**T.C.**

**TİCARET BAKANLIĞI**

**Reklam Kurulu Başkanlığı**

**BASIN BÜLTENİ**

**Toplantı Tarihi** : 4 Mayıs 2021

**Toplantı Sayısı** : 309

**İLETİŞİM HİZMETLERİ**

**1)**

**Dosya No: 2020/2231**

**Şikayet Edilen: TT Mobil İletişim Hiz. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Türk Telekom Prime Kat Kat Hayat”başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Yayınlandığı Mecra:** Dergi

**Tespitler**: “Türk Telekom Prime Kat Kat Hayat”başlıklı reklamlarda *“Sınırsız Sosyal Medyalı 2000 Dk + 250 SMS, 40 GB + Sınırsız Sosyal Medya, Türk Telekomlularla Sınırsız Konuşma, Sınırsız WhatsApp Mesajlaşma”* ifadeleri ile *“Dijital Depo”* logosuna yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, “Türk Telekom Prime Kat Kat Hayat”başlıklı reklamlarda *“Sınırsız Sosyal Medyalı 2000 Dk + 250 SMS, 40 GB + Sınırsız Sosyal Medya, Türk Telekomlularla Sınırsız Konuşma, Sınırsız WhatsApp Mesajlaşma”* ifadelerinin yer aldığı, ayrıca reklam görselinde bu tanıtımlara ek olarak *“Dijital Depo”* ifadesi ile logosuna yer verildiği, ancak söz konusu paket kapsamında tüketicilere sunulan 2 GB dijital depo kullanım hakkının herkese ücretsiz olarak sunulan bir hizmet olduğu göz önünde bulundurularak anılan reklamlarda yer alan *“Dijital Depo”* logosu aracılığıyla bahsi geçen hizmetin Türk Telekom Prime "Sınırsız Sosyal Medya" başlıklı tarife abonelerine ayrıcalıklı olarak sunulacağı algısı oluşturulduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**2)**

**Dosya No: 2020/3253**

**Şikayet Edilen: İkra İletişim Tel. ve Dan. Hiz. San. Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam/HTU:** 0850 480 87 00 numaralı hat aracılığıyla gerçekleştirilen ticari uygulamalar

