı sonrası, hasta minimum düzeyde ağrı hisseder… Tüp bebek tedavisine başlamak isteyen çiftler için merkez seçimi büyük önem taşımaktadır. Tüp bebek merkezi seçerken öncelikle merkezin başarı oranları, teknolojik donanımı ve ekibin uzmanlığına dikkat edilmelidir. Bahçeci Tüp Bebek Merkezi 24 yıllık deneyimi ve 70.000’in üzerinde sağlık tüp bebeği ile Avrupa standartlarının üzerinde başarı sunuyor…’*,

- ‘Başarısız Denemeleriniz mi Oldu?’ başlığı altında; *‘…Uyguladığımız Başarı Artırıcı Yöntemlerle Yüksek Gebelik Oranları Sunuyoruz! Tekrarlayan başarısız tüp bebek tedavilerinde, çiftlere bağlı nedenler kadar merkez seçimi de büyük önem taşır. Deneyimli ekip ve gelişmiş bir laboratuvar ortamı başarılı sonuçlara ulaşmadaki en önemli kriterlerin başında gelir. Bahçeci Tüp Bebek Merkezi olarak gelişmiş embriyoloji laboratuvarımız sayesinde özellikle zor vakalarda Avrupa standartlarının üzerinde başarı oranlarına sahibiz. Oxford Üniversitesi ile gerçekleştirdiğimiz bilimsel iş birliği ile kadına bağlı kısırlık nedenlerini araştırarak bilimsel gelişmeleri yakından takip ediyoruz. Her hafta düzenlediğimiz 40 Doktor Toplantıları ile vakaları tek doktorun görüşüyle sınırlı bırakmıyor, tüm doktorlarımızın yorumlarını alıyoruz. Merkezlerimizde Uygulanan Başarı Artırıcı Yöntemler Tekrarlayan Tüp Bebek Başarısızlığı Yaşayan Çiftler için ERA Testi ERA testi (Endometrial Receptivity Assay) özellikle iyi kalite embriyo elde edilmiş olmasına karşın gebelik oluşmayan vakalar için etkili sonuç veren bir uygulamadır… çiftlerin gebelik başarısının artırılabildiğini göstermektedir… NGS ile embriyonun rahme tutunma şansını %80’lere kadar çıkarmak mümkün. Bahçeci olarak öncelikli amacımız, yeni teknolojileri ve uygulamaları dünyadaki prestijli merkezlerle eş zamanlı olarak hastalarımıza sunmak. Bu düşünceden hareketle merkezi İspanya’da bulunan ve dünyanın sayılı genetik tanı hizmeti sunan şirketlerinden olan Igenomix ile gerçekleştirdiğimiz ortak çalışma sonucu 2016 yılından beri NGS ve Mitoscore gibi tüp bebek tedavisinde devrim niteliği taşıyan teknolojileri merkezlerimizde uyguluyoruz… Mitoscore ile Enerjik Embriyolar & Yüksek Başarı Oranları Embriyoları mitokondri bazında inceleyen Mitoscore testi ile rahme tutunabilme ihtimali en yüksek, en enerjik embriyoyu belirleyebiliyoruz. Böylece, transfer sonrasında gebelik şansını artırmış oluyoruz… Böylece yaklaşık %70 civarında bir gebelik oranı yakalamak mümkün oluyor. Emriyoskop Sayesinde Embriyolarınız Güvende Embriyoların gelişimleri hakkında detaylı bilgi veren Embriyoskop tekniğini Türkiye’ye ilk defa getiren ve uygulayan merkez olmaktan mutluluk duyuyoruz. Embriyoskop teknolojisi sayesinde embriyolarınız 7/24 embriyoskoptan çıkarılmadan incelenebiliyor ve kaliteleri buna göre saptanıyor. Şu anda dünyada bulunan en dinamik takip sistemi olan embriyoskop ile gebelik başarı oranlarında ciddi artış gözlemlenmektedir. Rahim Dinlendirme ile Yüksek Gebelik Şansı… Hastalara oranla %5-15 kadar daha yüksek gebelik oranları sağlanabilmektedir… Bu sayede spermin morfolojisi daha iyi değerlendirilir. IMSI yönteminde mikroskobun özelliği kadar bu yöntemi kullanan embriyoloğun bu konuda eğitimli ve deneyimli olması da büyük önem taşır… IMSI tekniğini her hastamıza ücretsiz olarak sunuyoruz…’*,

- ‘Tekrarlayan Düşükler’ başlığı altında; *‘…Merkezlerimizde uygulanan “kişiye özel tedavi” yöntemleri ile düşüğe neden olan sebep tespit edilerek anne adayı için en doğru tedavi şekli planlanır. Gelişmiş embriyoloji laboratuvarımız ve alanında uzmanlığını kanıtlamış doktor ve embriyologlarımızın titiz çalışmaları ile zor vakalarda dahi başarılı gebelikler elde etmek mümkün. Tekrarlayan düşükler ve tedavisi ile ilgili detaylı bilgi almak için bizimle iletişime geçebilir, doktorlarımızla ön görüşme yapabilirsiniz…’*,

- ‘Yumurta Dondurma İşlemi’ başlığı altında; *‘…Yumurta dondurmanın etkin ve güvenli yapılabilmesi için bu hizmeti veren merkezin deneyimli ve teknolojik altyapısı güçlü bir embriyoloji laboratuvarının olması gerekmektedir. Sağlık grubumuz bünyesinde, dünyada en son uygulanan ve verimliliği kanıtlanmış tüm yöntem ve teknikler başarı ile uygulanmakta olup yumurta dondurma işleminde vitrifikasyon yöntemi kullanılmaktadır. Vitrifikasyon adı verilen hızlı dondurma tekniği yumurta dondurma konusunda devrim sayılabilecek başarılı sonuçlar vermektedir. Vitrifikasyon tekniğinin başarılı olması için doğru uygulama çok önemlidir. Hızlı ve doğru dondurmanın yanı sıra hızlı ve doğru çözme de aynı şekilde önem taşımaktadır. Düşük over rezervi tanısı konmuş veya erken menopoz riski olan kadınlarda zaten elde edilen yumurta sayısı ve kalitesi son derece sınırlı olduğundan, dondurma işlemi sırasında veya sonrasında kaybın mümkün olan en düşük düzeyde olması gerekir. Merkezlerimizde bu konuda deneyimli 40’ın üzerinde embriyolog görev yapmaktadır. Deneyimimiz ve teknolojik altyapımız sayesinde, bu yöntem kullanılarak yaptığımız dondurma ve çözme işlemlerinde elde edilen gebelik sonuçlarımız, normal gebelik sonuçlarımızla benzerdir. Merkez seçerken dikkat edilmesi gereken bir diğer noktada merkezde dondurulan yumurtaların uzun yıllar saklanması için sağlam ve sağlıklı bir altyapı olmasıdır. Bahçeci Sağlık Grubu 24 yılı aşkın süredir laboratuvardaki en yeni teknolojileri dünya ile aynı anda hatta birçoğunu Türkiye’de ilk kez kullanmakta ve bu sayede her yıl dünyanın birçok yerinden gelen binlerce çifti bebek sahibi yapmaktadır…’*,

- ‘Çocuğunuz Olmuyor mu?’ başlığı altında; *‘…tüp Bebek Merkezi Seçerken Nelere Dikkat Etmeliyim? Tüp bebek merkezi seçerken dikkat etmeniz gereken noktaları şu şekilde sıralayabiliriz. Merkezin başarı oranları Teknolojik donanım Alanında uzmanlığını kanıtlamış ekip Bahçeci Tüp Bebek Merkezi olarak 24 yıllık uzmanlığımız ve 70.000’in üzerinde sağlıklı tüp bebek deneyimimizle Avrupa standartlarının üzerinde başarı oranına sahibiz. Kısırlık tedavisi ile ilgili sorularınızı yöneltmek, fiyat ve süreç hakkında detaylı bilgi sahibi olmak için iletişim formumuzu doldurun, sizi arayalım…’*,

- ‘aCGH – Kapsamlı Kromozom Taraması’ başlığı altında; *‘…Tüp bebekte yeni bir umut olarak değerlendirilen yaklaşım Bahçeci Tüp bebek Merkezileri bünyesinde başarıyla uygulanıyor… Gerek rutin tüp bebek uygulamaları gerekse genetik tanı metodları son derece dikkatli ve her safhasında pek çok kişinin kontrolünden geçen aşamalar neticesinde gerçekleştirildiğinden öncelikle çiftlerimizin bu konuda rahat olmalarını tavsiye ediyoruz… Deneyimli bir embriyolog tarafından gerçekleştirilen biyopsi uygulamaları sonrası embriyonun zarar görme riski genellikle %1’in altında, fakat deneyimi yüksek olmayan bir embriyologun gerçekleştirdiği biyopsi işleminde bu oran daha yukarılara çıkabilmekte. Bu nedenle genetik tarama yaptıracağınız merkezin ve embriyologun bu konudaki deneyimi son derece önemli. Zira işlem sonucu normal embriyo bulunsa da embriyo eğer işlem hasarından dolayı gelişimine devam etmiyor ise bir anlamı yok… Genetik olarak normal sonuç alınan embriyoların daha doğal bir rahim ortamına transfer edilmesi için dondurulması yaklaşımı da eğer deneyimli kişiler tarafından yapılmıyor ise bazı riskler taşıyor. Zira zaten sınırlı sayıda normal sonuç alınmış embriyoların çözme sonrası canlılıklarını kaybetmeleri tedavinin başarısızlığı demek. Bu durumda bu hizmeti öneren merkezlerdeki embriyo dondurma ve çözme sonrasındaki canlılık oranlarının %95’in üzerinde olması başarıya giden anahtarlardan biri…’*,

- ‘CGT – Kişiye Özel Genetik Tarama Testi’ başlığı altında; *‘…üreme bilimindeki gelişmeleri yakından takip ederek dünyanın sayılı merkezleri ile eşzamanlı olarak merkezlerimizde uygulamaktan mutluluk duyuyoruz. Gelişmiş embriyoloji laboratuvarımız sayesinde özellikle zor vakalarda Avrupa standartlarının üzerinde başarı oranlarına sahibiz. Oxford Üniversitesi ile gerçekleştirdiğimiz iş birliği ile bilimsel gelişmeleri yakından takip ediyoruz… CGT testinin maliyeti, sadece tek bir gen bozukluğunun incelenebildiği klasik tarama testlerine kıyasla çok daha uygun olmakla birlikte…’*,

- ‘EMBRACE Testi’ başlığı altında; *‘…Dünyanın önde gelen tüp bebek merkezleriyle aynı anda Türkiye’de sadece Bahçeci’de uygulanan EMBRACE Testi ile tüp bebekte başarı şansı artıyor! EMBRACE Testi ile genetik açıdan gebelik şansı en yüksek olan embriyoları belirlemede biyopsi işlemine gerek kalmadan en sağlıklı embriyolar bulunuyor…EMBRACE Testinin Faydaları Nelerdir?...’*,

- ‘Emma ve Alice Testleri’ başlığı altında; *‘…gebelik başarısını ciddi oranda artıran iki yeni uygulama. Dünyanın sayılı tüp bebek merkezleri ile aynı anda merkezlerimizde uygulamaya başladığımız bu iki test, özellikle tekrarlayan düşükler ve başarısız denemeler yaşayan hastalarımız için umut ışığı olacak… Rahim dokusunun son derece detaylı olarak incelenmesini sağlayan Emma ve Alice testleri Türkiye’de ilk kez ve sadece Bahçeci kliklerinde uygulanıyor… Tüp bebek tedavilerinde devrim niteliği taşıyan bu iki test Türkiye’de sadece Bahçeci’de uygulanıyor…’*,

- ‘ERA Testi’ başlığı altında; *‘…bu noktada çiftlere bağlı nedenlerin yanında doğru merkez seçimi de son derece önem taşımaktadır. Deneyimli ekip ve gelişmiş bir laboratuvar ortamı başarılı sonuçlara ulaşmadaki en önemli kriterlerin başında gelir…’*,

- ‘Embriyoskop’ başlığı altında; *‘…Yüksek maliyetli bir cihaz olması nedeniyle birçok tüp bebek merkezinde embriyoskop kullanılmamaktadır. Bahçeci Sağlık Grubu olarak dünyadaki gelişmeleri yakından takip ederek en yeni teknolojikleri, alanında dünyanın öncü merkezleri ile birlikte eşzamanlı olarak merkezlerimizde uygulamaya alıyoruz. Embriyoskop cihazını klinik başarıyı artırıcı bir yöntem olarak tüp bebek tedavilerinde faydalı ve etkin biçimde kullanıyoruz. Embriyoskop’un Avantajları Nelerdir?...’*,

- ‘Havuz Yöntemi’ başlığı altında; *‘…Yöntemin başarılı olabilmesi için tüp bebek merkezinin çok başarılı bir embriyo dondurma tekniğine sahip olması şarttır… Başarıyı artırıcı özelliğinin yanında havuz yönteminin bir diğer avantajı tedavi maliyetini göreceli olarak azaltabilmesidir… Bu yolla daha az maliyet ile çifti daha çok tüp bebek tedavisine almak sonuca ulaşmada şansımızı artırabilmektedir. Yöntemin bir diğer yararı… PGT maliyetini de düşürmektir…’*,

- ‘Histeroskopi’ başlığı altında; *‘…Histeroskopi ile bu tüp problemlerin teşhis ve tedavisi sağlanır ve tüp bebek başarısı artar. Gerekli gördüğümüz durumlarda merkezlerimizde histeroskopi yöntemini uygulamakta ve başarılı sonuçlar almaktayız… Histeroskopi Ameliyatının Avantajları Nelerdir? Histeroskopi deneyimli ellerde uygulandığı takdirde güvenli bir işlemdir. Histereskopinin avantajlarını şu şekilde sıralayabiliriz...’*,

- ‘IMSI’ başlığı altında; *‘…Biz de merkezlerimizde, hastalarımızın durumuna bağlı olarak IMSI tekniğini sıklıkla tercih etmekteyiz. Gelişmiş embriyoloji laboratuvarı ve deneyimli bir ekip IMSI yönteminin olmazsa olmazlarındandır. Son teknoloji ile donatılmış laboratuvarımız ve alanında uzman embriyologlarımızla başarı artırıcı birçok yöntem gibi IMSI yöntemini de kullanmaktayız... Bir merkezde IMSI tekniğinin uygulanabilmesi için gelişmiş teknolojik donanıma ve deneyimli embriyologlara sahip olması gerekmektedir. Bu nedenle maliyeti yüksek bir uygulamadır ve bazı merkezlerde uygulanmaz. Bahçeci kliniklerinde IMSI tekniği, gerekli görüldüğü durumda kullanılmakta ve bu işlem için herhangi bir ek ücret alınmamaktadır…’*,

- ‘KKT – Kapsamlı Kromozomal Tarama’ başlığı altında; *‘…bu testin uygulanabilmesi için merkezin son derece gelişmiş ve etkin hizmet veren bir embriyoloji laboratuvarına sahip olması büyük önem taşır. Üreme bilimindeki gelişmeleri yakından takip ederek yeni teknolojileri dünyanın sayılı merkezleri ile eşzamanlı olarak merkezlerimizde uygulamaktan mutluluk duyuyoruz. Gelişmiş embriyoloji laboratuvarımız sayesinde özellikle zor vakalarda Avrupa standartlarının üzerinde başarı oranlarına sahibiz. Kapsamlı kromozom taraması hakkında daha detaylı bilgi almak için merkezlerimizle iletişime geçebilirsiniz...’*,

- ‘NGS – Kapsamlı Kromozom Taraması’ başlığı altında; *‘…en son geliştirilmiş bir genetik analiz teknolojisidir... yüksek gebelik başarısı elde edebiliyoruz…NGS Tekniğinin Avantajları Nelerdir?...’*,

- ‘Rahim Dinlendirme’ başlığı altında; *‘…Rahim dinlendirme yönteminin başarılı olabilmesi için embriyoların son derece yüksek başarı oranları ile dondurulabilmesi ve istenildiğinde zarar görmeden çözülebilmesi gerekir. Bu teknolojiyi uygun şekilde ve etkin kullanabilen merkezlerde rahim dinlendirme yöntemi uygulanan hastalarda, taze transfer yapılan hastalara oranla %5-15’e kadar daha yüksek gebelik oranları sağlanabilmektedir. Diğer taraftan embriyo dondurma/çözme uygulamalarının başarılı olarak yapılamadığı kliniklerde gebelik oranlarında ek artış sağlanamadığı gibi taze embriyo transferlerine kıyasla daha düşük gebelik başarısı da elde edilebilmektedir. Dolayısıyla rahim dinlendirme yönteminde başarıya giden anahtar, klinik içerisinde yüksek teknoloji ve verimlilik ile çalışan bir embriyoloji laboratuvarının olmasıdır. Tüm merkezlerimizde aynı kalite ve yüksek teknolojik donanıma sahip embriyoloji laboratuvarlarımızda dondurma ve çözme işlemlerinde başarılı sonuçlar elde edebiliyoruz...’*,

- ‘Tüp Bebek Başarısını Artıran Smart PGT Yöntemi Nedir?’ başlığı altında; *‘…tutunma potansiyeli en yüksek embriyoyu seçme imkânı sunar ve gebelik şansının artmasını sağlar. Dünyanın sayılı tüp bebek merkezlerinin kullandığı Smart PGT yöntemi Türkiye’de ilk kez Bahçeci’de kullanılmaya başlanmıştır... Smart PGT’nin PGT’den Farkı Nedir?... Smart PGT yöntemi ise standart PGT’nin ileri versiyonudur. Smart PGT yönteminde yapay zekanın da devreye girdiği bir sistem kullanılır. Böylelikle embriyolar çok daha fazla açıdan değerlendirilerek en sağlıklı olanı tespit edilebilmektedir. Dünyanın sayılı merkezleri, sağlıklı gebeliklerin oluşma şansını artıran Smart PGT yöntemini kullanmaktadır…’*,

- ‘sORP Testi’ başlığı altında; *‘…Özellikle erkek kaynaklı açıklanamayan kısırlık nedenini anlama ve en doğru tedaviyi belirleme avantajı sunabilen bu testi merkezlerimizde uygulamaktayız. sORP testini üreme bilimindeki gelişmeleri yakından takip ederek dünyanın sayılı merkezleri ile eşzamanlı olarak merkezlerimizde uygulamaktan mutluluk duyuyoruz…’*,

- ‘Kısırlık ve Tüp Bebek’ başlığı altında; *‘…Tüp bebek merkezi seçiminde doktorların deneyimine ve merkezin başarı oranına dikkat etmek son derece önemlidir. Tedavi için Bahçeci Tüp Bebek Merkezi’ni seçmeniz durumunda doktorumuz sizinle bir ön görüşme yapar ve ardından gerekli muayenelere geçilir. Uygulanacak birtakım testlerin sonuçları değerlendirilir. Merkezimizde her bir çiftin problemi farklı açılardan değerlendirilerek “kişiye özel” tedavi programları uygulanır. Bahçeci Tüp Bebek Merkezi olarak 24 yıllık uzmanlığımız ve 70.000’in üzerinde sağlıklı tüp bebek deneyimimizle Avrupa standartlarının üzerinde başarı oranına sahibiz. İnfertilite tedavisi ile ilgili sorularınızı yöneltmek, fiyat ve süreç hakkında detaylı bilgi sahibi olmak için iletişim formumuzu doldurun, sizi arayalım…’*,

- ‘Tüp Bebek’ başlığı altında; *‘…Tüp bebek tedavisi profesyonel bir ekibin uyumlu çalışması sonucu gerçekleştirilebilen bir süreçtir. Başarılı bir sonuca ulaşabilmek için bu tedavinin mutlaka jinekolog (kadın hastalıkları ve doğum uzmanı), androlog (üroloji uzmanı), embriyolog, hemşire ve yardımcı personelden oluşan profesyonel bir ekip çalışmasıyla yürütülmesi gerekmektedir. Bahçeci Tüp Bebek Merkezi olarak yüksek başarı oranlarımızı ekip çalışmasına borçluyuz. Her hafta gerçekleştirdiğimiz 40 doktor toplantıları ile vaka dosyalarını yurt içi ve yurt dışındaki tüm doktorlarımız değerlendirir ve en etkin tedavi yöntemine karar verilir. Hasta dosyalarını 1 değil, 40 doktorun değerlendirmesi başarı oranlarına pozitif anlamda etki etmektedir…Tüp Bebek Nasıl Yapılır, Bahçeci’de Tüp Bebek Aşamaları Nelerdir?... Tüp Bebek Merkezi Nasıl Seçilir, Neden Bahçeci Tüp Bebek Merkezi? Tüp bebek merkezi seçiminde öncelikle merkezin tecrübesine, laboratuvarındaki teknik donanıma ve gebelik oranlarına dikkat etmek gerekir. Bahçeci Tüp Bebek, 24 yıllık deneyimi ve 70.000’in üzerinde sağlıklı tüp bebeğiyle başarısını kanıtlamış kocaman bir ailedir. Son teknolojilerin kullanıldığı embriyoloji laboratuvarımız ve alanında uzman hekim ve embriyologlarımızla binlerce ailenin hayalini gerçeğe dönüştürmeye devam ediyoruz. Bahçeci Tüp Bebek Merkezi olarak yüksek başarı oranlarımızı ekip çalışmasına borçluyuz. Her hafta gerçekleştirdiğimiz 40 doktor toplantıları ile vaka dosyalarını yurt içi ve yurt dışındaki tüm doktorlarımız değerlendirir ve en etkin tedavi yöntemine karar verilir. Hasta dosyalarını 1 değil, 40 doktorun değerlendirmesi başarı oranlarına pozitif anlamda etki etmektedir. Tüp Bebekte Başarıyı Artıran Yöntemler Nelerdir Bahçeci’de tüp bebek tedavisi, başarı artırıcı yöntemlerle desteklenmektedir. Yatırımlarının önemli kısmını embriyoloji laboratuvarına gerçekleştiren Bahçeci, başarı artırıcı en yeni yöntem ve testleri dünyanın sayılı merkezleri ile eşzamanlı olarak kliniklerinde uygulamaktadır. Tüp bebek başarısını artıran yöntemlerimizi şu şekilde sıralayabiliriz…’*,

- ‘Jinekoloji’ başlığı altında; *‘…Merkezlerimizde kadın hastalıklarının tanı ve tedavisine yönelik hizmetler sunmaktayız. Gelişmiş teknolojik donanımımız ve uzman ekibimizle her yaşta kadın hastamızın rutin kontrollerini, önleyici hekimlik uygulamalarını ve tedavilerini başarıyla gerçekleştirmekteyiz…’*,

- ‘Endoskopik Cerrahi’ başlığı altında; *‘…Endoskopik cerrahi, açık ameliyatlara göre birtakım avantajlar sunar. Doku zedelenmesi ve dikiş olmadığından hasta hemen evine dönebilir ve daha hafif ağrı hisseder. Endoskopik cerrahi sunduğu bu avantajların yanı sıra uzmanlık gerektiren bir alandır. Bahçeci ekibi endoskopik cerrahi alnında deneyimli ve uzmanlığını kanıtlamış ekibi ve gelişmiş teknolojik donanımı ile hizmet vermektedir…’*,

- ‘Genetik’ başlığı altında; *‘…Genetik alanındaki gelişmeler, tüp bebek tedavilerinde bizlere önemli avantajlar sunuyor. Bunlardan ilki gebelik oranlarını ciddi oranda artırıcı yöntemler sunuyor olması. Çiftin bebek sahibi olmasının önündeki engelin tespit edilmesinin ardından uyguladığımız özel tedaviler sayesinde gebelik şansını artırabiliyoruz. Bir diğer önemli avantaj ise genetik hastalıkların aktarımına karşı önlem almamızı sağlıyor oluşu. Embriyo aşamasındayken uygulayabildiğimiz genetik testler sayesinde yüzlerce genetik hastalığı tarayabilmekteyiz. Yüksek gebelik oranları ve sağlıklı bebek doğumları için uyguladığımız başlıca yöntemleri aşağıda inceleyebilirsiniz…’*,

- ‘Merkezlerimiz’ başlığı altında; *‘…Bahçeci Tüp Bebek, yurt içi ve yurt dışındaki tüm merkezlerinde aynı kalite anlayışı ve etik değerlerle hizmet vererek çiftlerin hayalini gerçeğe dönüştürüyor. Bugüne kadar 70.000’den fazla bebeği ile dünyanın en büyük ailelerinden biri olan Bahçeci, başarısını ülke sınırlarının dışına da taşıyarak 7 ülke 13 merkezde hizmet veriyor…’*,

- ‘Bahçeci Fulya Tüp Bebek Merkezi’ başlığı altında; *‘…2.500 metrekarelik alana sahip ve modern mimarisiyle dikkat çeken Bahçeci Fulya Tüp Bebek Merkezi, aynı zamanda Türkiye’nin en büyük tüp bebek merkezi olma özelliğine sahip. Bahçeci Fulya Tüp Bebek Merkezi; dünya standartlarında embriyoloji laboratuvarı, ameliyathaneleri, toplam 16 yatak kapasitesine sahip konforlu hasta odaları ve uzman kadrosuyla çiftlerin hayalini gerçeğe dönüştürmek için durmadan çalışıyor. 24 yıllık deneyimini teknolojik yatırımlar ve uluslararası bilimsel iş birlikleriyle güçlendiren Bahçeci, Avrupa standartlarının üzerinde hizmet sunuyor…’*,

- ‘Bahçeci Umut Tüp Bebek Merkezi’ başlığı altında; *‘…Bahçeci Umut Tüp Bebek Merkezi, son teknolojiyle donatılmış embriyoloji laboratuvarı, 2 adet ameliyathanesi, 10 yatak kapasitesine sahip konforlu hasta odaları ve uzman kadrosuyla çiftlerin hayalini gerçeğe dönüştürmek için aralıksız çalışıyor…’*,

- ‘Bahçeci Ankara Tüp Bebek Merkezi’ başlığı altında; *‘…1.350 metrekarelik kapalı alanıyla Ankara’nın en nezih ve ferah tüp bebek merkezi olma özelliğine sahip. Bahçeci Ankara Tüp Bebek Merkezi; tam donanımlı embriyoloji laboratuvarı, ameliyathaneleri, 7 yatak kapasitesine sahip konforlu hasta odaları ve uzman kadrosuyla çiftlerin hayalini gerçeğe dönüştürmek için aralıksız çalışıyor. 24 yıllık deneyimini teknolojik yatırımlar ve uluslararası bilimsel iş birlikleriyle güçlendiren Bahçeci, Avrupa standartlarının üzerinde hizmet sunuyor…’*,

- ‘Bahçeci Diyarbakır Tüp Bebek Merkezi’ başlığı altında; *‘…Daha fazla hayata dokunmak, daha fazla hayali gerçeğe dönüştürmek en büyük mutluluğumuz. Bu nedenle hedefimiz, merkez sayımızı artırarak infertilite (kısırlık) problemi olan ve İstanbul dışında yaşayan hastalarımıza da ulaşabilmek… Uzman kadrosuyla çiftlerin hayalini gerçeğe dönüştürmek için aralıksız çalışıyor. 24 yıllık deneyimini teknolojik yatırımlar ve uluslararası bilimsel iş birlikleriyle güçlendiren Bahçeci, Avrupa standartlarının üzerinde hizmet sunuyor…’* gibi ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu tanıtımlarda 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 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,

- Üremeye Yardımcı Tedavi Uygulamaları ve Üremeye Yardımcı Tedavi Merkezleri Hakkında Yönetmeliğin24 üncü 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 **Bahçeci Sağlık Hizmetleri Anonim Şirketi** hakkında, söz konusu tanıtımlar ile ilgili olarak, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**72)**

**Dosya No: 2020/4622**

**Şikayet Edilen: Özel Hayat Sağlık Hizmetleri Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Kuruluşa ait pano reklamları ile kısa mesajlarda yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Pano Reklamı, Kısa Mesaj

**Tespitler:** Kuruluşa ait ‘Vera Tıp Merkezi’ başlıklı pano reklamlarında; *‘Vera Tıp Merkezi. Eksik dişiniz kalmasın en güzel siz gülün!!! İmplant-Kanal Tedavisi-Ordodonti Ağız Diş ve Çene Cerrahisi’* ifadeleri ile kuruluş tarafından tüketicilere gönderilen kısa mesajlarda; *‘Eksik dişleriniz için implant kampanyası. Uygun fiyatlar dünya markaları ve ödeme kolaylıkları için 0212 601 1367’* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu reklamlarda 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 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,

- 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 **Özel Hayat Sağlık Hizmetleri Ltd. Şti.** hakkında, söz konusu tanıtımlar ile ilgili olarak, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**73)**

**Dosya No: 2020/4628**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** www.dengetip.com adresli internet sitesi ile www.facebook.com adresli sosyal paylaşım sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 19.01.2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.dengetip.com adresli internet sitesinin 19.01.2021 tarihli görünümünde örnek olarak;

- ‘Klinik Laboratuvar’ başlığı altında; *‘…Laboratuvarlar sürekli yenilenen cihazlarla donanımlı olmalıdır. Sonuçlar internal ve eksternal kalite kontrol sistemleriyle kontrol edilmelidir. Normalden yüksek ya da düşük bulunan testler gerekirse teyid için uluslararası kontrol programlarına dahil olduğu bilinen başka bir laboratuvara göndererek aynı sonucu görmek ve bunu hastaya ve ilgili doktora belgeleyebilme özgüvenine sahip olmaktır… Sitemizde doğru değerlendirmelerini bulacağınız sperm analizlerindeki doğru sonuçları doktoru doğru işleme yönlendirmekte çok önemlidir… Doktorun doğru stimulasyonu laboratuvarda hazırlanan aşılama preparatının çok iyi şartlarda hazırlanmış olmasıyla desteklenir. Doktorlar, bunun bilincindedir ve istatistiksel olarak gebelik elde etme oranları yüksek olan laboratuvarlara hastalarını yönlendirerek başarıyı artırmaktadırlar…’*,

- ‘Sperm Testi’ başlığı altında*; ‘…semen analizinde yetişmiş… Tecrübeli, bilgili elemanlarla çalışması (analiz aşaması) çok büyük önem taşımaktadır… Analiz konusundaki tecrübeli, numuneyi tanıyan ve motilitenin kamara içindeki görünümüne alışık bir göz kadar değerli bilgiler halen ne yazık ki cihazlarla sağlanamamaktadır. Ancak bu tecrübeli güvenilir elemanların yokluğunda teknisyenin tecrübesizliğinden doğacak hataları yok etmek için CASA kullanılması güvenilir bir yöntem olarak kabul edilebilir…’*,

- ‘Görüntüleme’ başlığı altında; *‘…Radyasyon içermemesi, kolay, hızlı, nisbeten daha düşük maliyetli bir inceleme yöntemi olması ve (deneyimli kişiler tarafından yapıldığında) güvenilir bir teşhis yöntemi olması nedeniyle, özellikle gebelikte ve karın organları incelemelerinde ilk tercih edilen inceleme yöntemidir. Yüksek teknolojiye sahip gelişmiş cihazlarla; meme, testis, tiroid, tükrük bezleri kaslar-tendonlar ve diğer yumuşak dokular gibi yüzeysel organ patolojileri kolaylıkla saptanabilmektedir…Renkli Doppler tekniği ile damarlar kolaylıkla noninvaziv olarak incelenebilir…kitlelerin iyi-kötü huylu ayrımında başarı ile kullanılmaktadır…En önemli avantajlarından birisi de HSG’ nin tedavi edici özelliğidir…Bu filmin yararı nedir?...En önemli avantajlarından birisi Film çekilirken…Yeni geliştirilen cihazlarda minimum radyasyon dozu kullanılarak en iyi görüntü kalitesi ele edilmektedir…’*,

- ‘Neden Denge’ başlığı altındaki ifadeler,

- ‘Yöneticimizden’ başlığı altında; *‘…Sonuçta, ulaştığımız yerde doktorun ve hastanın klinik güvenini kazanmış, kendisini sürekli yenileyen, uluslararası bilimsel ve teknik gelişmeleri izleyen, başvuranların huzur ve sevgi ortamında en hızlı sonuç almasını sağlayan, doktorun her türlü bilgiye ve uzmana kolaylıkla ulaşabildiği bir laboratuvar olarak durmaktayız…’* gibi ifadeler ile,

www.facebook.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait ‘Denge Tıp Laboratuvarları ve Zayıflama Teknikleri’ kullanıcı isimli sayfanın 19.01.2021 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘…2 aylık sürede 16 seans kavitasyon ve 2 seans Lipoliz tekniği ile erkek danışan sonucumuz…8 Kavitasyon (göbek), 1 Lipoliz (göbek) ve 15 seans LPG sonucumuz…Sadece Zayıflama Teknikleri desteği ile 60 yaşında kadın danışanımızın 2 aylık sonucu. Cihaz desteklerimiz ile yağdan kayıbı hedefliyor ve verilen kiloyu kalıcı hale getiriyoruz…8 seans kavitasyon tekniği ve 15 seans LPG sistemi ile danışan sonucumuz…’*  gibi ifadeler ile tıbbi işlemlerin uygulanmasına dair görüntülere, ayrıca hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere; bununla birlikte, *‘…Bizi bir de danışanlarımızdan dinleyin… Ben kavitasyonun çok yararını gördüm. Göbeğimin resmen yarısı yok oldu…’* gibi kuruluştan hizmet alan kişilerin övücü nitelikteki 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 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 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 **Denge Sağlık Hizmetleri San. ve Tic. Ltd. Şti.** hakkında, söz konusu tanıtımlar ile ilgili olarak, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**74)**

**Dosya No: 2020/4633**

**Şikayet Edilen: Ümran GÖKGÖZ KALE**

**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 şahsa ait ‘dr.umrankale’ kullanıcı isimli sayfanın 23.12.2020 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘…İzotretinoin tedavisi akne için kullandığımız en etkili tedavi yöntemidir…* *Sonuçları da çok başarılı bir tedavi yöntemi… Terleme icin botox cok iyi bir tedavi yontemi…* *Saç dökülmesi kabusuna son Saç mezoterapisi ile güçlü ve sağlıklı saçlar…* *Altın iğne mucizesine inanın altın iğne ile mucize sonuç… Kılcal damar tedavisi ile varis problemine son…* *Gözaltı ışık dolgusu öncelikle gözaltı çukurunun güvenli bir şekilde düzeltilmesini sağlar. Bu bölge için üretilmiş özel bir dolgu maddesidir. Ayrıca içindeki yeniden yapılandırma kompleksi sayesinde göz çevresi derisinin kalitesini yüksek oranda artırır. Gözaltı ışık dolgusu göz çevresinin gençleştirilmesi, morluk ve halkalanmaların giderilmesi için uygulanır. Yapılan klinik çalışmalar hastaların çoğunluğunun enjeksiyondan 12 ay sonrasında bile uygulamadan son derece memnun olduklarını ve yakınlarına tavsiye ettiklerini saptamıştır…* *Doğru yerinde ve dozunda uygulanan işlemler ile gayet doğal görünebilirsiniz…* *Uygulama esnasında kanama ve ağrı olmayışı önemli avantajdır…* *30 yaş civarındasınız ve yoksa siz hala Botoks mucizesi ile tanışmadınız mı İşte bu kadar basit. Botoks ile yıllara meydan okuyun çizgilere veda edin…’* gibi ifadelere 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 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 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 **Ümran GÖKGÖZ KALE** hakkında, söz konusu tanıtımlar ile ilgili olarak, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**75)**

**Dosya No: 2020/4791**

**Şikayet Edilen: Sardes Özel Sağlık Hizmetleri Ticaret Anonim Şirketi**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 11.01.2021, 08.03.2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait ‘izmircanhastanesi’ kullanıcı isimli sayfanın 11.01.2021 tarihli görünümde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘‘…anne adayları alanında uzman hekimlerle ücretsiz online eğitimlere katılırken doğuma özel avantajlardan yararlanıyor…Dikişsiz sünnetin, acısız ve ağrısız olmasıyla birlikte estetik avantajları da vardır… Kadın Hastalıkları ve Doğum kliniğimizden güvenle randevunuzu alabilirsiniz…sağlıklı, huzurlu ve rahat geçirmek mümkün…Meme kanseri, meme içinde küçük bir kitleyken erken teşhis ile müdahale edildiğinde, tedavide başarı oranı yüksektir…Karın Germe Ameliyatı ile Yepyeni Bir Görünüme Kavuşun!... Excimer Lazer ile Her Mesafede Net Görüş! İleri teknoloji lazer ameliyatı ile gerçekleştirilen miyop, hipermetrop ve astigmat tedavisiyle gözlük ve kontakt lenslerinizden kurtulup, daha konforlu bir görme ve yaşam kalitesine kavuşabilirsiniz… PCR ve antikor testini, hastanemizde güvenle yaptırarak sağlığınız için önlem alabilir, kendinizi ve sevdiklerinizi koruyabilirsiniz… Güvenilir antikor testi… En güvenilir yöntem "ELISA Antikor Testi" ile en doğru sonucu elde edebilirsiniz… Hastanemiz Ortopedi ve Travmatoloji Kliniği'nde; Ortopedi ve Travmatoloji uzman hekim kadromuz tarafından artroskopik cerrahi ile diz, kalça ve omuz protezleri işlemleri başarıyla gerçekleştirilmektedir… Hayal ettiğiniz doğal ve sağlıklı bir buruna sahip olmak "İzmir Can Hastanesi'nde Mümkün"…YENİ NORMALDE YÜKSEK HİJYEN STANDARTLARIMIZ. Misafirlerimizin ve çalışanlarımızın sağlığı için aldığımız önlemlerle #yeninormal de güvenle hizmetinizdeyiz… Baş dönmesi ve denge bozukluğu problemlerinizde Nöroloji ve Kulak Burun Boğaz kliniklerimiz ile yanınızdayız… Her anınızda daha güzel gülmek için Ağız ve Diş Sağlığı Kliniğimizde deneyimli hekim kadromuzla hizmetinizdeyiz… Hastanemiz Obezite Cerrahi'de uzman hekim kadrosuyla tüp mide ameliyatlarında başarılı sonuçlar sağlamaktadır… Tüp mide ameliyatı ile ideal kilonuz ulaşabilirsiniz. Ücretsiz ön görüşme… Hayalinizdeki görünüme kavuşurken sağlıklı nefes alın. Burun estetiği (rinoplasti) operasyonları uzman hekim kadromuz tarafından başarıyla gerçekleştirilmektedir… Uzmanımız @dr.utkutantoglu operasyonların oldukça başarılı geçtiğini ifade etti… Kalp ve Damar Cerrahisi birimimizde, bacak bölgesindeki varisler ile kılcal damar çatlamalarının lazerle etkili ve güvenli şekilde tedavisi, alanında uzman hekimlerimiz tarafından yapılmaktadır… Şüpheniz kalmasın! Sağlık Bakanlığı tarafından yetkilendirilmiş hastanemizde COVID-19 tespiti için PCR testinizi İzmir Özel Can Hastanesi ve Diagnovital güvencesi ile yaptırabilirsiniz… Göz Sağlığı ve Hastalıkları Uzmanımız @op.dr.gaziduman ve ekibi gerçekleştirdiği Fako Ameliyatı ve Trifokal (3 odaklı) göz içi lens uygulaması ile bir hastamızı daha uzak ve yakın gözlüklerinden kurtarmanın mutluluğunu yaşıyor…Hayalinizdeki görünüme kavuşurken sağlıklı nefes alın…Gülerken dişlerinizi göstermekten çekinmeyin. Diş Kliniğimiz hakkında detaylı bilgi ve randevu almak için… Excimer lazer ile gözlüklere veda… Öz Hastalıkları Uzmanı Op. Dr. Gazi Duman tarafından gerçekleştirilen femtolasik(bıçaksız lazer) ameliyatı ile bir hastamız daha gözlüksüz yaşama merhaba dedi… Tüp Mide Ameliyatı ile Yeni Bir Hayat Çocukluğundan beri kilolu biri olan Halime Hanım, hamilelik sonrası kiloları da eklenince daha sağlıklı bir hayata adım atmak için hastanemizin Obezite Kliniği'ne geldi. Tüp Mide Ameliyatı @drsbuldur tarafından başarıyla gerçekleştirilen Halime Hanım şimdi yeni bir hayata başlıyor… Kalp ve Damar Cerrahisi Bölümümüzde başarıyla gerçekleştirilen lazerle varis tedavisi hakkında detaylı bilgi almak için…’’* gibi ifadeler ile tıbbi işlemlerin uygulanmasına dair görüntülere; ayrıca, tıbbi işlemlere ilişkin çekiliş bilgilerine; bununla birlikte, örnek olarak 10.08.2020, 07.12.2020 ve 24.12.2020 tarihli paylaşımlarda sağlık kuruluşunda tedavi gören hastaların kuruluşu ve kuruluşta çalışan sağlık personellerini övücü nitelikteki teşekkür ve onay beyanlarını içeren ifadelere,

www.facebook.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait ‘İzmir Can Hastanesi’ kullanıcı isimli sayfanın 08.03.2021 tarihli görünümde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘‘…Can Göz'de hayata çerçevesiz bakın...Excimer lazerle gözlüklerinizden kurtulun...uzak ya dayakın görme kusurlarınızı tedevai edip sizi gözlük/kontakt lenslerinizden kurtarıyoruz. Daha konforlu bir hayata geçmek ve göz kliniğimizden randevu alamak için...’’* 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 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,

- 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 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Sardes Özel Sağlık Hizmetleri Ticaret Anonim Şirketi** hakkında, söz konusu tanıtımlar ile ilgili olarak, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**76)**

**Dosya No: 2020/4925**

**Şikayet Edilen: Şenay ÇOMAK**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 11.01.2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait ‘tuemguzellik’ kullanıcı isimli sayfanın 11.01.2021 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘Lazer Epilasyon, Leke Tedavisi’* gibi tanıtımlara; ayrıca, hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere; bununla birlikte, söz konusu işlemlerle ilgili kampanya, çekiliş ve fiyat bilgilerine yer verildiği,

Bununla birlikte; inceleme konusu tanıtımlarda; kuruluşun isminin “Tuem Güzellik, Tuem Estetik, Tuem Epilasyon 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 *“Tuem Güzellik, Tuem Estetik, Tuem Epilasyon 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 ‘tuemguzellik’ kullanıcı isimli sayfanın 11.01.2021 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘Lazer Epilasyon, Leke 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, çekiliş 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 **Şenay ÇOMAK** hakkında, söz konusu tanıtımlar ile ilgili olarak, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**77)**

**Dosya No: 2019/11233**

**Şikayet Edilen:** **Op. Dr. Arif EROĞLU**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.ariferoglu.com/ adresli internet sitesi ile sosyal medya mecralarında yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 22.12.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.ariferoglu.com/ adresli internet sitesinin 22.12.2020 tarihli görünümünde;

“Hakkımda” başlığı altında; “*(…)Merak Opr. Dr. Arif Eroğlu’nun enerjisini yükseltir. Mesleğindeki başarısı çalışkanlığının ötesinde biraz da bu yüzdendir.(…) Opr. Dr. Arif Eroğlu, üniversite yıllarında en iyi mikroskobik çizimi yaparken ve ayrıntılarda boğulup nefes alamazken, (…) şu anda dünyada vücut şekillendirme konusunda Opr. Dr. Arif Eroğlu çok önemli bir estetik cerrahtır.”*,

“Brezilya Poposu” başlığı altında; *“Brezilya poposu kullanılan yöntem seçimi neden önemlidir? Vaser ve Body-Jet Evo ile; Sonuç kalıcıdır. Alınan yağ hücreleri yapısal olarak bozulmadığı ve transfer çok hızlı yapıldığı için canlılıklarını korur ve bu dolgu yüksek oranda erimeden kalır.(...)Kullanılan yağ hücreleri hastanın kendine ait olduğu için dolgu uygulaması esnasında herhangi bir doku uyuşmazlığı olasılığı yoktur. Yağ hücreleri transfer edildiği alana hemen uyum sağlar. Yapılır yapılmaz popo şekli tama yakın görünür.”* ,

“Burun Estetiği” başlığı altında; *“Genel olarak burun estetiğinde kullanılan teknikler, açık teknik veya kapalı teknik cerrahi olarak ikiye ayrılmaktadır. Açık rinopilasti; (...) Bu kısmın açılması cerraha daha geniş bir görüş açısı sağlanmaktadır. (…) Açık rinoplasti tekniğinin en büyük avantajı cerraha geniş bir görüş ve uygulama imkanı sağlamasıdır. Bununla birlikte kapalı rinoplasti tekniğine göre burun ucu ödemi ve oluşacak morlukların iyileşme süresi daha uzundur. Kapalı rinoplasti;(…) Kapalı teknikle gerçekleştirilen ameliyatlarda cerrahi anlamda görüş açısı daha az olmakla birlikte dışarıdan görülen bir dikiş izi kalma ihtimali bulunmamaktadır. Ayrıca açık rinoplasti yöntemine göre iyileşme süresi nispeten daha kısadır.” ,*

“Saç Ekimi” başlığı altında; *“FUE’nin avantajları nelerdir? FUE’ de ense bölgesindeki sağlıklı ve güçlü saç kökleri tek tek seçilir. FUE yönteminde iyileşme çok hızlıdır. FUE sonrası iz kalmaz. FUE yöntemi sayesinde vücudun farklı bölgelerindeki kıl kökleri ekim için kullanılabilir. FUE saç ekimi hızlı ve güvenilirdir. FUE saç ekimi yönteminde çevredeki saç köklerine zarar gelmemiş olur. FUE tekniği, DHI (kalem tekniği) ile birlikte uygulanabilmektedir”*

“Dolgu” başlığı altında; *“Burun Dolgusu ile Ameliyatsız Burun Estetiği. Bu operasyonlar ile hiç iz kalmayacak şekilde yeni bir burun elde edilir. Ameliyat olmak istemeyen hastalar burun dolgusu operasyonları ile hayal ettikleri yeni burunlara kavuşabilirler. Cerrahi ortamda gerçekleşmesi gereken operasyon, yüzde yüz memnuniyet garantisi ile uygulandığından dolayı oldukça yoğun olarak tercih edilen bir estetik müdahaledir.”,*

“Vampire Facelift” başlığı altında; *“(…)Amerika Birleşik Devletleri başta olmak üzere doğal görünümünü korurken gençleşmek isteyen film yıldızlarınca tercih edilen cerrahi olmayan, popüler bir medikal estetik uygulamasıdır. (…) Vampire Facelift, yenilikçi, klinik olarak ispat edilmiş, kişinin kendi kanının kullanılmasıyla kısa sürede yapılan güvenli ve etkili bir uygulamadır.(…) Hollywood ünlüleri tarafından en çok tercih edilen estetik uygulamasıdır.”* şeklinde ifadelere yer verildiği,

https://www.instagram.com/op.dr.ariferoglu/ adresli internet sitesinin 22.12.2020 tarihli görünümünde; hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği,

https://www.facebook.com/opdrariferoglu/ adresli internet sitesinin adresli internet sitesinin 22.12.2020 tarihli görünümünde; “*Muhteşem hastamızın SONUCUNA bakın! Ameliyattan sonraki inanılmaz sonuca bakın. Sevgili hastamıza 3 D Lazer Lipoliz yaptırdım. Yeniden şekillenmiş orta kalça ve kalça hattı. BBL (brezilya kıç kaldırma) yapmak için, orta kalça ve kalçadan aldığım yağları enjekte ettim. Ve doğal görünümlü bacakları ve altları yeniden tasarladım. (…)Haftanın son vücut şekillendirmesi. Karın ve belden fazla yağları alıp hem beli incelttik hem de kalçayı büyütüp dolgunlaştırdık. Düz ve erkeksi olan vücut hatlarını ise daha kadınsı bir görünüme çevirdik.”* şeklinde ifadeler ile birlikte hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine ve tıbbi işlem görüntülerine yer verildiği,

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; inceleme konusu tanıtımların sağlık alanında çalışan kuruluşun ve hekimlik mesleğini yürüten şahsın faaliyetlerine ticari bir görünüm yükleyen, talep yaratıcı ve dolayısıyla ilgili mevzuatta izin verilen bilgilendirme ve tanıtım faaliyetleri sınırını aşan nitelikte 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,

- Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin 29 uncu 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 **Op. Dr. Arif EROĞLU** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**78)**

**Dosya No: 2019/12575**

**Şikayet Edilen:** **C Dent Ağız ve Diş Sağlığı Hizmetleri Limited Şirketi (C Dent Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 06.12.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** http://cdents.com/ adresli internet sitesinin 06.12.2020 tarihli görünümünde; *“Yüksek Teknoloji & Profesyonel Dentistler. En iyi dental teknolojileri ve donanımlarıyla diş sağlığımızı güvence altına alıyoruz. (…)Konforunuz bizim için önemlidir. Sizin için stresten uzak, konforlu bir muayenehane tasarladık. (…)Uzman ekibimizle gülüşünüzü yeniden tasarlıyoruz. (…)En sağlıklı yöntemler ile dişleriniz bembeyaz olsun”* şeklinde ifadelere ve *“Gerçekten Sakarya ve çevresinde tartışmasız lider diş kliniği. İlgilerinden dolayı çok teşekkürler(…)Kalite, anlayış, güler yüz ve hizmetin en iyisi. Sektörlerinde bölge içinde bir numara. Herkese tavsiye ederim. Şimdiden teşekkürler.”* şeklinde hasta yorumlarına yer verildiği,

https://www.instagram.com/cdentclinic/ adresli internet sitesinin 06.12.2020 tarihli görünümünde; *“İNDİRİİİİM vaaaarr!!Black Friday’ler, Cyber Monday’ler, Efsane Cuma’lar havada uçuşurken biz koskoca WHITE WEEK kampanyası oluşturduk. BEYAZ HAFTA’mızın içeriği BEYAZ DİŞLER. 25 Kasım - 2 Aralık tarihleri arasında DM üzerinden bize isim ve iletişim bilgilerinizi gönderin, KİMYASAL BLEACHING’inize %35 İNDİRİM️ uygulayalım. Randevunuzu oluşturmak için biz size geri dönüş sağlayacağız. Sadece mesaj yoluyla talep oluşturan ilk 20 kişi bu kampanyamızdan yararlanabilir.”* şeklinde kampanya bilgilerine yer verildiği,

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; inceleme 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, 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 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 Dent Ağız ve Diş Sağlığı Hizmetleri Limited Şirketi (C Dent 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.