**Reklam/HTU Yayın Tarihi:** 2020

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

**Tespitler**: İkra İletişim Tel. ve Dan. Hiz. San. Tic. Ltd. Şti. unvanlı firma adına kayıtlı 0850 480 87 00numaralı telefon hattı ile muhtelif tüketiciler arasında telefon görüşmeleri gerçekleştirildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, 0850 480 87 00 numaralı telefon hattından tüketici ile yapılan görüşmede *"-İnternet ve TV başvuru merkezi, nasıl yardımcı olabilirim? (...) -Ben Tivibu bağlatmak istiyorum. -Tabii , hitap edebilmek için isiminizi rica edebilir miyiz? -Mert Akpençe (...) -Binanızda çanak anten ya da merkez uydu sistemi var mı, televizyon izeleyebiliyor musunuz şu anda? - Evet, izleyebiliyorum çanak anten var. -Tamam, hangi şehirden arıyorsunuz. Adresinize indirimleri çıkaracağım. İl ve ilçe? -Edirne Merkez. -Evet, Edirne Merkez'de iki tane premium paket var. Tüm kanalları izeleyebileceğiniz indirimde olan paketler bunlar. Bunlardan birincisi Tivibu Süper Paket. Sinemadan spora, belgeselden diziye tüm kanallar açık. (...) 24 ay boyunca sabit fiyat vergiler dahil 55,40 TL maliyeti var. Her ay, 24 aylık oluyor sözleşme. (...) Kurulumlar bedava. Bu birinci kampanya. İkinci kampanya sizin bölgenize özel, Edirne ve Tekirdağ'da indirimde olan D-Smart var. D-Smart Mega Paket. -D-Smart kalsın, biz Tivibu istiyoruz. -Aynı içerikler var ama bunlarda, fark yok. -Tüm kanallar açık yani. - Tüm kanallar açık, Mega Paket zaten. Tivibu'ya göre farkı beş tane sinema kanalı daha fazla. Bir de İspanya, İngiltere, Almanya futbol ligleri var D-Smart'ta. (...) D-Smart normalde premium olduğu için 69 TL yerine Tekirdağ ve Edirne'de indirim var bugün. 39 TL'ye düşüyor. Hem tüm kanalları izliyorsunuz hem daha uygun fiyatlı oluyor. -O kalsın, biz Tivibu'yu bağlatalım. -Aynı kanallar var zaten. -Anladım ama Tivbu olacak di mi? -Fark etmiyor, isterseniz Tivibu vereyim, isterseniz D-Smart. Aynı kanalları izleyeceksiniz. -Anladım, Tivibu gönderirsiniz siz bize. -Problem yok, ev adresinizi rica edebilir miyiz? (...) Evet , Tivibu için de D-Smart kampanyamız için de adresiniz gösteriyor (...) Tekrar ediyorum, bölgenize özel 55 TL Tivibu Süper Paket var. D-Smart Mega Paket de 69 TL yerine indirime girdiği için 39 TL oluyor. İkisinde de aynı kanallar var. (...) Tivibu da alsanız D-Smart da alsanız aynı şeyi izleyeceksiniz yani farkı yok. İsterseniz ekonomk olduğu için D-Smart yapalım., daha ekonomik olsun. -Tamam öyle olsun o zaman, 39 TL di mi o? -Tabii, D-Smart Mega Paket 39 TL'ye düşüyor. Normalde 69 TL daha pahalı, 39 TL'ye düşüyor iki yıl boyunca fiyat artmıyor. O yüzden daha hesaplı olur. -Tamam, öyle olsun. D-Smart gelecek o zaman."* şeklinde ifadelere yer verildiği,

Yukarıda belirtilen ifadeler aracılığıyla görüşme yapılan tüketicide Türk Telekom Grubu'na ait Tivibu hizmetinin anılan firma tarafından satışa sunulduğuna yönelik algı oluşturulduğu ve görüşme içeriğinde yapılan tanıtımlarda tüketicinin çeşitli avantajları olduğu belirtilerek D-Smart hizmetine yönlendirildiği, ancak söz konusu firmanın Türk Telekom Grubu ile herhangi bir bağı bulunmadığı gerçeği altında anılan telefon görüşmelerinin tüketiciyi yanıltıcı nitelikte olduğu, Türk Telekom firmasının itibarından haksız biçimde yararlanıldığı ve Türk Telekom ismi ile bahsi geçen firma lehine haksız kazanç elde edildiği, bu durumun haksız rekabete yol açtığı,

Ek olarak, 0850 480 87 00 numaralı hat aracılığıyla muhtelif sayıda tüketici ile benzer içerikte görüşmeler yapıldığı ve bahsi geçen aramaların dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği, ayrıca tüketicilerin normal şartlar altında taraf olmayacağı bir işleme taraf olmasına yol açan aldatıcı bir ihtimal doğurması gerekçesiyle anılan aramaların 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, 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 **İkra İletişim Tel. ve Dan. Hiz. San. Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 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.

**3)**

**Dosya No: 2020/3978**

**Şikayet Edilen: TT Mobil İletişim Hiz. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Evde En Rahatı TL Yükleyip GB Kazanması” başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: 2020 yılında yayınlanan “Evde En Rahatı TL Yükleyip GB Kazanması” başlıklı reklamlarda *“Online İşlemler’den ilk kez TL yükleyenlere haftalık 2 GB hediye!”* ifadelerinin yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, anılan tanıtımlarda vaat edilen 2 GB internet hediyesinin online işlemler aracılığıyla ilk kez yükleme yapan tüketicilere verildiği, bu hususa ilişkin bilgilendirmenin tanıtımlarda yer aldığı, dolayısıyla söz konusu tanıtımların tüketicileri yanıltıcı nitelikte olmadığı değerlendirilmiş olup anılan reklamların 6502 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’a ve ilgili Yönetmeliğe **aykırı olmadığına** karar verilmiştir.

**4)**

**Dosya No: 2020/4171**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** “Aradığınız Ev İnterneti Vodafone’da” başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** Aralık 2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: Aralık 2020 ayında anılan firmaya ait Facebook “Vodafone Türkiye” sayfasında yayınlanan “Aradığınız Ev İnterneti Vodafone’da” başlıklı reklamlarda *“Siz de hemen 29,90 TL’ye Vodafone Evde Fiber’e başvurun, limitsiz fiber internetin keyfini çıkarın. İlk 6 ay %50 indirimli. Vodafone Evde şimdi 39,90 TL’ye.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, Aralık 2020 ayında söz konusu firmaya ait Facebook “Vodafone Türkiye” sayfasında yayınlanan “Aradığınız Ev İnterneti Vodafone’da” başlıklı reklamlarda *“Siz de hemen 29,90 TL’ye Vodafone Evde Fiber’e başvurun, limitsiz fiber internetin keyfini çıkarın. İlk 6 ay %50 indirimli. Vodafone Evde şimdi 39,90 TL’ye.”* ifadelerine yer verildiği,

Diğer taraftan, 07.12.2021 tarihinde Müşteri Hizmetleri tarafından tüketiciye ilk 6 ay 29,90 TL, kalan 18 ay 79,90 TL değerindeki internet hizmetinin bakır kablolu /ADSL altyapılı hizmet için geçerli olduğu bilgisinin verildiği ve fiber altyapılı internet hizmeti için fiyatlandırmanın ilk 6 ay 69,90 TL, kalan 18 ay 79,90 TL şeklinde olduğunun belirtildiği, dolayısıyla anılan reklamlarda yer verilen fiber internet hizmetine ilişkin fiyatlandırmanın gerçeği yansıtmadığı, ayrıca bahsi geçen reklamlarda aynı hizmete ilişkin 29,90 TL ve 39,90 TL olmak üzere iki ayrı fiyatlandırma yapılarak tüketicilerde algı karmaşasına yol açıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**5)**

**Dosya No: 2021/27**

**Şikayet Edilen: Callay Çağrı Merkezi Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Güzelyalı’ya Özel İlk Fatura Bizden” ifadelerinin yer aldığı broşür tanıtımları

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** Broşür

**Tespitler**: “Güzelyalı’ya Özel İlk Fatura Bizden” başlıklı broşür tanıtımlarında *“Güzelyalı’ya özel ilk fatura bizden. Sabit Fiyat Garantisi. Muhteşem 2’li Kampanya (…) Bizi arayın kurulumda önceliğiniz olsun. Bilgi ve abonelik için arayınız.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, bahsi geçen tanıtımlarda Güzelyalı/Bursa bölgesinde satışa sunulan internet/kablolu TV hizmetine ilişkin ilk faturanın herhangi bir şarta bağlanmaksızın reklam veren firma tarafından karşılandığı anlaşılmıştır. Bu sebeple, anılan reklamların tüketicileri yanıltıcı nitelikte olmadığı değerlendirilmiş olup anılan reklamların 6502 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’a ve ilgili Yönetmeliğe **aykırı olmadığına** karar verilmiştir.