**79)**

**Dosya No: 2020/4374**

**Şikayet Edilen:** **Dt. Berk Süha TEZCAN**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 30.12.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.instagram.com/dis.hek.berksuhatezcan/ adresli internet sitesinin 30.12.2020 tarihli görünümünde; *“İmplantsız diş kesmeden tek seansta dişiniz hazır(…)Fiber diş. Tek seans. 13 yıllık hasta çalışmalarım mevcut ve sorunsuz kullanıyorlar..şimdiki uyguladığım gelişmiş metod daha uzun ömürlü.(…)”* şeklinde ifadelerle birlikte hastaların tedavi öncesine ve sonrasına ilişkin görüntülere yer verildiği,

Diğer taraftan, inceleme konusu internet sitesinin 20.07.2020 tarihli görünümünde; *“Botoks 800 TL. Bu dönem kampanya fiyatlarımızdan yararlanın. Kliniğimizde yüz estetiği uygulanmaya başlanmıştır”* şeklinde ifadelere yer verildiği,

tespit edilmiştir.

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**80)**

**Dosya No: 2020/4722**

**Şikayet Edilen: Dr. Zafer YILMAZ**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.drzaferyilmaz.com adresli internet sitesi ve sosyal medya mecralarında yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 30.12.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** ttps://www.instagram.com/drzaferyilmaz/ ve https://www.facebook.com/ drzaferyilmazklinik/ adresli internet sitelerinin 30.12.2020 tarihli görünümünde; *“Glutatyon Tedavisi ile Bağışıklığınızı Güçlendirin! (…)Ozon tedavisi ile bağışıklığınızı güçlendirerek corona virüsüne karşı kendinizi koruyun! Ozon Tedavisi; bağışıklığınızı güçlendirmek, vücut direncinizi artırmak ve enerjinizi yükseltmek için yaptırabileceğiniz en güzel tedavidir. Vücudunuza, virüslerle ve hastalıklarla mücadele için yapabileceğiniz en güzel yatırımdır.(…)* *PRP Tedavisi ile Diz Kireçlenmelerinden Kurtulun! (…)Glutatyon Tedavisi ile Gençleşin!(…)”* şeklinde ifadelere yer verildiği,

https://www.instagram.com/drzaferyilmaz/ adresli internet sitesinin 18.08.2020 tarihli görünümünde; *“Dr. Zafer Yılmaz ile Sağlıklı Hayatlar. Muayene ve Tedavilerde %50’ye Varan İndirimler. 2020’ye kampanya ile giriyoruz(…)”* şeklinde,

www.drzaferyilmaz.com adresli internet sitesinin 30.12.2020 tarihli görünümünde ise; *“İsabetli Teşhis. Doğru teşhis, tedavi ve takip planlamasının temelini oluşturur. Rahatsızlıklarınızı teşhis için geleneksel ve modern tıbbin tüm imkanlarını kullanıyoruz. Uygun Tedavi. Teşhis ettiğimiz hastalıklarınız için geleneksel ve tamamlayıcı tıbbın binlerce yıldır tecrübe edilmiş yöntemleriyle size özel tedaviyi planlıyoruz.(…)”* şeklinde ifadelere yer verildiği,

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; inceleme konusu tanıtımların sağlık alanında çalışan kuruluşun ve hekimlik mesleğini yürüten şahsın faaliyetlerine ticari bir görünüm yükleyen, talep yaratıcı ve dolayısıyla ilgili mevzuatta izin verilen bilgilendirme ve tanıtım faaliyetleri sınırını aşan nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

**-** Geleneksel ve Tamamlayıcı Tıp Uygulamaları Yönetmeliğinin12/1 maddesi,

 - 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,

- 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 **Dr. Zafer YILMAZ** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**81)**

**Dosya No: 2020/4749**

**Şikayet Edilen: Op. Dr. Barış KEKLİK**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 29.12.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.instagram.com/bariskeklik.m.d/ adresli internet sitesinin 29.12.2020 tarihli görünümünde; *“Yine piezo tekniğiyle bir hastamızı daha doğal bir burna kavuşturduk. (…)Piezo tekniğiyle yepyeni bir görünüm (…)Dolgu ve botoks uygulamalarında geçerli olan indirim için SON 2 gün. Fırsatları kaçırmayın! (…)Hayal ettiğiniz dolgun dudaklara sahip olmak için bizimle iletişime geçin!(…)”* şeklinde ifadelerle birlikte hastaların tedavi öncesine ve sonrasına ilişkin görüntülerine ve tıbbi işlem görüntülerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; inceleme konusu tanıtımların sağlık alanında çalışan kuruluşun ve hekimlik mesleğini yürüten şahsın faaliyetlerine ticari bir görünüm yükleyen, talep yaratıcı ve dolayısıyla ilgili mevzuatta izin verilen bilgilendirme ve tanıtım faaliyetleri sınırını aşan nitelikte 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,

- 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 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**82)**

**Dosya No: 2020/4750**

**Şikayet Edilen: Op. Dr. Cenk GÖRKEN**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 29.12.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.instagram.com/opdrcenkgorken/ adresli internet sitesinin 29.12.2020 tarihli görünümünde; *“Jinekomasti; erkeklerde meme dokusunun kontrolsüz şekilde büyümesidir. Vaser liposuction ile jinekomasti tedavisi günümüzdeki en etkili tedavi seçeneklerindendir. Vaser cihazı özellikle yağ hücrelerini hedeflediğinden; damarlar, sinirler ve bağ dokusuna zarar vermez. Ameliyat sonrası uzun iyileşme sürecini, kısa ve son derece konforlu bir iyileşme dönemine bırakan bu teknikle jinekomastiden aynı gün içinde ömür boyu kurtulmanız mümkün(…)PRP; sadece yeni kollajen oluşumunu değil, derinin tüm yaşamsal işlevlerini destekler! Kırışıklık ve çizgileri deriyi doldurarak değil gençleştirerek giderir. Kendi kanınız ile gençleşmenin mucizevi yolu(…)VASER LİPOSUCTİON; ultrasonik yöntem ile vücudun çeşitli bölgelerindeki fazla yağların alınması işlemidir. Klasik Liposuction yönteminin tahtını devralan Vaser Liposuction vücutta bulunan fazla yağların atılmasında ve vücudu sıklaştırmada kullanılan doku seçici özelliği ile sadece yağ dokularını hedefleyerek göz alıcı sonuçlar üreten hassasiyet ve teknoloji sunar !!! Ağrı, morluk ve ödemin en aza indiği bu cerrahi ile uzun iyileşme sürelerine gerek olmadan günlük aktivitelerinize hızlı bir şekilde dönebilirsiniz(…)”* şeklinde ifadelere yer verildiği,

Bununla birlikte, anılan tanıtımlarda *“Jinekomasti. Bu sorunu daha fazla ‘BÜYÜTMEYİN’!(…)Doğal gençlik iksiri olarak bilinen PRP ile kanınızdan gelen mucizevi güzelliğe şahit olabilirsiniz. (…)Brakioplasti. Kısa kollu kıyafet seçimlerini keyifle yapabileceğiniz günlere kavuşmak için(…)PRP Kendi Kanınla Gençleş!!(…)Badem göz estetiği ile gözlerinizin güzelliği yeniden ortaya çıkacak!!(…)Yüz germe ameliyatı. Yüzünüzde sihirli dokunuşlar”* şeklinde ifadelere vetıbbi işlem görüntülerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; inceleme konusu tanıtımların sağlık alanında çalışan kuruluşun ve hekimlik mesleğini yürüten şahsın faaliyetlerine ticari bir görünüm yükleyen, talep yaratıcı ve dolayısıyla ilgili mevzuatta izin verilen bilgilendirme ve tanıtım faaliyetleri sınırını aşan nitelikte 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,

- 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 **Op. Dr. Cenk GÖRKEN** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**83)**

**Dosya No: 2021/843**

**Şikayet Edilen:** **Akademi Saç Terapi Merkezi Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** "www.akademisacterapi.com" ve www.facebook.com/akademisacterapi adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 11.01.2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan incelemeler sonucunda söz konusu internet sitesinde; “11.01.2021 tarihli görünümünde; "*Ürün uygulamaları*" başlıklı bölümde "*Uygulamalar kişiye özel uygulama alanlarında, özel eğitim almış bayan teknisyenler tarafından yapılmaktadır. Losyonlar nano-teknoloji kullanılarak küçültülmüş özel yapıları sayesinde yüksek geçirgenlik özelliğine sahiptir, bu özellikleri sayesinde ev kullanımlarında da aynı oranda etkilidir. Merkezde yapılan uygulamalar uzmanlara saçın gelişimi daha yakından takip edebilme şansı vermektedir. Saç gelişimini izlemek için kullanılan fiber optik mikroskop ile program boyunca alınan “öncesi ve sonrası” fotoğraflar saçın gelişimini izleme konusunda kolaylık sağlamaktadır*." , "*Ürün içeriği*" başlıklı bölümde, "*Kullanılan tüm bakım seriler İngiltere’deki lisanslı laboratuvarlarda üretilmektedir. Losyon bakımlar bitkisel özler, saça faydası bilinen vitamin ve mineraller, saç köklerini uyarıcı etkisi bilinen bileşenler barındıran kozmetik ürünlerdir. Yan etkileri yoktur, bağımlılık yaratmazlar. Etken maddelerin kozmetik ve eczacılık kriterlerine uygunluğu onaylanmıştır. Saç sorunları için özel geliştirilen “Svenson” marka losyon, şampuan, tonik, saç kremi ürünlerimiz bitki bilimin, bio-teknolojiyi ve uzun gözlem ve deneyler sonrası saçta etkinliği görülmüş organik bileşenler kullanarak geliştirilen formüllere sahiptir. İçerikteki etken maddeler nano-teknoloji kullanılarak özel olarak küçültülmüş yapıları sayesinde yüksek geçirgenlik özeliğine sahiptir, bu özellikler ile saç hücreleri ile en yüksek oranda bütünleşmektedir. Her saç probleminin yapısı ve oluşma sebebi birbirinden farklıdır. Ürünler bu farklılığı göz önünde bulundurarak farklı bileşenlerden oluşurlar. Saçı çok yönlü destekleyebilecek 20 ayrı ürün grubu bulunmaktadır. İçerikler olabildiğince organik ve kalitesi yüksek bileşiklerden elde edilmektir. Bileşenlerde sentetik içerikler kullanılmamaktadır. Tüm içerikler organik ve bitkisel kaynaklardan elde edilir; anti bakteriyel, antifungal ve antialerjik özellik taşırlar.* " *Kişiye özel saç* " başlığı altında, " *Akademi Saç Terapi ’de yapılan “Saç Analizi” ve “Trikolojik Danışmalık” görüşmesi ile hedefimiz saç ve saç derisi sorunlarının sebebini tanımlamak ve kişiye özel çözümler üretebilmektir. Saç ve saç derisi problemleri çok çeşitlidir ve her birinin farklı alt yapıları olabilir. Kadın ve erkek saç sorunları birbirine benzemekle beraber, çoğu zaman farklı sebepler barındırır. Soruna sebep olan faktörler tanımlanmadan ve kontrol edilmeden kullanılan “bir yöntem ve ürün” her zaman olumlu sonuçlar yaratmayabilir. Her saç daha sağlıklı ve güçlü olabilir*." şeklinde; "*www.facebook.com/akademisacterapi*" adresli internet sayfasının aynı tarihli görünümünde; "*Kadınların ve erkeklerin saç sağlığını ve saç kalitesini iyileştirmek için kişiye özel çözümler sunar. Şimdi saçınızla barışma zamanı! ... Akademi Saç Terapi Merkezi saç sağlığını ve saç kalitesini iyileştirmek, saç kaybını yavaşlatmak hedefli danışmanlık ve bakım hizmeti veren, Türkiye’nin ilk ve tek Trikoloji merkezidir... Derma roller’ın saç tedavilerinde kullanımı ile ilgili sınırlı sayıda çalışma olsa da Mikro İğneleme Yönteminin, topikal Minoksidil ürünü ile beraber kullanıldığında ürünün etkinliğini, sonuç alma oranını artırdığı ve daha hızlı şekilde saçlanma sürecini tetiklediğini gösteren çalışmalar bulunmaktadır*.” şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda internet sitesinde; *“*"*Ürün uygulamaları*" başlıklı bölümde "*Uygulamalar kişiye özel uygulama alanlarında, özel eğitim almış bayan teknisyenler tarafından yapılmaktadır. Losyonlar nano-teknoloji kullanılarak küçültülmüş özel yapıları sayesinde yüksek geçirgenlik özelliğine sahiptir, bu özellikleri sayesinde ev kullanımlarında da aynı oranda etkilidir. Merkezde yapılan uygulamalar uzmanlara saçın gelişimi daha yakından takip edebilme şansı vermektedir. Saç gelişimini izlemek için kullanılan fiber optik mikroskop ile program boyunca alınan “öncesi ve sonrası” fotoğraflar saçın gelişimini izleme konusunda kolaylık sağlamaktadır*." , "*Ürün içeriği*" başlıklı bölümde, " *Kullanılan tüm bakım seriler İngiltere’deki lisanslı laboratuvarlarda üretilmektedir. Losyon bakımlar bitkisel özler, saça faydası bilinen vitamin ve mineraller, saç köklerini uyarıcı etkisi bilinen bileşenler barındıran kozmetik ürünlerdir. Yan etkileri yoktur, bağımlılık yaratmazlar. Etken maddelerin kozmetik ve eczacılık kriterlerine uygunluğu onaylanmıştır. Saç sorunları için özel geliştirilen “Svenson” marka losyon, şampuan, tonik, saç kremi ürünlerimiz bitki bilimin, bio-teknolojiyi ve uzun gözlem ve deneyler sonrası saçta etkinliği görülmüş organik bileşenler kullanarak geliştirilen formüllere sahiptir. İçerikteki etken maddeler nano-teknoloji kullanılarak özel olarak küçültülmüş yapıları sayesinde yüksek geçirgenlik özeliğine sahiptir, bu özellikler ile saç hücreleri ile en yüksek oranda bütünleşmektedir. Her saç probleminin yapısı ve oluşma sebebi birbirinden farklıdır. Ürünler bu farklılığı göz önünde bulundurarak farklı bileşenlerden oluşurlar. Saçı çok yönlü destekleyebilecek 20 ayrı ürün grubu bulunmaktadır. İçerikler olabildiğince organik ve kalitesi yüksek bileşiklerden elde edilmektir. Bileşenlerde sentetik içerikler kullanılmamaktadır. Tüm içerikler organik ve bitkisel kaynaklardan elde edilir; anti bakteriyel, antifungal ve antialerjik özellik taşırlar.* " *Kişiye özel saç* " başlığı altında, " *Akademi Saç Terapi ’de yapılan “Saç Analizi” ve “Trikolojik Danışmalık” görüşmesi ile hedefimiz saç ve saç derisi sorunlarının sebebini tanımlamak ve kişiye özel çözümler üretebilmektir. Saç ve saç derisi problemleri çok çeşitlidir ve her birinin farklı alt yapıları olabilir. Kadın ve erkek saç sorunları birbirine benzemekle beraber, çoğu zaman farklı sebepler barındırır. Soruna sebep olan faktörler tanımlanmadan ve kontrol edilmeden kullanılan “bir yöntem ve ürün” her zaman olumlu sonuçlar yaratmayabilir. Her saç daha sağlıklı ve güçlü olabilir*." şeklinde; "*www.facebook.com/akademisacterapi*" adresli internet sayfasının aynı tarihli görünümünde; "*Kadınların ve erkeklerin saç sağlığını ve saç kalitesini iyileştirmek için kişiye özel çözümler sunar. Şimdi saçınızla barışma zamanı! ... Akademi Saç Terapi Merkezi saç sağlığını ve saç kalitesini iyileştirmek, saç kaybını yavaşlatmak hedefli danışmanlık ve bakım hizmeti veren, Türkiye’nin ilk ve tek Trikoloji merkezidir... Derma roller’ın saç tedavilerinde kullanımı ile ilgili sınırlı sayıda çalışma olsa da Mikro İğneleme Yönteminin, topikal Minoksidil ürünü ile beraber kullanıldığında ürünün etkinliğini, sonuç alma oranını artırdığı ve daha hızlı şekilde saçlanma sürecini tetiklediğini gösteren çalışmalar bulunmaktadır."* şeklinde ifadelere yer verildiği ve güzellik salonu olarak faaliyet gösterdiği tespit edilen ve dolayısıyla sağlık alanında faaliyeti olmayan söz konusu kuruluşun, inceleme konusu tanıtımlarda, tabipler tarafından uygulanması gereken ve güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen çeşitli tıbbi tedavi yöntemlerinin isimlerini sayarak bu alanda hizmet verdiği ve sağlık alanında faaliyet gösterdiği yönünde izlenim uyandırdığı, söz konusu tıbbi işlemlerin doktor kontrolünde ve sağlık kuruluşları bünyesinde uygulanması gerektiği ve bu sebeple tüketicilerin yanıltıldığı 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 Yönetmeliği’nin 5 inci maddesi,

- Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliği’nin 29 uncu maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Akademi Saç Terapi Merkezi** **Ltd. Şti.** hakkında,6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**84)**

**Dosya No: 2021/844**

**Şikayet Eden:** Ankara İl Sağlık Müdürlüğü

**Şikayet Edilen**: **Linkoss Dental Sağlık Hizmetleri Tic. Ltd. Şti.** (**Apex Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği)**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait www.instagram.com/apex.dis adresli internet sitesinde yayımlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan incelemeler sonucunda söz konusu internet sitesinde; *"Diş beyazlatmada kısa süreliğine aralık ayına özel %50 indirim, Aralık ayına özel bleaching (diş beyazlatma) kampanya başlamıştır. Bilgi ve fiyat için dm. Dalında uzman hekimlerimiz ve profesyonel kadrolarımız ile her gün 10.00 20.00 saatleri arasında hizmet vermekteyiz. Ücretsiz muayene ve randevu için 0312 384 87 87 - 0530 141 44 55 "* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda konusu internet sitesinde; *"Diş beyazlatmada kısa süreliğine aralık ayına özel %50 indirim, Aralık ayına özel bleaching (diş beyazlatma) kampanya başlamıştır. Bilgi ve fiyat için dm. Dalında uzman hekimlerimiz ve profesyonel kadrolarımız ile her gün 10.00 20.00 saatleri arasında hizmet vermekteyiz. Ücretsiz muayene ve randevu için 0312 384 87 87 - 0530 141 44 55”* şeklinde ifadelere yer verildiği ve bu 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 dolayısıyla tüketicilerin yanıltıldığı 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,

- Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliği’nin 29 uncu maddesi,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7 ve 15 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Linkoss Dental Sağlık Hizmetleri Tic. Ltd. Şti.** (**Apex Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği)** hakkında,6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**85)**

**Dosya No: 2021/845**

**Şikayet Eden:** Ankara İl Sağlık Müdürlüğü

**Şikayet Edilen**: **Mehmet ACU**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait www.instagram.com/homeopatdrmehmetacu adresli internet sitesinde yayımlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan incelemeler sonucunda söz konusu internet sitesinde; *"dudak dolgusunda kampanya "* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda konusu internet sitesinde; *"dudak dolgusunda kampanya*” şeklinde ifadelere yer verildiği ve bu 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 dolayısıyla tüketicilerin yanıltıldığı 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 Yönetmeliği’nin 5 inci maddesi,

- Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliği’nin 29 uncu maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**86)**

**Dosya No: 2021/846**

**Şikayet Eden:** Ankara İl Sağlık Müdürlüğü

**Şikayet Edilen**: **İHT Sağlık Hizmetleri A.Ş.** (**Turkey Dental Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği)**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait www.instagram.com/turkeydental adresli internet sitesinde yayımlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan incelemeler sonucunda söz konusu internet sitesinde; *" Kasım ayına özel %40 indirim "* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda konusu internet sitesinde; *" Kasım ayına özel %40 indirim"* şeklinde ifadelere yer verildiği ve bu 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 dolayısıyla tüketicilerin yanıltıldığı 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,

- Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliği’nin 29 uncu maddesi,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7 ve 15 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **İHT Sağlık Hizmetleri A.Ş.** (**Turkey Dental Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği)** hakkında,6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**87)**

**Dosya No: 2019/594**

**Şikayet Edilen: Op. Dr. Gökçe MIK**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://gokcemik.com/ ve https://www.instagram.com/opdrgokcemik/?hl=tr adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 11.12.2020, 15.12.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://gokcemik.com/ adresli internet sitesinin 11.12.2020 tarihli görünümünde örnek olarak; "*Size iyi bakacağımıza söz verdik... Sizlerin değerli yorumları..."* başlığı altında şahsınızı ve kuruluşu övücü nitelikte hasta yorumlarına yer verildiği,

https://www.instagram.com/opdrgokcemik/?hl=tr adresli internet sitesinin 15.12.2020 tarihli görünümünde örnek olarak; *"Bir de bu açılardan görelim mi? Edirne ‘den sevgili hastam Vildan Hanım’ın sağ ayak HalluxValgus ameliyat görüntüleri sizlerle... Sevgili hastam Berrin Hanım’ın aynı seansta sol ayağına HalluxValgus ameliyatı ve sağ ayağına da HalluxRigidus (kireçlenme) ameliyatı gerçekleştirdik. Sağ ayak videoları birazdan geliyor..."* gibi ifadelerle tıbbi işlemlere ilişkin hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar: S**öz 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, 63

- 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-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 **Op. Dr. Gökçe MIK** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**88)**

**Dosya No: 2020/605**

**Şikayet Edilen:** **Levent Dental Sağlık Hiz. Ltd. Şti. (Dent İstanbul Bodrum Diş Kliniği)**

**Şikayet Edilen Reklam:** Kuruluşa ait Muğla ilinin Bodrum ilçesinde bulunan billboardlar üzerinde bulunan “Gülümseyin Dent İstanbul” ibareli tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Yayınlandığı Mecra:** Diğer

**Tespitler:** Kuruluşa ait Muğla ilinin Bodrum ilçesinde bulunan billboardlar üzerinde bulunan “Gülümseyin Dent İstanbul” ibareli tanıtımlarda; “*Bodrum Şubemizde açılışa özel %50… Bizi takip edin dentistanbui.com.tr... Gülümseyin Dent İstanbul…”* gibi tıbbi işlemlere ilişkin kampanya yapılarak kuruluşun reklamının yapıldığı 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 **Levent Dental Sağlık Hiz. Ltd. Şti. (Dent İstanbul Bodrum Diş Kliniği)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**89)**

**Dosya No: 2020/4189**

**Şikayet Edilen:** **Nurhan YÜKSEL (Talya Group)**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.n11.com/ adresli internet sitesinde adı geçen şahıs tarafından satışa sunulan tıbbi cihazlara yönelik tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** Kasım 2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.n11.com/ adresli internet sitesinin Kasım 2020 görünümünde adı geçen şahıs tarafından satışa sunulan tıbbi cihazlara ilişkin olarak; *"Kitap okuma gözlük camlı... +1.5 /+2 / +2.5 / +3... Esnek braketlerle orjinal unisex bir üründür..."* gibi ifadelerle tanıtımlara 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;

- Optisyenlik Hakkında Kanun'un 4 Maddesi,

- Tıbbi Cihaz Satış, Reklam ve Tanıtım Yönetmeliği'nin 15, 26 ncı maddeleri,

- 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 **Nurhan YÜKSEL (Talya Group)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**90)**

**Dosya No: 2020/4253**

**Şikayet Edilen:** **Emrah TOPKARA (Özel Karadeniz Psiko-Teknik Değerlendirme Merkezi)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 06.10.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.karadenizpsikoloji.com/ adresli internet sitesinin 06.10.2020 tarihli görünümünde; psiko-teknik taban fiyatı 2020 yılı için 169,96 TL iken ve kuruluşun psiko-teknik değerlendirme faaliyeti dışında herhangi bir faaliyette bulunamayacağı Karayolları Trafik Yönetmeliği'nde belirtilmiş iken; kuruluş tarafından söz konusu tanıtımlarda; *“Karadeniz Psikoloji... 10. Yılında %25 indirimli kampanya... Psiko-Teknik Test + Psikiyatri Muayenesi 170 TL... Kontenjanla sınırlı olup 10 Aralık 2020 tarihine kadar geçerlidir. Detaylı bilgi için hemen arayın..."* gibi ifadelere 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;

- Karayolları Trafik Yönetmeliği 4 Sayılı Cetvel'in "Yasaklar ve Yaptırımlar" başlıklı 23. 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 **Emrah TOPKARA (Özel Karadeniz Psiko-Teknik Değerlendirme Merkezi)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**91)**

**Dosya No: 2020/4332**

**Şikayet Edilen:** **Dent 35 Diş ve Ağız Sağlığı Lab. Hiz. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Kuruluşa ait https://www.instagram.com/dt.arda\_hacarlioglu/ adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 24.02.2020 ve 04.12.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.instagram.com/dt.arda\_hacarlioglu/ adresli internet sitesinin 24.02.2020 ve 04.12.2020 tarihli görünümlerinde örnek olarak; *"0,5 mm kalınlığındaki yaprak laminalar gülüşünüze yeni bir kimlik katabilir...*", "*Gülüş tasarımı sadece dişleri içeren bir tedavi değildir. Dişlerle birlikte diş etlerini ve dudakları da kombine ederiz. Gülüşünüz komple yenilenir. Zor geçen bir 3 ayın ardından sevdiğimiz işi yapabilmenin değerini de anladık. Herşeyi özlediğimiz gibi estetik gülüşleri de özledik.",* "*Hastamıza yeni dişleriyle yeni gülüşler hediye ettik..."* gibi ifadelere yer verildiği, "*Gülüş estetiği, zirkonyum kaplama, estetik diş hekimi, estetik diş*" gibi ifadelerle tıbbi işlemlere ilişkin hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine 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 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 **Dent 35 Diş ve Ağız Sağlığı Lab. Hiz. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**92)**

**Dosya No: 2020/4334**

**Şikayet Edilen:** **Özel Dentroyal Ağız ve Diş Sağ. Polk. Hiz. Ltd. Şti.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 27.08.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.instagram.com/dntroyal/ adresli internet sitesinin 27.08.2020 tarihli görünümünde örnek olarak; tıbbi işlemlere ilişkin hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği, "*Gülüşünüzü saklamayın... Bir telefon kadar yakınınızdayız... Dental tomografi ile detayları atlamayın...* ", "*Kanal tedavisi korkulu rüyanız olmasın... Kalite konfor ve üstün teknoloji...*" gibi ifadelere yer verildiği,

Söz konusu sosyal medya hesabında yer alan 08.01.2020, 02.01.2020 tarihli paylaşımlarda; "*Yılbaşına özel düzenlediğimiz çekilişi kazanan talihlilerimizden Osman Bey'in diş taşı temizliğini gerçekleştirdik. Osman Bey'i tebrik eder, mutlu gülüşler dileriz...*" gibi ifadelerle tıbbi işlemlere ilişkin kampanyaların düzenlendiği,

Söz konusu sosyal medya hesabında yer alan 14.12.2019 tarihli bir diğer paylaşımda; "*Normal röntgen görüntülerinde tespit edilemeyen ağız içi kemik ve yumuşak doku detaylarını dental tomografi ile çözümlüyoruz...*" 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 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 **Özel Dentroyal Ağız ve Diş Sağ. Polk. Hiz. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**GIDA**

**93)**

**Dosya No: 2020/3538**

**Şikayet Edilen: İş Gıda A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait Kentucky Fried Chicken isimli restoranlarda satışı yapılan "Mozaik pasta" adlı ürüne ilişkin reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020-2021

**Yayınlandığı Mecra:** Afiş

**Tespitler**: Yapılan incelemelerde, Kentucky Fried Chicken isimli restoranlarda satışı yapılan "Mozaik pasta" adlı ürüne ilişkin reklam afişlerinde, mozaik pasta ile bir kahve fincanın görsellerine ve “Mozaik pastamızı denediniz mi? Mozaik pasta + Çay veya Kahve 5,95 TL” ifadelerine yer verildiği, reklam afişinde mozaik pastanın kahve fincanının önüne konumlandırıldığı ve perspektif dolayısıyla kahve fincanından daha büyük göründüğü hususları tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, firma tarafından restoranlarda servis edilen mozaik pastanın kahve fincanı/bardağı ile değişik açılardan çekilmiş fotoğraflarının değerlendirilmesi neticesinde, reklam afişlerinde yer verilen mozaik pasta görsellerinde reklam mevzuatı hükümlerine aykırı bir unsura rastlanmadığından, anılan reklamların 6502 sayılı Kanun'un 61 inci maddesine ***aykırılık teşkil etmediği*** görüş ve kanaatine varılmıştır.

**94)**

**Dosya No: 2020/3995**

**Şikayet Edilen: Pütün Gıda Hububat Bakliyat San. Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait "VP Bakliyat" markalı kırmızı mercimek ürünlerine ait ürün ambalajları üzerinde yer verilen reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020-2021

**Yayınlandığı Mecra:** Ürün ambalajı

**Tespitler:** Yapılan inceleme sonucunda, "VP Bakliyat" markalı kırmızı mercimek ürünlerine ilişkin olarak, ambalaj üzerinde ürün yılı 2019 ve üretim tarihi 18/04/2020 olduğu görülen kırmızı mercimeğin, ürün menşei ülkesi Kanada olarak belirtilmekle birlikte yine ürün ambalajları üzerinde yerli üretim logosu ve "Made in Turkey" ibarelerine yer verilerek pazarlandığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, firmaya ait "VP Bakliyat" markalı kırmızı mercimek ürünlerine ilişkin olarak, ambalaj üzerinde ürün yılı 2019 ve üretim tarihi 18/04/2020 olduğu görülen kırmızı mercimeğin, ürün menşei ülkesi Kanada olarak belirtilmekle birlikte yine ürün ambalajları üzerinde yerli üretim logosu ve "Made in Turkey" ibarelerine yer verilerek pazarlandığı, bilindiği üzere, üretim yeri Türkiye olan ve perakende olarak piyasaya arz edilen malların fiyat etiketleri ile listelerinde "Yerli Üretim" logosu kullanımının zorunlu olduğu, bunun dışında, fiyat etiketlerinde yerli üretim logosu kullanımı öncelikle satıcı ve sağlayıcıların sorumluluğu olmakla birlikte, yerli üretim yapan üretici ve imalatçıların da bu logoyu isteğe bağlı olarak ürün etiketleri ve ambalajları üzerinde veya ürünlerin reklamlarında kullanmalarının önünde herhangi bir engel bulunmadığı, bununla birlikte, yurt dışından ithal edilen ve Türkiye'de sadece ambalajlanarak/işlenerek piyasaya arz edilen ürünlerin yerli üretim ve/veya Türk malı olarak değerlendirilemeyeceği, dolayısıyla, yurt dışından ithal edilen bakliyatların ürün ambalajı üzerinde yerli üretim logosu ve "Made in Turkey" ibarelerine yer verilerek Türk çiftçileri tarafından ülkemizde üretilmiş yerli mahsul ürünler gibi tanıtımının yapılmasının mevzuata aykırı ve tüketicileri 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, 9, 26 ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Pütün Gıda Hububat Bakliyat San. Tic. Ltd. Şti.** hakkında, söz konusu reklamlar ile ilgili olarak, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**95)**

**Dosya No: 2020/4004**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından "Saf" markası ile satışı yapılan ve "Süper gıdalar", "Sağlıklı atıştırmalıklar", "Protein mixler" ve "Süper Gıda Mixler" şeklinde dört ana ürün grubu altında tanıtımı yapılan gıda ürünlerine yönelik olarak, www.safnutrition.co adresli internet sitesi ile ürün ambalajları üzerinde yer verilen ifade, reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020-2021

**Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj, İnternet

**Tespitler:** Yapılan incelemelerde, www.safnutrition.co adresli internet sitesinin 16.12.2020 tarihli görünümünde, “Süper gıdalar” ürün grubu altında tanıtımı yapılan ürünlerden; Organik Zerdeçal Tozu adlı ürüne ilişkin olarak, *“Binlerce yıldır Hindistan’da Ayurvedik beslenmesinde kullanılan organik zerdeçal günümüzde de anlam ve önemini korumakta! Zerdeçal etkin anti-inflamatuar olan curcumin içermesiyle biliniyor. Hem mide hem de bağışıklık dostu!”* şeklinde ifadelere; Organik Moringa Tozu adlı ürüne ilişkin olarak, *“Bitkiler süper kahraman olsaydı Moringa Iron Man olurdu! Moringa binlerce yıldır hastalıkları tedavi etmek için aramızda. Himalaya eteklerinde doğup tüm dünyaya yayılan Moringanın yaprakları zengin bir protein kaynağı ve yüksek miktarlarda demir, kalsiyum, magnezyum ve B vitaminleri içeriyor.”* şeklinde ifadelere; Organik Tarçın Tozu adlı ürüne ilişkin olarak, *“Günlük hayatımızda sıkça kullandığımız tarçın, anti-inflamatuar özelliği ve flavonoid ve fenolik asitler içeriği ile en önemli besinlerden bir tanesi! Tarçını yemeklerinde kullanırken aynı zamanda eski çağlardan günümüze gelen birçok faydasını da almış olacaksın.”* şeklinde ifadelere; Organik Maca Tozu adlı ürüne ilişkin olarak, *“Yoğun iş temposu, koşuşturmaca, trafik derken enerji düşüklüğü veya odaklanmakta zorluk çekebilirsin. Adaptojen olmasıyla bilinen maca tozu sana yardım edebilir! Üstelik kafein yardımı almadan!”* şeklinde ifadelere; Organik Hindistan Cevizi Sütü Tozu adlı ürüne ilişkin olarak, *“Taze hindistan cevizinin kurutulmasından elde edilen ve meyvenin tadını olduğu gibi taşıyan hindistan cevizi sütü tozu, içerdiği MCT (orta zincirli yağ asitleri) sayesinde yağ yakımını hızlandırabilir ve ketozise yardımcı olabilir. Hindistan cevizi sütü yapmak için bir bardak suya 2 yemek kaşığı bu tozu katman yeterli.”* şeklinde ifadelere ve Organik Acai Tozu adlı ürüne ilişkin olarak, *“Antioksidan bakımından oldukça zengin, koyu, parlak mor renkli açai meyvesinin bugün bu kadar popüler olmasını dövüş sanatları, Amazon göçü ve California sörfçülerinin azmine borçluyuz. Biz de dondurmamsı kıvamı ve tropik bir his uyandıran tadıyla, açaiyi sana getirdik.”* şeklinde ifadelere yer verildiği, söz konusu ifadelerin aynı zamanda ürünlerin ambalajları üzerinde de üzerinde yer aldığı,

Benzer şekilde, www.safnutrition.co adresli internet sitesinin 16.12.2020 tarihli görünümünde “Protein mixler” ürün grubu altında tanıtımı yapılan ürünlerden; Protein Superfood Mix Move adlı ürüne ilişkin olarak, *“Enerjini yükseltmek ve konsantrasyonunu arttırmak için Move Mix, günlük hayatın koşuşturması içinde ihtiyacın olan proteini bitkilerden karşılayacak ve superfood’ların zengin besin değerleriyle seni enerjik hissettirecek.”*; Protein Superfood Mix Sports adlı ürüne ilişkin olarak, *“Spor öncesi ve sonrası enerjik hissetmek, kaslarını geliştirip, iyileştirmek için. Sports Mix antreman rutinini amino asit ve BCAA içeren bitkisel proteinler ve superfood’ların zengin besin değerleriyle destekler.”*; Protein Superfood Mix Shape adlı ürüne ilişkin olarak, *“Enerji düşüklüğü ve yorgunluk hissettiğin zaman, şişkinlik veya sindirim sorunlarına karşı, kendini daha canlı, enerjik, hafif ve yenilenmiş hissetmek için. Shape Mix içerdiği lif, probiyotik, vitamin ve mineraller ile vücudunu toksinlerden arındıracak ve superfood’ların zengin besin değerleriyle enerjini yeniden kazanmanı sağlayacak.”* şeklinde ifadelere yer verildiği,

Diğer yandan, www.safnutrition.co adresli internet sitesinde yine “Protein mixler” ürün grubu altında tanıtımı yapılan ürünlerden Protein Superfood Mix Glow adlı ürüne ilişkin olarak, *"Resveratrol Polygonum (madımak bitkisi) bitkisinin kök özütünden doğal olarak elde edilmiş antioksidan bir flavonoiddir. Yüksek oksijen radikal radikal absorbans kapasitesi (ORAC) sayesinde en güçlü antioksidanların başında gelir. Red Orange Complex ® Sicilya Kan Portakalı Özütüdür, Bionap® firmasının patentlediği Nutrikozmetik alanında klinik çalışmaları yapılmış bir içeriktir. Vitamin C kaynağıdır. Grape Seed Extract antioksidan desteği olarak kullanılan değerli bir özüttür. Glow mix bu içeriklerin özenle formüle edilmesi ile oluşmuştur."* şeklinde ifadelerin yer aldığı,

Ayrıca, www.safnutrition.co adresli internet sitesinde "Süper gıda mixler" başlığı altında, *"Fonksiyonel süper gıdaları hayatına katmak artık çok daha kolay. Gün içerisinde süper gıda karışımları ile lezzetli bir içecek hazırlamak için tek ihtiyacın olan su. İster sıcak ister soğuk su ile harika içecekler yaratabilir, kendine iyi bakmak için saniyeler içerisinde adım atabilirsin. İçeriğindeki hindistan cevizi sütü sayesinde tokluk hissi yaratan bu karışımlar içerdikleri süper gıdaların fonksiyonlarına göre formüle edilmiştir. İlave şeker, kimyasal kullanmadan, tadından da ödün vermeden gerçek besinlerle oluşturduğumuz Superfood Mixler ile en saf halinle tanış!"* şeklinde ifadelere; "Süper gıda mixler" başlığı altında tanıtımı yapılan ürünlerden, Zerdeçal Latte Mix adlı ürüne ilişkin olarak, *"Golden Milk (Altın Süt) terimleri ile hayatımıza giren bu içeceği hazırlamak artık çok kolay. İçeriği antienflamatuar etkisi kuvvetli kurkumin maddesi olan zerdeçal, bağışıklık sistemini destekleyici zencefil, antioksidan etkisi yüksek tarçın ve kakule gibi baharatlarla hazırlanır. Bu karışımı gün içerisinde kendine iyilik yapmak istediğin her an tüketebilirsin. İçeriğinde bulunan Hindistan Cevizi Sütü Tozu sayesinde sadece suyla karıştırman yeterlidir. Gün içerisinde istediğin saatte tüketebilirsin."*; Kakao&Maca Latte Mix adlı ürüne ilişkin olarak, *"Sıcak çikolatayı anımsatan bu içeceği hazırlamak çok kolay. İçerdiği Organik Maca bitkisinin tozu ile Organik Kakao Tozu muhteşem bir fonksiyonel gıda yaratmaktadır. Antioksidan etkisi yüksek Kakao ve canlandırıcı etkisi yüksek Maca ile bu içecek gün içerisinde kendine iyi bir şey yapmak istediğin her an yanında. İçeriğinde bulunan Hindistan Cevizi Sütü Tozu sayesinde sadece suyla karıştırman yeterlidir. Gün içerisinde istediğin saatte tüketebilirsin."* şeklinde ifadelere yer verildiği,

Bu hususlara ek olarak, “Sağlıklı atıştırmalıklar", "Protein mixler" ve "Süper Gıda Mixler" başlıkları altında tanıtımı yapılan firma ürünlerine ilişkin olarak “%100 doğal”, “Organik”, “Glutensiz”, “%100 Bitkisel”, “Katkı içermez”, “Süt içermez” ve “İlave şekersiz” gibi çeşitli beslenme beyanlarında bulunulduğu hususları tespit edilmiştir.