**6)**

**Dosya No: 2021/223**

**Şikayet Edilen: Netser Kurumsal İletişim Hiz. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Işık Hızında Gerçek Fiber İnternet” başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Yayınlandığı Mecra:** Afiş

**Tespitler**: Işık Hızında Gerçek Fiber İnternet” adlı hizmetin tanıtımının yapıldığı afişlerde *“Işık Hızında Gerçek Fiber İnternet 59.90 TL’den başlayan fiyatlarla. Cayma bedeli karşılanır. EBA’ya 100 MBPS ücretsiz bağlantı. Ücretsiz Modem-TV kurulumu. Netser Bölge Temsilciniz Bilgi ve Kayıt Hanife Gezer 0537 481 76 30”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, “Işık Hızında Gerçek Fiber İnternet” adlı hizmetin tanıtımının yapıldığı afişlerde *“Işık Hızında Gerçek Fiber İnternet 59.90 TL’den başlayan fiyatlarla. Cayma bedeli karşılanır. EBA’ya 100 MBPS ücretsiz bağlantı. Ücretsiz Modem-TV kurulumu. Netser Bölge Temsilciniz Bilgi ve Kayıt Hanife Gezer 0537 481 76 30”* ifadelerinin yer aldığı, ancak ana vaatte cayma bedeline ilişkin masrafların reklam veren firma tarafından karşılanacağı belirtilmesine rağmen söz konusu bedele ilişkin firma tarafından karşılanacak tutarın 600 TL ile sınırlı olduğu bilgisine yer verilmeyerek tüketicilerin eksik bilgilendirildiği, dolayısıyla anılan reklamların tüketicileri aldatıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 18/2, 18/4, 18/5, 18/6, 18/7, 21/1 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Netser Kurumsal İletişim Hiz. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**7)**

**Dosya No: 2021/578**

**Şikayet Edilen: Cesur Dijital Reklam Bilgisayar San. Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.evdeinternetbasvurusu.net](http://www.evdeinternetbasvurusu.net) adresli internet sitesinde yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: [www.evdeinternetbasvurusu.net](http://www.evdeinternetbasvurusu.net) adresli internet sitesinde *“Türk Telekom Fiber İnternet. 44,90 TL/Ay. Sizi hemen arayalım. 0850 484 17 28.”* ifadelerinin yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, [www.evdeinternetbasvurusu.net](http://www.evdeinternetbasvurusu.net) adresli internet sitesinde “Türk Telekom” firmasının sunmuş olduğu internet hizmetine ilişkin tanıtımların yer aldığı, ancak reklam veren firmanın Türk Telekom Grubu ile herhangi bir bağı bulunmadığı gerçeği altında Türk Telekom ismi ile anılan firma lehine haksız kazanç elde edildiği, bu durumun haksız rekabete yol açtığı, ayrıca, bahsi geçen tanıtımların 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 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 9/4, 11/1-b, 28/1, 28/2, 28/4, 29/1, 29/2, 29/3-a, 30/1 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**8)**

**Dosya No: 2021/891**

**Şikayet Edilen: Gökhan ÖZTÜRK**

**Şikayet Edilen Reklam/HTU:** 0850 480 09 36 numaralı hat aracılığıyla gerçekleştirilen ticari uygulamalar

**Reklam/HTU Yayın Tarihi:** 2021

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

**Tespitler**: Gökhan ÖZTÜRK adına kayıtlı 0850 480 09 36 numaralı telefon hattı ile muhtelif tüketiciler arasında telefon görüşmeleri gerçekleştirildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, 0850 480 09 36 numaralı telefon hattından 26.02.2021 tarihinde 15:00-15:30 zaman diliminde 0553 241 27 53 numaralı hat sahibi tüketicinin *“Türk Telekom kampanya biriminden ulaşıyoruz. Kampanyanız bitmiştir, sizlere güncel kampanya bilgileri ile yardımcı olmak isteriz.”* şeklinde tanıtım yapılarak arandığı, ancak bahsi geçen ifadelerin gerçeği yansıtmadığı,

Ek olarak, söz konusu numaradan muhtelif sayıda tüketicinin arandığı ve mevcut internet taahhütleri devam ettiği halde tüketicilere taahhüt sürelerinin sona erdiği belirtilerek hizmet sağlayıcısı değişikliğine yönlendirildiği, ayrıca tüketicilere ait kişisel verilerin Türk Telekom firmasının itibarından haksız biçimde yararlanarak toplandığı, bu görüşmelerde Türk Telekom ismi ile ticari uygulamada bulunan şahıs lehine haksız kazanç elde edildiği ve bu durumun haksız rekabete yol açtığı,