**Kurum/Kuruluş Görüşü:** Tarım ve Orman Bakanlığı Gıda ve Kontrol Genel Müdürlüğü’nden alınan görüşte, Saffoods Gıda Sanayi A.Ş.' ye ait gıda etiketlerinde ve reklamlarında kullanılan "Saf", "% 100 doğal", "Katkı maddesiz", "% 100 bitkisel" ve "İlave şekersiz" ifadelerinin Türk Gıda Kodeksi Gıda Etiketleme ve Tüketicileri Bilgilendirme Yönetmeliği ve Kılavuzu kapsamında değerlendirildiği, "Saf/pure" teriminin gıdanın saf olduğu ve aynı gıdanın "saf olmayan" alternatiflerinin de bulunabileceği algısına neden olacak şekilde kullanılamayacağı, “Saf/püre” ifadesinin gıdanın adında geçmemek koşuluyla ürünün markasında veya ticari unvanında bulunabileceği, söz konusu diğer ifadelerin ise Yönetmeliğin 7 nci maddesi hükmü kapsamında mevzuata uygun bulunmadığı hususları ifade edilmektedir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu reklamlarda yer alan ve insan sağlığına atıf yapan ifadelerin birer sağlık beyanı olduğu, bu tür beyanlarla gıda niteliğinde olan firma ürünlerinin insan fizyolojisine ve/veya metabolizmasına etki ederek çeşitli sağlık faydaları sağladığı veya bazı sağlık sorunlarının giderilmesinde etkili olduğu gibi bir izlenim oluşturularak söz konusu ürünlerin sanki bir ilaç veya beşeri tıbbi ürün gibi tanıtıldığı, yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre gıdalar bu tür sağlık beyanlarının kullanılmasının kesinlikle yasak olduğu, bir gıdaya 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 yandan, Tarım ve Orman Bakanlığı tarafından Gıda Etiketleme ve Tüketicileri Bilgilendirme Yönetmeliği’ne dayanılarak yayınlanan Gıda Etiketleme ve Tüketicileri Bilgilendirme Kılavuzu’nda, “Doğal” teriminin gıda etiketleri ile reklamlarında kullanımının belirli kurallara bağlandığı, buna göre; *“Doğal” teriminin, tek bileşenden oluşan (katkı, aroma vb. dahil hiçbir ilave bileşen içermeyen) fiziksel, enzimatik veya mikrobiyolojik işlemler dışında herhangi bir işleme tabi tutulmamış, bitki, algler, mantar, hayvan, mikroorganizma veya mineral kaynaklı olan ve doğal yapısında önemli bir değişikliğe sebep olacak herhangi bir işlem uygulanmamış gıdaları* tanımlamak için kullanılabileceği; gıdanın bütün bileşenleri kılavuzdaki doğal ile ilgili hükümleri karşılıyor ise söz konusu gıda için; “Doğal bileşenlerden üretilmiştir”, “Doğal bileşenler kullanılmıştır” vb. ifadelerine yer verilebileceği; Doğal” teriminin kullanılabileceği tüm gıdaların ilgili bölümde belirlenen koşulları karşılaması beklendiğinden, “%100 doğal”, “gerçek doğal”, “hakiki doğal”, “en doğal” vb. ifadelerin kullanılamayacağı,

Bu itibarla, tek bir bileşenden oluşmayan, farklı gıda bileşenlerinin çeşitli işlemlerden geçirilerek bir araya getirilmesiyle üretilen ve "Sağlıklı atıştırmalıklar", "Protein mixler" ve "Süper Gıda Mixler" başlıkları altında tanıtımı yapılan firma ürünlerine ilişkin olarak kullanılan "Doğal" ve “%100 doğal” şeklindeki beyanların mevzuata aykırı olduğu,

Benzer şekilde, inceleme konusu bazı ürünlerin içeriğinde çeşitli aroma vericiler ve gıda katkı

maddeleri bulunmasına rağmen www.safnutrition.co adresli sitesinde yer alan ürün tanıtım sayfalarında yer verilen “Katkı maddesiz” ve "Katkısız" şeklindeki beyanların da mevzuata aykırı olarak değerlendirildiği,

Son olarak, Türk Gıda Kodeksi'nde "Süper gıda" şeklinde bir gıda sınıfı tanımlanmamış olmasına rağmen, firma ürünlerine ilişkin olarak kullanılan ve tüm benzer gıdalar aynı niteliklere sahip olduğu halde firma ürünlerinin özel niteliklere sahip olduğu şeklinde yanıltıcı bir izlenim oluşturan "Süper gıda" ve "Superfood" şeklindeki ifadelerin de açıkça 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 ve 13/2 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 **Saffoods Gıda San. A.Ş.** hakkında, söz konusu reklamlar ile ilgili olarak, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**96)**

**Dosya No: 2020/5182**

**Şikayet Edilen: Gözde AYVAZ KURT**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şahsa ait “kadinlarin\_gozdesi” isimli Instagram hesabı ile yine şahsa ait muhtelif Instagram hesapları tarafından "Zerovita" markalı takviye edici gıdalara ilişkin olarak yayınlanan reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020-2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan inceleme sonucunda, Gözde AYVAZ KURT isimli şahsa ait "kadinlarin\_gozdesi" adlı Intagram kullanıcı hesabı tarafından "Zerovita Bitkisel Çay", "Zerovita Detox Karışık Bitki Tozu", "Zerovita Bitkisel Zayıflama Kapsülü" ve "Zerovita Gözde Karışık Bitki Yağı" adlı ürünlere yönelik olarak söz konusu mecrada yer verilen reklam ve tanıtımlarda; *"Zerovita Zayıflama Çayı, 45 günde 4 ile 12 kilo verin, Bakanlık onaylı... Zerovita kullananlar çok mutlular, 45 günde 4,5 kilo veriyorlar. Zerovita Gözde kişiye özel hazırlanır, kişinin kronik rahatsızlıkları göz önünde bulundurulur. Tansiyonu düzenler, şekeri düzenler, kolesterol düzenler, regl kanamalarını düzenler, emziren annelerin sütünü artırır, enerji verir... Diyet yok, spor yok. Zayıflamanın en basit yolu Zerovita'dan geçer. Sen neyi bekliyorsun? Bıkmadın mı vücudunu saran o berbat o korkunç katmandan? Yetmedi mi istediğini giyemediğin için yüzün asık alışverişler.
Hadi gel söz veriyorum ZEROVİTA ile ne yiyeceğine değil artık ne giyeceğine karar vereceksin! Aç kalmak yok. İlaç asla değildir, BİTKİSEL. Günde sadece 1 defa içilir. Bıraktıktan sonra kilo almayız çünkü PROGRAMIMIZ metabolik bağımlılık oluşmasına karşıdır! ... Karantinada kilo almamak için Zerovita için! Tok tutan, yağ yakan çayımızı denediniz mi? Zerovita Bitki Çayı etkileri: İştahınızı keser, ağızda kuruluk yapar ve su içe isteği uyandırır, sabah erken ve dinç uyandırır, vücuttaki ödemi komple attırır, sadece yağdan kilo kaybı sağlar, midenizi küçültür, uzun süre tokluk hissi yaratır, stresinizi önler, enerji ve güç verir, 45 günde 2 ile 12 kilo arası zayıflatır... Zerovita Bitkisel Zayıflama Kapsülü. İştah kapatır, metabolizma hızlandırır, yağ yakımım sağlar, bağırsakları çalıştırır... Tamamen bitkisel aktar içeriği çayımızla Zerovita’yla tüm hastalık şikayetlerinize derman oluyoruz... Zerovita Gözde Karışık Bitki Yağı. Metabolizmayı hızlandırır, mide ve bağırsak paraziti giderir, hazmı kolaylaştırır, mideyi rahatlatır, bağırsakları çalıştırır."* şeklinde ifadelere ve ürünü kullandığı iddia edilen şahısların kilo bilgileri ile birlikte ürünün kullanım öncesi ve sonrası fotoğraflarına yer verildiği,

Diğer yandan, Instagram’da yapılan incelemede, yine aynı şahsa ait olduğu ve Zerovita adlı takviye edici gıdaların tanıtım ve satışının yapıldığı "zerovita.ankara.bayii", "zayiflama.mucizem", "zerovita.gozdemmm", "zayifliyorum.mutluyumm", "zayiflamaninyolu", "zayiflamaa.cayi", "diyetsiz.sporsuz.zayifla", "zayiflama.cayimm", "zerovitaankara.gozde", "diyetsiz.zayifladim", "zerovita.merkez.ankara", "zayiflama.sirlarimiz", "zerovita06", "kadinlarin.mekanii" ve "zerovitaankara" isimli Instagram kullanıcı hesaplarının aktif olarak kullanıldığı hususları tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu reklamlarda yer alan *"acıkma hissini önleme - tok tutma", "toksinleri vücuttan atma", "yağ yakma", "kilo verdirme", "tansiyon-şeker-kolesterol düzenleme", "regl kanamalarını düzenleme", "anne sütü artırma", "ödem attırma"* ve *"mide bağırsak paraziti giderme"* gibi beyanların birer sağlık beyanı olduğu, endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç bu tür beyanlarla takviye edici gıda niteliğinde olan şahsa ait ürünlerin birçok hastalığı veya sağlık sorununu iyileştirdiği, tedavi ettiği veya önlediği şeklinde bir izlenim oluşturularak söz konusu ürünlerin 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, inceleme konusu reklamlarda yer alan "Bakanlık Onaylı" ifadesiyle, söz konusu ürünün iddia edilen etkilerinin adı geçen Bakanlık tarafından test edilip onaylandığı algısının oluşturulduğu, oysa bahsedilen onayın piyasaya sürülen her gıda ürünü için geçerli ve zorunlu olan bir takım resmi prosedüre ilişkin belgeler olduğu göz önüne alındığında inceleme konusu reklamın bu açıdan da aldatıcı - yanıltıcı nitelikte olduğu,

Diğer yandan şahıs tarafından yapılan açıklamada, inceleme konusu reklamların yer aldığı "kadinlarin\_gozdesi" isimli Instagram kullanıcı hesabının kapatıldığı belirtilmekle birlikte, anılan sosyal medya mecrasında yapılan incelemede yine şahsıa ait olduğu ve Zerovita adlı takviye edici gıdaların mevzuata aykırı sağlık beyanlarıyla ve "Bakanlık onaylı" ibareleriyle tanıtım ve satışının yapıldığı "zerovita.ankara.bayii", "zayiflama.mucizem", "zerovita.gozdemmm", "zayifliyorum.mutluyumm", "zayiflamaninyolu", "zayiflamaa.cayi", "diyetsiz.sporsuz.zayifla", "zayiflama.cayimm", "zerovitaankara.gozde", "diyetsiz.zayifladim", "zerovita.merkez.ankara", "zayiflama.sirlarimiz", "zerovita06", "kadinlarin.mekanii" ve "zerovitaankara" isimli Instagram kullanıcı hesaplarının aktif olarak kullanıldığının tespit edildiği 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 Yönetmeliği’nin 5/1-b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 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 **Gözde AYVAZ KURT** hakkında, söz konusu reklamlar ile ilgili olarak, 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.

**97)**

**Dosya No: 2020/5183**

**Şikayet Edilen: Merve BOLUĞUR**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Fable Slim Tea” isimli ürüne ilişkin olarak şahsa ait “mervebolugur” adlı Instagram sosyal medya hesabında yayınlanan reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** Ağustos 2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Reklam Kurulu’nun 08.12.2020 tarih ve 304 sayılı toplantısında, Erol ÜLKER adlı şahıs tarafından www.fablesiparis.net ve www.fablesatis.com adresli internet siteleri ile "fable.tea", "fabletea\_slim" ve "fable\_slimtea" adlı Instagram sayfalarında “Fable Tea Amaranth Tohumlu Karışık Bitki Çayı” ve “Fable Tea Amaranth Tohumlu Karışık Bitki Kapsülü" adlı takviye edici gıda ürünlerine yönelik olarak yayınlanan reklam ve tanıtımlara ilişkin olarak, anılan şahıs 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 uygulandığı, söz konusu reklamların incelenmesinden, www.fablesiparis.net ve www.fablesatis.com adresli internet sitelerinin 09.09.2020 ve 01.12.2020 tarihli görünümlerinde Merve BOLUĞUR adlı oyuncunun “Fable Slim Tea” adlı ürüne ilişkin olarak kişisel Instagram sayfasında yayınladığı yorum, değerlendirme ve tavsiyelerine yer verildiğinin görüldüğü, anılan şahıs tarafından 2020 yılı Ağustos ayında yayınlanan paylaşımlarda, *"Bana en çok sorduğunuz sorulardan biri olan nasıl zayıf kaldığım. Bugün cevabını açıklıyorum. Fable çayı kullanmaya başladım. Kilomu korumak ve fitliğimi sürdürmek için kullanıyorum. Sizin de kısa zamanda birtakım hedefleriniz varsa tavsiye ederim. Çok hızlı bir şekilde ödem atıyor ve çok çok memnun kaldım, sizinle paylaşmak istedim."* şeklinde beyan ve tavsiyelerinin yer aldığı tespit edilmiş olup Reklam Kurulu tarafından söz konusu reklamlar nedeniyle anılan şahıs hakkında re’sen inceleme başlatılmıştır.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, şahsa ait Instagram sosyal medya hesabında 2020 yılı Ağustos ayında yayınlanan “Fable Tea Amaranth Tohumlu Karışık Bitki Çayı” isimli ürüne ilişkin reklamlarda; *"Bana en çok sorduğunuz sorulardan biri olan nasıl zayıf kaldığım. Bugün cevabını açıklıyorum. Fable çayı kullanmaya başladım. Kilomu korumak ve fitliğimi sürdürmek için kullanıyorum. Sizin de kısa zamanda birtakım hedefleriniz varsa tavsiye ederim. Çok hızlı bir şekilde ödem atıyor ve çok çok memnun kaldım, sizinle paylaşmak istedim."* şeklinde ifadelere yer verilerek söz konusu ürünün kilo vermeye yardımcı olduğu ve vücuttan ödem attığı şeklinde bir izlenim uyandırıldığı, diğer taraftan şahsın takipçileri nezdinde gerçekten bu ürünü kullanıp fayda sağlandığı yönünde bir algı oluşturulduğu,

İnceleme konusu reklamlarda yer alan ve yukarıda belirtilen beyanların birer sağlık beyanı olduğu, bu tür beyanlarla takviye edici gıda niteliğinde olan söz konusu ürünün kullanan kişileri zayıflattığı, vücut formunu koruduğu, kilo vermeye yardımcı olduğu ve vücuttan ödem attığı 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, inceleme konusu reklamlarda, adı geçen ürünün gerçekten kullanıldığı ve iddia edilen etkinliğinin ve faydasının bizzat deneyimlendiği şeklinde bir algı oluşturulduğu, bu durumun gerçeği yansıtmadığı, dolayısıyla söz konusu reklamların bu açıdan da aldatıcı - yanıltıcı ve Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin "Tanıklı reklamlar" a ilişkin hükümlerine aykırı olduğu,

Ayrıca, şahsa ait sosyal medya hesabında yayınlanan bu tanıtımların, açıkça reklam olduğu hususunun belirtilmemesi nedeniyle Reklam Mevzuatında yer alan "Örtülü Reklam" a ilişkin hükümlerin de ihlal edildiği 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 Yönetmeliği’nin 5/1-b, 6/1, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 9, 16/1, 22/1, 26 ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Merve BOLUĞUR** hakkında, söz konusu reklamlar 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 karar verilmiştir.

**98)**

**Dosya No: 2021/61**

**Şikayet Edilen: Solgar Vitamin ve Sağlık Ürünleri San ve Tic A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından "SolgarTurkiye" isimli Youtube kanalında ve www.solgar.com.tr adresli internet sitesinde "Solgar Omega 3" isimli takviye edici gıdalara ilişkin olarak "Her Omega 3 aynı değildir" başlığıyla yayınlanan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 23.01.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, Radyo, Televiyon

**Tespitler:** Yapılan inceleme sonucunda; firmaya ait "SolgarTurkiye" isimli Youtube kanalının https://www.youtube.com/watch?v=kvM0H-4XhjY URL adresinde 03.10.2019 tarihinde "Solgar Omega 3" isimli kapsül formundaki takviye edici gıdalara ilişkin olarak "Her Omega 3 aynı değildir!" başlığıyla yayınlanan tanıtım filminde, *"Her Omega 3 aynı değildir. Solgar Omega 3 okyanusların soğuk sularındaki balıklardan seçilir, ağır metallerden tamamen arındırılır, kendisi ve sevdikleri için en iyisini isteyenlere tek bir kapsülde yüksek Omega 3 içerikli, 3 kat güçlü Solgar Omega 3 950 mg, 2 kat güçlü Solgar Omega 3 700 mg"* sesli ifadelerine, tanıtım filminin açıklama bölümünde ise, *"Her Omega 3 Aynı Değildir! Çünkü balık yağından elde edilen bu takviyelerin içindeki Omega-3 yağ asitleri olan EPA/DHA değerleri mutlaka kontrol edilmelidir. Yüksek EPA/DHA değerlerine sahip Omega-3 takviyelerinin etkisi çok daha yüksektir. Solgar Omega 3, soğuk su balıklarından elde edilen doğal ve oldukça konsantre bir Omega 3 kaynağı olarak, cıva gibi ağır metalleri ve diğer zararlı kirleticileri gidermek için moleküler distilasyon yöntemiyle arındırılmıştır. Solgar Fish Oil Concentrate, standart içerikte bir balık yağı ürünüdür. Solgar Omega 3 700mg, içeriğindeki EPA/DHA değerleri karşılaştırıldığında Solgar Fish Oil Concentrate’e göre 2 kat, Solgar Omega 3 950mg ise 3 kat güçlü bir üründür."* şeklinde yazılı ifadelere yer verildiği,

Öte yandan, anılan ürünlere ilişkin olarak www.solgar.com.tr adresli internet sitesinde yayınlanan tanıtımlarda ise, *"Her Omega 3 aynı değildir. Çünkü balık yağından elde edilen bu takviyelerin içindeki Omega 3 değerleri, hatta Omega 3 içindeki EPA/DHA değerleri mutlaka kontrol edilmelidir. Yüksek Omega 3 ve EPA/DHA değerlerine sahip Omega 3'lerin etkisi çok daha yüksektir... Her kapsül moleküler distilasyon yöntemi ile ağır metallerden ve zararlı kimyasallardan arındırılmıştır. Solgar Omega 3 soğuk su balıklarından elde edilen doğal ve oldukça konsantre bir Omega 3 kaynağı olarak, cıva gibi ağır metalleri ve diğer zararlı kirleticileri gidermek için moleküler distilasyon yöntemiyle arındırılmıştır... Solgar Fish Oil Concentrate, standart içerikte bir balık yağı ürünüdür. Solgar Omega 3 700 mg, içeriğindeki EPA/DHA değerlri karşılaştırıldığında Solgar Fish Oil Concentrate'e göre 2 kat, Solgar Omega 3 950 mg ise 3 kat güçkü bir üründür... Kalp ve damar sağlığının korunmasına yardımcı olur. Beynin normal gelişimi ve sinir sisteminin gelişimine yardımcı olur."* şeklinde ifadelerin yer aldığı,

İnceleme konusu “Her Omega 3 Aynı Değildir!” başlıklı tanıtım filmi ile anılan ürünlerin tanıtımına ilişkin radyo spotlarının 03.10.2019-03.11.2019 tarihleri arasında televizyon kanalları ile radyo istasyonlarında yayınlandığı hususları tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, firmaya ait olup kapsül formunda satışı yapılan Omega 3 ürünleri ile yine firmaya ait olan ve likit formda satışı yapılan balık yağı arasında "2 kat güç" ve "3 kat güç" gibi ürünlerin somut özellikleri açısından karşılaştırmalar yapılmasının, Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin "Karşılaştırmalı reklamlar" başlıklı 8/3 maddesinde yer alan “Takviye edici gıdaların karşılaştırmalı reklamı ise hiçbir şekilde yapılamaz” hükmüne açıkça aykırılık teşkil ettiği,

Benzer şekilde, "Her Omega 3 aynı değildir" ifadesinin piyasada satışı yapılan diğer Omega 3 içerikli takviye edici gıdalarla bir karşılaştırma içerdiği, ayrıca bilindiği üzere insan vücudunda üretilemeyen ve hayvansal veya bitkisel kaynaklardan elde edilen Omega 3 yağ asitlerinin hangi kaynaktan elde edilirse edilsin aynı kimyasal nitelikte olması beklendiği halde, inceleme konusu tanıtımlarda yer verilen, *"Her Omega 3 aynı değildir. Çünkü balık yağından elde edilen bu takviyelerin içindeki Omega 3 değerleri, hatta Omega 3 içindeki EPA/DHA değerleri mutlaka kontrol edilmelidir. Yüksek Omega 3 ve EPA/DHA değerlerine sahip Omega 3'lerin etkisi çok daha yüksektir"* ifadelerinin Omega 3 yağ asitleri aynı niteliklere sahip olmasına rağmen firma ürünlerinin bileşiminde bulunan Omega 3 yağ asitlerinin özel niteliklere sahip olduğunu ileri sürmesi nedeniyle mevzuata aykırı ve tüketicileri yanıltıcı olarak değerlendirildiği,

Bu hususlara ek olarak, halihazırda geçerli olan mevzuat hükümlerine göre, EPA/DHA Omega 3 yağ asitlerine ilişkin olarak ürün tanıtımlarında kullanılabilecek sağlık beyanları, *“DHA normal beyin fonksiyonlarının korunmasına katkıda bulunur.”* ve *“EPA ve DHA kalbin normal fonksiyonuna katkıda bulunur.”* şeklinde sınırlandırılmış olmasına rağmen, inceleme konusu reklamlarda yer verilen ve Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği'nin "Uyum zorunluluğu" başlıklı "Geçici madde 1" hükmü kapsamında 31.12.2019 tarihinden sonra kullanımı yasak olan *“Kalp ve damar sağlığının korunmasına yardımcı olur. Beynin normal gelişimi ve sinir sisteminin gelişimine yardımcı olur.”* şeklindeki beyanların, halihazırda izin verilen sınırların dışına çıkan sağlık beyanları olduğu, ayrıca yürürlükte olan mevzuat hükümlerine göre kullanımına izin verilen sağlık beyanlarının gıdanın kendisine değil gıdanın içeriğinde bulunan bileşene atıf yapması gerektiği ve doğrudan ilgili bileşenle birlikte kullanılması gerektiği 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 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 8, 9, 26 ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Solgar Vitamin ve Sağlık Ürünleri San ve Tic A.Ş.** hakkında, söz konusu reklamlar ile ilgili olarak, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**99)**

**Dosya No: 2021/748**

**Şikayet Edilen: Hiper Farma İlaç Tic. ve Paz. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Hyper Immun 44” markalı takviye edici gıdalara ilişkin olarak televizyon kanallarında ve internette yer alan çeşitli mecralarda yayınlanan reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020-2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, Televizyon

**Tespitler:** Yapılan inceleme sonucunda; "Hyper Immun 44" isimli takviye edici gıdalara ilişkin olarak https://www.immun44.com.tr/immun44-nedir/ URL adresinde yayınlanan tanıtımlarda, *“Immun44 Dozaj Formları - Immun44 ailesi her yaştan bireyin kullanımına uygun farklı dozaj formlarında ürünler içermektedir. Immun44 Likit, 13 vitamin, 6 mineral ve polifenoller içeren formülü ile 4 yaş ve üzeri çocukların kullanımı için uygundur. Patentli formülü, çocukların vitamin ve mineral ihtiyaçları göz önünde bulundurularak geliştirilmiştir. Formülünde bulunan C vitamini, D vitamini ve çinko bağışıklık sistemine destek olurken, polifenoller sık hastalanan çocuklarda etkin korumaya destektir. Yetişkinlerin kullanımına uygun olarak kapsül formunda geliştirilen takviye edici gıda Immun44 Kapsül, multivitamin ve mineral desteği sağlar. 13 vitamin, 8 mineral ve polifenoller içeren formülü bağışıklık sisteminin normal fonksiyonlarına katkıda bulunurken, vücudun normal enerji fonksiyonlarını da desteklemeye yardımcı olur. Demir, folik asit ve B12 içeriği ile zenginleştirilmiş formülü sayesinde Immun44 kapsül, kan yapımına destek olur. Folik asit ve iyot çocukların büyüme ve gelişimine katkıda bulunurken B vitaminleri, A vitamini ve çinko iştah düzenlemeye yardımcıdır. Immun44 ailesinin yeni üyesi Immun44 pastil, aserola meyvesi, polifenoller, likopen, vitaminler ve mineraller içeren takviye edici gıdadır. Immun44 Pastil, yetişkinlerin kullanımı için özel olarak formüle edilmiştir.13 vitamin, 7 mineral ve polifenoller içeren patentli formülü doğal orman meyvesi aroması ile hoş bir tada sahiptir. Immun44 Pastil, Phyto- Panmol teknolojisi sayesinde içermiş olduğu doğal vitamin ve mineraller ile bağışıklık sisteminin normal fonksiyonlarına katkıda bulunurken, vücudun enerji ihtiyacına yardımcı olmaya çalışır.”* şeklinde ifade ve tanıtımlara yer verildiği,

https://www.immun44.com.tr/hyper-immun44-likit/ URL adresinde “Hyper Immun 44 Likit” adlı ürüne ilişkin olarak; *“IMMUN44 LİKİT İLE BAĞIŞIKLIĞA 4-4 LÜK DESTEK. Bağışıklık sistemine destek olur ve vücut direncini artırır. Multivitamin & Mineral Desteği sağlar. Doğal vitamin içeriği ile yüksek biyoyararlanım sağlar. B Vitaminleri, A Vitamini ve Çinko içeriği ile iştah düzenlemede etkili. Sık hastalanan çocuklarda etkin koruma sağlar. Citrus Bioflavanoidleri ile Influenza (H1N1) virüsü üzerine etkili. Formülasyonunda bulunan Citrus Bioflavonoidleri (Polifenoller); Turunç meyvesi kabuğundan elde edilir, Yüksek antioksidan özellik gösterir, Serbest radikaller ile savaşarak bağışıklık sistemini güçlendirmeye yardımcı olur, In vitro yapılan çalışma sonucuna göre H1N1 virüsünü inhibe edici özellik gösterirler.”* şeklinde ifade ve tanıtımlara yer verildiği, “Hyper Immun 44 Likit” adlı ürüne ilişkin benzer tanıtımların https://hiperfarma.com.tr/immun44-likit/ URL adresinde de yayınlandığı,

https://www.immun44.com.tr/hyper-immun44-kapsul/ URL adresinde “Hyper Immun 44 Kapsül” adlı ürüne ilişkin olarak; *“IMMUN44 KAPSÜL İLE BAĞIŞIKLIĞA 4-4 LÜK DESTEK. Bağışıklık sistemine destek olur ve vücut direncini artırır. Multivitamin & Mineral Desteği sağlar. Doğal vitamin içeriği ile yüksek biyoyararlanım sağlar. Likopen ile antioksidan koruma sağlar, kardiyovasküler sisteme destektir. Lutein ile göz sağlığına destektir. Demir, folik asit ve B12 vitamini sayesinde kan yapımına katkı sağlar. Hyper C Plus Formülasyonunda bulunan Citrus Bioflavonoidleri (Polifenoller): Turunç meyvesi kabuğundan elde edilir, Yüksek antioksidan özellik gösterir, Serbest radikaller ile savaşarak bağışıklık sistemini güçlendirmeye yardımcı olur, In vitro yapılan çalışma sonucuna göre H1N1 virüsünü inhibe edici özellik gösterirler.”* şeklinde ifade ve tanıtımlara yer verildiği, “Hyper Immun 44 Kapsül” adlı ürüne ilişkin benzer tanıtımların https://hiperfarma.com.tr/immun44-kapsul/ URL adresinde de yayınlandığı,

https://www.immun44.com.tr/hyper-immun44-pastil/ URL adresinde *“Hyper Immun 44 Pastil” adlı ürüne ilişkin olarak; “Immun 44 Pastil. Bağışıklık sistemi desteği. Doğal vitamin içeriği. Multivitamin & Mineral Desteği. Likopen ile antioksidan koruma. Folik asit ve B12 vitamini ile kan yapımına destek. Lutein ile göz sağlığına destek. Hyper C Plus Formülasyonunda bulunan Citrus Bioflavonoidleri (Polifenoller): Turunç meyvesi kabuğundan elde edilir, Yüksek antioksidan özellik gösterir, Serbest radikaller ile savaşarak bağışıklık sistemini güçlendirmeye yardımcı olur, In vitro yapılan çalışma sonucuna göre H1N1 virüsünü inhibe edici özellik gösterirler.”* şeklinde ifade ve tanıtımlara yer verildiği, “Hyper Immun 44 Pastil” adlı ürüne ilişkin benzer tanıtımların https://hiperfarma.com.tr/immun44-pastil/ URL adresinde de yayınlandığı,

"Immun 44 Turkiye" adlı Youtube kanalının https://www.youtube.com/watch?v=LGjxlrA-7pA URL adresi ile "Hiper Farma" isimli Youtube kanalının https://www.youtube.com/watch?v=HSDJUKu2PH0 URL adresinde ve televiyon kanallarında yayınlanan “Immun 44 ile Bağışıklık Sisteminize Destek Olun!” başlıklı tanıtım filminde, buzla kaplı bir suya dalan bir kişi ile birlikte, *“Neyse ki bağışıklık sisteminizi güçlendirmek için başka yöntemler de var. Immun 44, Sadece Eczanelerde. Şimdi yetişkilnler için pastil formu da var”* şeklinde sesli ifadelere, Youtube'da yer alan tanıtım videolarının açıklama bölümünde, *“Bağışıklık sisteminizi güçlü tutmanın yollarını arıyorsanız başka yöntemler denemelisiniz. Phyto-Panmol teknolojisi ile üretilen; 13 Vitamin 8 Mineral ve Polifenoller içeren formülü ile Immun44 Yanınızda! Immun44, bağışıklık sisteminizin normal fonksiyonuna katkıda bulunurken, vücudun normal enerji metabolizmasını düzenlemeye de yardımcı olur… 44 Farklı bileşenden oluşan Immun44 varken, bağışıklığınızı desteklemek için başka yöntemler aramanıza gerek yok. Immun44 Likit ve yetişkinler için kapsül formu sadece eczanelerde!”* şeklinde yazılı ifadelere, televiyon kanallarında yayınlanan reklam filmlerinde altyazı olarak, *"PHYTO-PANMOL teknolojisi ile üretilen Hyper Immun 44 bağışıklık sisteminin normal fonksiyonlarına katkıda bulunan takviye edici gıdadır. İlaç değildir. PHYTO-PANMOL Teknolojisi doğal besin kaynaklarından biyolojik olarak aktif, doğal mikrobesinlerin elde edilmesini sağlayan patentli bir teknolojidir. Hyper Immun 44 Liquid 4-10 yaş arası çocukların kullanımına uygundur."* şeklinde ifadelere ve durağan yazı olarak da *"Sadece Eczanelerde. Takviye edici gıdadır."* ifadelerine yer verildiği,

"Hiper Farma" adlı Youtube kanalının https://www.youtube.com/watch?v=ss6NFce4V\_U URL adresinde ve televizyon kanallarında yayınlanan “44 Farklı Bileşen İle Bağışıklığınıza 4x4'lük Destek!” başlıklı tanıtım filminde, *“Patentli Panmol teknolojisi sayesinde, doğal vitaminler içeren Immun 44 Likit, vücudun ihtiyaç duyduğu vitamin ve mineralleri almanıza yardımcı olur. Patentli formülü bağışıklık sisteminin normal fonksiyonlarına katkıda bulunurken, vücudun normal enerji fonksiyonlarını desteklemeye yardımcı olur. 4x4’lük destek için Immun 44 Likit ile yetişkinler için kapsül formu sadece eczanelerde”* şeklinde sesli ifadeler ile tanıtımı yapılan ürünleri kullanan kadın oyuncu ile çocuğun ürünü içtikten sonra etraflarında koruyucu kalkan oluştuğunu tasvir eden görüntülere yer verildiği, söz konusu tanıtım filminin daha uzun versiyonunun https://www.youtube.com/watch?v=7YAooWPz\_Zg URL adresinde yayınlandığı, söz konusu sayfada açıklama bölümünde, *“44 Farklı bileşenle 4 Mevsim 4x4'lük destek sağlayan Immun44 ile bağışıklığınızın normal fonksiyonuna destek olurken, vücudunuzun normal enerji metabolizmasını düzenlemeye de yardımcı olun!”* şeklinde yazılı ifadelerin yer aldığı, ayrıca söz konusu televizyon reklamında altyazı olarak, *"PHYTO-PANMOL teknolojisi ile üretilen Hyper Immun 44 bağışıklık sisteminin normal fonksiyonlarına katkıda bulunan takviye edici gıdadır. İlaç değildir. PHYTO-PANMOL Teknolojisi doğal besin kaynaklarından biyolojik olarak aktif, doğal mikrobesinlerin elde edilmesini sağlayan patentli bir teknolojidir. Hyper Immun 44 Liquid 4-10 yaş arası çocukların kullanımına uygundur."* şeklinde ifadelere ve durağan yazı olarak da *"Sadece Eczanelerde. Takviye edici gıdadır."* ifadelerine yer verildiği,

Diğer yandan, https://www.instagram.com/immun44turkiye/ adresli sosyal medya hesabının 22.01.2021 tarihli görünümünde "Hyper Immun 44" isimli ürünün; *"Virüs ve bakteriler her gün size ve sevdiklerinize ulaşmanın bir yolunu arar. Hastalıklardan korunmanın en iyi yolu bağışık sisteminizi güçlendirmektir. Patentli Phyto-Panmol teknolojisi ile elde edilmiş doğal vitaminlerden oluşan İmmun44, multivitamin ve mineral desteği sağlar. İçerisinde bulunan 13 vitamin, 8 mineral ve H1N1 üzerine etkisi in vitro çalışmalarla kanıtlanan polifenoller sayesinde bağışıklık sisteminizi güçlendirmeye yardımcı olurken hastalıklara karşı etkin koruma sağlar. Sağlığınız için 4-4’lük destek sağlayan Immun44 Kapsül ve Immun44 Şurup tüm eczanelerde. (...) Bağışıklık sisteminde polifenollerin gücü! Polifenoller vitamin ve minerallerden farklı olarak temel besin öğesi olmayan, çoklu fenol grubu içeren bileşiklerdir. Bağışıklık güçlendirici fonksiyonları vardır. Antiviral ve antibakteriyel etkileri bilimsel çalışmalarla kanıtlanmıştır. Yüksek antioksidan özellikleri sayesinde oksidatif stres, inflamasyon ve kanser hücresi gelişimini azaltırlar. (...) Bizi bekleyen soğuk kış günlerine karşı önleminizi aldınız mı? Her ne kadar iyi beslensek de vücudumuz gereken vitamin ve mineralleri aldığı besinlerle tam olarak karşılayamaz. Kış aylarında gribal enfeksiyon ve soğuk algınlıklarına karşı koruma amaçlı vitamin ve mineral depolarımızı yeterince doldurmamız gerekir. Turunç kabuğundan elde edilen Polifenollerden, 13 vitaminden ve 6 mineralden oluşan Immun44 tüm eczanelerde!" şeklinde, "Super Map Liquid" isimli ürünün; "İnsitol, kolin, vitaminler ve mineraller içeren formülüyle bitkisel takviye sağlayan SuperMap, konsantrasyon ve dikkat eksikliği üzerinde etkilidir." şeklinde, "Floradix Demir ve Vitamin İçeren Sıvı Takviye Edici Gıda" isimli ürünün; "Demir eksikliği durumunda vücutta oluşacak sorunlar: - Bağışıklık sisteminde zayıflama ve hastalıklara kolay yakalanma - Hamilelikte sorunlar (Erken doğum riski, bebeğin normal kilosunda olmaması, bebeğin zihinsel gelişiminde yaşanabilecek sorunlar.) - Kalp rahatsızlıkları - Bebek ve çocuklarda gelişim ve zeka geriliği. Almanya'dan ithal Floradix, demir ve vitaminler içeren zengin formülü ile yanınızda."* şeklinde ifadelerle tanıtımının yapıldığı hususları tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu tanıtımlarda, zaten doğal olması beklenen gıda bileşenlerine ilişkin olarak yer verilen *“Immun 44’de yer alan doğal vitamin ve mineraller, Doğal vitamin içeriği”* gibi ifadelerin tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı olduğu, söz konusu ifadelerle tüketiciler nezdinde, piyasada satışı yapılan diğer takviye edici gıdalarda doğal olmayan vitamin ve mineraller bulunduğu şeklinde bir algı oluşturulduğu,

Bu hususlara ek olarak, incelemeye konu reklam ve tanıtımlarda mevzuatta izin verilen sınırların dışına çıkan sağlık beyanlarına yer verildiği, yürürlükte olan mevzuat hükümlerine göre, kullanımına izin verilen sağlık beyanlarının gıdanın/ürünün kendisine değil gıdanın/ürünün içeriğinde bulunan bileşene atıf yapması ve doğrudan ilgili bileşenle birlikte kullanılması gerektiği, bununla birlikte, anılan tanıtımlarda yer alan sağlık beyanlarının doğrudan firmaya ait "Hyper Immun 44" adlı ürüne atıf yapacak ve beyanda belirtilen etkinin ürünün kendisi tarafından sağlandığını öne sürecek şekilde kullanıldığı,

Diğer yandan, söz konusu tanıtımlarda, ilgili mevzuatta izin verilen sağlık beyanları arasında yer almayan *“bağışıklık sistemini destekleme, bağışıklığı güçlendirme, antioksidan koruma, serbest radikaller ile savaşma, göz sağlığına destek, kan yapımına destek, H1N1 virüsünü inhibe etme, kardiyovasküler sistemi destekleme, vücut direncini arttırma, iştah düzenlemeye yardım etme, çocukların büyüme ve gelişimine katkı sağlama, sık hastalanan çocuklarda etkin koruma sağlama”* şeklinde beyanlarda bulunulduğu, endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç bu tür beyanlarla takviye edici gıda niteliğinde olan firma ürünlerinin birçok hastalığı veya sağlık sorununu iyileştirdiği, tedavi ettiği veya önlediği şeklinde bir izlenim oluşturularak söz konusu ürünlerin 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, firma ürünlerine ilişkin olarak bu tür sağlık beyanlarında 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,

Son olarak, inceleme konusu ürünler de dahil olmak üzere takviye edici gıda tanıtımlarında sıklıkla karşılaşılan ve ürünlerin sadece eczanelerde satıldığını belirten *"Sadece Eczanelerde"* beyanına ilişkin olarak Tarım ve Orman Bakanlığı'ndan alınan yazılı görüşte, *"Türk Gıda Kodeksi Gıda Etiketleme ve Tüketicileri Bilgilendirme Yönetmeliğinin 7 nci maddesinin üçüncü fıkrasında yer alan "Özel beslenme amaçlı gıdalar ile ilgili mevzuat hükümleri saklı kalmak kaydıyla, gıdanın bir hastalığı önleme, tedavi etme veya iyileştirme özelliğine sahip olduğuna dair bilgilendirme yapılamaz, bu tür özelliklere atıfta bulunulamaz." hükmüne istinaden, takviye edici gıdaların etiketinde/reklamında yer verilen "Sadece Eczanelerde Satılır" ifadesinin, ürünün tedavi etme ve iyileştirme özelliği olan bir ilaç olduğu algısı yaratacağından, söz konusu ifadenin mevzuata uygun bulunmadığı"* belirtilmiş olup, bu doğrultuda, firma ürünlerine ilişkin olarak "E" şeklindeki Eczane logosu ile birlikte kullanılan *"Sadece Eczanelerde"* beyanının tüketiciler nezdinde ürünlerin ilaç veya beşeri tıbbi ürün olduğu algısı oluşturması ve ayrıca eczanelerin tüketicilerde sahip olduğu güven algısı kullanılarak söz konusu ürünlerin de güvenilir olduğu izlenimi yaratması nedeniyle mevzuata aykırı ve tüketicileri yanıltıcı nitelikte 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 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 8, 9, 26 ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Hiper Farma İlaç Tic. ve Paz. Ltd. Şti.** hakkında, söz konusu reklamlar ile ilgili olarak, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**100)**

**Dosya No: 2021/774**

**Şikayet Edilen: Orzaks İlaç ve Kimya San. Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından bağışıklık sistemi destek ürünleri grubu olarak adlandırılan ve Imunol markasıyla satışı yapılan takviye edici gıdalara ilişkin reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020-2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, Televizyon

**Tespitler:** Yapılan inceleme sonucunda; 09.01.2021 tarihinden itibaren ulusal televizyon kanallarında yayınlanan *"Imunol bağışıklığından emin ol"* sloganlı reklamlarda, *"Imunol, çocuklar ve yetişkinlere özel geliştirilmiş formülüyle bağışıklık sistemini korumaya yardımcı olur. Imunol, bağışıklığından emin ol! Yeni formlarıyla genişleyen Imunol ailesi. Orzaks güvencesiyle tüm eczanelerde."* sesli ifadelerine, reklamda altyazı olarak, *"C vitamini ve çinko bağışıklık sisteminin normal fonksiyonuna katkıda bulunur - Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği. Imunol sıvı formlar 4-10 yaş grubu çocukların, Imunol kapsül formlar ise 11 yaş ve üzeri yetişkinlerin kullanımına uygundur."* yazılı ifadelerine ve ekranda durağan yazı olarak ise *"Imunol Bağışıklığından emin ol"* ifadesine yer verildiği,

04.10.2020 tarihinde NTV isimli kanalda yayınlandığı tespit edilen "Imunol" markalı ürünlere ilişkin bir başka televizyon reklamında ise, *"Güçlü bağışıklık sistemi hastalıklardan korunmak için çok önemlidir. Imunol, çocuklar ve yetişkinler için geliştirilmiş formülüyle bağışıklığınızı destekler. Imunol, bağışıklığından emin ol! Orzaks güvencesiyle tüm eczanelerde."* sesli ifadelerine, reklamda altyazı olarak, *"C vitamini ve çinko bağışıklık sisteminin normal fonksiyonuna katkıda bulunur - Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği. Imunol sıvı formlar 4-10 yaş grubu çocukların, Imunol kapsül formlar ise 11 yaş ve üzeri yetişkinlerin kullanımına uygundur."* yazılı ifadelerine ve ekranda durağan yazı olarak ise *"Imunol Bağışıklığından emin ol"* ifadesine yer verildiği, ayrıca reklam filminin başlangıcında ekranda durağan yazı olarak yer alan *"Güçlü bağışıklık sistemi hastalıklardan korunmak için çok önemlidir!"* ifadesinin etrafında Covid-19 hastalığına yol açan koronavirüsü temsil eden virüs görsellerine yer verildiği, söz konusu kırmızı renkli koronavirüs görsellerinin reklam filminin devamında Imunol isimli ürünün etrafında oluşan koruma kalkanının dışında kalacak şekilde yer almaya devam ettiği,

Öte yandan, Imunol markalı ürünlerin, firmaya ait www.orzax.com adresli internet sitesinde Ürünlerimiz > Bağışıklık alt başlığı altında listelendiği, yine anılan internet sitesinde yer alan inceleme konusu ürünlere ilişkin tanıtım sayfalarında, *"Bağışıklık sistemini desteklemek üzere geliştirilmiş gıda takviyesidir... Bağışıklık arttırıcı gıda takviyesi ürünleri... Bağışıklık sistemi destek ürünleri grubunda özellikle Sambucus nigra (Kara mürver) içeren ürünleri tercih edenler için geliştirilmiştir... Çocukların bağışıklık sistemini desteklemek üzere geliştirilmiş sıvı formda gıda takviyesidir... Orzax bağışıklık sistemi ürünleri; yetişkinler için kapsül, tablet, efervesan, çocuklar için ise şurup ve damla formları ile satışa sunuluyor..."* şeklinde ifadelere yer verildiği,

Reklam Kurulu'nun 09.06.2020 tarih ve 296 sayılı toplantısında, "Anne Bebek" adlı derginin 01.12.2018 tarihli 216 ncı sayısının 63 üncü sayfasının görünümünde; "Imunol" isimli ürünün, *"Imunol ise, zengin ve doğal içeriği ile tüm ailenin bağışıklık sistemini hastalıklara karşı doğal yoldan desteklemeye yardımcı olur."* şeklinde ifadelerle yapılan tanıtımında, endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç ifadeler kullanılarak mevzuatta izin verilen sağlık beyanlarının dışına çıkan tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği, esasen mevzuat gereği ürünün içeriğinde bulunan bileşenler için izin verilen sağlık beyanlarının bahse konu bileşenlere atıfta bulunmak yerine doğrudan ürünün kendi adı ile beraber kullanıldığı görüş ve kanaatine varılarak Orzaks İlaç ve Kimya San. Tic. A.Ş. hakkında *durdurma cezası* uygulandığı hususları tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu reklamlarda yer alan *"bağışıklık sistemini korumaya yardımcı olma, Bağışıklığından emin ol, bağışıklık sistemini destekleme, bağışıklık sistemi ürünleri, bağışıklık arttırıcı gıda takviyesi ürünleri, bağışıklık sistemi destek ürünleri grubu"* gibi ifadelerin tanıtımı yapılan ürünleri sağlıkla ilişkilendiren sağlık beyanları olduğu, halihazırda geçerli olan mevzuat hükümlerine göre, çeşitli vitaminler, mineraller ve probiyotikler gibi insanın bağışıklık sistemine etkisi - katkısı olabilecek ürünlerin tanıtımlarında kullanılabilecek beyanlar, *"bağışıklık sisteminin normal fonksiyonuna katkıda bulunur"* veya *"bağışıklık sistemini desteklemeye yardımcı olur"* şeklinde sınırlandırılmış olmasına rağmen, mevzuatta tanınan sınırları aşan bu tür beyanlarla takviye edici gıda niteliğinde olan firma ürünlerinin kullanımıyla bağışıklık sisteminin güçleneceği ve hastalıklara karşı daha dirençli olunacağı mesajının verildiği, böylece söz konusu ürünlerin 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 bulunabilmesi için ilgili idari otoriteden (Sağlık Bakanlığı Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Kurumu) izin alınması gerektiği, kullanılan bu beyanlar için ilgili otoriteden izin alınmadığından söz konusu beyanların doğruluğunun bilimsel olarak ispat edilmiş sayılamayacağı, dolayısıyla doğruluğu bilimsel olarak ispat edilmemiş bu beyanlarla tüketicilerin aldatılıp yanıltıldığı,

Ayrıca yürürlükte olan mevzuat hükümlerine göre, kullanımına izin verilen sağlık beyanlarının gıdanın/ürünün kendisine değil gıdanın/ürünün içeriğinde bulunan bileşene atıf yapması ve doğrudan ilgili bileşenle birlikte kullanılması gerektiği, bununla birlikte, anılan tanıtımlarda yer alan bağışıklık sistemi ile ilişkili sağlık beyanlarının doğrudan firmaya ait "Imunol" adlı ürünlere atıf yapacak ve beyanda belirtilen etkinin ürünün kendisi tarafından sağlandığını öne sürecek şekilde kullanıldığı,

Diğer yandan, inceleme konusu reklam filminde koronavirüsü sembolize eden virüs görüntüleri ile Imunol isimli ürünün etrafında oluşan koruma kalkanı şeklindeki görsellerle, söz konusu ürünün içeriğindeki bileşenler sayesinde bağışıklık sistemini güçlendirdiği ve başta Covid-19 olmak üzere her türlü viral enfeksiyona karşı koruyucu bir özelliğe sahip olduğu izleniminin uyandırıldığı, ayrıca söz konusu reklamların, Covid-19 adlı hastalığın ülkemizde ve dünyada salgın halinde seyrettiği bir dönemde yayınlanması suretiyle, insanların bilgi ve tecrübe eksikliği ile korku ve endişelerinin istismar edilerek ticari rant elde edilmeye çalışıldığı,

Bu hususlara ek olarak, Reklam Kurulu'nun 09.06.2020 tarih ve 298 sayılı toplantısında, inceleme konusu Imunol adlı 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 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 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 **Orzaks İlaç ve Kimya San. Tic. A.Ş.** hakkında, söz konusu reklamlar ile ilgili olarak, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **457.308 TL (Dörtyüzelliyedibinüçyüzsekiz Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**101)**

**Dosya No: 2020/781**

**Şikâyet Edilen: Sifar İlaçları Ticaret ve Sanayi Anonim Şirketi**

**Şikâyet Edilen Reklam:** Firmaya ait sosyal medya hesabında (Instagram) yayınlanan “New Life” markalı Natur D3 Sprey ve Folifor Duo isimli ürünlere ilişkin reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Şikâyetçi İddiaları:** Yapılan başvuruda, anılan sosyal medya hesabında “New Life” markalı Natur D3 Sprey ve Folifor Duo isimli ürünlere yönelik gerçekleştirilen tanıtımlarda mevzuata aykırı sağlık beyanlarına yer verildiği ve söz konusu reklamların tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı olduğu iddia edilmektedir.

**Tespitler:** https://www.instagram.com/p/CAPbZkPgx-I/, https://www.instagram.com/p/CBK-nE0gHQb/, https://www.instagram.com/p/CA7OycUgGI6/, https://www.instagram.com/p/B\_ kMQFWAFOQ/, https://www.instagram.com/p/CAxFQ2KgMtL/ ve https://www.instagram. com/p/B\_NByqgAzhB/ URL adreslerinin 21.07.2020 tarihli görünümlerinde mevzuata aykırı sağlık beyanlarına, endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Reklâm Veren Açıklamaları:** Firma tarafından yapılan açıklamada, paylaşımların ürünleri tanıtmak amacıyla değil akademik çalışmalarla ispatlanan bilimsel verileri takipçilerle paylaşarak salgın döneminde halkın farkındalığının yüksek tutulmasına katkı sağlamak amacıyla yapıldığı, yer verilen ifadelerin sağlık beyanı olmadığı ve bilimsel makalelerle kanıtlanmış bilgilerden oluştuğu, tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı olmadığı ve inceleme konusu tanıtımların kaldırıldığı ifade edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, sağlık beyanı içeren ifadelere yer verilerek tanıtım yapıldığı, bu tür beyanlarla takviye edici bir gıda niteliğinde olan söz konusu ürünlerin sanki 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 her hangi bir sağlık beyanında bulunabilmesi için ilgili idari otoriteden (Sağlık Bakanlığı Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Kurumu) izin alınması gerektiği, kullanılan 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 değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu reklamların;

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında 5/1-a, b, c, ç, d, h ve i maddesi,

- 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-a, b, c ve ç, 8/1, 8/2, 8/3, 8/4, 8/5, 9/1, 9/2 maddeleri,

- Türk Gıda Kodeksi Takviye Edici Gıdalar Tebliği’nin (Tebliğ No: 2013/49) 13/1 ve 13/2-c ve ç maddeleri,

- 1262 sayılı İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanunu’nun 18/2, 18/3 ve 19/1 maddeleri,

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/1-b, 5/1-ç, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/8-a, 7/8-b, 8/1, 8/3, 9/1, 9/2, 9/5, 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 **Sifar İlaçları Ticaret ve Sanayi Anonim Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **104.781,00-TL (Yüzdörtbinyediyüzseksenbir Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**102)**

**Dosya No: 2021/180**

**Şikâyet Edilen: Ersan Alışveriş Hizmetleri ve Gıda San. Tic. A.Ş. (KİM Market)**

**Şikâyet Edilen Reklam:** www.trendyol.com adresinde yayımlanan Kim Market’te minimum 25 TL’lik alışverişe Damak marka antepfıstıklı kare çikolatanın 7,75 TL’den 1 TL’ye düştüğüne yönelik reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Şikâyetçi İddiaları:** Yapılan başvuruda, 09.12.2020 tarihinde www.trendyol.com adresinde yayımlanan Kim Market’te minimum 25 TL’lik alışverişe Damak marka antepfıstıklı kare çikolatanın 7,75 TL’den 1 TL’ye düştüğüne ilişkin tanıtımı gören tüketicinin kampanyadan faydalanmak amacıyla kampanyalı ürünle beraber 28 TL tutarında alışveriş yaptığı ancak sipariş tesliminde kampanyalı ürünün getirilmediği, bunun üzerine Trendyol asistanı ile çevrimiçi olarak yapılan görüşmede tüketiciye kampanyalı ürünün stokunun bitmiş olabileceği bilgisinin verildiği, bunun üzerine siparişini iptal etmek isteyen tüketiciye mesai saatlerinin dışında olunduğu bilgisinin verildiği ve bu durumun tüketici mağduriyetine yol açtığı iddia edilmektedir.

**Tespitler:** www.trendyol.com üzerinde Kim Market’te minimum 25 TL’lik alışverişe Damak marka antepfıstıklı kare çikolatanın 7,75 TL’den 1 TL’ye düştüğüne yönelik reklam ve tanıtımların yapıldığı, anılan reklamda ürünün stoklarla sınırlı olduğu bilgisinin verildiği ancak stok miktarına yer verilmediği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, www.trendyol.com adresinde yayımlanan reklam ve tanıtımlarda, 9-10 Kasım 2020 tarihlerinde Kim Market’ten yapılacak minimum 25 TL’lik alışverişte Damak marka antepfıstıklı kare çikolatanın fiyatının 7,75 TL’den 1 TL’ye indirildiği bilgisine yer verildiği, indirimli satış kampanyasının stoklarla sınırlı olduğunun belirtildiği ancak Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin “İndirimli Satışlar” başlıklı 13’üncü maddesinde yer alan, “*(9) Fiyatın geçerliliği ile ilgili bir süre veya stok sınırı var ise, bu süre ve stok miktarı reklamlarda açıkça belirtilir*.” ve 14’üncü maddesinde yer alan “*(1) Bir mal veya hizmete ilişkin indirim yapıldığını gösteren yazılı, sesli veya görsel herhangi bir ibarenin yer aldığı reklamlarda; indirimli satışın başlangıç ve bitiş tarihleri ile indirimli olarak satışa sunulan mal veya hizmetin miktarı sınırlı ise bu miktarın açık ve anlaşılır bir biçimde belirtilmesi zorunludur*.” hükümleri uyarınca, indirimli satışlara ilişkin reklam ve tanıtımlarda, indirimli olarak satışa sunulan malın miktarı sınırlı ise bu miktarın açık bir şekilde belirtilmesi gerektiği, bununla birlikte, yukarıda yer verilen indirimli satışa ilişkin tanıtım sayfasında indirimli olarak satışa sunulan ürünün stok miktarının belirtilmediği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu reklamların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 9/1, 13/9, 14/1, 32/1 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 **Ersan Alışveriş Hizmetleri ve Gıda San. Tic. Anonim Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63’üncü ve 77/12’nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**103)**

**Dosya No: 2021/187**

**Şikâyet Edilen: JP Gıda Reklam Turizm Org. San. Tic. Ltd. Şti.**

**Şikâyet Edilen Reklam:** https://juiceplanet.com/ isimli internet sitesine yayımlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Şikâyetçi İddiaları:** Yapılan başvuruda, anılan firmaya ait internet sitesinde gerçekleştirilen tanıtımlarda, mevzuata aykırı sağlık beyanlarına yer verildiği iddia edilmektedir.

**Tespitler:** https://juiceplanet.com/ adresli internet sitesinin 25.09.2020 tarihli görünümlerinde; “Ürünler” ana kategorisinin “Beslenme paketleri” alt kategorisinde yer alan reklamda “Anti Aging Set” isimli ürünün “*Belirli bir yaştan sonra kimileri için kan şekerini dengeli tutmak vücut sağlığı açısından önemli bir ayrıntı haline gelmektedir. Pancar, kırmızılahana, kırmızı elma, armut gibi besinler glisemik indeksi düşük olduğundan kan şekerinizi daha yavaş yükselterek insülin seviyesini dengede tutarlar. Bu meyveler özellikle kırmızı meyvelerde çokça bulunan antioksidanları bolca içerirler. Antioksidan meyve sebzeler, hücre yenilenmesine yardımcı olması sayesinde beyne, dolayısıyla unutkanlık, hafıza kaybı gibi problemlere, ayrıca yenilenen hücreler sayesinde daha parlak deriye, daha diri görünen bir cilde sahip olmak isteyenlere önerilmektedir.*” şeklinde; “Yeşil Set” isimli ürünün “...*kilo kontrolü sağlamanıza yardımcı olurlar*” şeklinde; “8’li C-Mix Ekonomik Paket” isimli ürünün “*C vitamini bağışıklık sistemini güçlendirir.”* şeklinde; “Spor Sonrası İçin İçecek Seti” isimli ürünün; *“...kas kramplarını engeller ve sakatlanma riskini azaltır. Kas yapımına katkı sağlar*.” şeklinde; "Detoks Seti" isimli ürünün “*Sindirim sisteminin çalışmasına katkı sunduğu gibi yarattığı tokluk hissi sayesinde daha az yeme ihtiyacı sağlar. Bu da kilo kontrolünüzde ve diyet programınızda size önemli bir destek unsuru sağlayacaktır. Kreviz, maydanoz, zencefil gibi gıdalar vücut suyunuzu (ödem) atmanıza yardımcı olur ...yani toksinleri ve zararlı maddelerin vücuttan uzaklaştırılmasını sağlar. Bu sayede vücut direnci artar. Vücuda yararlı yağ asitlerince zengindir.*” şeklinde; “Ürünler” ana kategorisinin “Tekli Juice” alt kategorisinde yer alan reklamda “No: 150 - C-Mix” isimli ürünün “*C vitamini vücudun yorgunluğunu alır, toksinlerin atılmasını sağlar ve bağışıklık sistemini güçlendirir*.” şeklinde; “No:123 - Cold Press Taze Sıkılmış Meyve Sebze Suyu” isimli ürünün “*Kırmızı elma ve yulaf lif içeriği yüksek besinlerdir, tokluk hissi verirler, bağırsaklardan geçiş süresini kısaltırlar, kötü kolesterolün düşürülmesinde yardımcı olurlar. Bağışıklık sistemini güçlendirir, vücut direncini arttırırlar. Folik asit hücre yenilenmesini ve yapımını destekler. Folik asit hamileler için de çok önemlidir.*” şeklinde; “No:122 - Yulaflı Kefırli Doğal İçecek” isimli ürünün “*Bağırsak sağlığına çok yararlıdır. Yüksek kalsiyum ve magnezyum içeriği ile kemik sağlığını korur ve kemik direnç kaybını önlemeye yardımcıdır. Vücuttaki ödemin atılmasına yardımcı olur. Kasların gelişimine yardımcı olur, spor sonrası ağrılarını ortadan kaldırır ve yorgun düşen vücudu toparlar. Kuru kayısı ise vücuttaki asit dengesini düzenler ve protein sentezine yardımcı olur. Yulaf yüksek lif içeriğiyle bağırsak sağlığına iyi gelir, kötü kolesterolü düşürür. İçeriğindeki betaglukan ile bağışıklık sistemini güçlendirir. Tarçın kan şekerini dengelemede yardımcıdır.* ” şeklinde; “No:119 - Cold Press Taze Sıkılmış Meyve Sebze Suyu” isimli ürünün “*Kandaki kötü kolesterolü düşürücü etkileri vardır. Vücudun bağışıklık sistemini kuvvetlendirici özelliği vardır. Aynı zamanda armut, Folik asit içerir, hamilelik sonrasında kaybedilen folik asiti geri kazandırır. Armut yüksek miktarda potasyum içerir ve bu kalp sağlığı için önemli bir elementtir. Potasyumdan zengin olan armut tansiyonun dengelenmesine de yardımcıdır. Üzüm pekmezi enerji verir, ayrıca demir içerir ve bu sayede aneminin önlenmesine yardımcıdır*.” şeklinde; "No:118 - Cold Press Taze Sıkılmış Yeşil Meyve Sebze Suyu" isimli ürünün; "Yüksek miktarda kalsiyum içeren dereotu, kemik sağlığını korur ve ayrıca bu sayede gaz giderici özelliği vardır. Ispanak içerdiği demir kadar önemli bir protein ve vitamin kaynağıdır, ıspanak doymamış yağları da bol miktarda içermektedir. Ispanak, dereotu ve fesleğenin sakinleştirici etkileri olduğu, kasları gevşettiği, rahatlık verdiği bilinmektedir. Ceviz, omega 3 yağ asitlerince zengin bir besin kaynağı olup omeganın beyin gelişimi için çok önemli olduğu bilinmektedir. ” şeklinde; “Ürünler” ana kategorisinin “Tüm Ürünler” alt kategorisinde yer alan reklamda “No:106 - Zencefilli Taze Sıkılmış Meyve Sebze Suyu” isimli ürünün; “*Beyaz lahana, zencefil vücuttaki ödemi atmaya yardımcı olur. Ayrıca düzenli zencefil tüketimi metabolizma hızınızı artırır. Hızlanan metabolizmanın kilo kontrolü programında size yardımcı olacağını hatırlatırız. Avokado ve ıspanak, demir depolarını doldurmanıza destek olan en önemli demir kaynaklardandır.*” şeklinde; “Direnç Paketi” isimli ürünün “*Bağışıklık sisteminin güçlendirilmesi*” şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Reklâm veren Açıklamaları:** Firma tarafından yapılan açıklamada, söz konusu tanıtımlarda kullanılan ifadelerin sağlık beyanı olmadığı, tüketicileri bilgilendirme metinlerindeki cümlelerin belirli kısımları kesilip alınarak yönlendirme yapıldığı, inceleme konusu tanıtım ifadelerinin kaldırıldığı ve tüketicilerin markalarını doğru algılaması adına www.ggbs.tarim.gov.tr adresinden kayıt başvurusu yapıldığı ifade edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, bahse konu tanıtımlarda söz konusu ürünlerin içeriğinde yer alan maddelerin ilgili mevzuatta izin verilen sağlık beyanları dışına çıkılarak tanıtımının yapıldığı, tanıtımlarda yer alan ifadelerin bir bütün olarak değerlendirildiğinde, “sağlık beyanı” olduğu, yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre herhangi bir ürüne ilişkin olarak sağlık beyanında bulunabilmesi için ilgili idari otoriteden (Sağlık Bakanlığı Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Kurumu) izin alınması gerektiği, kullanılan bu beyanlar için ilgili otoriteden izin alınmadığından söz konusu beyanların doğruluğunun ispat edilmiş sayılamayacağı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu reklamların;

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 5/1-a, b, c, ç, d ve h 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, b, c ve ç, 8/1, 8/2, 8/3, 8/4, 8/5, 9/1 ve 9/2 maddeleri,

- 5996 sayılı Veteriner Hizmetleri, Bitki Sağlığı, Gıda ve Yem Kanunu’nun 23/2 ve 24/3’üncü 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, 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 **JP Gıda Reklam Turizm Org. San. Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63’üncü ve 77/12’nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**104)**

**Dosya No: 2021/264**

**Şikâyet Edilen: Metro Grosmarket Bakırköy Alışveriş Hizmetleri Ltd. Şti.**

**Şikâyet Edilen Reklam/HTU:** metro-tr.com adresinde yayımlanan “Kırlangıç Natürel Birinci Sızma Zeytinyağı 5 L.” ürününün indirimli satışına ilişkin ticari uygulamalar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Şikâyetçi İddiaları:** metro-tr.com adresinde yayımlanan reklam ve tanıtımlarda, 30. yıl indirimleri kapsamında “Kırlangıç Natürel Birinci Sızma Zeytinyağı 5 L.” ürününün fiyatının 124,90 TL’den 99,90 TL’ye (KDV’li) indirildiğine dair ilana yer verildiği ancak indirimin geçerli olduğu süre içindeki iki farklı günde firmanın Kozyatağı/İstanbul adresinde faaliyet gösteren mağazasına giden tüketiciye ürünün üretici firmayla yaşanan sorun nedeniyle mağazaya gelmediği bilgisinin verildiği, bu tür tanıtımların mağazaya müşteri çekmek amacıyla yapıldığı ve söz konusu uygulamanın aldatıcı nitelikte olduğu iddia edilmektedir.

**Tespitler:** metro-tr.com adresinde yayımlanan reklam ve tanıtımlarda, firmanın 30. yılına özel mega fırsatlar başlığı altında “Kırlangıç Natürel Birinci Sızma Zeytinyağı 5 L.” ürününün tanıtımının yapıldığı, bu tanıtımda 19 Kasım-2 Aralık 2020 tarihleri arasında geçerli olacak şekilde ürün fiyatının 124,90 TL’den 99,90 TL’ye (KDV’li) indirildiği bilgisine yer verildiği ve ürünün stok miktarının 10.000 adet olarak belirtildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, belirtilen tarih aralığında ve belirtilen miktarda ürünün firmaya ait mağazalarda indirimli olarak satışa sunulacağı bilgisine yer verilen tanıtımdaki vaadin ürün tedarikinde yaşanan sorun nedeniyle yerine getirilemediği, kampanya tanıtımında yer alan ürün yerine farklı bir ürünün indirimli satışa söz konusu kampanyanın başlangıç tarihinden sonra dahil edilmesinin tüketicileri yanılttığı ve ortalama tüketicinin bir mal veya hizmete ilişkin ekonomik davranış biçimini etkileyebilecek nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu ticari uygulamanın;

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

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61/2, 61/3, 61/6 ve 61/7’nci ve 62’nci maddeleri,

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,ticari uygulamada bulunan **Metro Grosmarket Bakırköy Alışveriş Hizmetleri Ltd. Şti.** hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63’üncü ve 77/13’üncü maddeleri uyarınca **anılan ticari uygulamayı durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**105)**

**Dosya No: 2020/1188**

**Şikayet Edilen: Kemal AKSİNİR**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.kacmazfiyat.com adresli internet sitesinde yer alan "Altınkılıç Kefirix" isimli ürüne yönelik tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 27.12.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.kacmazfiyat.com adresli internet sitesinin 27.12.2020 tarihli görünümünde;

“Altınkılıç Kefirix Ballı Muzlu” isimli ürünün “Bir B vitamini olarak bilinen kefir, sağlığa çok yararlı bir içecektir. İştahsızlık, mide ve bağırsak rahatsızlıkları için çokça tercih edilmektedir. Kansere ve erken yaşlanmaya karşı da tüketilebilen kefir en uygun fiyata sizler için hazırlandı. Kefir, bal ve muzun bir araya gelmesiyle ortaya çıkan bu eşsiz lezzet içerdiği probiyotikler sayesinde hastalıklara karşı kalkan görevi yapıyor. Çeşitli yayınlarda kefirin iştahsızlık, uykusuzluk, verem ve böbrek hastalıklarında, bronşit ve astımda, egzama dış deri yırtılmaları ve çatlaklar tedavisinde kullanıldığı belirtilmektedir.” şeklinde,

“Altınkılıç Kefirix Sade” isimli ürünün “Bir B vitamini olarak bilinen kefir, sağlığa çok yararlı bir içecektir. İştahsızlık, mide ve bağırsak rahatsızlıkları için çokça tercih edilmektedir. Kansere ve erken yaşlanmaya karşı da tüketilebilen kefir en uygun fiyata sizler için hazırlandı. Çeşitli yayınlarda kefirin iştahsızlık, uykusuzluk, verem ve böbrek hastalıklarında, bronşit ve astımda, egzama Dış deri yırtılmaları ve çatlaklar tedavisinde kullanıldığı belirtilmektedir.” şeklinde,

“Altınkılıç Kefirix Orman Meyveli” isimli ürünün “Çeşitli yayınlarda kefirin iştahsızlık, uykusuzluk, verem ve böbrek hastalıklarında, bronşit ve astımda, egzama Dış deri yırtılmaları ve çatlaklar tedavisinde kullanıldığı belirtilmektedir.” şeklinde,

“Altınkılıç Kefirix Çilekli” isimli ürünün “Çeşitli yayınlarda kefirin iştahsızlık, uykusuzluk, verem ve böbrek hastalıklarında, bronşit ve astımda, egzama Dış deri yırtılmaları ve çatlaklar tedavisinde kullanıldığı belirtilmektedir.” şeklinde ifadelerle reklam ve tanıtımının yapıldığı 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 üncü maddeleri,

-Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/1-b, 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 **Kemal AKSİNİR** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**106)**

**Dosya No: 2020/676**

**Şikayet Edilen: Farmavita İlaç Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** *https://www.youtube.com/watch?v=THjRJTvdvMc* URL uzantılı internet sitesinde yayınlanan *“Möllers Omega-3”* isimli balık yağı ürününe ilişkin reklam.

**Reklam Yayın Tarihi:** 07.09.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** *https://www.youtube.com/watch?v=THjRJTvdvMc* URL uzantılı internet sitesinde *“Möllers Omega-3*” isimli balık yağı ürününe ilişkin reklamda sağlık beyanlarına ve *“Norveç’in 1 (bir) numaralı balık yağı”* ifadesine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Reklam Kurulu’nun 09.03.2021 tarihli ve 307 sayılı toplantısında konu ile ilgili olarak yapılan görüşme ve değerlendirmeler sonucunda;

*https://www.youtube.com/watch?v=THjRJTvdvMc* URL uzantılı internet sitesinde *“Möllers Omega-3*” isimli balık yağı ürününe ilişkin reklamda yer alan sağlık beyanlarının ilgili mevzuata uygun olduğu; ancak, *“Norveç’in 1 (bir) numaralı balık yağı”* ifadesinin, piyasada bulunan aynı mahiyetteki diğer ürünlere göre üstünlük iddiası içerdiği, üstünlük iddiasının ise karşılaştırmaya ilişkin bir unsur olduğu ve bu bakımdan Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 8. maddesinin (3) numaralı fıkrasında yer alan **“Takviye edici gıdaların karşılaştırmalı reklamı ise hiçbir şekilde yapılamaz.”** hükmüne aykırılık teşkil ettiği; ayrıca, üstünlük iddiasının kalite, içerik ve diğer benzer unsurlar açısından sübjektif olarak yorumlanabileceği göz önüne alındığında, söz konusu ifadenin her tüketicinin kendi açısından farklı bir şekilde algılayabileceği ve bu bakımdan somut ve nesnel olmadığı, tüm bu hususlar dikkate alındığında anılan ifadenin tüketicileri yanılttığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

- Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği’nin 5/1 ve 5/2-a maddeleri,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/8, 8/1-b, 8/1-c, 8/1-d, 8/1-e, 8/1-f, 8/1-ı, 8/3 ve 26/1 maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61/2, 61/3, 61/5, 61/6, 61/7 ve 61/8 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.

**107)**

**Dosya No: 2020/2233**

**Şikayet Edilen: Farmavita İlaç Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** *https://www.youtube.com/watch?v=Drz34\_zvH78* URL uzantılı internet sitesinde yayınlanan *“Möllers Omega-3”* isimli balık yağı ürününe ilişkin reklam.

**Reklam Yayın Tarihi:** 18.03.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** *https://www.youtube.com/watch?v=Drz34\_zvH78* URL uzantılı internet sitesinde *“Möllers Omega-3*” isimli balık yağı ürününe ilişkin reklamda sağlık beyanlarına ve *“Norveç’in 1 (bir) numaralı balık yağı”* ifadesine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Reklam Kurulu’nun 09.03.2021 tarihli ve 307 sayılı toplantısında konu ile ilgili olarak yapılan görüşme ve değerlendirmeler sonucunda;

*https://www.youtube.com/watch?v=Drz34\_zvH78* URL uzantılı internet sitesinde *“Möllers Omega-3*” isimli balık yağı ürününe ilişkin reklamda yer alan sağlık beyanlarının ilgili mevzuata uygun olduğu; ancak, *“Norveç’in 1 (bir) numaralı balık yağı”* ifadesinin, piyasada bulunan aynı mahiyetteki diğer ürünlere göre üstünlük iddiası içerdiği, üstünlük iddiasının ise karşılaştırmaya ilişkin bir unsur olduğu ve bu bakımdan Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 8. maddesinin (3) numaralı fıkrasında yer alan “Takviye edici gıdaların karşılaştırmalı reklamı ise hiçbir şekilde yapılamaz.” hükmüne aykırılık teşkil ettiği; ayrıca, üstünlük iddiasının kalite, içerik ve diğer benzer unsurlar açısından sübjektif olarak yorumlanabileceği göz önüne alındığında, söz konusu ifadenin her tüketicinin kendi açısından farklı bir şekilde algılayabileceği ve bu bakımdan somut ve nesnel olmadığı, tüm bu hususlar dikkate alındığında anılan ifadenin tüketicileri yanılttığı değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

- Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği’nin 5/1 ve 5/2-a maddeleri,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/8, 8/1-b, 8/1-c, 8/1-d, 8/1-e, 8/1-f, 8/1-ı, 8/3 ve 26/1 maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61/2, 61/3, 61/5, 61/6, 61/7 ve 61/8 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.

**108)**

**Dosya No: 2021/344**

**Şikayet Edilen: Farmavita İlaç Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** *https://www.instagram.com/p/CKTJcyss9ar/ ve https://www.instagram.com/p/CKmJKBcrKGI/* URL uzantılı internet sitelerinde yayınlanan *“Möllers Omega-3”* isimli balık yağı ürününe ilişkin reklamlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 21.01.2021 ve29.01.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** *https://www.instagram.com/p/CKTJcyss9ar/* URL uzantılı internet sitesinde yer alan

paylaşımda *“Doktorumuzun tavsiyesiyle başladığımız Möller’sh,em beyin gelişimi, hem de çocuklarda dikkat dağınıklığının önlenerek odaklanmanın sağlanabilmesi için çok önemli fayda sağlıyor. Özellikle evden dışarı çıkmayan ve bütün gün bilgisayar başında dinledikleri derslere konsantre olmaya çalışan çocuklar için çok yararlı. Omega 3 yetişkinlerde ise kolesterolden solunum yolu hastalıklarına, alzheimerdan depresyona kadar sayısız hastalığın önlenmesinde rol oynuyor.”, https://www.instagram.com/p/CKmJKBcrKGI/* URL uzantılı internet sitesinde yer alan paylaşımda *“Çağın hastalığı olan depresyonu önlediği bilinmektedir.”*, *“Hafızayı güçlendirir, beyin sağlığını korur, özellikle çocuklarda IQ düzeyini etkilediği kanıtlanmıştır.”*, *“Yağsız kas kütlesini korumanıza yardımcı olur.”* şeklinde beyanlara yer verildiği tespit edilmiştir. Söz konusu reklamların yer aldığı *https://www.instagram.com/mollersomega3/* URL uzantılı internet adresindeki *“mollersomega3”* isimli Instagram hesabında yer alan iletişim bilgileri kısmında e-posta adresinin uzantılı olduğu internet sitesi için Bilgi ve İletişim Teknolojileri Kurumundan, telefon numarası için Türk Telekomünikasyon Anonim Şirketinden yapılan sorgulamalar sonucunda söz konusu hesabın Farmavita İlaç Anonim Şirketine ait olduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Reklam Kurulu’nun 09.03.2021 tarihli ve 307 sayılı toplantısında konu ile ilgili olarak yapılan görüşme ve değerlendirmeler sonucunda; *https://www.instagram.com/p/CKTJcyss9ar/* ve *https://www.instagram.com/p/CKmJKBcrKGI/* URL uzantılı internet sitelerinde yayınlanan *“Möllers Omega-3”* isimli balık yağı ürününe ilişkin reklamlarda mevzuata aykırı sağlık beyanları kullanılarak tanıtım yapıldığı ve bu şekilde tüketicilerin 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 ve 5/1-i maddeleri,

- Türk Gıda Kodeksi Gıda Etiketleme ve Tüketicileri Bilgilendirme Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3 ve 7/4 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, 5/1-ç, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 9/1, 9/2, 9/5 ve 26/1 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 **Farmavita İlaç** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü maddesi ile 77 nci maddesinin (12) numaralı fıkrası uyarınca **114.326,00-TL (Yüzondörtbinüçyüzyirmialtı Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**109)**

**Dosya No: 2021/553**

**Şikayet Edilen: BİM Birleşik Mağazalar Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** BİM Mağazalarında satışa sunulan *“Bruno”* markalı bisküvi ürünlerinin gramajlarının 100 gramdan 75 grama düşürülmesi, ancak 100 gram üzerinden satışının yapılması.

**Reklam Yayın Tarihi:** 29.12.2020

**Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj

**Tespitler:** Şikayetçinin başvuru ekinde yer alan görselde, *“Bruno”* markalı bisküvi ambalajında, ürünün ağırlığının 75 gr olduğu, ancak ürünün satıldığı raf üzerinde bulunan etikette ürünün gramajının 100 gram olarak belirtildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Reklam Kurulu’nun 09.03.2021 tarihli ve 307 sayılı toplantısında konu ile ilgili olarak yapılan görüşme ve değerlendirmeler sonucunda; *“Bruno Kremalı Kakaolu Bisküvi”* ile *“Bruno Kremalı Sandviç Bisküvi*” isimli ürünlerde gramaj değişikliği yapıldığı, ancak ürün ambalajlarında da tüketiciler tarafından kolaylıkla ayırt edilebilecek farkların yer aldığı ve başvuru konusu şikayetin satışa sunulan ürünün fiyat etiketi nedeniyle oluştuğu yönünde kanaat hasıl olduğundan, inceleme konusu ticari uygulamanın 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 ve 62 nci maddelerine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**110)**

**Dosya No: 2021/554**

**Şikayet Edilen: Ergene Yayıncılık Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** 16.10.2020 tarihinde 07:00 – 07:48 saatleri arasında uydu üzerinden düzeyde yayın yapan ANADOLU TV isimli televizyon kanalında *“Garantili Viagra Set”* isimli ürüne ilişkin yapılan reklamlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 16.10.2020

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** 16.10.2020 tarihinde 07:00 – 07:48 saatleri arasında uydu üzerinden yayın yapan ANADOLU TV isimli televizyon kanalında *“Garantili Viagra Set”* isimli ürüne ilişkin yapılan reklamlarda söz konusu ürünün *“geciktirici, performans arttırıcı, büyütücü, azdırıcı”* sağlık beyanları kullanılarak tanıtım ve satışının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemede, 16.10.2020 tarihinde 07:00 – 07:48 saatleri arasında uydu üzerinden yayın yapan ANADOLU TV isimli televizyon kanalında *“Garantili Viagra Set”* isimli ürüne ilişkin yapılan reklamlarda söz konusu ürünün *“geciktirici, performans arttırıcı, büyütücü, azdırıcı”* şeklinde mevzuata aykırı sağlık beyanları kullanılarak tanıtım ve satışının yapıldığı ve bu şekilde tüketicilerin yanıltıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların,

- 1262 sayılı İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanunu’nun 18/2, 18/3 ve 19/1 maddeleri,

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

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

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

- Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği’nin 5/1, 5/2-a, 5/2-b, 9/1 ve 9/2 maddeleri,

- Türk Gıda Kodeksi Takviye Edici Gıdalar Tebliği’nin (Tebliğ No: 2013/49) 13/1 ve 13/2-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 ve 26/1 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 **Ergene Yayıncılık Anonim Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü maddesi ile 77 nci maddesinin (12) numaralı fıkrası uyarınca **20.953,00-TL (Yirmibindokuzyüzelliüç Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**111)**

**Dosya No: 2021/555**

**Şikayet Edilen: Tasfiye Halinde Sat Broadcast Radyo ve Televizyon Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** 16.10.2020 tarihinde 07:00 – 07:48 saatleri arasında uydu üzerinden yayın yapan ANADOLU TV isimli televizyon kanalında *“Garantili Viagra Set”* isimli ürüne ilişkin yapılan reklamlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 16.10.2020

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** 16.10.2020 tarihinde 07:00 – 07:48 saatleri arasında uydu üzerinden yayın yapan ANADOLU TV isimli televizyon kanalında *“Garantili Viagra Set”* isimli ürüne ilişkin yapılan reklamlarda söz konusu ürünün *“geciktirici, performans arttırıcı, büyütücü, azdırıcı”* şeklinde sağlık beyanları kullanılarak tanıtım ve satışının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Mecra Kuruluşu Açıklamaları:** Konu ile ilgili firmadan bilgi belge talep etmek için gönderilen savunma yazısı firmaya e-tebligat yolu ile iletilmesine karşın firmadan herhangi bir cevap alınamamıştır.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemede, 16.10.2020 tarihinde 07:00 – 07:48 saatleri arasında uydu üzerinden yayın yapan ANADOLU TV isimli televizyon kanalında *“Garantili Viagra Set”* isimli ürüne ilişkin yapılan reklamlarda söz konusu ürünün *“geciktirici, performans arttırıcı, büyütücü, azdırıcı”* şeklinde mevzuata aykırı sağlık beyanları kullanılarak tanıtım ve satışının yapıldığı ve bu şekilde tüketicilerin yanıltıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların,

- 1262 sayılı İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanunu’nun 18/2, 18/3 ve 19/1 maddeleri,

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

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

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

- Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği’nin 5/1, 5/2-a, 5/2-b, 9/1 ve 9/2 maddeleri,

- Türk Gıda Kodeksi Takviye Edici Gıdalar Tebliği’nin (Tebliğ No: 2013/49) 13/1 ve 13/2-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 ve 26/1 maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61/2, 61/3, 61/6 ve 61/7 maddeleri,

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, mecra kuruluşu **Tasfiye Halinde Sat Broadcast Radyo ve Televizyon 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 cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**112)**

**Dosya No: 2021/556**

**Şikayet Edilen: Lions Reklam Güvenlik Malzemeleri Temizlik Kozmetik İnşaat Malzemeleri Organizasyon Sanayi Ticaret Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** 28.01.2021 tarihinde 22:00 – 22:10 saatleri arasında uydu üzerinden yayın yapan ŞU TV isimli televizyon kanalında *“Anadolu Yöresel Doğal Antibiyotix*” isimli ürüne ilişkin yapılan reklamlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 28.01.2021

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** 28.01.2021 tarihinde 22:00 – 22:10 saatleri arasında uydu üzerinden yayın yapan ŞU TV isimli televizyon kanalında *“Anadolu Yöresel Doğal Antibiyotix”* isimli ürüne ilişkin yapılan reklamlarda söz konusu ürünün *“boğaz enfeksiyonuna iyi gelen doğal antibiyotik”, “ağrılara karşı şifa kürü”, “Solunum rahatsızlıklarına şifa kürü”, “Bağışıklık güçlendirici ve öksürüğü kesen karışım”* şeklinde sağlık beyanları kullanılarak tanıtım ve satışının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemede, 28.01.2021 tarihinde 22:00 – 22:10 saatleri arasında uydu üzerinden yayın yapan ŞU TV isimli televizyon kanalında *“Anadolu Yöresel Doğal Antibiyotix”* isimli ürüne ilişkin yapılan reklamlarda söz konusu ürünün *“boğaz enfeksiyonuna iyi gelen doğal antibiyotik”, “ağrılara karşı şifa kürü”, “Solunum rahatsızlıklarına şifa kürü”, “Bağışıklık güçlendirici ve öksürüğü kesen karışım”* şeklinde mevzuata aykırı sağlık beyanları kullanılarak tanıtım ve satışının yapıldığı ve bu şekilde tüketicilerin yanıltıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların,

- 1262 sayılı İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanunu’nun 18/2, 18/3 ve 19/1 maddeleri,

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

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

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

- Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği’nin 5/1, 5/2-a, 5/2-b, 9/1 ve 9/2 maddeleri,

- Türk Gıda Kodeksi Takviye Edici Gıdalar Tebliği’nin (Tebliğ No: 2013/49) 13/1 ve 13/2-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 ve 26/1 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 **Lions Reklam Güvenlik Malzemeleri Temizlik Kozmetik İnşaat Malzemeleri Organizasyon Sanayi Ticaret Limited Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü maddesi ile 77 nci maddesinin (12) numaralı fıkrası uyarınca **22.861,00-TL (Yirmiikibinsekziyüzaltmışbir Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**113)**

**Dosya No: 2021/557**

**Şikayet Edilen: Şu Televizyon ve Yayıncılık Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** 28.01.2021 tarihinde 22:00 – 22:10 saatleri arasında uydu üzerinden yayın yapan ŞU TV isimli televizyon kanalında *“Anadolu Yöresel Doğal Antibiyotix*” isimli ürüne ilişkin yapılan reklamlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 28.01.2021

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** 28.01.2021 tarihinde 22:00 – 22:10 saatleri arasında uydu üzerinden yayın yapan ŞU TV isimli televizyon kanalında *“Anadolu Yöresel Doğal Antibiyotix”* isimli ürüne ilişkin yapılan reklamlarda söz konusu ürünün *“boğaz enfeksiyonuna iyi gelen doğal antibiyotik”, “ağrılara karşı şifa kürü”, “Solunum rahatsızlıklarına şifa kürü”, “Bağışıklık güçlendirici ve öksürüğü kesen karışım”* şeklinde sağlık beyanları kullanılarak tanıtım ve satışının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Mecra Kuruluşu Açıklamaları:** Konu ile ilgili firmadan bilgi belge talep etmek için gönderilen savunma yazısı firmaya e-tebligat yolu ile iletilmesine karşın firmadan herhangi bir cevap alınamamıştır.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemede, 28.01.2021 tarihinde 22:00 – 22:10 saatleri arasında uydu üzerinden yayın yapan ŞU TV isimli televizyon kanalında *“Anadolu Yöresel Doğal Antibiyotix*”isimli ürüne ilişkin yapılan reklamlarda söz konusu ürünün *“boğaz enfeksiyonuna iyi gelen doğal antibiyotik”, “ağrılara karşı şifa kürü”, “Solunum rahatsızlıklarına şifa kürü”, “Bağışıklık güçlendirici ve öksürüğü kesen karışım”* şeklinde mevzuata aykırı sağlık beyanları kullanılarak tanıtım ve satışının yapıldığı ve bu şekilde tüketicilerin yanıltıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların,

- 1262 sayılı İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanunu’nun 18/2, 18/3 ve 19/1 maddeleri,

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

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

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

- Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği’nin 5/1, 5/2-a, 5/2-b, 9/1 ve 9/2 maddeleri,

- Türk Gıda Kodeksi Takviye Edici Gıdalar Tebliği’nin (Tebliğ No: 2013/49) 13/1 ve 13/2-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 ve 26/1 maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61/2, 61/3, 61/6 ve 61/7 maddeleri,

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, mecra kuruluşu **Şu Televizyon ve Yayıncılık Anonim Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü maddesi ile 77 nci maddesinin (12) numaralı fıkrası uyarınca **22.861,00-TL (Yirmiikibinsekziyüzaltmışbir Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**114)**

**Dosya No: 2021/558**

**Şikayet Edilen: Ülker Çikolata Sanayi Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** Ülker Çikolata Sanayi Anonim Şirketi tarafından üretilerek piyasaya arz edilen *“Ülker Çikolatalı Gofret”* markalı ürünlerin gramajının 39 gramdan 36 grama düşürülmesi, ancak 100 gram üzerinden satışının yapılması.

**Reklam Yayın Tarihi:** 04.02.2021

**Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj

**Tespitler:** Şikayetçinin başvuru ekinde yer alan görselde, *“Ülker Çikolatalı Gofret”* markalı ürünlerin markalı bisküvi ambalajında, ürünün ağırlığının 36 gr olduğu, ancak ürünün satıldığı raf üzerinde bulunan etikette ürünün gramajının 39 gram olarak belirtildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Reklam Kurulu’nun 09.03.2021 tarihli ve 307 sayılı toplantısında konu ile ilgili olarak yapılan görüşme ve değerlendirmeler sonucunda; *“Ülker Çikolatalı Gofret”* isimli üründe gramaj değişikliği yapıldığı, ancak ürün ambalajlarında değişikliklerin bulunduğu, başvuru konusu şikayetin satışa sunulan ürünün fiyat etiketi nedeniyle oluştuğu ve söz konusu uygulamanın mevcut durumda yürürlükte olan mevzuata aykırı bir durum teşkil etmediği yönünde kanaat hasıl olduğundan, inceleme konusu ticari uygulamanın 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 ve 62 nci maddelerine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**115)**

**Dosya No: 2021/559**

**Şikayet Edilen: Eti Gıda Sanayi Ve Ticaret Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** Eti Gıda Sanayi Ve Ticaret Anonim Şirketi tarafından üretilerek piyasaya arz edilen “*Eti Puf Hindistan Cevizi Kaplamalı Marshmallow Bisküvi”* markalı ürünlerin gramajının 18 gramdan 16 grama düşürülmesi, ancak 18 gram üzerinden satışının yapılması.

**Reklam Yayın Tarihi:** 04.02.2021

**Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj

**Tespitler:** Şikayetçinin başvuru ekinde yer alan görselde, “*Eti Puf Hindistan Cevizi Kaplamalı Marshmallow Bisküvi”* markalı ürünlerin markalı bisküvi ambalajında, ürünün ağırlığının 16 gr olduğu, ancak ürünün satıldığı raf üzerinde bulunan etikette ürünün gramajının 18 gram olarak belirtildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Reklam Kurulu’nun 09.03.2021 tarihli ve 307 sayılı toplantısında konu ile ilgili olarak yapılan görüşme ve değerlendirmeler sonucunda; *“Eti Puf Hindistan Cevizi Kaplamalı Marshmallow Bisküvi”* isimli üründe gramaj değişikliği yapılmadığı ve inceleme konusu şikayetin birbirine benzeyen farklı ürünlerin aynı fiyat etiketi altında teşhir edilmesi kaynaklı yanlış algılama nedeniyle oluştuğu yönünde kanaat hasıl olduğundan, inceleme konusu ticari uygulamanın 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 ve 62 nci maddelerine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**116)**

**Dosya No: 2021/591**

**Şikayet Edilen: GlaxoSmithKline Tüketici Sağlığı Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** *https://www.instagram.com/p/CJIa9nApu1e*, *https://www.instagram.com/p/CJGb-\_FJzxT, https://www.instagram.com/p/CJEKWScJrdI, https://www.instagram.com/p/CI0d6b9Jg6F, https://www.youtube.com/watch?v=vk-YthjUdzU* URL uzantılı internet sitelerinde yapılan *“Centrum Advance”* isimli takviye edici gıda mahiyetindeki ürüne ilişkin reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 15.12.2020, 21.12.2020, 22.12.2020, 23.12.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** GlaxoSmithKline Tüketici Sağlığı Anonim Şirketi tarafından piyasaya arz edilen *“Centrum Advance”* isimli ürüne ilişkin*https://www.instagram.com/p/CJIa9nApu1e, https://www.instagram.com/p/CJGb-\_FJzxT, https://www.instagram.com/p/CJEKWScJrdI* URL uzantılı internet sitelerinde yer alan reklamlarda *“1 Adet Centrum Multivitamin 3 bütün avakado ile eşit miktarda E vitamini içerir, 1 tablet centrum = 3 avakado”, “1 Adet Centrum Multivitamin 14 çilek ile eşit miktarda C vitamini içerir, 1 tablet centrum = 14 çilek”, “1 Adet Centrum Multivitamin 6 tabak ıspanak ile eşit miktarda antioksidan E vitamini içerir, 1 tablet centrum = 3 tabak ıspanak”* şeklinde ifadelere; *https://www.instagram.com/p/CI0d6b9Jg6F ve https://www.youtube.com/watch?v=vk-YthjUdzU* URL uzantılı internet sitelerinde yer alan reklamlarda ise *“Dünyanın 1 numaralı multivitamini Centrum”* ifadesine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Reklam Kurulu’nun 09.03.2021 tarihli ve 307 sayılı toplantısında konu ile ilgili olarak yapılan görüşme ve değerlendirmeler sonucunda;

*https://www.instagram.com/p/CI0d6b9Jg6F* URL uzantılı internet adresinde yer alan reklamda kullanılan *“Dünyanın 1 numaralı multivitamini Centrum”* ifadesinin, piyasada bulunan aynı mahiyetteki diğer ürünlere göre üstünlük iddiası içerdiği, üstünlük iddiasının ise karşılaştırmaya ilişkin bir unsur olduğu ve bu bakımdan Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 8. maddesinin (3) numaralı fıkrasında yer alan “Takviye edici gıdaların karşılaştırmalı reklamı ise hiçbir şekilde yapılamaz.” hükmüne aykırılık teşkil ettiği; ayrıca, üstünlük iddiasının kalite, içerik ve diğer benzer unsurlar açısından sübjektif olarak yorumlanabileceği göz önüne alındığında, söz konusu ifadenin her tüketicinin kendi açısından farklı bir şekilde algılayabileceği ve bu bakımdan somut ve nesnel olmadığı; ayrıca, *https://www.instagram.com/p/CJIa9nApu1e* URL uzantılı internet adresinde yer alan reklamda *“1 Adet Centrum Multivitamin 3 bütün avakado ile eşit miktarda E vitamini içerir, 1* *tablet centrum = 3 avakado”* ifadesine, *https://www.instagram.com/p/CJGb-\_FJzxT* URL uzantılı internet adresinde yer alan reklamda*“1 Adet Centrum Multivitamin 14 çilek ile eşit miktarda C vitamini içerir, 1 tablet centrum = 14 çilek”* ifadesine, *https://www.instagram.com/p/CJEKWScJrd*I URL uzantılı internet adresinde yer alan reklamda*“1 Adet Centrum* *Multivitamin 6 tabak ıspanak ile eşit miktarda antioksidan E vitamini içerir, 1 tablet centrum = 3 tabak* *ıspanak”* ifadesineyer verilerek tanıtım yapıldığı tespit edilmiş ve söz konusu ifadelerin Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliğinin 5. maddesinin (2) numaralı fıkrasının (ç) bendinde yer alan “Çeşitli ve dengeli beslenmenin, genelde besin öğelerini uygun miktarlarda sağlayamayacağını belirtecek, ileri sürecek veya ima edecek şekilde olamaz.” hükmüne aykırılık teşkil ettiği ve tüm bu hususlar dikkate alındığında anılan ifadelerin tüketicileri yanılttığı değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

- Türk Gıda Kodeksi Gıda Etiketleme ve Tüketicileri Bilgilendirme Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3 ve 7/4 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, 7/8-a, 7/8-b, 8/1-b, 8/1-c, 8/1-ç, 8/1-d, 8/1-e, 8/1-f, 8/1-ı, 8/3, 9/1, 9/2, 9/5 ve 26/1 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 **GlaxoSmithKline Tüketici Sağlığı 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.