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 uygulamaların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 28/1, 28/2, 28/4, 29/1, 29/2, 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 **Gökhan ÖZTÜRK** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/13 üncü maddeleri uyarınca **11.429-TL. (Onbirbindörtyüzyirmidokuz Türk Lirası) idari para ve anılan ticari uygulamaları durdurma cezaları** verilmesinekarar verilmiştir.

**9)**

**Dosya No: 2021/979**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** Turkcell Dijital Operatör Uygulamasında yayınlanan “Hediye Havuzu Haftalık 35 TL” başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: Turkcell Dijital Operatör Uygulamasında yayınlanan “Hediye Havuzu Haftalık 35 TL” başlıklı reklamlarda *“Haftalık 35 TL. DO uygulaması üzerinden tek seferde 35 TL yüklemenize haftalık 35 TL anında hediye.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, Turkcell Dijital Operatör Uygulamasında yayınlanan “Hediye Havuzu Haftalık 35 TL” başlıklı reklamlarda hediye edileceği vaat edilen 35 TL değerindeki yüklemenin, herhangi bir işlem yapmaya gerek olmaksızın yüklemenin akabinde reklam veren firma tarafından gönderilen SMS sonrası derhal tüketicilerin hattına tanımlandığı anlaşılmıştır. Reklam veren firmaya ait [www.turkcell.com.tr](http://www.turkcell.com.tr) adresli internet sitesinde konuya ilişkin bilgilendirmenin yapıldığı da göz önünde bulundurularak bahsi geçen tanıtımların tüketicileri yanıltıcı nitelikte olmadığı değerlendirilmiş olup anılan reklamların 6502 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’a ve ilgili Yönetmeliğe **aykırı olmadığına** karar verilmiştir.

**10)**

**Dosya No: 2021/1474**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** “Sezonluk paket” başlığı altında yer alan "3 ekran" ifadesi

**Reklam Yayın Tarihi:** Ağustos2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: İnternet sitesinde yer alan paketlere ilişkin tanıtımlardan “sezonluk paket” için olan başlığın altında “web, cep, tablet” ifadelerine yer verildiği, nitekim aynı sayfanın en altında da “aynı anda 1 cihazdan izleme yapılabilir” şeklinde yazının yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, firman tarafından yapılan açıklamalar ve sunulan belgeler göz önüne alınarak herhangi bir aldatıcı/yanıltıcı ifadeye yer verilmediği anlaşılmış, dolayısıyla anılan reklamların 6502 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’a ve ilgili Yönetmeliğe **aykırı olmadığına** karar verilmiştir.