**117)**

**Dosya No: 2019/3067**

**Şikâyet Edilen: Ahmet KAPLAN**

**Şikâyet Edilen Reklam:** "wwww.baliktasi.net" adresli internet sitesinde yapılan tanıtımlarda geçen mevzuata aykırı sağlık beyanları.

**Reklam Yayın Tarihi:** 26.04.2019

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Şikâyetçi İddiaları:** Yapılan başvuruda, anılan internet sitesinde “Eşkina Balığı Taşı” adlı ürüne ilişkin gerçekleştirilen tanıtımlarda mevzuata aykırı sağlık beyanlarına yer verildiği, söz konusu reklamların tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı olduğu iddia edilmektedir.

**Tespitler:** http://www.baliktasi.net adresli internet sitesinin 26.04.2019 tarihli görünümünde; *"Sizde Böbrek Taşı mı Var? Böbrek Taşı ve Kumuna Eşkina Balık Taşı ile Eritme(...) Böbrek taşlarını eritmeye yardımcı balık taşı(...) Böbrek kumlarını yok etmeye yardımcı balık taşı(...) Kum ve taş ağrılarını tamamen yok etmeye yardımcı(...)"* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Reklâm Veren Açıklamaları:** Mevzuata aykırı tanıtımları gerçekleştiren muhataptan konuya ilişkin açıklamalar talep edilmiş; ancak aradan geçen zaman zarfında herhangi bir dönüş yapılmamıştır.

**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, 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 **Ahmet KAPLAN** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63’üncü ve 77/12’nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**118)**

**Dosya No: 2020/5052**

**Şikâyet Edilen: iHealth Sağlık Ürünleri ve İlaç San. Tic. A.Ş.**

**Şikâyet Edilen Reklam:** Firma tarafından üretilip piyasaya arz edilen "Sambucol" isimli takviye edici gıda ürününe yönelik https://www.mordefans.com.tr/ adresli internet sitesinde ve Instagram sosyal medya hesabında yer alan tanıtımlardaki mevzuata aykırı sağlık beyanları.

**Reklam Yayın Tarihi:** 19.06.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Şikâyetçi İddiaları:** Yapılan başvuruda, anılan firmaya ait internet sitesinde ve sosyal medya hesabında, gıda takviyesi niteliğindeki ürüne ilişkin gerçekleştirilen tanıtımlarda mevzuata aykırı sağlık beyanlarına yer verildiği, söz konusu ürünün virüs ve tehditlerden koruduğuna ilişkin imada bulunulduğu ve bu sebeple söz konusu reklamların tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı olduğu iddia edilmektedir.

**Tespitler:** https://www.mordefans.com.tr/ adresli internet sitesinin 22.12.2020 tarihli görünümünde; *"Sambucol'le Dünya Tam Defansta!(...) Sambucol Bağışıklığın Güçlensin Tehditler Önlensin! Türkiye'nin 1 Numaralı Karamürveri(...) Mor Defans Nedir? Defans ne demektir? Defans koruma çabası ve olası bir tehdit anında savunma demektir. Mor Defans ne demektir? Yıl boyu tüm ailenin defansını sağlayan Sambucol demektir."* şeklinde ifadelere ve maskeli bireylere ait görseller ile temsili taçlı virüs tasvirlerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Reklâm Veren Açıklamaları:** Şikâyet edilen firma tarafından yapılan açıklamalarda, tanıtımlarda yer alan ifade ve görsellerin sağlık beyanı niteliği taşımadığı, “Mor Defans” ifadesinin firma adına Türk Patent ve Marka Kurumunca tescil edildiği, tanıtımlarda yer alan “Güçlü Bağışıklık” ifadesinin sektörde birçok firma tarafından kullanıldığı, inceleme konusu hususların sadece tüketicileri bilgilendirme amaçlı gerçekleştirildiği belirtilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, ilgili yasal düzenlemeler kapsamında "normal beslenmeyi takviye etmek amacıyla, vitamin, mineral, protein, karbonhidrat, lif, yağ asidi, amino asit gibi besin öğelerinin veya bunların dışında besleyici veya fizyolojik etkileri bulunan bitki, bitkisel ve hayvansal kaynaklı maddeler, biyoaktif maddeler ve benzeri maddelerin konsantre veya ekstraktlarının tek başına veya karışımlarının, kapsül, tablet, pastil, tek kullanımlık toz paket, sıvı ampul, damlalıklı şişe ve diğer benzeri sıvı veya toz formlarda hazırlanarak günlük alım dozu belirlenmiş ürünler" olarak tanımlanan ve gıda takviyesi niteliğinde bulunan söz konusu ürüne ilişkin reklamlarda; ürün içeriğinde yer alan karamürver gibi bir besin öğesinin ön plana çıkarılmasının; ürünün bu bileşen sayesinde özel bir niteliğe sahip olduğu izleniminin oluşturulduğu, ancak karamürver bileşeninin bağışıklığı koruduğuna yahut güçlendirdiğine yönelik yasal mevzuatta izin verilen herhangi bir sağlık beyanı metni bulunmadığı, bununla beraber "Türkiye'nin 1 numaralı Karamürveri" ifadesinin ispata muhtaç ve tüketiciler nezdinde anılan ürünün karamürver ihtiva eden benzerlerinden ve diğer takviye edici gıdalardan üstün olduğu algısını oluşturduğu, bu doğrultuda söz konusu ibarenin Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin 8'inci maddesinin üçüncü fıkrasında yer verilen "(...)Takviye edici gıdaların karşılaştırmalı reklamı ise hiçbir şekilde yapılamaz" hükmüne aykırılık teşkil edeceği; diğer taraftan bahse konu takviye edici gıdanın reklam sloganında yer alan “Sambucol'le Dünya Tam Defansta!” ve "Tehditler Önlensin!" ifadelerinin ve maskeli bireylere ait görseller ile temsili taçlı virüs tasvirlerinin kullanılmasının, anılan ürünün toplumsal olarak içinde bulunulan Covid-19 pandemisi döneminde istisnai bir koruma sağladığı algısı yarattığı; ayrıca söz konusu tanıtımlarda ürünün sadece eczanelerde satıldığına ilişkin ifadelere yer verilmesinin, ortalama tüketicide ilaç yahut tıbbi ürün olduğuna dair yanılgıya sebep olabileceği ve fakat bahse konu ürünün birçok e-ticaret platformunda halihazırda satılmakta 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,

- 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, 8/1, 8/3, 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 **iHealth Sağlık Ürünleri ve İlaç San. Tic. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63’üncü ve 77/12’nci maddeleri uyarınca **104.781 TL (Yüz dört bin yedi yüz seksen bir Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**119)**

**Dosya No: 2020/5055**

**Şikâyet Edilen: Sanofi İlaç San. Tic. A.Ş.**

**Şikâyet Edilen Reklam:** Instagram sosyal medya mecrasında Bartu Küçükçağlayan ve Melikşah Altuntaş tarafından gerçekleştirilen canlı yayında ve bahse konu canlı yayının yüklendiği https://www.youtube.com/watch?v=K-LehPFC-ak uzantılı URL adresinde yer alan reklam videosunda mevzuata aykırı sağlık beyanlarına yer verilmesi.

**Reklam Yayın Tarihi:** 19.06.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Şikâyetçi İddiaları:** Yapılan başvuruda, inceleme konusu tanıtımlarda ürünün daha fazla enerji verdiği, fiziksel ve zihinsel enerjiyi artırdığına ilişkin mevzuata aykırı sağlık beyanları kullanıldığı, söz konusu ürünün benzerlerinden daha üstün olduğu izlenimi uyandırıldığı ve bu sebeple söz konusu reklamların tüketicileri yanıltıcı olduğu ifade edilmektedir.

**Tespitler:** Instagram isimli sosyal medya platformunda Bartu KÜÇÜKÇAĞLAYAN ve Melikşah ALTUNTAŞ'a ait hesaplar üzerinden gerçekleştirilen ve o esnada yaklaşık seksen sekiz bin kişi tarafından izlenen 10.05.2020 tarihli canlı yayın bağlantısında, "Pharmaton Vitality Ginseng G115" isimli ürün ile ilgili olarak; "-Bu kadar enerjiyi nereden buluyorsun? -Bu kadar enerjiyi nereden bulacağım (Pharmaton kutusunu göstererek)(...) -Sen de mi Pharmaton'a borçlusun bütün enerjini? -Kesinlikle, hem fiziksel hem zihinsel enerjimi arttırdığı için buna borçluyum" şeklinde ifadelere yer verildiği; bununla beraber bahse konu reklam diyalogları gerçekleşirken canlı yayını takip eden firmaya ait "Pharmatontr" adlı resmi sosyal medya hesabı tarafından canlı yayına "Bu enerjinin arkasında Ginseng G115 görüntülüyoruz" şeklinde yorumlar yazılarak anılan tanıtım ve diyalogların bilinçli bir pazarlama faaliyeti olduğunu ortaya koyacak şekilde iştirak edildiği tespit edilmiştir.

**Reklâm Veren Açıklamaları:** Şikâyet edilen firma, söz konusu tanıtımların mevzuata aykırı sağlık beyanları içermediğini, canlı yayın esnasında kullanılan diyalogların firmanın kontrolü dışında canlı yayın akışının doğası kaynaklı ve oyuncuların doğaçlama tavırları sebebiyle vuku bulduğunu ifade etmektedir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, ilgili yasal düzenlemeler kapsamında "normal beslenmeyi takviye etmek amacıyla, vitamin, mineral, protein, karbonhidrat, lif, yağ asidi, amino asit gibi besin öğelerinin veya bunların dışında besleyici veya fizyolojik etkileri bulunan bitki, bitkisel ve hayvansal kaynaklı maddeler, biyoaktif maddeler ve benzeri maddelerin konsantre veya ekstraktlarının tek başına veya karışımlarının, kapsül, tablet, pastil, tek kullanımlık toz paket, sıvı ampul, damlalıklı şişe ve diğer benzeri sıvı veya toz formlarda hazırlanarak günlük alım dozu belirlenmiş ürünler" olarak tanımlanan ve gıda takviyesi niteliğinde bulunan söz konusu ürüne ilişkin reklamlarda; Ginseng G115, A, C, D, E vitaminleri ve mineraller gibi, ürünün içeriğinde yer alan besin ögelerinin üzerinde durularak sayılmasının; ürünün diğer multivitamin içeren takviye edici gıdalardan daha özel bir formüle sahip olduğu izlenimini doğurduğu; diğer taraftan bahse konu takviye edici gıdanın reklam sloganında “Daha Fazla Sen” ifadesinin kullanılmasının, ürünün bireylerin fiziksel ve zihinsel kapasitelerinde artış meydana getireceğine yönelik bir algı oluşturduğu, nitekim reklamda yer alan oyunculardan Bartu KÜÇÜKÇAĞLAYAN'ın "Gerçekten hem fiziksel hem zihinsel olarak benim enerjimi buna borçlu olduğum aşırı belli değil mi?" ifadesiyle bu hususu desteklediği ve Melikşah ALTUNTAŞ'ın cevaben "Belli Bartu da her gün kullanıyor olmalısın, yani kaç saattir ayaktaydın bunu çektiğinde?" ifadelerini kullanarak anılan ürünün insan fizyolojisine etki ederek yüksek enerji ve dayanaklılık verdiğine dair bir imada bulunduğu, bu çerçevede bahse konu tanıtımlarda ürünün fiziksel ve zihinsel kapasiteyi artırdığı yönünde bilimsel olarak ispata muhtaç ifadeler kullanıldığı, anılan ifadelerin sağlık beyanı niteliğinde olmakla beraber ürünün muhteviyatında bulunan bileşenlerin fiziksel ya da zihinsel olarak enerji artışına yol açtığına ilişkin mevzuatta izin verilen herhangi bir sağlık beyanı metninin bulunmadığı 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 **Sanofi İlaç San. 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 cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**120)**

**Dosya No: 2020/5094**

**Şikâyet Edilen: Mehmet ÖZLÜK**

**Şikâyet Edilen Reklam:** https://www.instagram.com/softmax\_turkiye/ adresli sosyal medya hesabında yer alan "Softmax" isimli ürünün tanıtımlarında kilo alma miktarı ve oranına atıfta bulunulan beyanlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 23.12.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Şikâyetçi İddiaları:** Yapılan başvuruda, anılan sosyal medya hesabında söz konusu ürüne ilişkin gerçekleştirilen tanıtımlarda mevzuata aykırı sağlık beyanlarına yer verildiği, söz konusu reklamların tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı olduğu iddia edilmektedir.

**Tespitler:** https://www.instagram.com/softmax\_turkiye/ adresli sosyal medya hesabının 23.12.2020 tarihli görünümünde "Softmax" isimli ürüne yönelik; "Düzenli Kullanımda Ayda 4-6 Kilo Alımı. 7’den 70’e Ailece Tüketime Uygun. Çok zayıfım kilo alamıyorum veya iştahım yok yemek yiyemiyorum diyorsanız yapmanız gerek tek şey bize yazmak. Softmax kilo aldırıcı bitkisel ürün düzenli kullanım sayesinde 1 ayda 4-6 kilo, sağlıklı ve rahat bir şekilde alabileceksiniz. Softmax sindirim sistemini düzenler, bağışıklık sistemini güçlendirerek kilo almanızda yardımcı olur. Softmax kilo aldırıcı ürünümüz kimyasal içermemektedir. 2 haftada +1 kilo softmax\_turkiye." şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Reklâm Veren Açıklamaları:** Şikâyet edilen tarafından yapılan açıklamalarda, söz konusu tanıtım ifadelerinin mevzuata aykırılık teşkil ettiğinin ve sağlık beyanı olduklarının bilinmediği, mevzuat hakkında kısıtlı bilgiye sahip olduğu gerekçesiyle inceleme konusu tanıtımları gerçekleştirdiği belirtilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, bahse konu tanıtımlarda kilo/ağırlık kaybının miktarına veya oranına ilişkin beyanlara ve ürünün sindirim sistemi ile bağışıklık sistemini düzenlediği ve güçlendirdiğine dair endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç iddialara yer verildiği, dolayısıyla tanıtımlarda yer alan ifade ve görsellerin bir bütün olarak değerlendirildiğinde, "sağlık beyanı" olduğu, yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre herhangi bir ürüne ilişkin olarak sağlık beyanında bulunabilmesi için ilgili idari otoriteden (Sağlık Bakanlığı Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Kurumu) izin alınması gerektiği, kullanılan bu beyanlar için ilgili otoriteden izin alınmadığından söz konusu beyanların doğruluğunun ispat edilmiş sayılamayacağı 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 15/b 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 **Mehmet ÖZLÜK** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63’üncü ve 77/12’nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**121)**

**Dosya No: 2020/5096**

**Şikâyet Edilen: Ahmet Ceylan Paşam Kebap**

**Şikâyet Edilen Reklam:** Firmaya ait Facebook sosyal medya sayfasında gerçekleştirilen indirimli menü reklamları.

**Reklam Yayın Tarihi:** 06.04.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Şikâyetçi İddiaları:** Yapılan başvuruda, anılan firmaya ait sosyal medya hesabında gerçekleştirilen tanıtımlarda iddia edilen indirim reklamlarının gerçeği yansıtmadığı, reklama istinaden verilen sipariş neticesinde daha yüksek meblağ talep edildiği, söz konusu reklamların tüketicileri aldatıcı olduğu belirtilmektedir.

**Tespitler:** https://www.facebook.com/pasamkebapbalik/ adresli sosyal medya hesabında "Adana Kebap'ta Olay Kampanya 3 Al 2 Öde! 49,90 TL (78 TL'nin üzeri çizilerek)" şeklinde ifadelerle reklam yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu reklamda 3 adet adana kebap fiyatının 49,90 TL olarak belirtildiği, bu doğrultuda verilen sipariş teslim edildiğinde kampanyalı fiyattan 6 adet adana kebap bedeli olarak 99,80 TL tahsil edilmesi gerekirken sipariş fişinde 168 TL yazdığı ve bu bedelin tahsil edildiği; konuya ilişkin firma tarafından Reklam Kurulu’na iletilen açıklamalarda bahse konu indirimli ürünün gramajının düşük olduğunun belirtildiği, bu doğrultuda söz konusu kampanyaya ilişkin temel hususların ve özellikle gramaj farkına ilişkin bilginin ve detayların reklam metninde yer almadığının tespit edildiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu reklamların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**122)**

**Dosya No: 2020/5187**

**Şikâyet Edilen: Aytorus Kozmetik Medikal Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikâyet Edilen Reklam:** https://www.aytorus.com/ adresli internet sitesinde muhtelif ürünlere yönelik gerçekleştirilen tanıtımlarda yer alan mevzuata aykırı sağlık beyanları.

**Reklam Yayın Tarihi:** 03.06.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Şikâyetçi İddiaları:** Yapılan başvuruda, anılan firmaya ait internet sitesinde gerçekleştirilen tanıtımlarda, endikasyon belirten ve mevzuata aykırı sağlık beyanlarına yer verildiği iddia edilmektedir.

**Tespitler:** https://www.aytorus.com/ adresli internet sitesinin 11.05.2020 tarihli görünümlerinde “Altın Suyu” isimli ürün ile ilgili, "Hücreler arasında iletişimi ve uyarılmayı hızlandırır. Dokular kendilerini daha hızlı bir şeklide yenilemeye başlar ve yine difüzyon yolu ile sinir sistemine (nöron ağına) girerek nöronlar arasındaki ileti hızını ve kalitesini arttırarak vücudumuzdaki bu mükemmel sistemin daha hızlı ve daha iyi çalışmasını sağlar." şeklinde, “Nano Gümüş Suyu” isimli ürün ile ilgili, “Vücuda daha hızlı nüfuz ederek en küçük virüslerde yüksek etki göstermesi sağlanmıştır. Bilinen 660 adet zararlı, virüs ve bakteri üzerinde öldürücü/bloke edici etkisi bulunan gümüşün monoatomik yapıya getirilmesiyle özellikle oto immün sistem hastalıkları üzerinde tedavi edici etkiye sahiptir.” şeklinde, “Orgonit” isimli ürün ile ilgili, “Sağladığı enerji size daha iyi bir uyku ve canlı rüyalar, daha fazla enerji, dengeli ruh halleri, EMF’ların etkilerini yok etme, manevi ve psikolojik gelişim sağlaması ve vücudun hastalığa karşı direncin artmasını sağlar.” şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Reklâm veren Açıklamaları:** Şikâyet edilen firma, söz konusu tanıtımlarda kullanılan ifadelere mevzuatın cevaz vermediğinin bilinmediğini, inceleme konusu tanıtım ifadelerinin kaldırıldığını ifade etmektedir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, bahse konu tanıtımlarda söz konusu ürünün, bakteriyel ve viral enfeksiyonlara karşı iyi geldiği veya bu hastalıkların bu ürünle tedavi edildiği veya tedavisine yardımcı olduğu mesajının verildiği, böylece söz konusu ürünlerin bir ilaç veya bir beşeri tıbbi ürün gibi tanıtıldığı, dolayısıyla reklamda endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç iddialara yer verildiği, tanıtımlarda yer alan ifadelerin bir bütün olarak değerlendirildiğinde, "sağlık beyanı" olduğu, yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre herhangi bir ürüne ilişkin olarak sağlık beyanında bulunabilmesi için ilgili idari otoriteden (Sağlık Bakanlığı Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Kurumu) izin alınması gerektiği, kullanılan bu beyanlar için ilgili otoriteden izin alınmadığından söz konusu beyanların doğruluğunun ispat edilmiş sayılamayacağı 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 ve 13’üncü maddeleri,

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/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 **Aytorus Kozmetik Medikal Ticaret Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63’üncü ve 77/12’nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**123)**

**Dosya No: 2020/5192**

**Şikâyet Edilen: Balkan Süt Ürünleri San. Tic. Ltd. Şti.**

**Şikâyet Edilen Reklam:** "Balkan Çiftlik Günlük Pastörize Süt" isimli ürünün ambalajları üzerine net 1000 ml (1 lt.) olduğu yazılmasına karşın kutu içeriğindeki süt miktarının 900 ml. olarak satışa sunulması.

**Reklam Yayın Tarihi:** 08.10.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj

**Şikâyetçi İddiaları:** Adı geçen ürünün ambalajında ve etiketinde 1 lt. olduğu belirtilmesine karşın, ambalaj içerisinde 900 ml. süt bulunduğu, bu kapsamda söz konusu uygulamanın aldatıcı nitelikte olduğu iddia edilmektedir.

**Tespitler:** "Balkan Çiftlik Günlük Pastörize Süt" isimli ürünün ambalajları üzerine net 1000 ml. (1 lt.) olduğu yazılarak tanıtımının yapıldığı, fakat ürünün ambalajının arka yüzündeki saydam ölçek çizelgesinde kutu içeriğindeki süt miktarının 900 ml. seviyesinde olduğunun bariz bir şekilde görüldüğü, diğer taraftan bu hususun firmanın üretim tesisinde Torbalı İlçe Tarım ve Orman Müdürlüğü görevlilerince yapılan denetimde de tutanak altına alınıp işlem yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yürütülen incelemeler neticesinde, ortalama tüketicinin algılama düzeyi göz önünde bulundurulduğunda inceleme konusu ürünün ambalajı üzerinde yer alan 1000 ml. (1 lt.) ibaresinin aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu, ürünün ambalajı üzerinde beyan edilen miktardan % 10 düzeyinde farkla eksik olarak satışa sunulmasının ortalama tüketicinin bir mal veya hizmete ilişkin ekonomik davranış biçimini etkileyebilecek nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu ticari uygulamanın;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 28/1, 29/1 ve 29/1-a maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,ticari uygulamada bulunan **Balkan Süt Ürünleri San. Tic. Ltd. Şti.** hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63'üncü ve 77/13'üncü maddeleri uyarınca **anılan ticari uygulamayı durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**124)**

**Dosya No: 2020/5193**

**Şikâyet Edilen: Seyit SOYSAL**

**Şikâyet Edilen Reklam:** https://www.facebook.com/seyitsoysalorganikvedogalurunler/ adresli sosyal medya hesabında muhtelif gıda ürünlerinin tanıtımlarındaki mevzuata aykırı sağlık beyanları.

**Reklam Yayın Tarihi:** 22.04.2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Şikâyetçi İddiaları:** Yapılan başvuruda, anılan sosyal medya hesabında gerçekleştirilen tanıtımlarda, endikasyon belirten ve mevzuata aykırı sağlık beyanlarına yer verildiği iddia edilmektedir.

**Tespitler:** https://www.facebook.com/seyitsoysalorganikvedogalurunler adresli sosyal medya hesabının 24.01.2021 tarihli görünümünde "Tahin" adlı ürünle ilgili; Vücuda direnç kazandıran tahin E,C ve D vitaminleri açısından zengin olup, hücre yapısının bozulmasını engeller. Yaraların iyileşmesini hızlandırır. Kansere karşı koruyucudur. Damar sertliğini ve tıkanmalarını engeller. Bağışıklık sistemini güçlendirir. Göz sağlığı için hayati önem taşır. Bağışıklık sistemini destekler, virüs, bakteri ve mantar direncini artırır. Kandaki kolestrol seviyesini düşürür. Kilo vermeye yardımcı olur." şeklinde, "Gilaburu" adlı ürünle ilgili; "Kayseri bölgesinden Gilaboru... Gilaborunun kullanım alanları ve etkileri: Böbrek taşlarını eritir. Taş üremesini önler. Böbrek Tembelliği rahatsızlığına iyi gelir. İdrar yolları iltihaplarını temizler. Ödemi atar, yüksek üreyi düşürür ve dengeler. Safra taşlarını eritir ve karaciğeri destekler. Prostat rahatsızlığına iyi gelir. Kramp çözücü, yatıştırıcı, dokuları sıkılaştırıcıdır. Sinir sistemini güçlendirici etkileri vardır. Gilaboru bitkisi, kanser önleyici, antioksidan ve C vitamini deposudur. Yaklaşık olarak portakaldan 10 kat daha fazla C vitamini içerir. #gilaboru#gilaborusuyu #Gilaborusipariş #kayseriGilaboru Böbrek taşına birçok ilaç ile tedavi edilirken doğal yöntemle böbrek taşından kurtulmak isteyenlerin en iyi çözümü gilaburu tedavisidir." şeklinde, "Zeytinyağı" adlı ürünle ilgili; "Kardiyovasküler hastalıkları önler, kandaki iyi kolestrol seviyesini artırır. Bağışıklık sistemini destekler. Kilo vermeye yardımcıdır. Yaşlanmaya etkilidir." şeklinde, "Zeytin yaprağı çayı" adlı ürünle ilgili; "Organik Zeytin Yaprak Çayının Faydaları: Vücudun bağışıklık (immun) sistemini güçlendirilmesine yardımcı olur. Kan şekerinin düşürülmesinde yardımcı olur. (İnsülin direncinin düşürülmesinde yardımcı olur.) Bağırsak sistemimizi ve solunum yollarının çalışmasını düzene sokulmasında yardımcı olur. Karaciğer yağlanmasını azaltmaya yardımcı olur. Sinir hücrelerini Alzheimer ve Parkinson hastalıklarından korumaya yardımcı olur. Kalp ve Damar sağlığına koruyucu etkisiyle kan yağlarını ve damarlarda plakların birikimini azalttığı ve kalp kasının hasarlanmasını geciktirmeye yardımcı olur. İçerisinde bulunan antioksidan sayesinde hücrelerin genetik hasarlanmasını önleyerek tümör oluşumuna karşı koruyucu etki sağlamaya yardımcı olur. Hepatit B gibi virüslerden korumaya yardımcı olur. Kalp damarlarındaki kanın akışını arttırmaya yardımcı olur. Kan dolaşımının rahatlamasına yardımcı olur. Kalp rahatsızlıklarını ve kalp krizini önlemeye yardımcı olur. Hidrojen peroksit ( DNA 'ya zarar veren ) bileşeni yok etmeye yardımcı olur. Halsizlik ve kırgınlığın giderilmesine yardımcı olur. Hiv, epstein-barr, herpes ve influenza gibi viral hastalıkları önler. Boğaz ağrısı, kronik sinüzit, cilt hastalığı ve zatürree hafifletir. Mantar, bakteriyel, viral ve diğer parazitik protozoan dahil olmak üzere tüm enfeksiyon türlerinin semptomlarını ortadan kaldırmaya yardımcı olur. Kronik yorgunluk, ayak mantarı, artrit, sedef hastalığı ve soğuk algınlığı tedavisinde etkilidir. Doğal antibiyotiktir.(Organik Zeytin yaprağımızın içinde yüksek miktarda bulunan oleuropein(C25H32O13) den dolayı). Bahar nezlesinin semptomlarını hafifletir. Soğuk algınlığı, grip ve nezlede rahatlamayı sağlar. Sinüzitin iyileşmesine yardımcı olur. Derideki çizgileri azaltır, kırışıklıkların giderilmesinde etkilidir. Cilt yaşlanmasına karşı koruyucudur. Selülitin giderilmesinde yardımcı olur. Aç karnına içildiğinde tokluk hissi verir. Kilo vermeye yardımcı olur. Safra taşı oluşumunu engellemeye yardımcı olur." şeklinde ifadeleri içeren tanıtımlara yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yürütülen incelemeler neticesinde, bahse konu tanıtımlarda ifade edilen hastalıkların ve rahatsızlıkların bu ürünlerle tedavi edildiği veya tedavisine yardımcı olduğu mesajının verildiği, böylece söz konusu ürünlerin endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç iddialara yer verilerek ilaç veya beşeri tıbbi ürün gibi tanıtıldığı, dolayısıyla reklamda yer alan ifade ve görsellerin bir bütün olarak değerlendirildiğinde, "sağlık beyanı" olduğu, yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre herhangi bir ürüne ilişkin olarak sağlık beyanında bulunabilmesi için ilgili idari otoriteden (Sağlık Bakanlığı Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Kurumu) izin alınması gerektiği, kullanılan bu beyanlar için ilgili otoriteden izin alınmadığından söz konusu beyanların doğruluğunun ispat edilmiş sayılamayacağı 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 **Seyit SOYSAL** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63’üncü ve 77/12’nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**125)**

**Dosya No: 2020/5216**

**Carmed İlaç ve Denizcilik Hayvancılık San. Tic. A.Ş.**’ye aitVacrol Damla ve Vacrol Kapsül isimli ürünlerin tanıtımının yapıldığı https://www.youtube.com/watch?v=6QqxL4Nza7s&feature=youtu.be URL uzantılı internet sitesinin Kanal 3 Megabirlik Tv Radyo Reklam San. ve Tic. A.Ş. adına olması nedeniyle 2020/5216 no’lu dosya ile ilgili görüşme ve değerlendirmelerin ***ertelenmesine*** karar verilmiştir.

**TEKNOLOJİ**

**126)**

**Dosya No:** 2020/2364

**Şikayet Edilen: Gürgençler Bilişim İletişim İç ve Dış Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam**:[www.gurgencler.com](http://www.gurgencler.com) adresli internet sitesinde satışa sunulan "iPhone 11 64 GB Beyaz" isimli ürün için yapılan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 01.09.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.gurgencler.com](http://www.gurgencler.com) adresli internet sitesinde satışa sunulan "iPhone 11 64 GB Beyaz" isimli ürün için yapılan tanıtım sayfasında; ürün fiyatının 7999TL'den 7484TL'ye düştüğü ve aynı zamanda "*Eskiyi getir, yeni iPhone'unda 6500TL'ye varan geri alım bedeli fırsatını yakala.*" ifadesi ile *"teklife göz at"* butonunun yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar**: Yapılan inceleme sonucunda, başvuru sahibi tüketici www.gurgencler.com adresli internet sitesinde satışa sunulan "iPhone 11 64 GB Beyaz" isimli ürünü satın alırken eskiyi getir yeniyi götür kampanyasından faydalanmak istediğinde ürünün halihazırda kampanyalı fiyattan satışa sunulduğu için anılan kampanyadan faydalanamayacağı bilgisinin verildiği, ancak ürün sayfasında bu bilgiye yer verilmediği gibi "teklife göz at" linkine tıklanabildiği, böylece icaba davet edildiği, ayrıca indirimli satışa sunulan ürüne ilişkin kampanya başlangıç-bitiş tarihlerine ve stok bilgisine yer verilmediği, dolayısıyla söz konusu tanıtımların tüketicileri eksik bilgilendirdiği ve 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 **Gürgençler Bilişim İletişim 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.

**127)**

**Dosya No:** 2020/3088

**Şikayet Edilen: Teknosa İç ve Dış Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam**:[www.teknosa.com.tr](http://www.teknosa.com.tr) adresli internet sitesinde satışa sunulan "*Xbox one siyah kablosuz kumanda"* isimli ürüne ilişkin yapılan ticari uygulama

**Reklam Yayın Tarihi:** 30.04.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.teknosa.com.tr](http://www.teknosa.com.tr) adresli internet sitesi üzerinden başvuru sahibi tüketicinin 30.04.2020 tarihinde "Xbox one siyah kablosuz kumanda" isimli ürünü 419TL’ye satın aldığı, ancak 06.05.2020 tarihinde firma tarafından ürünün iptal edildiği, 05.05.2020 tarihinde de ürünün 619TL’den yeniden satışa sunulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar**: Yapılan inceleme sonucunda, [www.teknosa.com.tr](http://www.teknosa.com.tr) adresli internet sitesi üzerinden "*Xbox one siyah kablosuz kumanda*" isimli ürünün 419TL’ye satışa sunulduğu, ancak stok bilgisine ilişkin herhangi bir bilgiye yer verilmediği, dolayısıyla "stokta var" olarak göründüğü için sepete eklenebildiği halde aslında ürünün stokta olmaksızın firma tarafından satışa sunulduğu, dolayısıyla söz konusu ticari uygulamanın tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu,

Ayrıca, tedarik edilemediği gerekçesiyle gönderimi yapılamadığı belirtilen ürünün aynı tarihlerde (05-06.05.2020) [www.teknosa.com.tr](http://www.teknosa.com.tr) adresli internet sitesinde yüksek fiyattan 619TL'ye tekrar satışa sunulduğu, stokta var olduğu ve sepete eklenebildiği, böylece firma tarafından girilen stok bilgilerinin yanıltıcı olduğu, tüketicilerin eksik bilgilendirildiği, dolayısıyla söz konusu tanıtımların tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu,

Diğer taraftan, firmanın, makul sayılabilecek bir süre ve miktarda söz konusu ürünü belirtilen fiyattan sunamayacağına veya 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, 14,18, 28 ve 32 nci maddeleri,

- “Haksız Ticari Uygulama Olarak Kabul Edilen Örnek Uygulamalar” Ekinde yer alan “A - Aldatıcı Ticari Uygulamalar” maddesinin 5. bendi

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**128)**

**Dosya No:** 2020/3114

**Şikayet Edilen: Mais Motorlu Araç ve Satış İmal. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam**:Facebook'ta sponsorlu olarak yayınlanan "*10.000TL getir, Dacia Duster Eco-g LPG'yi götür*" başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 27.11.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firma tarafından Facebook'ta sponsorlu olarak yayınlanan "*10.000TL getir, Dacia Duster Eco-g LPG'yi götür*" başlıklı reklamlarda “*10.000TL getir, Dacia Duster’ı götür*.” ifadesine yer verildiğitespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar**: Yapılan inceleme sonucunda, "*10.000TL getir, Dacia Duster Eco-g LPG'yi götür*" başlıklı reklamlarda 10.000TL peşinat tutarı ile Dacia Duster satın alınabileceği algısı yaratıldığı, böylece tüketicilerin ürünü satın almaya teşvik etmek suretiyle cezbedildiği, ancak 10.000TL peşinat tutarının Aralık ayında teslimatı yapılacak araçlar için fiyat sabitlemesine yönelik geçerli olduğu, fakat bu bilgiye sponsorlu reklamlarda yer verilmediği, ayrıca esasen minimum peşinat tutarının 50.000TL olduğu bilgisine de yer verilmediği, böylece ana vaat-istisna uyumsuzluğu yaratmak suretiyle tüketicilerin eksik bilgilendirildiği, söz konusu tanıtımların fiyat konusunda anlam karışıklığına yol açtığı, dolayısıyla anılan reklamların tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin, 7/1,7/2, 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 **Mais Motorlu Araç ve Satış İmal. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**129)**

**Dosya No:** 2020/4172

**Şikayet Edilen: Carrefoursa Carrefour Sabancı Ticaret Merkezi A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam**:[www.carrefour.com.tr](http://www.carrefour.com.tr) adresli internet sitesinde satışa sunulan "Epson L3151" isimli ürüne ilişkin yapılan ticari uygulama

**Reklam Yayın Tarihi:** 07.12.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** 30.11.2020 tarihinde [www.carrefour.com.tr](http://www.carrefour.com.tr) adresli internet sitesinden "Epson L3151" isimli ürünün başvuru sahibi tüketici tarafından satın alındığı, siparişin firma tarafından 02.12.2020 tarihinde iptal edildiği, ardından ürünün aynı tarihte tekrar satışa sunulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar**: Yapılan inceleme sonucunda, firmaya ait [www.carrefoursa.com.tr](http://www.carrefoursa.com.tr) adresli internet sitesi üzerinden başvuru sahibi tüketici tarafından 30.11.2020 tarihinde "Epson L3151" isimli ürünün satın alındığı, ancak 02.12.2020 tarihinde firma tarafından sıfır ürünün ellerinde olmadığı bilgisi verilerek muadil ürün teklif edildiği, ancak tüketicinin bu teklifi kabul etmediği, ardından firma tarafından sipariş iptal edilerek ürün yeniden stoğa girdiğinde sipariş verilebileceğinin ifade edildiği, bunun üzerine internet sitesinde yeniden satışa sunulan ve stokta var görünen ürünü tüketicinin tekrar sipariş verdiği fakat 3 gün sonra siparişin yine iptal edildiği, böylece firma tarafından internet sitesinde uygun fiyata satışa sunulan ürünlerin stokta var göründüğü için sepete eklenebildiği ancak aslında satışa uygun durumda olmayan (teşhir-iade edilen ürün vb.) ürünlerin satışa sunulduğu, ödeme işleminin ardından tüketicilerin aranarak alternatif ürün teklifinde bulunulduğu, kabul etmeyen tüketicilerin siparişlerinin ise iptal edildiği, dolayısıyla söz konusu ticari uygulamanın tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu,

Ayrıca, teşhir-iade edilen ürünlerin bulunduğu gerekçesiyle gönderimi yapılamadığı belirtilen ürünün 07.12.2020 tarihinde [www.carreforusa.com.tr](http://www.carreforusa.com.tr) adresli internet sitesinde tekrar satışa sunulduğu, stokta var olduğu ve sepete eklenebildiği, böylece firma tarafından stok bilgisine yer verilmediği, tüketicilerin eksik bilgilendirildiği, dolayısıyla söz konusu uygulamanın tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu,

Diğer taraftan, firmanın, makul sayılabilecek bir süre ve miktarda söz konusu ürünü belirtilen fiyattan sunamayacağına veya 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, 14,18, 28 ve 32 nci maddeleri,

- “Haksız Ticari Uygulama Olarak Kabul Edilen Örnek Uygulamalar” Ekinde yer alan “A - Aldatıcı Ticari Uygulamalar” maddesinin 5. bendi

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

**130)**

**Dosya No:** 2020/5198

**Şikayet Edilen: Tofaş Türk Otomobil Fab. AŞ.**

**Şikayet Edilen Reklam**:"*Egea konforuna sahip olmak herkesin hakkı*" başlıklı tanıtımlara istinaden "Fiat Egea" model araçlara yönelik yapılan ticari uygulamalar

**Reklam Yayın Tarihi:** 04.10.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** "*Egea konforuna sahip olmak herkesin hakkı"* başlıklı tanıtımlarda “Fiat Egea” model aracın 2020 yılı için “tavsiye edilen satış fiyat listesi” ne yer verildiği tespit edilmiştir.

Ayrıca tavsiye edilen satış fiyatı listesinin yayımlanarak 1. El satış yapan tüm bayilere gönderildiği, ancak otomotiv sektörüne özgü rekabet mevzuatı gereği bayilerin satış fiyatlarını belirlemeye yönelik bir uygulama kesinlikle yapılmadığı, yasanın öngördüğü şekilde sadece tavsiye edilen satış fiyatlarının iletildiği hususları ifade edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar**: Yapılan inceleme sonucunda, bahsi geçen Egea Sedan Urban Plus model aracın Ekim ayında 1032, 2020 yılı içerisinde 11897 adet satışının yapıldığı, böylece firma tarafından araç satışı yapıldığının ispatlandığı, mevzuat gereği bayilerin satış fiyatlarına müdahale edilemediği gerekçesiyle sadece tavsiye edilen satış fiyatlarının yayınlandığının tespit edildiği, dolayısıyla "Egea konforuna sahip olmak herkesin hakkı" başlıklı reklamlarda ve "Fiat Egea" model araca yönelik yapılan ticari uygulamalarda herhangi bir aykırılık tespit edilmediği değerlendirilmiş olup dolayısıyla anılan tanıtımların 6502 sayılı Kanun'un 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**131)**

**Dosya No:** 2021/726

**Şikayet Edilen: Mengerler Tic. Türk A.Ş. Ankara Şubesi**

**Şikayet Edilen Reklam**: Firma tarafından yapılan "Mercedes Benz EQC 400 4Matic Electric Art Tip" model araca yönelik ticari reklam ve uygulamalar

**Reklam Yayın Tarihi:**  30.11.2020-03.12.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

|  |
| --- |
|  |
|  |

**Tespitler:** “*Mercedes Benz EQC 400 4Matic Electric Art Tip*" model aracın 03.12.2020 tarihinde Türkiye’de tavsiye edilen anahtar teslim liste fiyatının 966.000TL olarak belirlendiği, başvuru sahibi tüketiciye söz konusu aracın 30.11.2020 tarihinde 1.113.812.69TL’ye satışının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar**: Yapılan inceleme sonucunda, firmanın bayi olarak tavsiye edilen satış fiyatından aracı satma yükümlüğünün bulunmadığı, ayrıca piyasada muadillerinin daha yüksek fiyattan ilana çıkarıldığı, başvuru sahibi tüketiciye aracın fahiş fiyattan satılmadığının ispatlandığı değerlendirilmiş olup dolayısıyla anılan tanıtımların 6502 sayılı Kanun'un 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**DAYANIKLI TÜKETİM MALLARI**

**132)**

**Dosya No:** 2020/4170

**Şikayet Edilen: Goodyear Lastikleri Türk A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam**: *"Goodyear ile yola çıkanlar kışa fırsatlarla başlıyor"* başlıklı kampanya kapsamında [www.goodyear.eu.tr](http://www.goodyear.eu.tr) adresli internet sitesinde yapılan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 15.10.2020-31.12.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** “*Goodyear ile yola çıkanlar kışa fırsatlarla başlıyor"* başlıklı kampanya kapsamında; "*300TLye varan kış fırsatları Goodyear’da. Goodyear tüketicileri 300TL’ye varan birbirinden değerli kış fırsatları ile buluşturuyor. Kampanya 15 Ekim-31 Aralık 2020 tarihleri arasında geçerlidir. Türkiye genelinde sadece kampanya uygulayıcısı olan Goodyear bayileri ve satış noktalarında geçerlidir. 17 jant ve üzeri Goodyear marka, 4x4, binek kış lastiği ve binek dört mevsim lastiklerinden tek seferde 4 adet alan, 18 yaşını doldurmuş gerçek kişiler 300TL değerinde* [*www.goodyearclub.com.tr*](http://www.goodyearclub.com.tr)*’de geçerli hediye çeki ile 1 yıl süre ile Goodyear Yanımda Kampanyasından yararlanma hakkı kazanacaklardır."* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar**: Yapılan inceleme sonucunda, tüketiciler tarafından kampanyaya katılmak üzere firma bayi ve satış noktalarından tek seferde Goodyear marka 4 adet 17 jant kış lastiği satın alındığı, başvuru şartlarının yerine getirildiği halde hediye çeklerini göndermekten imtina edildiği, gerek bayiler ile gerekse firma ile defatle iletişime geçildiği halde vaat edilen hediye çeklerinin tüketicilere gönderilmediği, sistem hatası sebebiyle tüketicilerin uzun süre bekletildiği, dolayısıyla söz konusu kampanya tanıtımlarının yanıltıcı 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, 15,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**133)**

**Dosya No:** 2020/4170

**Şikayet Edilen: Şok Marketler A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam**: Firmanın *resmi Instagram hesabından yapılan "Cuma günü Şok ta" başlıklı "Braun Silk Epil5 5780 Epilatör" isimli ürüne ilişkin tanıtımlar*

**Reklam Yayın Tarihi:** 17.12.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firma resmi Instagram hesabından yapılan "Cuma günü Şok'ta" başlıklı reklamda; *"Braun Silk Epil5 5780 Epilatör*" isimli ürünün18-22 Aralık tarihlerinde 339TL’ye satışa sunulacağı bilgisi verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar**: Yapılan inceleme sonucunda, tanıtımda açıkça 339TL olarak vaat edilen fiyattan ürünü satmayarak satıştan kaçınıldığı, fiyat konusunda anlam karışıklığına yol açmak suretiyle söz konusu tanıtımların tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu, ayrıca Instagram mecrasında yayınlanan söz konusu reklamda ürünün stok bilgisine yer verilmediği, böylece tüketicilerin eksik bilgilendirildiği 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 A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**134)**

**Dosya No:** 2021/727

**Şikayet Edilen: Arzum Elektrikli Ev Aletleri Sanayi ve Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam**: "Arzum Okka Türk Kahve Makinesi" isimli ürüne ilişkin muhtelif mecralarda yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

|  |
| --- |
|  |
|  |

**Tespitler: “**Arzum Okka Türk Kahve Makinesi" isimli ürüne ilişkin yayınlanan reklamlarda; *" Türk kahvesi bir yorgunluk kahvesidir. En önemli havadislerin kahvesidir. Gel iki lafın belini kıralım kahvesidir. Hanesine ay doğanların kahvesidir. Biz bunlara aşinayız ama onlar da hiç yabancı değil. Arzum Okkayla Türk Kahvesi şimdi dünyanın kahvesi. Patentli pişirmeyle kahvenin demlenme noktasını algılama teknolojisiyle hep aynı enfes Türk kahvesi deneyimi sunan Arzum Okka dünyaya Türk kahvesini sevdiren marka."* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar**: Yapılan inceleme sonucunda, firma tarafından Arzum Okka Türk Kahvesi Makinesi'nin yurtdışına satışı yapılan ülke ve ihracat bilgileri sunulduğu, böylece reklamda kullanılan "Türk Kahvesini Dünyaya Sevdiren marka" ifadesinin herhangi bir üstünlük belirtmediği anlaşılmış olup dolayısıyla anılan tanıtımların 6502 sayılı Kanun'un 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**135)**

**Dosya No: 2019/11576**

**Şikayet Edilen: Mitsubishi Electric Turkey Elektrik Ürünleri A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** "Mitsubishi Electric" markalı klima ürünlerine ilişkin "Oh Be Klima Buymuş!" başlıklı reklamlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 13.07.2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra: Gazete**

**Tespitler:** 13.07.2019 tarihinde gazete mecrasında yayınlanan "Oh Be Klima Buymuş!" başlıklı reklamlarda; *“Hak ettiğiniz klimaya kavuşun Mitsubishi Electric klimalar hem performanslarıyla, hem de sağladıkları tasarrufla çok farklı... Siz de gerçek bir klimayla tanışıp bir oh demek istiyorsanız kampanyamızdan faydalanın, yazın tadını çıkarın", "19 db. Kütüphane Sessizliğinde”*  şeklinde ifadelerin yer aldığı;

Bununla birlikte; *“Enviro serisinin 2,5 kW ve 3,5 kW kapasiteli modellerinde en düşük fan seviyesinde kullanıldığında geçerlidir.”* şeklinde dip not metnine yer verildiği;

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar**: "Mitsubishi Electric" markalı klima ürünlerine ilişkin 13.07.2019 tarihinde gazete mecrasında yayınlanan "Oh Be Klima Buymuş!" başlıklı reklamlarda; *"19 db. Kütüphane Sessizliğinde”* şeklinde ifadenin yer aldığı; söz konusu iddianın; nesnel, ölçülebilir, sayısal verilere dayanan olgular olması nedeniyle; doğruluğunun, bilimsel geçerliliği olan bilgi ve belgelerle ispata muhtaç olduğu; 31.05.2017 tarih ve 30082 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanan Binaların Gürültüye Karşı Korunması Hakkında Yönetmelik hükümlerine göre kültürel tesis olarak kabul edilen kütüphanelerde izin verilen en düşük ve en yüksek gürültü düzeyinin 31 dB ile 51 dB arasında belirlendiği; Mitsubishi Electric Corparation Oda Tipi Klima Üretim Bölümü Geliştirme Testi Birimi tarafından hazırlanan ses basınç seviyesi testine göre, bahsi geçen ürünün soğutmada 18,2 dB, ısıtmada ise 18,7 dB gürültü düzeyine sahip olduğu; inceleme konusu reklamlarda ilgili desibel aralığının Enviro serisinin en düşük fan seviyesi kullanıldığında geçerli olduğuna dair dipnot metni ile tüketicilerin bilgilendirildiği; bu nedenle, 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.