**ÖRTÜLÜ REKLAM**

**11)**

**Dosya No: 2021/1224**

**Şikayet Edilen: Akasya ASİLTÜRKMEN**

**Şikayet Edilen Reklam**: Şahsa ait Instagram hesabından yapılan "Fellas” markasının örtülü reklamı

**Reklam Yayın Tarihi**: Ocak 2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** 04.05.2021 tarihi itibariyle 261bin takipçisi bulunan "akasyaasiltürkmen" isimli Instagram hesabında 23.01.2021 tarihli bir paylaşımında *" Fellas cidden artık benim dostum gibi bir şey oldu. Mutlaka çantama ya da arabaya iki üç paket atıyorum ve gün içinde beni sağlıksız atıştırmalardan koruyor. Birkaç senedir ülke pazarındaki haklı yükselişini de severek ve gururla takip ediyorum. Şimdi de Fellas, Türkiye'nin ilk Vitamin Meyve Bar'ını çıkardı ve içeriğindeki C vitami,çinko ve propolis ile bağışıklık sistemini destekliyor. %100 doğal içerikli Fellas Vitamin Meyve Bar'lar, şeker ilavesiz, vegan, glutensiz ve koruyucusuz! Üstelik tüm \*Migros, Macrocaenter ve seçili online satış kanallarından ulaşılabiliyor. @fellasfoods #fellas #fellasvitaminmeyvebar"* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar**: Yapılan inceleme sonucunda, 04.05.2021 tarihi itibariyle 261 bin takipçisi bulunan şahsa ait "akasyaasiltürkmen" isimli Instagram hesabında takipçilerini "etkilemek" amacıyla yapmış olduğu 23.01.2021 tarihli paylaşımda; ”Fellas Foods” markasıyla aralarında reklam anlaşması olduğu halde işbirliği yapıldığına dair bilgilendirme yapılmadığı, böylece açıkça reklam olduğunun anlaşılmadığı, herhangi bir reklam ibaresi olmadan takipçilerini "Fellas vitamin meyve bar” isimli ürüne yönlendirmek suretiyle "Fellas Foods" 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, reklam veren **Akasya ASİLTÜRKMEN** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**12)**

**Dosya No: 2020/2229**

**Şikayet Edilen: Mn Yazılım Medya Bilişim Basım Yayıncılık Reklam İç ve Dış Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.memurlar.net adresli internet sitesinde THY’nin örtülü reklamının yapıldığı iddiası

**Reklam Yayın Tarihi:** 18.11.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu, www.memurlar.net adresli internet sitesinin 18.11.2020 tarihli görünümünde, ekranın üst bölümünde haber bannerları arasında *"THY'den Ucuz Bilet Kampanyası: Türkiye'nin Her Yeri 99 TL"* başlıklı, haber görünümünde bir içerik yayınlandığı, anılan içeriğe tıklandığında açılan sayfada; *“Türk Hava Yolları tarafından başlatılan kampanya çerçevesinde, bugün ve yarın alınacak olan biletlerde 1 Ocak-28 Şubat 2021 tarihi arasında yapılacak olan seyahatler için Türkiye'nin her yerine 99 TL'ye uçak bileti satışı yapılacak”* şeklinde ifadelere, THY’den konuyla ilgili olarak yapılan açıklamaya ve kampanyayla ilgili Twitter paylaşımına yer verildiği tespit edilmiştir.

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

**KOZMETİK VE TEMİZLİK ÜRÜNLERİ**

**13)**

**Dosya No: 2019/10489**

**Şikayet Edilen: TCT Medikal Est. Koz. Sağ. Eğit. Turz. San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** https:/magaza.doctorb.com.tr/ adresli internet sitesi ile "Doctor B Store" başlıklı Facebook hesabında yer alan muhtelif ürünlere yönelik reklamlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 13.08.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https:/magaza.doctorb.com.tr/ adresli internet sitesi ile "Doctor B Store" başlıklı Facebook hesabının 13.08.2020 tarihli görünümlerinde yer alan;

"Örümcek Ağı Serumu" isimli ürüne yönelik tanıtımlarda; *"(...) kolajen sentezini uyarır. (...) Cilt* *yaşlanmasına karşı kalkan görevi üstlenir. "Cilde kolajen takviyesi yapar, (...) Dolgunlaştırıcı etki sağlar. Cilt elastikiyetini destekler, nem verir. Cilde parlaklık, canlılık ve berraklık kazandırır"* ifadelerine,

"Kuka Peeling" isimli ürüne yönelik tanıtımlarda; *"(...). Pul pul olmuş, kabuklanmış cildi düzeltir. Siyah noktaları yok eder. Kıl dönmesi sorununda etkilidir. İnce çizgileri geçirir, (...) Cilde hasar vermeden peeling yapmanızı sağlar. (...) kırışıklıkları yumuşatır. Cilde ipeksi bir görüntü verir. Cildi tazeler ve canlandırır. Antioksidandır ve anti bakteriyel etkiye sahiptir. Su ile kullanabilirsiniz. Anti bakteriyel etkiye sahiptir"* ifadelerine,