**136)**

**Dosya No: 2020/1266**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** www.n11.com adresli internet sitesinde 03.12.2019 tarihinde satışı gerçekleştirilen "Vestel Mix Go Blender" adlı ürüne ilişkin www.google.com adresli arama motorunda yayınlanan reklamlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 03.12.2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** "Vestel Mix Go Blender" adlı ürüne ilişkin www.google.com adresli arama motorunun 03.12.2019 tarihli görünümünde yayınlanan arama sonuçlarında, bahsi geçen ürünün www.n11.com adresli internet sitesinde 123,50-TL satış fiyatı ile tüketicilere sunulduğunun belirtildiği; ancak; inceleme konusu reklamların içeriğine girildiğinde, tüketicilerin, www.n11.com adresli internet sitesinde "Vestel\_İzmir" satıcı adıyla "Vestel Mix Go Blender" adlı ürünün satışını gerçekleştiren mağazanın sayfasına yönlendirildiği; söz konusu tanıtımlarda ise bahsi geçen ürünün aynı gün içerisinde 169,99-TL satış fiyatı ile tüketicilere sunulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar**: "Vestel Mix Go Blender" adlı ürüne ilişkin www.google.com adresli arama motorunun 03.12.2019 tarihli görünümünde yayınlanan arama sonuçlarında, bahsi geçen ürünün www.n11.com adresli internet sitesinde 123,50-TL satış fiyatı ile tüketicilere sunulduğunun belirtildiği; ancak; inceleme konusu reklamların içeriğine girildiğinde, tüketicilerin, www.n11.com adresli internet sitesinde "Vestel\_İzmir" satıcı adıyla "Vestel Mix Go Blender" adlı ürünün satışını gerçekleştiren mağazanın sayfasına yönlendirildiği; söz konusu tanıtımlarda ise bahsi geçen ürünün aynı gün içerisinde 169,99-TL satış fiyatı ile tüketicilere sunulduğu; bu nedenle, inceleme konusu reklamlarda yer alan ürüne ilişkin satış fiyatı hakkında tüketicilere yanlış bilgi vermek ve anlam karışıklığına yol açmak suretiyle tüketicilerin yanıltıldığı;

Ayrıca; şikayet edilen firma tarafından, makul sayılabilecek bir süre ve miktarda söz konusu ürünü belirtilen fiyattan sunamayacağına veya başka bir yerden tedarik edilemeyeceğine ilişkin yeterli bilgi sahibi olunmasına rağmen, tüketiciyi bu konuda uyarmaksızın 123,50-TL satış fiyatı üzerinden edinmeye davet ederek haksız ticari uygulamada bulunduğu değerlendirilmiş olup;

Bu nedenle anılan reklamların ve ticari uygulamaların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5, 9, 13, 14, 28, 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Doğuş Planet Elektronik Ticaret ve Bilişim Hizmetleri 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: 2020/5185**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** www.a101.com.tr adresli internet sitesinin 18.12.2020 tarihli görünümünde "Motolüx F2 Elektrikli Bisiklet" adlı ürüne ilişkin yayınlanan reklamlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 18.12.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.a101.com.tr adresli internet sitesinin 18.12.2020 tarihli görünümünde "Motolüx F2 Elektrikli Bisiklet" adlı ürüne ilişkin yayınlanan reklamlarda, yer alan ürün özelliklerinde; ürünün elektrikli bisiklet olarak tanıtımının yapıldığı ve "Ehliyet ve plaka gerektirmez" ifadesine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar**: www.a101.com.tr adresli internet sitesinde "Motolüx F2 Elektrikli Bisiklet" adlı ürüne ilişkin üretici firma Simmoto Otomotiv Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti.’ye ait 11.01.2021 tarihli yazı içerisinde yapılan açıklamalarda, Motolux F2 model elektrikli bisikletin CE 15194 standardına uygun olarak 2019 yılında üretildiği; %3 oranındaki Özel Tüketim Vergisinin toplu beyanname ile ödendiği; bu bağlamda, bahsi geçen ürünün azami sürekli anma gücünün 0,25 KW’ı geçmediği; hızlandıkça gücünün düştüğü; hızının en fazla 25 km/saate ulaştıktan sonra veya pedal çevirmeye ara verildikten hemen sonra gücünün tamamen kesildiği hususlarının ifade edildiği; bu itibarla, Karayolları Trafik Yönetmeliği uyarınca “bisiklet” sınıfına girdiği; bu nedenle tescile tabi olmadığı ya da ehliyet ve plaka gerektirmediğinin anlaşılması nedeniyle, 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.

**138)**

**Dosya No: 2020/5189**

**Şikayet Edilen: Gitti Gidiyor Bilgi Teknolojileri San. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.gittigidiyor.com adresli internet sitesinde 03.12.2019 tarihinde satışı gerçekleştirilen "Vestel Mix Go Blender" adlı ürüne ilişkin www.google.com adresli arama motorunda yayınlanan reklamlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 03.12.2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** "Vestel Mix Go Blender" adlı ürüne ilişkin www.google.com adresli arama motorunun 03.12.2019 tarihli görünümünde yayınlanan arama sonuçlarında, bahsi geçen ürünün www.gittigidiyor.com adresli internet sitesinde 119,00-TL satış fiyatı ile tüketicilere sunulduğunun belirtildiği; ancak; inceleme konusu reklamların içeriğine girildiğinde, tüketicilerin, www.gittigidiyor.com adresli internet sitesinde "happy center" satıcı adıyla "Vestel Mix Go Blender" adlı ürünün satışını gerçekleştiren mağazanın sayfasına yönlendirildiği; söz konusu tanıtımlarda ise bahsi geçen ürünün aynı gün içerisinde 199,90-TL satış fiyatı ile tüketicilere sunulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar**: "Vestel Mix Go Blender" adlı ürüne ilişkin www.google.com adresli arama motorunun 03.12.2019 tarihli görünümünde yayınlanan arama sonuçlarında, bahsi geçen ürünün www.gittigidiyor.com adresli internet sitesinde 119,00-TL satış fiyatı ile tüketicilere sunulduğunun belirtildiği; ancak; inceleme konusu reklamların içeriğine girildiğinde, tüketicilerin, www.gittigidiyor.com adresli internet sitesinde "happycenter" satıcı adıyla "Vestel Mix Go Blender" adlı ürünün satışını gerçekleştiren mağazanın sayfasına yönlendirildiği; söz konusu tanıtımlarda ise bahsi geçen ürünün aynı gün içerisinde 199,90-TL satış fiyatı ile tüketicilere sunulduğu; bu nedenle, inceleme konusu reklamlarda yer alan ürüne ilişkin satış fiyatı hakkında tüketicilere yanlış bilgi vermek ve anlam karışıklığına yol açmak suretiyle tüketicilerin yanıltıldığı;

Ayrıca; şikayet edilen firmanın makul sayılabilecek bir süre ve miktarda söz konusu ürünü belirtilen fiyattan sunamayacağına veya başka bir yerden tedarik edilemeyeceğine ilişkin yeterli bilgi sahibi olmasına rağmen, tüketiciyi bu konuda uyarmaksızın 119,00-TL satış fiyatı üzerinden edinmeye davet ederek haksız ticari uygulamada bulunduğu değerlendirilmiş olup;

Bu nedenle anılan reklamların ve ticari uygulamaların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5, 9, 13, 14, 28, 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Gitti Gidiyor Bilgi Teknolojileri 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.

**139)**

**Dosya No:** **2020/5199**

**Şikayet Edilen: Ercan UYSAL**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.n11.com adresli internet sitesinde "SadeHome" satıcı adıyla satışı gerçekleştirilen “Vestel CM 12912 A+++ 12 KG 1200 Devir Çamaşır Makinesi” adlı ürüne ilişkin yapılan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 22.03.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.n11.com adresli internet sitesinde "SadeHome" satıcı adıyla satışı gerçekleştirilen “Vestel CM 12912 A+++ 12 KG 1200 Devir Çamaşır Makinesi” adlı ürünün, 22.03.2020 tarihinde, 2.899,90-TL satış fiyatı ile tüketicilere sunulduğu;

İnceleme konusu reklamlara istinaden başvuru sahibi tüketici tarafından, belirtilen fiyat üzerinden alışveriş yapıldığı; söz konusu siparişin yine 22.03.2020 tarihinde ürünün tedarik edilemediği gerekçesiyle iptal edilmesine rağmen, aynı gün 3.799,90-TL satış fiyatı ile yeniden satışa sunulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar**: www.n11.com adresli internet sitesinde "SadeHome" satıcı adıyla satışı gerçekleştirilen “Vestel CM 12912 A+++ 12 KG 1200 Devir Çamaşır Makinesi” adlı ürünün, 22.03.2020 tarihinde, 2.899,90-TL satış fiyatı ile tüketicilere sunulduğu;

Buna göre, inceleme konusu reklamlara istinaden başvuru sahibi tüketici tarafından, belirtilen fiyat üzerinden alışveriş yapıldığı; söz konusu siparişin yine 22.03.2020 tarihinde ürünün tedarik edilemediği gerekçesiyle iptal edilmesine rağmen, aynı gün 3.799,90-TL satış fiyatı ile yeniden satışa sunulduğu;

Bu nedenle, şikayet edilen firmanın, makul sayılabilecek bir süre ve miktarda söz konusu ürünü belirtilen fiyattan sunamayacağına veya başka bir yerden tedarik edemeyeceğine ilişkin yeterli bilgi sahibi olmasına rağmen, tüketiciyi bu konuda uyarmaksızın 2.899,90-TL satış fiyatı üzerinden edinmeye davet ederek haksız ticari uygulamada bulunduğu; ayrıca, inceleme konusu reklamlarda yer alan vaadin yerine getirilmeyerek tüketicilerin yanıltıldığı değerlendirilmiş olup;

Bu nedenle anılan reklamların ve ticari uygulamaların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5, 9, 13, 14, 28, 32 nci 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 **Ercan UYSAL** hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**140)**

**Dosya No:** **2020/5201**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** www.vestel.com.tr adresli internet sitesinde "Vestel Flora Doğa İnverter 12 A++ R32 Klima" adlı ürüne ilişkin yayınlanan reklamlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 22.01.2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.vestel.com.tr adresli internet sitesinin 22.01.2021 tarihli görünümünde "Vestel Flora Doğa İnverter 12 A++ R32 Klima*"* adlı ürüne ilişkin ürün özelliklerinde *"Ultra Sessiz Çalışma"* başlığı ile yapılan tanıtımlarda; *"Ultra sessiz çalışma özelliğine sahip modeller, üstün teknolojileri ve özel tasarımları sayesinde kütüphane sessizliğinde huzurlu ve rahat bir ortam sağlar.”* şeklinde ifadelerin yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar**: www.vestel.com.tr adresli internet sitesinin 22.01.2021 tarihli görünümünde "Vestel Flora Doğa İnverter 12 A++ R32 Klima" adlı ürüne ilişkin ürün özelliklerinde "Ultra Sessiz Çalışma" başlığı ile yapılan tanıtımlarda; "Ultra sessiz çalışma özelliğine sahip modeller, üstün teknolojileri ve özel tasarımları sayesinde kütüphane sessizliğinde huzurlu ve rahat bir ortam sağlar.” şeklinde ifadelerin yer aldığı; söz konusu iddianın; nesnel, ölçülebilir, sayısal verilere dayanan olgular olması nedeniyle; doğruluğunun, bilimsel geçerliliği olan bilgi ve belgelerle ispata muhtaç olduğu; 31.05.2017 tarih ve 30082 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanan Binaların Gürültüye Karşı Korunması Hakkında Yönetmelik hükümlerine göre kültürel tesis olarak kabul edilen kütüphanelerde izin verilen en düşük ve en yüksek gürültü düzeyinin 31 dB ile 51 dB arasında belirlendiği; yapılan ses basınç testi sonuçlarına göre, “Ultra Sessiz Çalışma” özelliğinin, kumanda üzerinde bir tuş ile (Uyku Modu tuşu) aktif hale getirilmesi halinde bahsi geçen ürünün 21,3 dB ses basınç düzeyine sahip olduğu; bu nedenle, 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.

**141)**

**Dosya No: 2021/233**

**Şikayet Edilen: Media Markt Turkey Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.mediamarkt.com.tr adresli internet sitesinde satışı gerçekleştirilen “PROFILO BD3156B3LN A++ Enerji Sınıfı No-Frost Kombi Tipi No-Frost Buzdolabı” adlı ürüne ilişkin yapılan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 11.01.2021, 15.01.2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.mediamarkt.com.tr adresli internet sitesinde satışa sunulan “PROFILO BD3156B3LN A++ Enerji Sınıfı No-Frost Kombi Tipi No-Frost Buzdolabı” adlı ürüne ilişkin olarak; inceleme konusu reklamlara istinaden başvuru sahibi tüketici tarafından 11.01.2021 tarihinde satın alındığı; ancak, ürünün stoklarda bulunmadığı gerekçesiyle siparişin iptal edildiği; diğer taraftan, söz konusu ürüne ilişkin tanıtımların davam etmesi nedeniyle, başvuru sahibi tüketici tarafından, 15.01.2021 tarihinde ürünün yeniden satın alındığı ve siparişin aynı şekilde iptal edildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** www.mediamarkt.com.tr adresli internet sitesinde satışa sunulan “PROFILO BD3156B3LN A++ Enerji Sınıfı No-Frost Kombi Tipi No-Frost Buzdolabı” adlı ürüne ilişkin olarak; inceleme konusu reklamlara istinaden başvuru sahibi tüketici tarafından 11.01.2021 tarihinde satın alındığı; ancak, ürünün stoklarda bulunmadığı gerekçesiyle siparişin iptal edildiği; diğer taraftan, söz konusu ürüne ilişkin tanıtımların davam etmesi nedeniyle, başvuru sahibi tüketici tarafından, 15.01.2021 tarihinde ürünün yeniden satın alındığı ve siparişin yeniden iptal edildiği;

Buna göre; fiyat bilgisi içeren reklamlarda, fiyatın geçerliliği ile ilgili bir süre veya stok sınırı var ise, bu süre ve stok miktarının reklamlarda açıkça belirtilmesi gerektiği; “PROFILO BD3156B3LN A++ Enerji Sınıfı No-Frost Kombi Tipi No-Frost Buzdolabı” adlı ürünün stokta bulunmamasına rağmen; stoklarda bulunduğu yönünde tanıtım yapılmasının tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı olduğu değerlendşirilmiş olup;

Bu nedenle anılan reklamların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5, 9, 13 ve 14 üncü maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**142)**

**Dosya No: 2018/1202**

**Şikayet Edilen: Sarıgöl Dayanıklı Tüketim Malları Mobilya Ev Tekstili İnşaat Taahhüt Sanal Pazarlama Sanayi Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Karadeniz Ekonomi isimli gazetede 29.01.2018 tarihinde yayınlanan "Ordunun En Büyük Arçelik Konsept Mağazası" başlıklı reklam

**Reklam Yayın Tarihi:** Nisan 2020

**Yayınlandığı Mecra:** Gazete

**Tespitler:** Karadeniz Ekonomi isimli gazetenin 29.01.2018 tarihli nüshasında yayınlanan reklamda "Sarıgöller - Ordunun En Büyük Arçelik Konsept Mağazası" ifadesine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan inceleme ve firmadan alınan bilgi ve belgelerin değerlendirilmesi sonucunda, reklamda iddia edilen, firmaya ait mağazanın "Ordu'nun en büyük Arçelik konsept mağazası" olduğu hususunun kanıtlanamadığının anlaşıldığı, böylelikle tüketicilerin yanıltıldığı kanaatine varıldığı değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7/1-2-3-4, 7/5/b, 8/1, 9/1-5 maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Sarıgöl Dayanıklı Tüketim Malları Mobilya Ev Tekstili İnşaat Taahhüt Sanal Pazarlama Sanayi Ticaret Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**143)**

**Dosya No: 2018/1854**

**Şikayet Edilen: Apa Çit Ürünleri ve Isı Sistemleri Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** DTK (Doğalgaz-Tesisat-Klima) isimli dergide yayınlanan "Türkiye’nin Güçlü Boyleri" başlıklı reklam

**Reklam Yayın Tarihi:** Nisan 2018

**Yayınlandığı Mecra:** Dergi

**Tespitler:** DTK (Doğalgaz-Tesisat-Klima) isimli derginin 2018 yılı Nisan Ayı Cilt:21 Sayı:252 numaralı sayısında yayınlanan "Türkiye’nin Güçlü Boyleri" başlıklı reklamda, *“En iyi emaye, en iyi izolasyon, en hızlı ısı, en hızlı sevkiyat ve en zengin çeşit”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemede, "en" ile başlayan ifadelerin mutlak üstünlük anlamı içerdiği ve iddia edilen hususların objektif ve nesnel olarak ölçülebilir hususlar olduğu dikkate alındığında anılan ifadeleri kullanabilmek için sektördeki rakip firmaların benzer ürünleri arasında Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinde belirtilen usuller dahilinde karşılaştırmalı bir test yapılmış ve bu test sonuçlarına göre reklamda yer alan iddiaların şüpheye yer vermeyecek biçimde kanıtlanmış olması gerektiği, ancak anılan ifadelerin doğruluğunun tespiti amacıyla reklam verenden talep edilen ve müteakiben Bakanlığa sunulan bilgi ve belgeler incelendiğinde, anılan belge ve raporların yalnızca reklam verene ait ürünlerle ilgili teknik verileri kapsadığı, rakip firmaların ürünleri ile yapılan karşılaştırmalı bir test sonucunun gönderilemediği, bu nedenle reklamdaki iddiaların kanıtlanamadığı kanaatine varıldığı değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7/1-2-3-4, 7/5/a, 8/1, 9. maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Apa Çit Ürünleri ve Isı Sistemleri Tic. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**TÜTÜN VE ALKOL**

**144)**

**Dosya No: 2020/4476**

**Şikayet Edilen: Türk Tuborg Bira ve Malt San. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Ürün ambalajı üzerinde resmedilen “Şehirler Serisi” kampanyası

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Ürün ambalajı

**Tespitler:** Ürün ambalajlarının üzerinde; "Şehirler Serisi" adı altında *" galata tower, kız kulesi, hitit güneşi, van kedisi heykeli.."* şeklinde ifadelere, şehir isimlerine ve görsellere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; söz konusu firma tarafından "Şehirler Serisi" adıyla ülkemizde bulunan şehir isimlerinin ve şehirlere ait tarihi, kültürel içeriklerin kullanılarak tanıtım/satış yapılmasının alkollü içecekleri özendirici olduğu, ayrıca şehirlerin tanıtımına yönelik yapılan bu satış kampanyasının ilgili şehrin daha fazla bilinmesine katkı sağlamadığı gibi ülkemizin her yöresinin farklı bir medeniyet, tarihi doku ve inanç değerleri açısından önemli eserler barındırması ve zengin bir kültüre sahip olması nedeniyle alkollü içecek satışı yapan firma tarafından "tanıtıcı malzeme" olarak kullanılmasının toplumsal hassasiyetleri istismar edici nitelikte olduğu ve bazı tüketicilerin ise satın alma iradelerini etkileyerek alkollü içecek tüketimine yönlendirildiği,

Bu kapsamda, yasal mevzuatta yer verilen *" (1) Alkollü içkilerin her ne surette olursa olsun reklamı ve tüketicilere yönelik tanıtımı yapılamaz. Bu ürünlerin kullanılmasını ve satışını özendiren veya teşvik eden kampanya, promosyon ve etkinlik yapılamaz..."* hükmünün "Şehirler Serisi" kampanyasıyla ihlal edildiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**TURİZM**

**145)**

**Dosya No: 2019/11335**

**Şikayet Edilen: ASF Otelcilik ve Turizm İşletmeleri Tic. A.Ş. (The Museum Hotel Antakya)**

**Şikayet Edilen Reklam:** “The Museum Hotel Antakya” adlı tesisin Kapadokya’da bulunan Museum Hotel adlı tesisin tescilli markasını marka haklarının ihlaline yol açacak biçimde kullandığı ve www.tatilsepeti.com adresli sitede anılan tesise ait oda görsellerini kendi tesisine aitmiş gibi paylaştığı iddialarına ilişkin reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, Tabela

**Tespitler:** Yapılan inceleme sonucunda; Nevşehir Kapadokya’da bulunan Indigo Grup Turizm ve Ticaret A.Ş. sahipliğindeki “Museum Hotel” adlı tesisin “Museum Hotel” olarak 02.04.2003 tarih - 8995 sayılı Özel Tesis Turizm İşletme Belgesi’nin ve Geçici Konaklama Hizmetleri alt sınıfında (43. Sınıf) 2016/75147 sayılı “Museum Hotel” Marka Tescil Belgesi’nin sahibi olduğu,

Hatay Antakya’da bulunan ASF Otelcilik ve Turizm İşletmeleri Tic. A.Ş. sahipliğindeki “The Museum Hotel Antakya” adlı tesisin, 18.07.2019 tarih ve 18977 sayılı 5 Yıldızlı Otel Turizm İşletmesi Belgesi’nin ve 2018/122773 sayılı “The Museum Hotel Antakya” Marka Tescil Belgesi’nin sahibi olduğu,

Marka hakkına tecavüz iddiasını içeren ihtilafa ilişkin olarak markanın haksız kullanımın durdurulması talebiyle 19.07.2019 tarihinde Indigo Grup Turizm ve Ticaret A.Ş. tarafından ASF Otelcilik ve Turizm İşletmeleri Tic. A.Ş. aleyhine Hatay Nöbetçi Asliye Hukuk Mahkemesine dava açıldığı,

Diğer yandan, "The Museum Hotel Antakya" adlı tesisin www.tatilsepeti.com/the-museum-hotel uzantılı URL adresinde bulunan tanıtım sayfasında, "Executive oda" başlığı altında 2019 yılı Kasım ayında yayınlanan oda fotoğraflarında, Kapadokya'da bulunan "Museum Hotel" adlı tesise ait Eflatun Imperial Suite ve Gülistan Superior Suite adlı odaların fotoğraflarının kullanıldığı, söz konusu oda fotoğraflarının ASF Otelcilik ve Turizm İşletmeleri Tic. A.Ş. tarafından www.tatilsepeti.com adresli online acentenin sahibi DLT Turizm ve Tic. A.Ş.’ye gönderildiği hususları tespit edilmiştir.

**Kurum/Kuruluş Görüşü:** Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü Kontrolörler Kurulu Başkanlığı’ndan alınan görüşte, The Museum Hotel Antakya isimli tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan alınmış 5 Yıldızlı Otel Turizm İşletmesi Belgesinin bulunduğu ve belge örneğinin yazı ekinde gönderildiği, The Museum Hotel Antakya isimli tesisin Turizm İşletmesi Belgesindeki ismiyle tanıtılmasında herhangi bir sakınca bulunmadığı,

Daha önceden tesise ait söz konusu belgenin talep edilen Marka Tescil Belgesinin süresi içerisinde Kültür ve Turizm Bakanlığına sunulmaması nedeniyle 05.09.2019 tarihinde iptal edilmekle birlikte mahkeme kararıyla Kültür ve Turizm Bakanlığınca ihya edildiği ifade edilmektedir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, "The Museum Hotel Antakya" adlı tesisin www.tatilsepeti.com/the-museum-hotel uzantılı URL adresinde bulunan tanıtım sayfasında, "Executive oda" başlığı altında 2019 yılı Kasım ayında yayınlanan oda fotoğraflarında, Kapadokya'da bulunan "Museum Hotel" adlı tesise ait Eflatun Imperial Suite ve Gülistan Superior Suite adlı odaların fotoğraflarının kullanıldığı, bu itibarla, www.tatilsepeti.com adresli sitede Kapadokya'da bulunan bir başka tesise ait tesis odalarının fotoğraflarının firmaya ait tesisin odalarıymış gibi yayınlanmasının tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı olduğu 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-f, 9/1, 9/5, 11, 12/2 ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **ASF Otelcilik ve Turizm İşletmeleri Tic. A.Ş.** hakkında, söz konusu reklamlar ile ilgili olarak, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**146)**

**Dosya No: 2020/420**

**Şikayet Edilen: Harun Emlak Day. Tük. Mal. Paz. İnş. Turizm San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam/HTU:** *“Ihlara Termal Otel”* isimli tesise ilişkin olarak www.ihlaratermal.com.tr, https://ihlara-termal-tatil-koyu.business.site, www.google.com, www.otelz.com ve www.tripadvisor.com.tr adresli internet sitelerinde yayınlanan reklamlar ile söz konusu tesise ilişkin devre tatil satışına yönelik olarak gerçekleştirilen ticari uygulamalar

**Reklam Yayın/HTU Tarihi:** 07.09.2020, 2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Harun Emlak Day. Tük. Mal. Paz. İnş. Turizm San. ve Tic. Ltd. Şti.’ye ait *“Ihlara Termal Otel”* isimli tesisin tanıtımına yönelik olarak www.ihlaratermal.com.tr ve https://ihlara-termal-tatil-koyu.business.site adresli internet sitelerinin 07.09.2020 tarihli görünümlerinde yayınlanan reklamlarda *“Türkiye'nin mineral yönünden en zengin kaplıca suyuna sahip otelidir.”* şeklinde ifadelere; bununla birlikte, Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan Turizm İşletmesi Belgesi bulunmayan söz konusu tesise ilişkin olarak https://ihlara-termal-tatil-koyu.business.site adresli internet sitesinin 07.09.2020 tarihli görünümünde yayınlanan reklamlarda *“ÖYKÜLER”* başlığı altında *“*\*\*\*\*\**”(beş yıldız)* görsellerine yer verilmek suretiyle *“5 Yıldızlı Otel”*; www.ihlaratermal.com.tr, www.google.com, www.otelz.com ve www.tripadvisor.com.tr adresli internet sitelerinin 07.09.2020 tarihli görünümlerinde yayınlanan reklamlarda ise *“4 Yıldızlı Otel”* şeklinde tanıtımının yapıldığı, ayrıca tüketicinin 18.06.2020 evrak tarihli başvurusunda, Harun Emlak Day. Tük. Mal. Paz. İnş. Turizm San. ve Tic. Ltd. Şti. ile tüketici arasında 22.02.2019 tarihinde imzalanan Ihlara Termal Tatil Köyü Tatil ve Sağlık Kulübü Üyelik Sözleşmesine ait görsele yer verildiği tespit edilmiştir.

**Reklam Veren/HTU’da Bulunan Açıklamaları:** Firmanın savunmasında, Kaplıcalar Yönetmeliğinin 4 üncü maddesinde, doğal veya sondaj-galeri yoluyla yeryüzüne çıkarılan, litresinde en az l gram çözünmüş mineral içeren, bakteriyolojik ve kimyasal kirlenmeye uğramamış olan, fizyolojik ve tedavi edici etkinliği bilimsel olarak kanıtlanmış suların mineralli su olduğunun ifade edildiği, cevabi yazı ekinde sunulan Sağlık Bakanlığı Kaplıca İşletme İzin Belgesinde ise söz konusu tesise ait kaplıca suyunun 7,609 gram mineral değerine sahip olduğunun belirtildiği, dolayısıyla tanımda belirtilen değerden tam 7,5 kat daha fazla mineral değerine sahip olduğu, bu verilerin de tesiste kullanılan kaplıca suyunun Türkiye'de en yüksek mineral değerine sahip sulardan birisi olduğunu gösterdiği, [www.ihlaratermal.com.tr](http://www.ihlaratermal.com.tr) sitesinde “Ihlara Termal Tatil Köyü Türkiye'nin mineral yönünden en zengin kaplıca sularından birine sahiptir.” ifadesinin yer aldığı, aynı internet sitesinin “KURUMSAL” başlığı altında yer alan “Türkiye'nin mineral yönünden en zengin kaplıca suyuna sahip otelidir” ifadesinin sehven yazıldığı, sehven yazılan ifadenin de düzeltildiği, www.google.com. [www.otelz.com](http://www.otelz.com) ve www.tripadvisor.com.tr siteleri ile herhangi bir anlaşma ve/veya sözleşmeleri bulunmadığı, bu sitelerin yapmış olduğu paylaşımların firmalarını bağlamadığı, ayrıca [www.tripadvisor.com.tr](http://www.tripadvisor.com.tr)’nin ticari bir site değil, oteller hakkında müşterilerin görüşlerini paylaştığı bir forum sitesi olduğu, bu sitelerde yer alan yıldız görsellerinin ilgili sitelerin takipçilerinin firmaları hakkında yapmış oldukları yorumların puanlamasını ifade ettiği, aynı zamanda <https://ihlara-termal-tatil-koyu>.business.site internet adresinde “ÖYKÜLER” başlığı altındaki beş yıldız (\*\*\*\*\*) görselinin ziyaretçilerin siteye ve tesise puan verdikleri bir beğeni ve puanlama aracı olarak anket amacıyla tasarlandığı, bu görsellerle tesisin 5 yıldızlı olduğu algısı oluşturulmak istenmediğinin yıldız görselinin altında bulunan yorumlardan da anlaşıldığı, forum sitelerinin birçoğunda yıldız görselinin puanlama ve derecelendirme amaçlı kullanıldığı, ayrıca firmalarının Devre Tatil ve Uzun Süreli Tatil Hizmeti Sözleşmeleri Yönetmeliği’ne uygun olarak Devre Tatil hizmeti sunmakta olduğu, iddia edildiği gibi hiç kimseye zorlama ve psikolojik baskı yapılmadığı, Yönetmeliğe uygun olarak ön bilgilendirmelerin yapıldığı, sözleşme ekinde bulunan cayma formunu doldurarak hiçbir gerekçe göstermeden, hiçbir hukuki ve cezai sorumluluk üstlenmeksizin 14 gün içinde sözleşmede belirtilen adrese iadeli taahhütlü göndermeleri halinde tüketicilerin cayma haklarını kullanabilecekleri, bu hususun ön bilgilendirme formunda ve sözleşmelerde açıkça ifade edildiği, bu konudaki iddiaların gerçeği yansıtmadığı, süresi içinde usulüne uygun yapılan tüm cayma bildirimlerinin kabul edilerek sözleşmelerin iptal edildiği, kesinlikle aldatma, yanıltma gibi bir niyetleri olmadığı, ayrıca pandemi nedeniyle bölgede birçok turizm işletmesinin kapalı olduğu, işletme sahiplerinin ve çalışanlarının zor durumda olduğu hususları ifade edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, Harun Emlak Day. Tük. Mal. Paz. İnş. Turizm San. ve Tic. Ltd. Şti.’ye ait *“Ihlara Termal Otel”* isimli tesisin tanıtımına yönelik olarak www.ihlaratermal.com.tr ve https://ihlara-termal-tatil-koyu.business.site adresli internet sitelerinin 07.09.2020 tarihli görünümlerinde yayınlanan reklamlarda *“Türkiye'nin mineral yönünden en zengin kaplıca suyuna sahip otelidir.”* şeklinde ispata muhtaç ifadelere yer verilmek suretiyle ortalama tüketiciler nezdinde *“Ihlara Termal Otel”* isimli tesiste yer alan kaplıca suyunun, Türkiye’de bulunan tüm termal kaplıca sularından daha üstün özelliklere sahip olduğu algısı oluşturularak tüketicilerin yanıltıldığı, söz konusu ifadelerin dürüst rekabet ilkelerine aykırı ve benzer firmalar arasında haksız rekabete yol açıcı nitelikte olduğu;

Bununla birlikte, Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan Turizm İşletmesi Belgesi bulunmayan *“Ihlara Termal Otel”* isimli tesise ilişkin olarak https://ihlara-termal-tatil-koyu.business.site adresli internet sitesinin 07.09.2020 tarihli görünümünde yayınlanan reklamlarda *“ÖYKÜLER”* başlığı altında *“*\*\*\*\*\**”(beş yıldız)* görsellerine yer verilmek suretiyle *“5 Yıldızlı Otel”*; www.ihlaratermal.com.tr, www.google.com, www.otelz.com ve www.tripadvisor.com.tr adresli internet sitelerinin 07.09.2020 tarihli görünümlerinde yayınlanan reklamlarda ise *“4 Yıldızlı Otel”* şeklinde tanıtımının yapılmasının tüketiciyi aldatıcı, yanıltıcı ve haksız rekabete yol açıcı nitelikte olduğu;

Diğer taraftan Bakanlığa yapılan bir tüketici başvurusuna ilişkin olarak; söz konusu firma tarafından başvuru sahibi tüketiciye 3 gece 4 gün hediye tatil kazandığı ifade edilerek tüketicinin *“Ihlara Termal Otel”* isimli tesise götürüldüğü ve bu tesiste tüketiciye psikolojik baskı ve zorlama yoluyla devre tatil satışı yapıldığı, bununla birlikte cayma hakkını kullanmak isteyen tüketicinin talebinin firma tarafından kabul edilmeyerek tüketici mağduriyetine sebebiyet verildiği, dolayısıyla anılan firma tarafından 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un “Haksız ticari uygulamalar” başlıklı 62 inci maddesinin “*(1) Bir ticari uygulamanın; mesleki özenin gereklerine uymaması ve ulaştığı ortalama tüketicinin ya da yöneldiği grubun ortalama üyesinin mal veya hizmete ilişkin ekonomik davranış biçimini önemli ölçüde bozması veya önemli ölçüde bozma ihtimalinin olması durumunda haksız olduğu kabul edilir. Özellikle aldatıcı veya saldırgan nitelikte olan uygulamalar ile yönetmelik ekinde yer alan uygulamalar haksız ticari uygulama olarak kabul edilir. Tüketiciye yönelik haksız ticari uygulamalar yasaktır.”* hükmüne aykırı, tüketicileri aldatıcı, yanıltıcı ve tüketicilerin bilgi ve tecrübe eksikliklerini istismar edici nitelikte haksız ticari uygulamalarda bulunulduğu 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, 8/1, 9/1, 9/5, 28, 29, 30, 31 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren ve ticari uygulamada bulunan **Harun Emlak Day. Tük. Mal. Paz. İnş. Turizm San. ve Tic. Ltd. Şti.** hakkında, söz konusu reklamlar ve ticari uygulamalar ile ilgili olarak, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12-13 üncü maddeleri uyarınca **anılan reklamları ve ticari uygulamaları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**147)**

**Dosya No: 2020/1153**

**Şikayet Edilen: Dadaşoğulları Genç İnşaat San. Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Royal Asil Pansiyon”* isimli tesise ilişkin olarak www.royalhotelyalova.com, www.agoda.com ve www.tripadvisor.com.tr adresli internet sitelerinde yayınlanan reklamlar ile tesis binasında yer alan tabela

**Reklam Yayın Tarihi:** 29.09.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, tabela

**Tespitler:** Dadaşoğulları Genç İnşaat San. Tic. Ltd. Şti.’ye ait olup, işyeri açma ve çalışma ruhsatında faaliyet konusu *“Pansiyon”* olarak belirtilen ve *“Royal Asil Pansiyon”* adı ile Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan *“Pansiyon Turizm İşletmesi Belgesi”* talebinde bulunulan, ancak yapılan denetim sonucunda ilgili Yönetmelikçe istenilen asgari nitelikleri sağlamaması nedeniyle Pansiyon Turizm İşletmesi Belgesi talebi uygun bulunmayan tesise ilişkin olarak www.royalhotelyalova.com, www.agoda.com ve www.tripadvisor.com.tr adresli internet sitelerinin 29.09.2020 tarihli görünümlerinde yayınlanan reklamlarda ve tesis binasında yer alan tabelada *“Royal Hotel”* şeklinde tanıtım yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, Dadaşoğulları Genç İnşaat San. Tic. Ltd. Şti.’ye ait olup, işyeri açma ve çalışma ruhsatında faaliyet konusu *“Pansiyon”* olarak belirtilen ve *“Royal Asil Pansiyon”* adı ile Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan *“Pansiyon Turizm İşletmesi Belgesi”* talebinde bulunulan, ancak yapılan denetim sonucunda ilgili Yönetmelikçe istenilen asgari nitelikleri sağlamaması nedeniyle Pansiyon Turizm İşletmesi Belgesi talebi uygun bulunmayan tesise ilişkin olarak www.royalhotelyalova.com, www.agoda.com ve www.tripadvisor.com.tr adresli internet sitelerinin 29.09.2020 tarihli görünümlerinde yayınlanan reklamlarda ve tesis binasında yer alan tabelada *“Royal Hotel”* şeklinde tanıtım yapılmasının tüketiciyi aldatıcı ve yanıltıcı 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 **Dadaşoğulları Genç İnşaat San. Tic. Ltd. Şti.** hakkında, söz konusu tanıtımlar ile ilgili olarak, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**148)**

**Dosya No: 2020/1154**

**Şikayet Edilen: Barbarossa Tur. Gıda İnş. Mob. Taş. Tem. Hiz. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Club Hotel Barbarossa Kaş”* isimli tesise ilişkin olarak www.google.com, https://club-barbarossa-hotel-villas.business.site, www.trivago.com.tr, https://tr.hotels.com, www.tripadvisor.com.tr ve www.otelz.com adresli internet sitelerinde yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 18.12.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Barbarossa Tur. Gıda İnş. Mob. Taş. Tem. Hiz. ve Tic. Ltd. Şti.’ye ait olup, Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi bulunmayan *“Club Hotel Barbarossa Kaş”* isimli tesise ilişkin olarak www.google.com adresli internet sitesinin 18.12.2020 tarihli görünümünde yayınlanan reklamlarda *“3 Yıldızlı Otel”*; www.trivago.com.tr, https://tr.hotels.com ve www.tripadvisor.com.tr adresli internet sitelerinin 18.12.2020 tarihli görünümlerinde yayınlanan reklamlarda *“4 Yıldızlı Otel”*; https://club-barbarossa-hotel-villas.business.site adresli internet sitesinin 18.12.2020 tarihli görünümünde yayınlanan reklamlarda ise *“Öyküler”* başlığı altında *“***\*\*\*\*\****”(beş yıldız)* görsellerine yer verilmek suretiyle *“5 Yıldızlı Otel”* şeklinde tanıtımının yapıldığı; diğer taraftan söz konusu tesiste başvuru sahibi tüketicinin kullanımına sunulan oda fotoğraflarının, anılan tesise ilişkin olarak www.otelz.com adresli internet sitesinde tanıtımı ve satışı yapılan oda görselinden farklı olduğu hususları tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, Barbarossa Tur. Gıda İnş. Mob. Taş. Tem. Hiz. ve Tic. Ltd. Şti. ’ye ait olup, Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi bulunmayan *“Club Hotel Barbarossa Kaş”* isimli tesise ilişkin olarak www.google.com adresli internet sitesinin 18.12.2020 tarihli görünümünde yayınlanan reklamlarda *“3 Yıldızlı Otel”*; www.trivago.com.tr, https://tr.hotels.com ve www.tripadvisor.com.tr adresli internet sitelerinin 18.12.2020 tarihli görünümlerinde yayınlanan reklamlarda *“4 Yıldızlı Otel”*; https://club-barbarossa-hotel-villas.business.site adresli internet sitesinin 18.12.2020 tarihli görünümünde yayınlanan reklamlarda ise *“Öyküler”* başlığı altında *“***\*\*\*\*\****”(beş yıldız)* görsellerine yer verilmek suretiyle *“5 Yıldızlı Otel”* şeklinde tanıtımının yapılmasının tüketiciyi aldatıcı, yanıltıcı ve haksız rekabete yol açıcı nitelikte olduğu;

Diğer taraftan, anılan tesise ilişkin olarak www.otelz.com adresli internet sitesinde yer verilen görsellerin gerçeği yansıtmadığı, tüketicinin kullanımına sunulan odanın söz konusu internet sitesinde tanıtımı ve satışı yapılandan farklı olduğu, anılan tesisin hijyen, dekorasyon, bakım ve tüketiciye sunduğu hizmet kalitesi açısından yetersiz olduğu ve tanıtımlarında beyan edilen konsepti karşılamadığı, dolayısıyla inceleme konusu reklam ve tanıtımların tüketicileri aldatıcı, yanıltıcı ve tüketici mağduriyetine 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, **Barbarossa Tur. Gıda İnş. Mob. Taş. Tem. Hiz. ve Tic. Ltd. Şti.** hakkında, söz konusu tanıtımlar ile ilgili olarak, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**149)**

**Dosya No: 2020/1163**

**Şikayet Edilen: Huriye KARAKOÇ**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Eliz Hotel”* isimli tesise ilişkin olarak https://eliz-butik-hotel.antalyahotel.org/tr, www.google.com, www.etstur.com, www.tripadvisor.com.tr, https://tr.hotels.com, www.otelz.com, www.odamax.com, www.neredekal.com, www.otelpuan.com ve www.tatil.com adresli internet siteleri ile tesise ait tabelada yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 18.12.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, tabela

**Tespitler:** Huriye KARAKOÇ tarafından işletmeciliği yapılmakta olup, Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi bulunmayan *“Eliz Hotel”* isimli tesise ilişkin olarak www.etstur.com, https://tr.hotels.com, www.otelz.com, www.odamax.com, www.neredekal.com, www.otelpuan.com ve www.tatil.com adresli internet sitelerinin 18.12.2020 tarihli görünümlerinde yayınlanan reklamlarda ve tesise ait tabelada *“Butik Otel”*; https://eliz-butik-hotel.antalyahotel.org/tr, www.tripadvisor.com.tr ve www.google.com adresli internet sitelerinin 18.12.2020 tarihli görünümlerinde yayınlanan reklamlarda ise *“2 Yıldızlı Otel”* ve  *“Butik Otel”* şeklinde tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, Huriye KARAKOÇ tarafından işletmeciliği yapılmakta olup, Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi bulunmayan *“Eliz Hotel”* isimli tesise ilişkin olarak www.etstur.com, https://tr.hotels.com, www.otelz.com, www.odamax.com, www.neredekal.com, www.otelpuan.com ve www.tatil.com adresli internet sitelerinin 18.12.2020 tarihli görünümlerinde yayınlanan reklamlarda ve tesise ait tabelada *“Butik Otel”*; https://eliz-butik-hotel.antalyahotel.org/tr, www.tripadvisor.com.tr ve www.google.com adresli internet sitelerinin 18.12.2020 tarihli görünümlerinde yayınlanan reklamlarda ise *“2 Yıldızlı Otel”* ve  *“Butik 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 **Huriye KARAKOÇ** hakkında, söz konusu tanıtımlar ile ilgili olarak, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**150)**

**Dosya No: 2020/1331**

**Şikayet Edilen: Akel Turizm Org. Güz. Teks. İth. İhr. San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Arkadaşını Al Gel! 1 Yıl Spor Klübü Üyeliği Kişi Başı 1590 TL”* ibareli açık hava reklamları

**Reklam Yayın Tarihi:** Kasım-Aralık 2019

**Yayınlandığı Mecra:** Açık hava ilanı

**Tespitler:** Akel Turizm Org. Güz. Teks. İth. İhr. San. ve Tic. Ltd. Şti. tarafından Kasım-Aralık 2019 döneminde yayınlanan açık hava reklamlarında, *“Arkadaşını Al Gel! 1 Yıl Spor Klübü Üyeliği Kişi Başı 1590 TL” , ”La Delmare Sports & Spa 611 07 08” , “Sınırlı Kontenjan”* şeklinde ifadelere yer verildiği; firma tarafından Bakanlığa gönderilen 22.02.2021 evrak tarihli cevabi yazı ekinde şikayet konusu kampanya kapsamında 2019 yılının Aralık ayında tüketicilere 1590 TL üzerinden hizmet verildiği hususunu ispatlayacak nitelikte fatura örneklerinin yer aldığı; diğer taraftan inceleme konusu reklamda, tanıtımı yapılan kampanyanın hangi tarihler arasında geçerli olduğu bilgisi ile kampanya kapsamında sınırlı olduğu ifade edilen kontenjan miktarına ilişkin herhangi bir bilgiye yer verilmediği hususları tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, Akel Turizm Org. Güz. Teks. İth. İhr. San. ve Tic. Ltd. Şti. tarafından Kasım-Aralık 2019 döneminde yayınlanan açık hava reklamlarında, *“Arkadaşını Al Gel! 1 Yıl Spor Klübü Üyeliği Kişi Başı 1590 TL” , ”La Delmare Sports & Spa 611 07 08” , “Sınırlı Kontenjan”* şeklinde ifadelere yer verilmesine karşın, tanıtımı yapılan kampanyanın hangi tarihler arasında geçerli olduğu bilgisi ile kampanya kapsamında sınırlı olduğu ifade edilen kontenjan miktarına ilişkin olarak reklamda herhangi bir bilgiye yer verilmediği, dolayısıyla söz konusu tanıtımların Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin *“Fiyat bilgisi içeren reklamlar”* başlıklı 13 üncü maddesinde yer alan; *“Fiyatın geçerliliği ile ilgili bir süre veya stok sınırı var ise, bu süre ve stok miktarı reklamlarda açıkça belirtilir.”* hükmüne aykırılık teşkil ettiği, bu bağlamda inceleme konusu açık hava reklamlarında tüketicilerin eksik bilgilendirilmek suretiyle yanıltıldığı 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, 9/1, 9/5, 13 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Akel Turizm Org. Güz. Teks. İth. İhr. San. ve Tic. Ltd. Şti.** hakkında, söz konusu tanıtımlar ile ilgili olarak, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**151)**

**Dosya No: 2020/2163**

**Şikayet Edilen: Mi-Sa Group İnş. Emlak Tur. Kuy. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Modern Saraylar”* isimli tesisin tanıtımına ilişkin olarak www.modernsaraylar.com, www.trivago.com.tr, www.muhafazakarotelim.com ve www.google.com adresli internet sitelerinde yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 22.12.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Mi-Sa Group İnş. Emlak Tur. Kuy. ve Tic. Ltd. Şti.’ye ait olup, Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan Turizm İşletmesi Belgesi bulunmayan *“Modern Saraylar”* isimli tesise ilişkin olarak www.modernsaraylar.com adresli internet sitesinin 22.12.2020 tarihli görünümünde yayınlanan reklamlarda *“Sınıfı 5 Yıldız Konseptli Resort Otel”* ifadelerine;www.trivago.com.tr adresli internet sitesinin 22.12.2020 tarihli görünümünde yayınlanan reklamlarda *“*\*\*\*\*\**”(beş yıldız)* görseline; www.google.com adresli internet sitesinin 22.12.2020 tarihli görünümünde yayınlanan reklamlarda *“5 yıldızlı otel”* ibarelerine; www.muhafazakarotelim.com adresli internet sitesinin 22.12.2020 tarihli görünümünde yayınlanan reklamlarda ise *“Kategori:5 YILDIZLI”* ifadelerine yer verilmek suretiyle *“5 Yıldızlı Otel”* şeklinde tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, Mi-Sa Group İnş. Emlak Tur. Kuy. ve Tic. Ltd. Şti.’ye ait olup, Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan Turizm İşletmesi Belgesi bulunmayan *“Modern Saraylar”* isimli tesise ilişkin olarak www.modernsaraylar.com adresli internet sitesinin 22.12.2020 tarihli görünümünde yayınlanan reklamlarda *“Sınıfı 5 Yıldız Konseptli Resort Otel”* ifadelerine;www.trivago.com.tr adresli internet sitesinin 22.12.2020 tarihli görünümünde yayınlanan reklamlarda *“*\*\*\*\*\**”(beş yıldız)* görseline; www.google.com adresli internet sitesinin 22.12.2020 tarihli görünümünde yayınlanan reklamlarda *“5 yıldızlı otel”* ibarelerine; www.muhafazakarotelim.com adresli internet sitesinin 22.12.2020 tarihli görünümünde yayınlanan reklamlarda ise *“Kategori:5 YILDIZLI”* ifadelerine 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, **Mi-Sa Group İnş. Emlak Tur. Kuy. ve Tic. Ltd. Şti.** 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 karar verilmiştir.

**152)**

**Dosya No: 2020/2188**

**Şikayet Edilen: İlkan Turizm Otelcilik Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Can Hotel”*isimli tesise ilişkin olarak www.google.com ve www.tripadvisor.com.tr adresli internet sitelerinde yayınlanan reklamlar ile otel mahallinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 31.12.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İlkan Turizm Otelcilik Ticaret Ltd. Şti.’ye ait olup, Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi bulunmayan *“Can Hotel”* isimli tesis mahallinde yer alan tanıtımlarda, ayrıca söz konusu tesise ilişkin olarak www.google.com ve www.tripadvisor.com.tr adresli internet sitelerinin 31.12.2020 tarihli görünümlerinde yayınlanan reklamlarda *“3 Yıldızlı Otel”* şeklinde tanıtım yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, İlkan Turizm Otelcilik Ticaret Ltd. Şti.’ye ait olup, Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi bulunmayan *“Can Hotel”* isimli tesis mahallinde yer alan tanıtımlarda, ayrıca söz konusu tesise ilişkin olarak www.google.com ve www.tripadvisor.com.tr adresli internet sitelerinin 31.12.2020 tarihli görünümlerinde yayınlanan reklamlarda *“3 Yıldızlı Otel”* 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 **İlkan Turizm Otelcilik Ticaret Ltd. Şti.** hakkında, söz konusu tanıtımlar ile ilgili olarak, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**153)**

**Dosya No: 2020/2195**

**Şikayet Edilen: Dervişoğlu Turizm Ticaret ve Sanayi A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Özgür Bey Spa Hotel”* isimli tesisin tanıtımına ilişkin olarak www.ozgurbeyspahotel.com, www.google.com ve www.tripadvisor.com.tr adresli internet sitelerinde yayınlanan reklamlar ile tesis mahallinde ve tesise ait basılı materyallerde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 31.12.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, basılı materyal

**Tespitler:** Dervişoğlu Turizm Ticaret ve Sanayi A.Ş.’ye ait *“Özgür Bey Spa Hotel”* isimli tesisin tanıtımına yönelik olarak www.ozgurbeyspahotel.com adresli internet sitesinin 31.12.2020 tarihli görünümünde yayınlanan reklamlarda *“En İyi Fiyat Garantisi”* ifadelerine yer verildiği, diğer taraftan Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi bulunmayan söz konusu tesise ilişkin olarak www.google.com ve www.tripadvisor.com.tr adresli internet sitelerinin 31.12.2020 tarihli görünümlerinde yayınlanan reklamlarda, ayrıca tesis mahallinde ve tesise ait basılı materyallerde *“3 Yıldızlı Otel”* şeklinde tanıtım yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, Dervişoğlu Turizm Ticaret ve Sanayi A.Ş.’ye ait *“Özgür Bey Spa Hotel”* isimli tesisin tanıtımına yönelik olarak www.ozgurbeyspahotel.com adresli internet sitesinin 31.12.2020 tarihli görünümünde yayınlanan reklamlarda *“En İyi Fiyat Garantisi”* şeklinde ispata muhtaç ifadelere yer verilmek suretiyle ortalama tüketiciler nezdinde anılan firma tarafından her zaman ve her koşulda diğer turizm işletmelerinden daha uygun fiyatlı konaklama hizmeti verildiği algısı oluşturularak tüketicilerin yanıltıldığı, *“En İyi Fiyat Garantisi”* iddiasının objektif bir biçimde kanıtlanabilirlikten uzak olması ve yanıltıcı bir yöntemle talep yaratma amacına hizmet etmesi nedeniyle inceleme konusu reklamların tüketiciyi aldatıcı, dürüst rekabet ilkelerine aykırı ve benzer firmalar arasında haksız rekabete yol açıcı nitelikte olduğu;

Diğer taraftan, Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi bulunmayan *“Özgür Bey Spa Hotel”* isimli tesise ilişkin olarak www.google.com ve www.tripadvisor.com.tr adresli internet sitelerinin 31.12.2020 tarihli görünümlerinde yayınlanan reklamlarda, ayrıca tesis mahallinde ve tesise ait basılı materyallerde *“3 Yıldızlı Otel”* 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, 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 **Dervişoğlu Turizm Ticaret ve Sanayi A.Ş.** hakkında, söz konusu tanıtımlar ile ilgili olarak, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**154)**

**Dosya No: 2020/3025**

**Şikayet Edilen: Bilgin BALCI**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Grand Seray Otel”* isimli tesise ilişkin olarak www.facebook.com, www.otelz.com ve www.odamax.com adresli internet sitelerinde yayınlanan reklamlar ile tesisin dış cephesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 31.12.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, tabela

**Tespitler:** Bilgin BALCI’ya ait olup, Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi bulunmayan *“Grand Seray Otel”* isimli tesise ilişkin olarak www.facebook.com, www.otelz.com ve www.odamax.com adresli internet sitelerinin 31.12.2020 tarihli görünümlerinde yayınlanan reklamlarda, ayrıca tesisin dış cephesinde yer alan tanıtımlarda *“*\*\*\**”(üç yıldız)* görsellerine yer verilmek suretiyle *“3 Yıldızlı Otel”* şeklinde reklam ve tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, Bilgin BALCI’ya ait olup, Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi bulunmayan *“Grand Seray Otel”* isimli tesise ilişkin olarak www.facebook.com, www.otelz.com ve www.odamax.com adresli internet sitelerinin 31.12.2020 tarihli görünümlerinde yayınlanan reklamlarda, ayrıca tesisin dış cephesinde yer alan tanıtımlarda *“*\*\*\**”(üç yıldız)* görsellerine yer verilmek suretiyle *“3 Yıldızlı Otel”* şeklinde reklam ve 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 **Bilgin BALCI** hakkında, söz konusu tanıtımlar ile ilgili olarak, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**155)**

**Dosya No: 2020/3949**

**Şikayet Edilen: Sera Ankara Turizm İnş. Gıda ve Tic. San. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Grand Sera Otel”* isimli tesise ilişkin olarak www.google.com, www.tripadvisor.com.tr, grand-sera-hotel.hotelinankara.net/tr, www.trivago.com.tr ve www.odamax.com adresli internet sitelerinde yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 31.12.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Sera Ankara Turizm İnş. Gıda ve Tic. San. Ltd. Şti.’ye ait olup, Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi bulunmayan *“Grand Sera Otel”* isimli tesise ilişkin olarak www.google.com adresli internet sitesinin 31.12.2020 tarihli görünümünde yayınlanan reklamlarda *“3 yıldızlı otel”* ibarelerine; www.tripadvisor.com.tr, grand-sera-hotel.hotelinankara.net/tr/, www.trivago.com.tr ve www.odamax.com adresli internet sitelerinin 31.12.2020 tarihli görünümlerinde yayınlanan reklamlarda ise *“*\*\*\**”(üç yıldız)* görsellerine yer verilmek suretiyle *“3 Yıldızlı Otel”* şeklinde tanıtım yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, Sera Ankara Turizm İnş. Gıda ve Tic. San. Ltd. Şti.’ye ait olup, Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi bulunmayan *“Grand Sera Otel”* isimli tesise ilişkin olarak www.google.com adresli internet sitesinin 31.12.2020 tarihli görünümünde yayınlanan reklamlarda *“3 yıldızlı otel”* ibarelerine; www.tripadvisor.com.tr, grand-sera-hotel.hotelinankara.net/tr/, www.trivago.com.tr ve www.odamax.com adresli internet sitelerinin 31.12.2020 tarihli görünümlerinde yayınlanan reklamlarda ise *“*\*\*\**”(üç yıldız)* görsellerine yer verilmek suretiyle *“3 Yıldızlı Otel”* 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 **Sera Ankara Turizm İnş. Gıda ve Tic. San. Ltd. Şti.** hakkında, söz konusu tanıtımlar ile ilgili olarak, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**DİĞER**

**156)**

**Dosya No: 2021/772**

**Şikayet Edilen: Teknosa İç ve Dış Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından Apple Airpods 2.Nesil ve Şarj Kutusu (MV7N2TU/A) adlı ürüne ilişkin olarak yayınlanan indirimli satış reklamları

**Reklam Yayın Tarihi:** Kasım 2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, Televizyon

**Tespitler:** Firma tarafından Apple Airpods 2.Nesil ve Şarj Kutusu (MV7N2TU/A) adlı ürüne ilişkin olarak 16-17 Kasım 2020 tarihlerinde düzenlenen indirimli satış kampanyasına ilişkin olarak www.teknosa.com adresli internet sitesi ile ulusal televizyon kanallarında yayınlanan reklamlarda, söz konusu ürünün 16-17 Kasım 2020 tarihlerinde 1.599 TL yerine 1.149 TL fiyattan satışa sunulduğunu belirten tanıtımlara yer verildiği,

Buna göre, televizyon kanallarında yayınlanan reklamlarda*, “16-23 Kasım tarihleri arasında fırsatlar devasa. Her gün sürpriz bir ürün ile indirim Teknosa’da. Günün fırsatı Apple Airpods Kulaklık ve Şarj Kutusu 1.599 TL yerine 1.1149 TL. Teknosa mağazaları ve teknosa.com da geçerli bu fırsatı kaçırmayın. Kasım’da indirimler devasa adres Teknosa”* şeklinde sesli ifadelere, ekranda durağan yazı olarak, *“Airpods 2. Nesil Bluetooth Kulak İçi Kulaklık ve Şart Kutusu, Stok:1500 Adet”* ifadelerine ve altyazı olarak ise, *“16-17 Kasım tarihlerinde geçerli olup stoklarla sınırlıdır.* [*www.teknosa.com*](http://www.teknosa.com)*, 0850 222 55 99”* ifadelerine yer verildiği, reklam afişlerinde ise, *“16-17 Kasım. Kasımda fırsatlar devasa, beklediğiniz indirimler Teknosa’da. Airpods MV7N2TU/A 2. Nesil ve Şarj Kutusu. 1.599 TL yerine 1.149 TL”* şeklinde ifadelere yer verilmekle birlikte hem söz konusu afişler üzerinde hem de www.teknosa.com adresli sitede yer alan ürün tanıtım sayfasında indirimli olarak satışa sunulan ürünün stok miktarlarının belirtilmediği

Firma tarafından sunulan satış faturalarının incelenmesinden, indirim kampanyasına konu ürünün kampanyanın başlangıcından önce 15.11.2020 tarihinde 1.599 TL fiyattan satışının yapıldığı, kampanyanın başladığı gün olan 16.11.2020 tarihinde ise kampanyalı fiyat olan 1.149 TL fiyattan satıldığı hususları tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, firma tarafından Apple Airpods 2.Nesil ve Şarj Kutusu (MV7N2TU/A) adlı ürüne ilişkin olarak 16-17 Kasım 2020 tarihlerinde düzenlenen indirimli satış kampanyasına ilişkin olarak www.teknosa.com adresli internet sitesi ile ulusal televizyon kanallarında yayınlanan reklamlarda, söz konusu ürünün 1.599 TL yerine 1.149 TL fiyattan satışa sunulduğunu belirten tanıtımlara yer verildiği, bilindiği üzere, Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin "İndirimli Satışlar" başlıklı 13 üncü maddesinde yer alan, *"(1) Bir mal veya hizmete ilişkin indirim yapıldığını gösteren yazılı, sesli veya görsel herhangi bir ibarenin yer aldığı reklamlarda; indirimli satışın başlangıç ve bitiş tarihleri ile indirimli olarak satışa sunulan mal veya hizmetin miktarı sınırlı ise bu miktarın açık ve anlaşılır bir biçimde belirtilmesi zorunludur. (...)"* hükmü uyarınca, indirimli satışlara ilişkin reklam ve tanıtımlarda, indirimli olarak satışa sunulan malın miktarı sınırlı ise bu miktarın açık bir şekilde belirtilmesi gerektiği, bununla birlikte, https://www.teknosa.com/apple-airpods-2nesil-sarj-kutusu-mv7n2tua-p-145058647 URL adresinde yer alan kampanya sayfasında indirimli olarak satışa sunulan ürünün stok miktarının belirtilmemesinin anılan madde hükmünü ihlal 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, 13/9, 14/1 ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci 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 **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**157)**

**Dosya No: 2021/773**

**Şikayet Edilen: Tesettür Pazarı Tekstil San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait www.tesetturpazari.com adresli e-ticaret sitesinde satışı yapılan ürünlere ilişkin olarak, ürün iade-değişim politikasına yönelik reklam ve tanıtımlar ile tüketicilere yönelik olarak gerçekleştirilen ticari uygulamalar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 22.01.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.tesetturpazari.com adresli internet sitesinde “İade-Değişim Garantisi” şeklinde tanıtımlara yer verildiği, https://www.tesetturpazar.com/garant-ve-ade-kosullar.shtm URL adresinde yer alan “Değişim ve İade Koşulları” başlıklı sayfada, *“İade: Herhangi bir nedenle iade etmek istediğiniz, yeniden satılabilirlik özelliği taşıyan ürünün iade süresi, teslim aldığınız tarihten itibaren 7 gündür. İade edeceğiniz ürünün, paketi hasar görmemiş, kullanılmamış, kullanım hatası sonucu zarar görmemiş ve tekrar satılabilirlik özelliği bozulmamış olmalıdır… Kampanya kapsamında olan ürünlerde (kar amacı olmayan ürünlerde) iade alınmamaktadır”* şeklinde ifadelerin yer aldığı,

Diğer yandan tüketicinin satın aldığı ürünü iade etmek istemesi üzerine firma tarafından tüketiciye satın alınan ürünün kampanyalı bir ürün olduğu, kampanyalı ürünlerin iade kapsamında bulunmadığı, eğer yine de iade edilecekse gidiş-dönüş kargo ücretinin ödenmesi gerektiğinin ifade edildiği hususları tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, firmaya ait www.tesetturpazari.com adresli e-ticaret sitesinde satışı yapılan giyim ürünlerine ilişkin olarak firma tarafından uygulanan ürün iade-değişim politikası kapsamında, anılan internet sitesinde yer verilen reklamlarda, "İade ve değişim garantisi" şeklinde bir ifadeye yer verilerek tüketicilerin ürün iade ve değişim talepleri garanti altına alınmakla birlikte, ürün iade talebinde bulunan tüketicilerin iade taleplerinin, "Satın aldıkları ürünün kampanyalı bir ürün olduğu, kampanyalı ürünlerin iade edilemeyeği" belirtilerek geri çevrildiği, benzer şekilde ürün iade talebinde bulunan tüketicilerden gidiş-dönüş kargo ücreti ve diğer masrafların talep edildiği,

Bu itibarla, ürün iade-değişim politikasına ilişkin reklamlarda ana vaat olarak "İade ve değişim garantisi" şeklinde tanıtımlara yer verildiği halde, www.tesetturpazari.com/garanti-ve-iade-kosullari.shtm URL adresinde yer alan "Değişim ve İade Koşulları" başlıklı sayfada, *"Herhangi bir nedenle iade etmek istediğiniz, yeniden satılabilirlik özelliği taşıyan ürünün iade süresi, teslim aldığınız tarihten itibaren 7 gündür... Kampanya kapsamında olan ürünlerde(kar amacı olmayan ürünlerde) iade alınmamaktadır."* şeklinde ifadelere yer verilmesinin firma iade-değişim politikasına yönelik reklamlara ilişkin olarak ana vaat-istisna uyumsuzluğu oluşturduğu ve tüketicileri aldatıcı-yanıltıcı nitelikte olduğu, ayrıca Mesafeli Sözleşmeler Yönetmeliği kapsamında tüketicilere on dört gün içinde herhangi bir gerekçe göstermeksizin ve cezai şart ödemeksizin sözleşmeden cayma hakkı tanınmış olmakla birlikte firma tarafından cayma/iade süresinin 7 gün olarak belirtilmesi ve yine anılan Yönetmelikte cayma hakkının istisnaları hükme bağlanmış olmakla birlikte kampanyalı ürünlerin/kar amacı olmayan ürünlerin iade kapsamında bulunmadığı şeklinde bir koşul öne sürülerek tüketicilerin iade taleplerinin geri çevrilmesinin açıkça mevzuata aykırı ve tüketicilerin tecrübe ve bilgi eksikliklerini istismar edici nitelikte olduğu,

Öte yandan, ürün iade talebinde bulunan tüketicilerden gidiş-dönüş kargo ücreti ve diğer masrafların talep edilmesinin, Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin "Haksız Ticari Uygulama Olarak Kabul Edilen Örnek Uygulamalar" başlıklı ekinin B-Saldırgan Ticari Uygulamalar bölümünde yer alan "3) Taraf olduğu bir hukuki ilişkiye dayanarak herhangi bir talepte bulunan tüketiciden, talebi ile ilgisi olmayan belgeler arz etmesini istemek, ücret ödemesini talep etmek ya da sistematik olarak konuyla ilgili görüşmekten kaçınmak ve bu yollarla onu hukuki haklarını kullanmaktan caydırmaya çalışmak." hükmüne aykırı ve açık bir saldırgan ticari uygulama olduğu, 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, 7/5-h, 9, 28, 29, 30, 31 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren ve ticari uygulamada bulunan **Tesettür Pazarı Tekstil San. ve Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü, 77/12 ve 77/13 üncü maddeleri uyarınca **anılan reklamları ve haksız ticari uygulamaları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**158)**

**Dosya No: 2019/1774**

**Şikayet Edilen: Ebebek Mağazacılık Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Baby&Plus Wind Otomatik Salıncak” isimli ürünün etiketinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Yayınlandığı Mecra:** Etiket

**Tespitler:** “2558000209414 barkod numaralı Baby&Plus Wind Otomatik Salıncak” isimli ürünün etiketinde ürünün satış fiyatının 649,00 TL olduğu, bu fiyat üzerinden indirim uygulanarak 584,10 TL’ye düşürüldüğü ve firmaya ait internet sitesi olan www.e-bebek.com adresli internet sitesinde ürünün fiyatının 599,00 TL olduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firma tarafından anılan ürüne ilişkin sunulan bilgi ve belgeler kapsamında inceleme konusu reklamlarda Reklam Mevzuatı hükümlerine aykırı bir unsura rastlanmadığından, anılan reklamların 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**159)**

**Dosya No: 2019/10950**

**Şikayet Edilen: Turkuaz İnşaat Malzemeleri Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait "banyona" isimli satıcı tarafından www.hepsiburada.com adresli internet sitesinde yer alan *"Grohe Geneva 3 Delikli Lavabo Bataryası"* isimli ürüne ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ait "banyona" isimli satıcı tarafından www.hepsiburada.com adresli internet sitesinde yer alan *"Grohe Geneva 3 Delikli Lavabo Bataryası"* isimli ürünün 2.495,00 TL olan fiyatından % 100 indirim yapılarak ürünün fiyatının 1,00 TL'ye düşürüldüğü bu indirimden faydalanarak ürünü satın alan tüketicinin siparişinin firma tarafından iptal edildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firmaya ait "banyona" isimli satıcı tarafından www.hepsiburada.com adresli internet sitesinde yer alan *"Grohe Geneva 3 Delikli Lavabo Bataryası"* isimli ürünün 2.495,00 TL olan fiyatından % 100 indirim yapılarak ürünün fiyatının 1,00 TL'ye düşürüldüğü bu indirimden faydalanarak ürünü satın alan tüketicinin siparişinin firma tarafından iptal edildiği bu sebeple tüketicilerin yanıltıldığı,

Bununla birlikte, firmanın, makul sayılabilecek bir süre ve miktarda söz konusu ürünü belirtilen fiyattan sunamayacağına veya başka bir yerden tedarik edemeyeceğine ilişkin yeterli bilgi sahibi olmasına rağmen, tüketiciyi bu konuda uyarmaksızın www.hepsiburada.com adresli internet sitesinde belirtilen satış fiyatları üzerinden edinmeye davet ederek haksız ticari uygulamada bulunduğu; 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, 28 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Turkuaz İnşaat Malzemeleri Ticaret 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: 2019/11085**

**Şikayet Edilen: Glovoapp Turkey Teknoloji Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından gerçekleştirilen haksız ticari uygulamalar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ait 30 TL ve üstü siparişlerde geçerli 20 TL indirim kampanyasından faydalanmak isteyen tüketicinin sipariş tutarı olan 31,75 TL üzerinden 20 TL indirim uygulanarak 11,75 TL ödemesi gerekirken firma tarafından anılan siparişin 29,75 TL olarak faturalandırıldığı ve sipariş tutarı 30 TL altında kaldığı için firma tarafından belirtilen 20 TL indirimin uygulanmadığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firmaya ait 30 TL ve üstü siparişlerde geçerli 20 TL indirim kampanyasından faydalanmak isteyen tüketicinin sipariş tutarı olan 31,75 TL üzerinden 20 TL indirim uygulanarak 11,75 TL ödemesi gerekirken firma tarafından anılan siparişin 29,75 TL olarak faturalandırıldığı ve sipariş tutarı 30 TL altında kaldığı için firma tarafından belirtilen 20 TL indirimin uygulanmadığı bu nedenle tüketicilerin yanıltıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu ticari uygulamanın;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7, 28, 29 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Glovoapp Turkey Teknoloji Anonim Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/13 üncü maddeleri uyarınca **haksız ticari uygulamayı durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**161)**

**Dosya No: 2019/11775**

**Şikayet Edilen: Santanyi Ayakkabı Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından tüketiciye gönderilen e-postada yer alan ifadeler

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firma tarafından tüketiciye gönderilen e-postada *"Merhaba arkadaşım, Family & Friends'e katılarak İlkbahar/Yaz 2019 koleksiyonumuzda geçerli % 50 indirimin keyfini çıkarmaya davetlisin. İndirim kodunuzu almak için aşağıdaki bağlantıyı tıklamanız yeterlidir. E-posta adresinizi onayladıktan sonra İlkbahar/Yaz 2019 koleksiyonunda geçerli % 50 Family & Friends indiriminden faydalanabilirsiniz. Kampanya, Camper.com'da ve Camper mağazalarında 11 Ağustos 2019 tarihine kadar geçerlidir. Bazı bayilerimiz hariçtir."* şeklindeifadelere yer verdiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firma tarafından tüketiciye gönderilen e-postada yer alan kampanyaya ilişkin sunulan bilgi ve belgeler kapsamında şikayet konusu hususta Reklam Mevzuatı hükümlerine aykırı bir unsura rastlanmadığından, anılan reklamların 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**162)**

**Dosya No: 2019/11858**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait Sivas ilinde bulunan mağazadaki afişte yer alan ifadeler

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Yayınlandığı Mecra:** Afiş

**Tespitler:** Firmaya ait Sivas ilinde bulunan mağazadaki afişte *"Tüm büsküvi, kek ve gofret çeşitlerinde 3 Al 2 Öde"* ifadesine yer verildiği, ancak tüketici tarafından gönderilen reklam örneğinde afişin alt kısımlarının okunamadığı, firma tarafından gönderilen afiş örneğinde *"Tüm büsküvi, kek ve gofret çeşitlerinde 3 Al 2 Öde"* ifadesineafişin alt kısmında da *“Bu kampanya Money Kart veya Money Bonus ile yapılan alışverişlerde geçerlidir.”* ifadesine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firma tarafından anılan afişte yer alan kampanya şartlarına ilişkin sunulan bilgi ve belgeler kapsamında şikayet konusu hususta Reklam Mevzuatı hükümlerine aykırı bir unsura rastlanmadığından, anılan reklamların 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**163)**

**Dosya No: 2021/813**

**Şikayet Edilen: Anpa Petrol Gıda San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait broşürlerde ve mağazadaki afişte yer alan *“Lufian Kaz Tüyü Mont”* isimli ürüne ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** Broşür, afiş

**Tespitler:** Firmaya ait broşürlerde ve mağazadaki afişte yer alan *“Lufian Kaz Tüyü Mont”* isimli ürünün 1.199,99 TL olan fiyatı üzerinden indirim uygulanarak 299,90 TL'ye indirildiği bilgisine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firmaya ait broşürlerde ve mağazadaki afişte yer alan *“Lufian Kaz Tüyü Mont”* isimli ürünün 1.199,99 TL olan fiyatı üzerinden indirim uygulanarak 299,90 TL'ye indirildiği bilgisine yer verildiği ancak firma tarafından uygulanan indirim kampanyasında indirimli satışın başlangıç ve bitiş tarihleri ile indirimli olarak satışa sunulan mal veya hizmetin miktarı sınırlı ise bu miktarın açık ve anlaşılır bir biçimde belirtilmesi zorunlu olduğu halde bu bilgilere yer verilmediği,

Diğer taraftan firmaya ait broşürlerde ve mağazadaki afişte yer alan ürünün ilk fiyatı olan 1.199.99 TL üzerinden indirim uygulanarak ürünün 299,90 TL’den tüketiciye satıldığı, ancak ilgili mevzuatta yer alan *“İndirimli satışa konu edilen mal veya hizmetin indirimden önceki fiyattan daha düşük fiyatla satışa sunulduğunun ispatı satıcı veya sağlayıcıya aittir.”* hükmü gereği anılan ürünün indirimden önceki fiyattan satışa sunulduğunun ispatlanması gerektiği ancak söz konusu hususun ispatlanamadığı, dolayısıyla, söz konusu tanıtımların; tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

-Fiyat Etiketi Yönetmeliği’nin 11 inci maddesi,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7, 9, 14 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Anpa Petrol 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.

**164)**

**Dosya No: 2021/814**

**Şikayet Edilen: Oysho Giyim İthalat İhracat ve Ticaret Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait olup Akmerkez Alışveriş Merkezinde bulunan mağaza tarafından gerçekleştirilen uygulamalar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** Hediye çeki

**Tespitler:** Firmaya ait Akmerkez mağazası tarafından 12 Ocak 2021 tarihinde 150 TL ve 300 TL tutarında 2 adet hediye çeki düzenlendiği, 2 farklı kutuda olan çeklerin tüketici tarafından tek bir kutuya konulduğu, 19 Ocak 2021 tarihinde mağazaya gelerek hediye çeklerini kullanmak isteyen tüketiciye söz konusu çeklerin geçerli olmadığı, hediye kutusunun üzerinde barkodlu kart olması gerektiği, barkodlu kart olmadan hediye çeklerinin kullanılamayacağının belirtildiği, tüketici tarafından hediye çeklerinin üzerinde yer alan numara ile sistemsel kontrol yapılabileceği ve hediye çeklerini alan arkadaşlarının gerekirse mağazaya gelebileceği belirtilmesine rağmen tüketiciye bu konuda yardımcı olunmadığı ve hediye çeklerinin kullandırılmadığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; Akmerkez Alışveriş Merkezi'nde bulunan firmaya ait mağaza tarafından 12 Ocak 2021 tarihinde 150 TL ve 300 TL tutarında 2 adet hediye çeki düzenlendiği, 2 farklı kutuda olan çeklerin tüketici tarafından tek bir kutuya konulduğu, 19 Ocak 2021 tarihinde mağazaya gelerek hediye çeklerini kullanmak isteyen tüketiciye söz konusu çeklerin geçerli olmadığı, hediye kutusunun üzerinde barkodlu kart olması gerektiği, barkodlu kart olmadan hediye çeklerinin kullanılamayacağının belirtildiği, tüketici tarafından hediye çeklerinin üzerinde yer alan numara ile sistemsel kontrol yapılabileceği ve hediye çeklerini alan arkadaşlarının gerekirse mağazaya gelebileceği belirtilmesine rağmen tüketiciye bu konuda yardımcı olunmadığı ve hediye çeklerinin kullandırılmadığı dolayısıyla, söz konusu uygulamanın tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, söz konusu uygulamanın;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7, 28 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Oysho Giyim İthalat İhracat ve Ticaret Limited Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/13 üncü maddeleri uyarınca **haksız ticari uygulamayı durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**165)**

**Dosya No: 2020/3348**

**Şikâyet Edilen: Doratek Gıda Hayvancılık Turizm Tekstil Bilgisayar Elektronik Kırtasiye**

**Reklam Sanayi ve Ticaret Limited Şirketi**

**Şikâyet Edilen Reklam:** www.akakce.com adresli internet sitesi üzerinden “Wise Cat Diatomit Kedi Kumu 7 Lt” ürününe yönelik tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Şikâyetçi İddiaları:** Adı geçen ürünün akakce.com üzerinden yayımlanan reklamında 7 Lt olduğu belirtilmesine karşın tüketiciye teslim edilen ürünün ambalajında hem 7 Lt hem de 3 Kg bilgisinin bulunduğu ve söz konusu uygulamanın aldatıcı nitelikte olduğu iddia edilmektedir.

**Tespitler:** Wise Cat markalı diatomit kedi kumunun akakce.com üzerinden yayımlanan reklamında 7 Lt olarak tanıtımının yapıldığı, reklam verenin şikâyet konusu ürünün üreticisi olmadığı, ürünün diatomit türü kedi kumu olduğunun reklamda yer aldığı ve söz konusu ürünü üreten firmanın reklam verene ürünü 7 Lt olarak faturalandırdığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** “Wise Cat Diatomit Kedi Kumu 7 Lt” markalı/adlı kedi kumuna ilişkin yayımlanan reklamlarda yer alan iddiaların ispatlanmış olduğu, tüketicileri aldatıcı ve reklam mevzuatına aykırı bir hususun bulunmadığı anlaşıldığından, söz konusu reklamın 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**166)**

**Dosya No: 2021/99**

**Şikayet Edilen: Life İletişim Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından "Lifeiletisim" mağaza adı ile www.trendyol.com adlı e-ticaret platformu üzerinden yapılan "Schafer 78 Parça Hamburg Çatal Kaşık Takımı" adlı ürüne ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 09.01.2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Başvuru sahibi tüketiciler tarafından adı geçen ürünün www.trendyol.com adlı internet sitesi üzerinden 50,95 TL olarak 09.02.2021 tarihinde sipariş verildiği ancak, 11.01.2021 tarihinde bu siparişlerin tüketicilerin onayı alınmadan iptal edildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; adı geçen ürünün, piyasa fiyatının çok altında bir fiyattan satışa sunulması nedeniyle başvuru sahibi birçok tüketici tarafından www.trendyol.com adresi üzerinden sipariş edildiği ancak siparişten 2 gün sonra tüketicilerin bilgisi dışında siparişlerin iptal edildiği bu nedenle söz konusu tanıtımların tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu ve mevzuata aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu reklamların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-ç,e, 9/1,  13/1, 13/2, 13/9, 28 inci ve 32 nci maddeleri

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**167)**

**Dosya No: 2021/833**

**Şikayet Edilen: GK Danışmanlık İletim ve Depolama Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Söz konusu **f**irma tarafından www.colorido.firsaturunleri.net ve www.firsaturunleri.net adlı internet siteleri üzerinden yapılan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 13.08.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Söz konusu firma tarafından www.colorido.firsaturunleri.net adlı internet sitesi üzerinden yapılan tanıtımlarda; Yalçınlar E-Ticaret Organizasyon İthalat İhracat Pazarlama Ltd. Şti. unvanlı firmaya ait, Türk Patent ve Marka Kurumu tarafından onaylı "Colorido" markasının mevzuata aykırı olarak kullanıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; söz konusu firmanın başka bir firmaya ait sınai mülkiyet hakkından ve ticari itibardan haksız şekilde yararlandığı bu nedenle yapılan tanıtımların tüketicilerin satın alma kararlarını etkileyecek şekilde yanıltıcı, aldatıcı ve bilgi eksikliklerini istismar edici nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu reklamların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-f, 9/1, 11/1, 12 nci ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,reklam veren **GK Danışmanlık İletim ve Depolama Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **104.781,00-TL (Yüzdörtbinyediyüzseksenbir Türk Lirası)** **idari para ve** **anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**168)**

**Dosya No: 2021/837**

**Şikayet Edilen: Soylu Gayrimenkul Ekspertizlik Emlak İnşaat Özel Eğitim Matbaacılık Turizm Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Adı geçen firma tarafından düzenlenen gayrimenkul alımı ve satımına ilişkin yetki sözleşmelerinde yer alan logo ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Diğer/Çeşitli

**Tespitler:** Söz konusu firma tarafından düzenlenen gayrimenkul alımı ve satımına ilişkin yetki sözleşmelerinde**,** Mersin Ticaret ve Sanayi Odasına ait logonun kullanıldığı, "Mersin Tüm Emlakçılar Meslek Odası Mersin Ticaret Odası Üyesidir" ifadesine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; söz konusu firmanın Mersin Ticaret ve Sanayi Odası üyesi olmasına karşın düzenlemiş olduğu yetki sözleşmelerinde; üyelik hususunu öne çıkararak ve Mersin Ticaret ve Sanayi Odasına ait logoyu kullanarak rakip firmalardan farklı bir statüye sahip olduğu yönünde izlenim uyandırdığı ve bu durumun haksız rekabet oluşturduğu değerlendirilmiş olup

Dolayısıyla inceleme konusu reklamların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-f, 9, 11 inci ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,reklam veren **Soylu Gayrimenkul Ekspertizlik Emlak İnşaat Özel Eğitim Matbaacılık Turizm 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.

**169)**

**Dosya No: 2021/838**

**Şikayet Edilen: Aytaç Ticaret Fatih Aytaç**

**Şikayet Edilen Reklam:** Söz konusu firma tarafından "modabien" mağaza adı ile www.n11.com adlı e-ticaret platformu üzerinden yapılan "E.R.T. FFP3 Ventilsiz Toz Maskesi" adlı ürüne ilişkin tanıtımlar,

**Reklam Yayın Tarihi:** 25.03.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Adı geçen ürünün, başvuru sahibi tüketici tarafından www.n11.com adlı internet adresi üzerinden 25.03.2020 tarihinde sipariş edildiği ancak, teslim edilen ürünün, düşük kalitede bir ürün olduğu ayrıca ürünün üzerinde yazılı standart bilgileri dikkate alındığında ürünün EN149+A1 standardına uygun üretilmediği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; söz konusu ürünün standartlara uygun olarak üretilmediği tüketiciyi teslim edilen ürünün koruyucu özelliğinin kanıtlanamadığı bu nedenle firma tarafından yapılan tanıtımların tüketicileri aldatıcı ve 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 uncu ve 32 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**170)**

**Dosya No: 2021/839**

**MCK Elektronik Sanayi Ticaret Ltd. Şti.** unvanlı kuruluş tarafından “Birkenstock" markasıyla satışa sunulan ürünlere ilişkin tanıtımlar ile ilgili olarak açılan **2021/839** numaralı dosya ile ilgili görüşme ve değerlendirmelerin, muhatabın tespiti açısından ***ertelenmesine*** karar verilmiştir.

**171)**

**Dosya No: 2020/1306**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** *"Farkli 2 günde tek seferde 150 TL ye 30 Money kazan"* başlıklı kampanyaya ait tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firma tarafından düzenlenen *"Farkli 2 günde tek seferde 150 TL'ye 30 Money kazan"* başlıklı kampanyaya ilişkin olarak; *"2 -15 Aralık 2019 tarihleri arasında 5M Migros, mağazalarından kayıtlı Money Kart, Money Bonus veya Money Kart özellikli kartlar ile farklı 2 günde yapılacak tek seferde en az 150 TL ve üzeri alışverişe 30 Money hediye edilecektir. Kampanya harcamasına alkol, sigara, elektronik, TL yükleme dahil değildir. Kampanyadan bir kere faydalanılabilir. Kazanılan Moneyler 2 gün içinde yüklenecektir."* şeklinde tanıtımlara yer verildiği anılan tanıtımlara istinaden tüketicinin kampanyaya katılarak, 04.12.2019 tarihinde 160.52 TL tutarında ve 11.12.2019 tarihinde 161.96 TL tutarında 5M Korupark AVM Bursa şubesinden iki adet alışveriş gerçekleştirdiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, tüketicinin kampanya koşullarına uymasına karşın bahse konu "30 Money" nin tüketicinin hesabına yüklenmediği, bu durumun tüketicileri yanıltıcı, aldatıcı ve bilgi eksikliklerini istismar edici nitelikte olduğu, inceleme konusu tanıtımların, 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, 9, 15, 28, 29 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Migros Ticaret A.Ş** unvanlı firmahakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/13 üncü maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**172)**

**Dosya No: 2020/3126**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** Kuruluşa ait ürün etiketleri.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Etiket

**Tespitler:** Firmaya ait 8698862861192 barkodlu ürün etiketinin 27.05.2020 tarihli görünümünde; ilk peşin fiyatı olarak 19.99 TL yazıldığı, fiyatın üzerine yapıştırılan indirim etiketinde ise ürünün indirimden önceki peşin fiyatının 69,99 TL olarak gösterildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, firmaya ait etiketler vasıtasıyla, söz konusu üründe gerçekte olduğundan daha fazla indirim uygulanıyormuş izlenimi oluşturularak tüketicilerin yanıltıldığı, inceleme konusu tanıtımların aldatıcı 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-ç, 9, 13, 14 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Defacto Perakende Tic. A.Ş.** hakkında, söz konusu tanıtımlar ve ticari uygulamalar ile ilgili olarak, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **10.475-TL (Onbindörtyüzyetmişbeş Türk Lirası)** **idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**173)**

**Dosya No: 2020/3128**

**Şikayet Edilen: Yeni Mağazacılık A.Ş.-A101 Marketler Zinciri**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.a101.com.tr adresli internet sitesinde yer alan; "500 TL ve üzeri alışverişlerinizde 150 TL hediye çeki." ibareli kampanyaya ilişkin tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Kısa mesaj, afiş.

**Tespitler:** www.a101.com.tr adresli internet sitesinde; "500 TL ve üzeri alışverişlerinizde 150 TL hediye çeki. 1-4 şubat tarihleri arasında geçerlidir." ibaresiyle kampanya düzenlendiği, 04.02.2020 tarihinde kampanyaya 1256177258011605 nolu siparişle katılan tüketiciye kampanyada vaat edilen hediye çekinin verilmediği, ayrıca promosyon içerikli reklamlarda yer verilmesi gereken, verilecek hediye çekinin kaç adet olacağı bilgisine tanıtımlarda yer verilmediği, tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme 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, 9, 15, 28, 29 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Yeni Mağazacılık A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/13 üncü maddeleri uyarınca **104.781-TL (Yüzdörtbinyediyüzseksenbir Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**174)**

**Dosya No: 2020/3129**

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

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.hepsiburada.com adresli internet sitesinde anılan firma tarafından satışa sunulan ve tüketicinin "412 113 258" nolu siparişine ilişkin, ürün tanıtımlarında; "21 saat içinde sipariş verirseniz yarın kargoda" ibaresine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, söz konusu internet sitesinde yer alan ürün tanıtımlarında; *"21 saat içinde sipariş verirseniz yarın kargoda"* ibaresine yer verilmesine karşın, ürünün vaat edilen tarihte kargoya verilmediği, bu hususun aksinin firma tarafından ispatlanamadığı, bu durumun mevzuata aykırı, 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-e, 9 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **D-Market Elektronik Hizmetler ve Tic. A.Ş.** hakkında, söz konusu tanıtımlar ve ticari uygulamalar ile ilgili olarak, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**175)**

**Dosya No: 2020/3131**

**Şikayet Edilen: Sat Broadcast Radyo ve Televizyon A.Ş. (Anadolu Tv)**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait “Anadolu Tv” logolu televizyon kanalında yer alan reklamlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** Kuruluş tarafından “Anadolu Tv” logolu televizyon kanalında 29.08.2020 tarihinde gerçekleştirilen 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: 02129873..."* şeklinde tanıtımlara yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar**: Yapılan incelemeler sonucunda, söz konusu tanıtımlarla sms yoluyla arkadaş bulmaya yönelik yayınlara yer verildiği, mevzuat uyarınca sohbet, arkadaşlık ve eş bulma hatlarının ve hizmetlerinin reklamına yer verilemeyeceği bu nedenle inceleme konusu tanıtımların 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, 9, 27 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Sat Broadcast Radyo ve Televizyon A.Ş. (Anadolu Tv)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/13 üncü maddeleri uyarınca **20.953-TL (Yirmibindokuzyüzelliüç Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**176)**

**Dosya No: 2020/5110**

**Şikayet Edilen: Dsm Grup Danışmanlık İletişim ve Satış Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait www.trendyol.com adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet.