"Doctor B Hair Fit Bakım Şampuanı" isimli ürüne yönelik tanıtımlarda; "*Güçlendirici, onarıcı bitkisel kök hücre teknolojisi. (...), Saç dökülmesini önler, (....) Saçtaki kuruluk ve kepek gibi problemleri sonlandırır, Diğer sulfatsız şampuanların aksine boyalı saçlarda rengin sabitlenmesine yardımcı olur. Güçlendirici, onarıcı bitkisel (...) Fit, canlı, dökülmeyen saçlar! Saçlarınıza ve saç derisine bakım yapar, (...), Saçları besler ve güçlendirir, Saç ekimi sonrası için özellikle tavsiye edilir,"* ifadelerine,

"You Want My Lips Touch 12 ML" isimli ürüne yönelik tanıtımlarda; *"Dudaklarınız için gençleştirici (...) bir serumdur. Gençleştirici (dudak ve çevresinde). (...). Dudaklarınız (...) koruyucu bir serumdur. Her yaştaki kadınlar ve erkekler için uygundur. Etkileri: Nemlendirici. Yumuşak dokulu. (...). Görünmez ve konforlu. Güneş ve soğuktan koruyucu. Dudak dolgusunun etkisini arttırmak için yada tek başına kullanılabilir."* ifadelerine,

"Doctor B G Gel" isimli ürüne yönelik tanıtımlarda; "*Genital bölgede gençleştirme yapar Genital kuruluk problemini rahatlatır. Genital kurulukla birlikte oluşan semptomları ortadan kaldırır. Optimal genital PH’ı dengeler, faydalı bakteri habitatı sağlar. Koku, akıntı, tahrişe bağlı iritasyon- rahatsızlık sorunlarını çözümler. Sağlıklı bir genital ortamı destekler. Hijyenik şekilde taşınabilir ve pratik şekilde uygulanır. Cinsel ilişki öncesinde estetik, nemli ve kokusuz bir genital ortam sağlar. Sağlıklı bir cinsel ilişkiyi destekler"* ifadelerine,

"Doctor B Yaşlanma Karşıtı Yüz Germe Kremi" isimli ürüne yönelik tanıtımlarda; *"Üstün bir formülasyona sahip, yaşlanma karşıtı yüz germe kremi"* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** https:/magaza.doctorb.com.tr/ adresli internet sitesi ile "Doctor B Store" başlıklı Facebook hesabının 13.08.2020 tarihli görünümlerinde yer alan "Örümcek Ağı Serumu" isimli ürüne yönelik tanıtımlarda; *"(...) kolajen sentezini uyarır. (...) Cilt* *yaşlanmasına karşı kalkan görevi üstlenir."* ifadelerine,

"Kuka Peeling" isimli ürüne yönelik tanıtımlarda; *"(...). Pul pul olmuş, kabuklanmış cildi düzeltir. Siyah noktaları yok eder. Kıl dönmesi sorununda etkilidir. İnce çizgileri geçirir, (...)"* şeklinde ifadelere,

"Doctor B Hair Fit Bakım Şampuanı" isimli ürüne yönelik tanıtımlarda; "*Güçlendirici, onarıcı bitkisel kök hücre teknolojisi. (...), Saç dökülmesini önler, (....) Saçtaki kuruluk ve kepek gibi problemleri sonlandırır, Diğer sulfatsız şampuanların aksine boyalı saçlarda rengin sabitlenmesine yardımcı olur"* şeklinde ifadelere,

"You Want My Lips Touch 12 ML" isimli ürüne yönelik tanıtımlarda; *"Dudaklarınız için gençleştirici (...) bir serumdur. Gençleştirici (dudak ve çevresinde). (...)."* şeklinde ifadelere,