**Tespitler:** www.trendyol.com adresli e-ticaret sitesinin 17.02.2020 ve 24.09.2020 tarihli görünümünde anasayfada yer verilen çeşitli kampanya başlıklarında; *"Size özel bakım ürünleri %80'e varan indirim... LC Waikiki % 40'a varan indirim... %70'e varan indirim... Saatte dev indirim %80'e varan indirim... Kış indirimi sepette %50'ye varan indirim..."* şeklinde ibarelere yer verildiği, anılan başlıklarda *"e/a/ye varan"* ibaresinin metin büyüklüğünün okunabilir büyüklükte olmadığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, anılan başlıklarda "e/a/ye varan" ibaresinin metin büyüklüğünün okunabilir büyüklükte olmadığı, bu suretle başlık altında satılan tüm ürünlerde indirim oranının geçerli olacağı izlenimi yaratılarak tüketicilerin yanıltıldığı, inceleme konusu e-ticaret sitesi her ne kadar bir yer sağlayıcı konumunda olsa da sitenin ana sayfasında yer alan ve sitenin bütünleşik tasarımı içinde bulunan tanıtımlardan sitenin sorumlu olduğu, inceleme konusu tanıtımların mevzuata aykırı, 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, 9, 15, 28, 29 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Dsm Grup Danışmanlık İletişim ve Satış Tic. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/13 üncü maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**177)**

**Dosya No: 2020/5214**

**Şikayet Edilen: Özgür TAFLAN**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şahsın www.sahibinden.com adresli internet sitesinde yer alan tanıtımları.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Şahıs tarafından www.sahibinden.com adresli internet sitesi üzerinden yayınlanan 12.06.2019 tarihli ve 583808387 nolu gayrimenkul ilanına ait yer verilen fotoğrafların ilgili gayrimenkule ait olmadığı, söz konusu tanıtımlarla ilgili olarak tüketiciye, yine www.sahibinden.com adresli internet sitesi üzerinden, tanıtımlarda yer alan fotoğrafların daireye ait olmadığı bilgisinin verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, söz 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, 9 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Özgür TAFLAN** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/13 üncü maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**178)**

**Dosya No: 2018/6655**

**Şikayet Edilen: Tuğba AKBULUT**

**Şikayet Edilen Reklam:** İlgili şahıs tarafından [www.n11.com](http://www.n11.com) adresli internet sitesi üzerinden düzenlenen reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Söz konusu tanıtımların Tuğba Akbulut adlı şahıs tarafından gerçekleştirildiği, bebek bezine ilişkin olarak gerçekleştirilen tanıtımların farklı yerlerinde ürünün 42, 32 ve 36 adet olduğuna ilişkin ifade ve görüntülere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, Tuğba Akbulut tarafından [www.n11.com](http://www.n11.com) adresli internet sitesi üzerinden "Bircix" kullanıcı adı ile 05.11.2018 tarihinde tanıtımı yapılan "Sleepy Sensitive Bebek Bezi" adlı ürünün adetine ilişkin olarak ilgili tanıtımın çeşitli yerlerinde birbiri ile tutarsız bilgilerin verildiği, tüketicilerin satın alma kararını olumsuz etkileyen bu durumun da tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,reklam veren **Tuğba AKBULUT** hakkında; söz konusu tanıtımlar ile ilgili olarak 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**179)**

**Dosya No: 2019/279**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından Google arama motoru üzerinden gerçekleştirilen reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** “Phazz Brand” markalı monta ilişkin olarak Google arama motorunda yer verilen fiyat bilgileri ile ilgili linke tıklandığında tüketicinin yönlendirildiği [www.n11.com](http://www.n11.com) adresli internet sitesindeki fiyatların birbiri ile çeliştiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, "Phazz Brand" markalı mont ürününe ilişkin olarak www.google.com adresli arama motorunda yayınlanan arama sonuçlarında, bahsi geçen ürünün firmaya ait www.n11.com adresli internet sitesinde 187,49-TL satış fiyatı ile tüketicilere sunulduğunun belirtildiği ancak ilgili tanıtıma ait internet sitesi adresine ulaşıldığında "IS\_SPORT" satıcı adıyla ürünün 249.99 TL satış fiyatı ile tüketicilere sunulduğu tespit edilmiş olup inceleme konusu reklamlarda yer alan ürüne ilişkin satış fiyatı hakkında tüketicilere yanlış bilgi vermek ve anlam karışıklığına yol açmak suretiyle tüketicilerin yanıltıldığı,

Diğer taraftan, firmanın, makul sayılabilecek bir süre ve miktarda söz konusu ürünü belirtilen fiyattan sunamayacağına veya başka bir yerden tedarik edilemeyeceğine ilişkin yeterli bilgi sahibi olmasına rağmen, tüketiciyi bu konuda uyarmaksızın 187,48-TL satış fiyatı üzerinden edinmeye davet ederek haksız ticari uygulamada bulunduğu, tüketicilerin satın alma kararını olumsuz etkileyen bu durumun da tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,reklam veren **Doğuş Planet Elektronik Ticaret ve Bilişim Hizmetleri A.Ş.** hakkında; söz konusu tanıtımlar ile ilgili olarak 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**180)**

**Dosya No: 2020/5202**

**Şikayet Edilen: Yöre Süt Ürünleri Gıda ve İnş. Paz. San. Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından satışa sunulan Ezine Peynirine ilişkin reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj,internet

**Tespitler:** Firmaya ait söz konusu internet sitesinin 22.12.2020 tarihli görünümünde belirtilen ürüne ilişkin tanıtımlara yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, firmaya ait [www.peynircibaba.com](http://www.peynircibaba.com) adresli internet sitesi üzerinden 22.12.2020 tarihi itibariyle satışa sunulan “Yöre Ezine Lüx Keçi Peyniri” isimli ürünün, 05.08.2006 tarih ve 86 sayı ile tescil altına alınan Ezine Peyniri coğrafi işaret tesciline uygun nitelikte üretildiğine ilişkin olarak firmaca Bakanlığa ispatlayıcı bilgi ve belge sunulamadığı ve farklı firmalardan edinilen ürünün markası, üreticisi ve niteliği gibi hususlarda gerekli bilgilerin tüketicilere verilmeyerek ürünün firma tarafından üretildiğine ilişkin bir izlenim yaratıldığı, bu çerçevede ürün isminde "Ezine Peyniri" ifadesinin bulunmasının tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,reklam veren **Yöre Süt Ürünleri Gıda ve İnş. Paz. San. Tic. A.Ş.** hakkında; söz konusu tanıtımlar ile ilgili olarak 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**181)**

**Dosya No: 2020/5203**

**Şikayet Edilen: Kulis Medya San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından satışa sunulan Ezine Peynirine ilişkin reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj,internet

**Tespitler:** Firmaya ait söz konusu internet sitesinin 22.12.2020 tarihli görünümünde belirtilen ürüne ilişkin tanıtımlara yer verildiği, ilgili internet sitesinde “Balıkesir Köy Birliği” şeklinde tanıtımlara yer verildiği, ancak gerek mesafeli sözleşme gerekse hakkımızda bölümünde firma unvanına yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, firmaya ait [www.balikesirkoybirligi.com](http://www.balikesirkoybirligi.com) adresli internet sitesi üzerinden 22.12.2020 tarihi itibariyle satışa sunulan “Köybir Lüx Ezine Peyniri” isimli ürünün, 05.08.2006 tarih ve 86 sayı ile tescil altına alınan Ezine Peyniri coğrafi işaret tesciline uygun nitelikte üretildiğine ilişkin olarak firmaca Bakanlığa ispatlayıcı bilgi ve belge sunulamadığı ve farklı firmalardan edinilen ürünün markası, üreticisi ve niteliği gibi hususlarda gerekli bilgilerin tüketicilere verilmeyerek ürünün firma tarafından üretildiğine ilişkin bir izlenim yaratıldığı, bu çerçevede ürün isminde "Ezine Peyniri" ifadesinin bulunmasının tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,reklam veren **Kulis Medya San. ve Tic. Ltd. Şti.** hakkında; söz konusu tanıtımlar ile ilgili olarak 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**182)**

**Dosya No: 2020/5204**

**Şikayet Edilen: Çoşkun KAPLAN**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şahıs tarafından satışa sunulan Ezine Peynirine ilişkin reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj,internet

**Tespitler:** Şahsa ait söz konusu internet sitesinin 22.12.2020 tarihli görünümünde belirtilen ürüne ilişkin tanıtımlara yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, şahsa ait [www.bizimkoyyoresel.com](http://www.bizimkoyyoresel.com) adresli internet sitesi üzerinden 22.12.2020 tarihi itibariyle satışa sunulan “Ezine Peyniri” isimli ürünün, 05.08.2006 tarih ve 86 sayı ile tescil altına alınan Ezine Peyniri coğrafi işaret tesciline uygun nitelikte üretildiğine ilişkin olarak firmaca Bakanlığa ispatlayıcı bilgi ve belge sunulamadığı ve farklı firmalardan edinilen ürünün markası, üreticisi ve niteliği gibi hususlarda gerekli bilgilerin tüketicilere verilmeyerek ürünün firma tarafından üretildiğine ilişkin bir izlenim yaratıldığı, bu çerçevede ürün isminde "Ezine Peyniri" ifadesinin bulunmasının tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,reklam veren **Çoşkun KAPLAN** hakkında; söz konusu tanıtımlar ile ilgili olarak 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**183)**

**Dosya No: 2020/5205**

**Şikayet Edilen: Adem KARABAŞ**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şahıs tarafından satışa sunulan Ezine Peynirine ilişkin reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj,internet

**Tespitler:** Şahsa ait söz konusu internet sitesinin 22.12.2020 tarihli görünümünde belirtilen ürüne ilişkin tanıtımlara yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, şahsa ait [www.umurbey.com.tr](http://www.umurbey.com.tr) adresli internet sitesi üzerinden 22.12.2020 tarihi itibariyle satışa sunulan “Ezine Peyniri (Koyun+Keçi+İnek)” isimli ürünün, 05.08.2006 tarih ve 86 sayı ile tescil altına alınan Ezine Peyniri coğrafi işaret tesciline uygun nitelikte üretildiğine ilişkin olarak firmaca Bakanlığa ispatlayıcı bilgi ve belge sunulamadığı ve farklı firmalardan edinilen ürünün markası, üreticisi ve niteliği gibi hususlarda gerekli bilgilerin tüketicilere verilmeyerek ürünün firma tarafından üretildiğine ilişkin bir izlenim yaratıldığı, bu çerçevede ürün isminde "Ezine Peyniri" ifadesinin bulunmasının tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,reklam veren **Adem KARABAŞ** hakkında; söz konusu tanıtımlar ile ilgili olarak 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**184)**

**Dosya No: 2020/5206**

**Şikayet Edilen: Şık Süt Ürün. Gıda İnş. Tur. San. ve Dış Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından satışa sunulan Ezine Peynirine ilişkin reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj,internet

**Tespitler:** Firmaya ait söz konusu internet sitesinin 22.12.2020 tarihli görünümünde belirtilen ürüne ilişkin tanıtımlara yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, firmaya ait [www.kocabaspeynir.com](http://www.kocabaspeynir.com) adresli internet sitesi üzerinden 22.12.2020 tarihi itibariyle satışa sunulan “Ezine Tam Yağlı Yumuşak İnek Peyniri” isimli ürünün, 05.08.2006 tarih ve 86 sayı ile tescil altına alınan Ezine Peyniri coğrafi işaret tesciline uygun nitelikte üretildiğine ilişkin olarak firmaca Bakanlığa ispatlayıcı bilgi ve belge sunulamadığı ve farklı firmalardan edinilen ürünün markası, üreticisi ve niteliği gibi hususlarda gerekli bilgilerin tüketicilere verilmeyerek ürünün firma tarafından üretildiğine ilişkin bir izlenim yaratıldığı, bu çerçevede ürün isminde "Ezine Peyniri" ifadesinin bulunmasının tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,reklam veren **Şık Süt Ürün. Gıda İnş. Tur. San. ve Dış Tic. Ltd. Şti.** hakkında; söz konusu tanıtımlar ile ilgili olarak 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**185)**

**Dosya No: 2020/5207**

**Şikayet Edilen: Ayşe ÇETİNKAYA**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şahıs tarafından satışa sunulan Ezine Peynirine ilişkin reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj,internet

**Tespitler:** Şahsa ait söz konusu internet sitesinin 22.12.2020 tarihli görünümünde belirtilen ürüne ilişkin tanıtımlara yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, www.hepsiburada.com, www.n11.com, www.mayabutiksarkuteri.com adresli internet siteleri üzerinden 22.12.2020 tarihi itibariyle satışa sunulan “Maya Tam Yağlı Olgun Ezine Peyniri” isimli ürünün, 05.08.2006 tarih ve 86 sayı ile tescil altına alınan Ezine Peyniri coğrafi işaret tesciline uygun nitelikte üretildiğine ilişkin olarak firmaca Bakanlığa ispatlayıcı bilgi ve belge sunulamadığı ve farklı firmalardan edinilen ürünün markası, üreticisi ve niteliği gibi hususlarda gerekli bilgilerin tüketicilere verilmeyerek ürünün firma tarafından üretildiğine ilişkin bir izlenim yaratıldığı, bu çerçevede ürün isminde "Ezine Peyniri" ifadesinin bulunmasının tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,reklam veren **Ayşe ÇETİNKAYA** hakkında; söz konusu tanıtımlar ile ilgili olarak 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**186)**

**Dosya No: 2020/5208**

**Şikayet Edilen: Ahmet Zekeriya KARTAL**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şahıs tarafından satışa sunulan Ezine Peynirine ilişkin reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj,internet

**Tespitler:** Şahsa ait söz konusu internet sitesinin 22.12.2020 tarihli görünümünde belirtilen ürüne ilişkin tanıtımlara yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, www.seferogluyoresel.com adresli internet sitesi üzerinden 22.12.2020 tarihi itibariyle satışa sunulan “Ezine Peyniri” isimli ürünün, 05.08.2006 tarih ve 86 sayı ile tescil altına alınan Ezine Peyniri coğrafi işaret tesciline uygun nitelikte üretildiğine ilişkin olarak firmaca Bakanlığa ispatlayıcı bilgi ve belge sunulamadığı ve farklı firmalardan edinilen ürünün markası, üreticisi ve niteliği gibi hususlarda gerekli bilgilerin tüketicilere verilmeyerek ürünün firma tarafından üretildiğine ilişkin bir izlenim yaratıldığı, bu çerçevede ürün isminde "Ezine Peyniri" ifadesinin bulunmasının tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,reklam veren **Ahmet Zekeriya KARTAL** hakkında; söz konusu tanıtımlar ile ilgili olarak 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**187)**

**Dosya No: 2020/5209**

**Şikayet Edilen: Çanakkaleden Gıda San. Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından satışa sunulan Ezine Peynirine ilişkin reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj,internet

**Tespitler:** Firmaya ait söz konusu internet sitesinin 22.12.2020 tarihli görünümünde belirtilen ürüne ilişkin tanıtımlara yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, firmaya ait <https://www.canakkaleden.com/> adresli internet sitesi üzerinden 22.12.2020 tarihi itibariyle satışa sunulan “Lüx Hakiki Ezine Bölgesi İnek Peyniri” isimli ürünün, 05.08.2006 tarih ve 86 sayı ile tescil altına alınan Ezine Peyniri coğrafi işaret tesciline uygun nitelikte üretildiğine ilişkin olarak firmaca Bakanlığa ispatlayıcı bilgi ve belge sunulamadığı ve farklı firmalardan edinilen ürünün markası, üreticisi ve niteliği gibi hususlarda gerekli bilgilerin tüketicilere verilmeyerek ürünün firma tarafından üretildiğine ilişkin bir izlenim yaratıldığı, bu çerçevede ürün isminde "Ezine Peyniri" ifadesinin bulunmasının tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,reklam veren **Çanakkaleden Gıda San. Tic. Ltd. Şti.** hakkında; söz konusu tanıtımlar ile ilgili olarak 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**188)**

**Dosya No: 2020/5210**

**Şikayet Edilen: Biga Dört El Gıda Hay. Nak. Tur. San. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından satışa sunulan Ezine Peynirine ilişkin reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj,internet

**Tespitler:** Firmaya ait söz konusu internet sitesinin 22.12.2020 tarihli görünümünde belirtilen ürüne ilişkin tanıtımlara yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, firmaya ait [www.karpuzoglu.com.tr](http://www.karpuzoglu.com.tr) adresli internet sitesi üzerinden 22.12.2020 tarihi itibariyle satışa sunulan “Ezine Koyun Peyniri” isimli ürünün, 05.08.2006 tarih ve 86 sayı ile tescil altına alınan Ezine Peyniri coğrafi işaret tesciline uygun nitelikte üretildiğine ilişkin olarak firmaca Bakanlığa ispatlayıcı bilgi ve belge sunulamadığı ve farklı firmalardan edinilen ürünün markası, üreticisi ve niteliği gibi hususlarda gerekli bilgilerin tüketicilere verilmeyerek ürünün firma tarafından üretildiğine ilişkin bir izlenim yaratıldığı, bu çerçevede ürün isminde "Ezine Peyniri" ifadesinin bulunmasının tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,reklam veren **Biga Dört El Gıda Hay. Nak. Tur. San. ve Tic. A.Ş.** hakkında; söz konusu tanıtımlar ile ilgili olarak 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**189)**

**Dosya No: 2020/5211**

**Şikayet Edilen: Ali Pekin Gıda Tur. Tic. San. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından satışa sunulan Ezine Peynirine ilişkin reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj,internet

**Tespitler:** Firmaya ait söz konusu internet sitesinin 22.12.2020 tarihli görünümünde belirtilen ürüne ilişkin tanıtımlara yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, firmaya ait [www.alipekin.com](http://www.alipekin.com) adresli internet sitesi üzerinden 22.12.2020 tarihi itibariyle satışa sunulan “Tam Yağlı Ezine İnek Peyniri” isimli ürünün, 05.08.2006 tarih ve 86 sayı ile tescil altına alınan Ezine Peyniri coğrafi işaret tesciline uygun nitelikte üretildiğine ilişkin olarak firmaca Bakanlığa ispatlayıcı bilgi ve belge sunulamadığı ve farklı firmalardan edinilen ürünün markası, üreticisi ve niteliği gibi hususlarda gerekli bilgilerin tüketicilere verilmeyerek ürünün firma tarafından üretildiğine ilişkin bir izlenim yaratıldığı, bu çerçevede ürün isminde "Ezine Peyniri" ifadesinin bulunmasının tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,reklam veren **Ali Pekin Gıda Tur. Tic. San. Ltd. Şti.** hakkında; söz konusu tanıtımlar ile ilgili olarak 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**190)**

**Dosya No: 2020/5212**

**Şikayet Edilen: Kadınlarınelinden İç ve Dış Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından satışa sunulan Ezine Peynirine ilişkin reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj,internet

**Tespitler:** Firmaya ait söz konusu internet sitesinin 22.12.2020 tarihli görünümünde belirtilen ürüne ilişkin tanıtımlara yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, firmaya ait [www.kadinlarinelinden.com](http://www.kadinlarinelinden.com) adresli internet sitesi üzerinden 22.12.2020 tarihi itibariyle satışa sunulan “Sert Ezine Tipi Peynir” isimli ürünün, 05.08.2006 tarih ve 86 sayı ile tescil altına alınan Ezine Peyniri coğrafi işaret tesciline uygun nitelikte üretildiğine ilişkin olarak firmaca Bakanlığa ispatlayıcı bilgi ve belge sunulamadığı ve farklı firmalardan edinilen ürünün markası, üreticisi ve niteliği gibi hususlarda gerekli bilgilerin tüketicilere verilmeyerek ürünün firma tarafından üretildiğine ilişkin bir izlenim yaratıldığı, bu çerçevede ürün isminde "Ezine Peyniri" ifadesinin bulunmasının tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,reklam veren **Kadınlarınelinden İç ve Dış Tic. A.Ş.** hakkında; söz konusu tanıtımlar ile ilgili olarak 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**191)**

**Dosya No: 2021/836**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından çeşitli internet siteleri üzerinden gerçekleştirilen indirimli satış reklamları

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** "Zade Ayçiçek Yağı 18 lt" adlı ürünün firmaya ait www.yagsepetim.com adresli internet sitesinde 289.90 TL üzerinden yapılan indirimle 265.90 TL bedel ile; www.pttavm.com adresli internet sitesinde ise firmaca 325.91 TL üzerinden yapılan indirimle 295.89 TL bedel ile satışa sunulduğu;

 "Zade Ayçiçek Yağı 5 lt" adlı ürünün firmaya ait internet sitesinde 87.90 TL üzerinden yapılan indirimle 79.90 TL bedel ile; www.pttavm.com adresli internet sitesinde firmaca 94.90 TL üzerinden yapılan indirimle 85.90 TL bedel ile satışa sunulduğu,

 "Zade Ayçiçek Yağı 10 lt" adlı ürünün firmaya ait www.yagsepetim.com adresli internet sitesinde 164.90 TL üzerinden yapılan indirimle 151.90 TL bedel ile; www.pttavm.com adresli internet sitesinde firmaca194.90 TL üzerinden yapılan indirimle 176.89 TL bedel ile satışa sunulduğu ve buna benzer şekilde çeşitli gramajlardaki ürünlerde de benzer uygulamalara gidilerek, benzer ürünlere ilişkin farklı internet sitelerinde birbiri ile uyumsuz fiyatlandırma politikası gerçekleştirildiği ve indirim öncesi fiyatların doğruluğu konusunda tereddüde düşüldüğü,

Diğer taraftan, söz konusu internet sitelerindeki tanıtımlarda indirimli satış başlangıç ve bitiş tarihleri ile ürünlerin stok miktarlarına yer verilmediği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, "Zade Ayçiçek Yağı 18 lt" adlı ürünün firmaya ait www.yagsepetim.com adresli internet sitesinde 289.90 TL üzerinden yapılan indirimle 265.90 TL bedel ile; www.pttavm.com adresli internet sitesinde ise firmaca 325.91 TL üzerinden yapılan indirimle 295.89 TL bedel ile satışa sunulduğu;

"Zade Ayçiçek Yağı 5 lt" adlı ürünün firmaya ait internet sitesinde 87.90 TL üzerinden yapılan indirimle 79.90 TL bedel ile; www.pttavm.com adresli internet sitesinde firmaca 94.90 TL üzerinden yapılan indirimle 85.90 TL bedel ile satışa sunulduğu

"Zade Ayçiçek Yağı 10 lt" adlı ürünün firmaya ait www.yagsepetim.com adresli internet sitesinde 164.90 TL üzerinden yapılan indirimle 151.90 TL bedel ile; www.pttavm.com adresli internet sitesinde firmaca 194.90 TL üzerinden yapılan indirimle 176.89 TL bedel ile satışa sunulduğu ve buna benzer şekilde çeşitli gramajlardaki ürünlerde de benzer uygulamalara gidildiği tespit edilmiş olup firma tarafından Bakanlığa ürünlerin indirim öncesi fiyatlarını kanıtlar nitelikte bilgi ve belge sunulamadığı (örneğin "Zade Ayçiçek Yağı 18 lt" adlı ürünün indirim öncesindeki fiyatının 289.90 TL olduğunu kanıtlar nitelikteki belgeler) 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, tüketicilerin satın alma kararını olumsuz etkileyen bu durumun da tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,reklam veren **Helvacızade Gıda İlaç Kimya San. ve Tic. A.Ş.** hakkında; söz konusu tanıtımlar ile ilgili olarak 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**192)**

**Dosya No:** **2019/11455**

**Şikayet Edilen:** **Media Markt Turkey Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.mediamarkt.com.tr adresli internet sitesinde yayınlanan “Paraf ile mediamarkt.com.tr'de 100 TL'ye varan ParafPara!” başlıklı kampanya reklamları.

**Reklam Yayın Tarihi:** 25-28 Haziran 2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** 25-28 Haziran 2019 tarihleri arasında düzenlenen *“Paraf ile mediamarkt.com.tr'de 100 TL'ye varan ParafPara!”* başlıklı kampanya reklamlarında, *"Kampanya 5-28 Haziran 2019 tarihleri arasında mediamarkt.com.tr'de. Paraf POS'tan tek seferde yapılacak 500-TL ve üzeri işlemlerde 50-TL; 1000-TL ve üzeri işlemlerde 100-TL ParafPara verilecektir.(...) Business kartlar, HalkCard, sanal kartlar, ek kartlar ve ParafPara kullanılarak yapılan işlemler kampanyaya dahil değildir.(...)"* şeklinde kampanya koşullarına yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar**: 25-28 Haziran 2019 tarihleri arasında düzenlenen *“Paraf ile mediamarkt.com.tr'de 100 TL'ye varan ParafPara!”* başlıklı kampanya reklamlarında, *"Kampanya 5-28 Haziran 2019 tarihleri arasında mediamarkt.com.tr'de. Paraf POS'tan tek seferde yapılacak 500-TL ve üzeri işlemlerde 50-TL; 1000-TL ve üzeri işlemlerde 100-TL ParafPara verilecektir.”* Şeklinde ana vaade yer verildiği;

Buna göre; ParafPara kazanılmasına ilişkin kampanyaların kredi kartı özelliği taşıyan kartlar için geçerli olduğu; bankanın kredi kartı özelliği taşımayan debit kartlar kullanılması suretiyle ParafPara kullanılmasına ilişkin bir uygulaması bulunmadığı; dolayısıyla, banka müşterilerince debit kartlar ile yapılan alışverişlerde kampanyaya katılım sağlanamayacağının ve ParafPara kazanılmasının mümkün olmadığı; bu itibarla, inceleme konusu reklamlarda tüketicileri yanıltıcı veya eksik bilgilendiren bir husus bulunmaması nedeniyle, 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.

**193)**

**Dosya No: 2018/7250**

**Şikayet Edilen: Sigortam.Net Sigorta ve Reasürans Brokerlik Hizmetleri A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.sigortam.net adresli internet sitesinde yer alan reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.sigortam.net adresli internet sitesinde 23-28 Kasım 2018 tarihlerini kapsayan kampanyaya yönelik "Sıfır Almak Bazen Güzeldir"başlıklı tanıtımlarda; *“Öğretmenlerimizden sıfır alıyoruz! Trafik sigortası alan öğretmenlerimize* *internet indirimine ek 60 TL daha iade ederek, tüm poliçe gelirimizi hediye ediyoruz!* *Öğretmenlerimizin ve birinci derece yakını olan kişilerin yararlanabileceği bu kampanya ile* *poliçe üzerinden kazandığımız aracılık gelirini indirim olarak iade ediyoruz. Bu sayede* *öğretmenlerimiz online indirime ek olarak 60 TL daha indirim kazanıyorlar”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** www.sigortam.net adresli internet sitesinde yer alan "Sıfır Almak Bazen Güzeldir" başlıklı tanıtımlara ilişkin olarak, söz konusu reklam filminde yer alan iddiaların ispatlanmış olduğu ve reklam mevzuatına aykırı bir husus bulunmadığı gerekçeleri ile inceleme konusu reklamların 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına***karar verilmiştir.

**194)**

**Dosya No: 2018/256**

**Şikayet Edilen:** **Maya Akademi**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.kurs.com adresli internet sitesinde *" Estetisyenlik:1 kişi 6 ay(552 saat) %28 indirim 2900”* ifadelerineyer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; www.kurs.com adresli internet sitesinde *"Estetisyenlik:1 kişi 6 ay(552 saat) %28 indirim 2900 TL"* başlıklı tanıtıma istinaden şikayet sahibi tüketicinin firma ile 11/03/2017 tarihinde 2900 TL bedel karşılığı sözleşme imzaladığı, estetisyenlik kursu sonunda tüketiciye verilen sertifikanın 552 saat değil 288 saatlik olduğu, söz konusu şahsa anılan tanıtımların eskiden kalma reklamlar olduğu açıklamasının yapıldığı, akabinde de ilgili reklamın *"1 kişi 6 ay(288 saat) %29 indirim 3750 TL"* olarak değiştirildiği dolayısıyla o dönemki söz konusu tanıtımların aldatıcı nitelikte olduğu ve eksik hizmet verildiği, "Tanıtımın siteye iletilerek kaldırılması" hususunun firma tarafından Bakanlığa yapılan açıklama ile kabul edildiği ve tüketici hakem heyeti kararlarından da anlaşıldığı üzere sabit 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, 7/5-b, 7/5-ç, 9/1, 9/5, 13/1, 14, 28, 29 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**195)**

**Dosya No: 2019/1924**

**Şikayet Edilen:** **Seher Av (İsmail PALA)**

**Şikayet Edilen Reklam:** “www.seherav.com” ve “www.seherav.com.tr” adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019, 2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Anılan internet sitelerinde; *"WİNCHESTER SX4 WATERFOWL MOSGB 12 KALİBRE OTOMATİK Fiyatı: 12.100 TL ! indirimli! .Av tüfekleri, pompalı tüfek, av ve atış fişekleri..."* şeklinde ifadelere yer verildiği ve av tüfeği, pompalı tüfek, av fişeği gibi silahların tanıtımının yapıldığı;

Bununla birlikte "ürünü incele, banka hesabına havale" ifadelerinin yanında *"Yivsiz av tüfeği ve ateşli silahların internet üzerinden sepete ekleyerek satılması ve alım yapılması yasaktır. Web sitemizde görülen yivsiz tüfeklerin alımı için, yivsiz tüfek satın alma belgesinin aslını firmamıza ibraz ederek satın alabilirsiniz. Web sayfamızdaki ürünler ve bilgiler stoklarımızdaki ürünlerin bilgilerini belirtmek için yayınlanmaktadır."* uyarısına yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; her ne kadar Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nde 12/10/2019 tarihli ve 30916 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanan değişiklikle, anılan Yönetmeliğin 27 nci maddesinin dokuzuncu fıkrasında; "*Yetkili makamlardan izin alarak faaliyet gösteren silah üreticisi ve satıcıları"* hükmüne yer verilmiş ve üreticilerin yanı sıra satıcılık (bayi) yetkisi bulunanların da kurumsal internet sitelerinde reklam ve tanıtım yapabileceği ifade edilmiş ise de "*ilgili mevzuatında yer alan hükümlere aykırı olmamak"* koşulu da yer almaktadır. Buna göre 25/3/2020 tarihinde yürürlüğe giren 2521 sayılı Avda ve Sporda Kullanılan Tüfekler, Nişan Tabancaları ve Av Bıçaklarının Yapımı, Alımı, Satımı ve Bulundurulmasına Dair Kanun’da; "İzinsiz ya da izin belgesine aykırı üretim, satış ve reklam yasağına ilişkin cezalar" başlıklı 11 inci maddesinde; "*Faaliyet izin belgesi sahiplerine ait kurumsal internet siteleri ve sosyal medya hesapları, fuarlara katılım için hazırlanan materyaller ile avcılık ve atıcılık üzerine tematik yayın yapan televizyon kuruluşları ve süreli yayınlarda yapılan reklam veya tanıtım bu yasağın kapsamı dışındadır."* denilmek suretiyle yetkilendirilen alanın daraltıldığı anlaşılmış olup;

İnternet sitelerinde "ürünü incele, banka hesabına havale" ifadelerinin yanında *" Yivsiz av tüfeği ve ateşli silahların internet üzerinden sepete ekleyerek satılması ve alım yapılması yasaktır. Web sitemizde görülen yivsiz tüfeklerin alımı için, yivsiz tüfek satın alma belgesinin aslını firmamıza ibraz ederek satın alabilirsiniz. Web sayfamızdaki ürünler ve bilgiler stoklarımızdaki ürünlerin bilgilerini belirtmek için yayınlanmaktadır."* uyarısına yer verilmesine rağmen yukarıda bahsedilen hüküm gereği firmanın faaliyet izin belgesine sahip olması gerektiği,

Bu kapsamda 2521 Sayılı Avda ve Sporda Kullanılan Tüfekler, Nişan Tabancaları ve Av Bıçaklarının Yapımı, Alımı, Satımı ve Bulundurulmasına Dair Kanunun Uygulanmasına İlişkin Yönetmelik'te yer alan "Faaliyet izni" başlıklı 6 ncı maddesinde yer alan; *" Yivsiz av tüfekleri ile sporda kullanılan nişan tüfek ve tabancalarını ve bunların aksamını imal etmek isteyen firmalar Sanayi ve Ticaret Bakanlığının uygun görüşü alınmak suretiyle İçişleri Bakanlığından faaliyet izni almak zorundadır. Faaliyet izni almak isteyen firmalar, Sanayi ve Ticaret Bakanlığına aşağıda belirtilen bilgi ve belgeleri kapsayan üç nüsha olarak hazırlanmış dosya ile müracaat eder....ekleyerek İçişleri Bakanlığına müracaat eder. İçişleri Bakanlığının inceleme ve değerlendirmesi sonucunda uygun görülmesi halinde firmaya Faaliyet İzin Belgesi verilir. "* hükmünden hareketle; faaliyet izin belgesinin sadece "*Yivsiz av tüfekleri ile sporda kullanılan nişan tüfek ve tabancalarını ve bunların aksamını imal eden firmalara verileceği"* hükme bağlanmış olup şikayet konusu firma tarafından da "üretici" olunduğuna dair herhangi bir ispatlayıcı belgenin Bakanlığa sunulamadığı, dolayısıyla Yivsiz av tüfekleri ile sporda kullanılan nişan tüfek ve tabancalarını ve bunların aksamının reklamının kurumsal internet sitesi olsa dahi söz konusu firma tarafından yapılamayacağı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 9/1, 9/5, 27/9 ve 32 nci maddeleri,

- 2521 sayılı Avda ve Sporda Kullanılan Tüfekler, Nişan Tabancaları ve Av Bıçaklarının Yapımı, Alımı, Satımı ve Bulundurulmasına Dair Kanun’un 11/1, 11/2, 11/3, 11/4, 11/5 ve 11/6 maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**196)**

**Dosya No: 2019/1926**

**Şikayet Edilen: Armer Doğa Sporları Ekipmanları İth. İhr. San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** “www.armer.com.tr” adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Anılan internet sitesinde; *"Huğlu atrox tactic plus 12 cal pompalı av tüfeği...2.190,00 TL ...sepete ekle...hemen al...", "ARMSAN A36 CAL 71 CM YARI OTAMATİK AV TÜFEĞİ…3.000,00 TL"* şeklinde ifadelere yer verildiği ve yarı otomatik av tüfeği, pompalı tüfek gibi silahların hem tanıtımının hem de satışının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; her ne kadar Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nde 12/10/2019 tarihli ve 30916 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanan değişiklikle, anılan Yönetmeliğin 27 nci maddesinin dokuzuncu fıkrasında; "*Yetkili makamlardan izin alarak faaliyet gösteren silah üreticisi ve satıcıları"* hükmüne yer verilmiş ve üreticilerin yanı sıra satıcılık (bayi) yetkisi bulunanların da kurumsal internet sitelerinde reklam ve tanıtım yapabileceği ifade edilmiş ise de "*ilgili mevzuatında yer alan hükümlere aykırı olmamak"* koşulu da yer almaktadır. Buna göre 25/3/2020 tarihinde yürürlüğe giren 2521 sayılı Avda ve Sporda Kullanılan Tüfekler, Nişan Tabancaları ve Av Bıçaklarının Yapımı, Alımı, Satımı ve Bulundurulmasına Dair Kanun’da; "İzinsiz ya da izin belgesine aykırı üretim, satış ve reklam yasağına ilişkin cezalar" başlıklı 11 inci maddesinde; "*Faaliyet izin belgesi sahiplerine ait kurumsal internet siteleri ve sosyal medya hesapları, fuarlara katılım için hazırlanan materyaller ile avcılık ve atıcılık üzerine tematik yayın yapan televizyon kuruluşları ve süreli yayınlarda yapılan reklam veya tanıtım bu yasağın kapsamı dışındadır."* denilmek suretiyle yetkilendirilen alanın daraltıldığı anlaşılmış olup; bahsi geçen hüküm gereği firmanın faaliyet izin belgesine sahip olması gerektiği,

Bu kapsamda 2521 Sayılı Avda ve Sporda Kullanılan Tüfekler, Nişan Tabancaları ve Av Bıçaklarının Yapımı, Alımı, Satımı ve Bulundurulmasına Dair Kanunun Uygulanmasına İlişkin Yönetmelik'te yer alan "Faaliyet izni" başlıklı 6 ncı maddesinde yer alan; *" Yivsiz av tüfekleri ile sporda kullanılan nişan tüfek ve tabancalarını ve bunların aksamını imal etmek isteyen firmalar Sanayi ve Ticaret Bakanlığının uygun görüşü alınmak suretiyle İçişleri Bakanlığından faaliyet izni almak zorundadır. Faaliyet izni almak isteyen firmalar, Sanayi ve Ticaret Bakanlığına aşağıda belirtilen bilgi ve belgeleri kapsayan üç nüsha olarak hazırlanmış dosya ile müracaat eder ... ekleyerek İçişleri Bakanlığına müracaat eder. İçişleri Bakanlığının inceleme ve değerlendirmesi sonucunda uygun görülmesi halinde firmaya Faaliyet İzin Belgesi verilir.”* hükmünden hareketle; faaliyet izin belgesinin sadece "*Yivsiz av tüfekleri ile sporda kullanılan nişan tüfek ve tabancalarını ve bunların aksamını imal eden firmalara verileceği"* hükme bağlanmış olup, şikayet konusu firma tarafından da "üretici" olunduğuna dair herhangi bir ispatlayıcı belgenin Bakanlığa sunulamadığı, dolayısıyla yivsiz av tüfekleri ile sporda kullanılan nişan tüfek ve tabancalarını ve bunların aksamının reklamının kurumsal internet sitesi olsa dahi söz konusu firma tarafından yapılamayacağı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 9/1, 9/5, 27/9 ve 32 nci maddeleri,

- 2521 sayılı Avda ve Sporda Kullanılan Tüfekler, Nişan Tabancaları ve Av Bıçaklarının Yapımı, Alımı, Satımı ve Bulundurulmasına Dair Kanun’un 11/1, 11/2, 11/3, 11/4, 11/5 ve 11/6 maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Armer Doğa Sporları Ekipmanları İth. İhr. San. ve Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**197)**

**Dosya No: 2019/1929**

**Şikayet Edilen: Mahmutoğlu Av (Alparslan Mahmut)**

**Şikayet Edilen Reklam:** “www.mahmutogluav.com” adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019,2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Anılan internet sitesinde; *"Stoeger M3000 peregrine combo otomatik av tüfeği 3.950 TL...Av tüfekleri, av fişekleri..."* şeklinde ifadelere yer verildiği ve av tüfeği, pompalı tüfek, av fişeği gibi silahların tanıtımının yapıldığı,

Bununla birlikte *" Önemli Uyarı Tüfek ve Ateşli Silahların İnternet Üzerinden Satışı Kesinlikle YASAKTIR. Web sayfamızda görünen ürünleri mağazamızdan gerekli belgeleri ibraz ederek satın alabilirsiniz. Sayfamızdaki bilgiler stoklarımızdaki ürünleri ve teknik bilgileri belirtmek için yayınlanmaktadır."* uyarısına yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; her ne kadar Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nde 12/10/2019 tarihli ve 30916 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanan değişiklikle, anılan Yönetmeliğin 27 nci maddesinin dokuzuncu fıkrasında; "*Yetkili makamlardan izin alarak faaliyet gösteren silah üreticisi ve satıcıları"* hükmüne yer verilmiş ve üreticilerin yanı sıra satıcılık (bayi) yetkisi bulunanların da kurumsal internet sitelerinde reklam ve tanıtım yapabileceği ifade edilmiş ise de "*ilgili mevzuatında yer alan hükümlere aykırı olmamak"* koşulu da yer almaktadır. Buna göre 25/3/2020 tarihinde yürürlüğe giren 2521 sayılı Avda ve Sporda Kullanılan Tüfekler, Nişan Tabancaları ve Av Bıçaklarının Yapımı, Alımı, Satımı ve Bulundurulmasına Dair Kanun’da; "İzinsiz ya da izin belgesine aykırı üretim, satış ve reklam yasağına ilişkin cezalar" başlıklı 11 inci maddesinde; "*Faaliyet izin belgesi sahiplerine ait kurumsal internet siteleri ve sosyal medya hesapları, fuarlara katılım için hazırlanan materyaller ile avcılık ve atıcılık üzerine tematik yayın yapan televizyon kuruluşları ve süreli yayınlarda yapılan reklam veya tanıtım bu yasağın kapsamı dışındadır."* denilmek suretiyle yetkilendirilen alanın daraltıldığı anlaşılmış olup;

İnceleme konusu internet sitesinde "*Önemli Uyarı Tüfek ve Ateşli Silahların İnternet Üzerinden Satışı Kesinlikle YASAKTIR. Web sayfamızda görünen ürünleri mağazamızdan gerekli belgeleri ibraz ederek satın alabilirsiniz. Sayfamızdaki bilgiler stoklarımızdaki ürünleri ve teknik bilgileri belirtmek için yayınlanmaktadır."* uyarısına yer verilmesine rağmen yukarıda bahsedilen hüküm gereği firmanın faaliyet izin belgesine sahip olması gerektiği,

Bu kapsamda 2521 Sayılı Avda ve Sporda Kullanılan Tüfekler, Nişan Tabancaları ve Av Bıçaklarının Yapımı, Alımı, Satımı ve Bulundurulmasına Dair Kanunun Uygulanmasına İlişkin Yönetmelik'te yer alan "Faaliyet izni" başlıklı 6 ncı maddesinde yer alan;*" Yivsiz av tüfekleri ile sporda kullanılan nişan tüfek ve tabancalarını ve bunların aksamını imal etmek isteyen firmalar Sanayi ve Ticaret Bakanlığının uygun görüşü alınmak suretiyle İçişleri Bakanlığından faaliyet izni almak zorundadır. Faaliyet izni almak isteyen firmalar, Sanayi ve Ticaret Bakanlığına aşağıda belirtilen bilgi ve belgeleri kapsayan üç nüsha olarak hazırlanmış dosya ile müracaat eder ... ekleyerek İçişleri Bakanlığına müracaat eder. İçişleri Bakanlığının inceleme ve değerlendirmesi sonucunda uygun görülmesi halinde firmaya Faaliyet İzin Belgesi verilir.”* hükmünden hareketle; faaliyet izin belgesinin sadece "*Yivsiz av tüfekleri ile sporda kullanılan nişan tüfek ve tabancalarını ve bunların aksamını imal eden firmalara verileceği"* hükme bağlanmış olup, şikayet konusu firma tarafından da "üretici" olunduğuna dair herhangi bir ispatlayıcı belgenin Bakanlığa sunulamadığı, dolayısıyla Yivsiz av tüfekleri ile sporda kullanılan nişan tüfek ve tabancalarını ve bunların aksamının reklamının kurumsal internet sitesi olsa dahi söz konusu firma tarafından yapılamayacağı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 9/1, 9/5, 27/9 ve 32 nci maddeleri,

- 2521 sayılı Avda ve Sporda Kullanılan Tüfekler, Nişan Tabancaları ve Av Bıçaklarının Yapımı, Alımı, Satımı ve Bulundurulmasına Dair Kanun’un 11/1, 11/2, 11/3, 11/4, 11/5 ve 11/6 maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**HAKSIZ TİCARİ UYGULAMALAR**

**198)**

**Dosya No: 2020/3930**

**Şikayet Edilen: Kıyanus Store Day. Tük. Mall. İnş. ve Gıda San. Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.gittigidiyor.com/ adlı internet sitesinde premiumsepet mağaza adıyla 15.03.2020 tarihinde satışa sunulan Karcher SC3 Easyfix Buharlı Temizlik Makinesi tanıtımları.

**Reklam Yayın Tarihi:** 15.03.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Tüketicinin ürünü 15.03.2020 tarihinde SC90600176 sipariş numarasıyla satın aldığı, 15.03.2020 tarihinde firmanın stoklarında 5 adet ürünün olduğu, tüketicinin siparişinin 17.03.2020 tarihinde iptal edildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Şikayete konu iddialar ve ispata muhtaç hususlarda söz konusu firma tarafından sunulan açıklamalar göz önüne alınarak, anılan reklamların Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin ilgili hükümleri ile 6502 sayılı Kanun’un 61 ve 62 nci maddesi hükümlerine ***aykırı olmadığına***karar verilmiştir.

**4) Diğer Konuların Görüşülmesi**

**1)**

**Dosya No: 2020/5194**

Reklam Kurulu’nun 25.03.2020 tarih ve 295 sayılı toplantısında yapılan görüşme ve değerlendirmeler sonucunda; kolonya fiyatını piyasa mekanizmasının normal işleyişi dışında ve tüketicinin satın alma davranışını olumsuz etkileyecek şekilde artırması gerekçesiyle **Activ Baby Store -Burak YARDIMCI** hakkında 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/13 üncü maddeleri uyarınca idari para ve durdurma cezaları uygulanmasına karar verilmiştir. Söz konusu cezanın tahsiline ilişkin olarak Meram Vergi Dairesi Müdürlüğü'ne iletilen Bakanlığımız yazısına istinaden alınan cevapta idari cezaya konu vergi numarasının **Büşra YARDIMCI** isimli şahsa ait olduğunun bildirilmesi üzerine Burak YARDIMCI hakkında tesis edilen idari işlemin iptal edilmesi ve anılan cezaya ilişkin muhatabın yeniden belirlenmesine ilişkin Reklam Kurulu'nun 09.03.2021 tarih ve 307 sayılı toplantısında yapılan görüşme ve değerlendirmeler sonucunda **Büşra YARDIMCI** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/13 üncü maddeleri uyarınca **10.475 TL (Onbindörtyüzyetmişbeş Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesinekarar verilmiştir.

**2)**

**Dosya No: 2021/863**

**Şikayet Edilen: Bektaş Alışveriş Merkezi İth. İhr. Tic. ve San. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ilişkin olarak afiş, bilbord ve www.instagram.com adresli sosyal medya hesabında yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** Afiş, bilbord,internet

**Tespitler:** Firmaya ilişkin olarak afiş, bilbord ve www.instagram.com adresli sosyal medya hesabında *"Suvas Suvas olalı beyle indirim görmedi zaar. Nörüyon Gardaş? Essah indirim essah hizmet Suvas'lıya yahışır. Aradığını bulamıyorsan malamat olma Asya Baazara gel"* şeklinde ifadelereyer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firmaya ilişkin olarak afiş, bilbord ve www.instagram.com adresli sosyal medya hesabında *"Suvas Suvas olalı beyle indirim görmedi zaar. Nörüyon Gardaş? Essah indirim essah hizmet Suvas'lıya yahışır. Aradığını bulamıyorsan malamat olma Asya Baazara gel"* şeklinde ifadelere yer verilerek Türkçe dilinin yanlış kullanımına ve çocukların Türkçe dilini yanlış öğrenmesine yol açabileceği ve çocukların dil gelişiminde olumsuz etkileri olabileceği dolayısıyla söz konusu tanıtımların tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

 Dolayısıyla, inceleme konusu reklam ve tanıtımların bu haliyle;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5, 7, 24 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Bektaş Alışveriş Merkezi İth. İhr. Tic. ve San. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca ***3 (üç) ay süre ile tedbiren durdurma cezası*** *verilmesine* karar verilmiştir.

**3)**

**Dosya No: 2019/10414**

Dr. Alper ÇELİK e ait olup www.alpercelik.com ve www.metabolikcerrahi.com adresli internet sitelerinde yayımlanan tanıtımların ilgili mevzuata aykırı olduğu gerekçesiyle, Reklam Kurulunun 13.10.2020 tarihli ve 302 sayılı toplantısında, anılan şahıs hakkında 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca 104.781.TL (Yüzdörtbinyediyüzseksenbir Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları verilmesi kararına karşı, reklam veren şahıs tarafından yapılan itiraz başvurusunun değerlendirilmesi sonucunda **itirazın reddine** karar verilmiştir.

**4)**

**Dosya No: 2019/11936**

www.abdurrahmandagci.com ve www.kurtaj.site adresli internet sitelerinde yayımlanan Dr. Abdurrahman DAĞCI’ya ait tanıtımların ilgili mevzuata aykırı olduğu gerekçesiyle, Reklam Kurulunun 08.12.2020 tarihli ve 304 sayılı toplantısında, anılan şahıs hakkında 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca 104.781.TL (Yüzdörtbinyediyüzseksenbir Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları verilmesi kararına karşı, reklam veren şahıs tarafından yapılan itiraz başvurusunun değerlendirilmesi sonucunda ***itirazın reddine*** karar verilmiştir.

**5)**

**Dosya No: 2020/989**

Ayaz ve Ortakları İnş. Tur. İth. İhr. Ltd. Şti. unvanlı firmaya ait www. evdeeczane.com adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar hakkında Reklam Kurulu’nun13.10.2020 tarih ve 302 sayılı toplantısında verilen **104.781-TL (Yüzdörtbinyediyüzseksenbir Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** uygulanması kararına karşı yapılan itiraz başvurusunun değerlendirilmesi sonucunda ***itirazın reddine*** karar verilmiştir.