"Doctor B G Gel" isimli ürüne yönelik tanıtımlarda; "*Genital bölgede gençleştirme yapar Genital kuruluk problemini rahatlatır. Genital kurulukla birlikte oluşan semptomları ortadan kaldırır. Optimal genital PH’ı dengeler, faydalı bakteri habitatı sağlar. Koku, akıntı, tahrişe bağlı iritasyon- rahatsızlık sorunlarını çözümler. Sağlıklı bir genital ortamı destekler. Hijyenik şekilde taşınabilir ve pratik şekilde uygulanır. Cinsel ilişki öncesinde estetik, nemli ve kokusuz bir genital ortam sağlar. Sağlıklı bir cinsel ilişkiyi destekler"* şeklinde ifadelere,

"Doctor B Yaşlanma Karşıtı Yüz Germe Kremi" isimli ürüne yönelik tanıtımlarda; *"Üstün bir formülasyona sahip, yaşlanma karşıtı yüz germe kremi"* şeklinde ifadelere yer verildiği,

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

Diğer yandan, bahse konu internet sitelerinde yer alan "Örümcek Ağı Serumu" isimli ürüne yönelik tanıtımlarda yer verilen; *"Cilde kolajen takviyesi yapar, (...) Cilt elastikiyetini destekler.."* ifadelerinin,

"Yoğun Nemlendirici Örümcek Ağı Kremi" isimli ürüne yönelik tanıtımlarda yer verilen; *"Yoğun nemlendirici Örümcek Ağı kremi, yüz, boyun ve göz çevresini sıkılaştırmaya* *yardımcı olur. İnce çizgilerin görünümünü silmeye yardımcı olur ve zamanla inceltilmiş cilde* *destek oluşturur. İlk uygulamada bile yumuşak bir his ve daha parlak bir görünüm yaratır. Bu* *sadece başlangıç. (...) Örümcek Ağı Kremi 50 ML* *Üstün bir formülasyona sahip, anti aging yaşlanma karşıtı bir aktif kozmetik ürünüdür.* *Özellikle düzenli kullanım sonrasında kırışıklıklara, kaz ayaklarına, sarkmalara, kuruluğa ve* *pul pul olmuş görüntüye karşı cildi destekler, hücre yapısının canlanmasına yardımcı olur.* *Örümcek Ağı Kremi, yapısındaki bitkisel kök hücre ve cyclopeptide-5 sayesinde kronik* *yaşlanmaya karşı cildin savaşmasına yardımcı olan bir yaşlanma karşıtı aktif kozmetik* *kremidir. Özellikle göz çevresi olmak üzere tüm yüz ve boyun bölgesindeki kırışıklıkların* *giderilmesine, cildin doğal parlaklığını geri kazanmasına yardımcı olur. Formülasyonda yer* *alan multivitamin kompleksi, daymoist, shea butter, allantoin, provitamin B5, e vitamini ve* *bitki özleri sayesinde cildin gün boyu nemlenme ihtiyacını sağlayarak, zamanın ciltteki* *yıpratıcı etkisini azaltmayı ve genç bir görünümü destekler. Faydaları. Formülasyonundaki* *ödüllü aktif ajanlar sayesinde cildiniz için en gerekli yapıtaşı olan kolajeni ve üretimini* *destekler. 24 saat nemlendirme sağlayarak cilt kuruluğunun önüne geçer ve cildi dış etkenlere* *karşı korur. Multi vitamin kompleksi ile cildi besler ve doğal bir parlaklık kazandırır.* *Zamanın ciltteki yıpratıcı etkisini azaltır, genç ve DOĞAL bir görünümü destekler"* ifadelerinin,

"Kuka Peeling" isimli ürüne yönelik tanıtımlarda yer verilen; *"Cilde hasar vermeden peeling yapmanızı sağlar. (...) kırışıklıkları yumuşatır. Cilde ipeksi bir görüntü verir. Cildi tazeler ve canlandırır. Antioksidandır ve anti bakteriyel etkiye sahiptir. Su ile kullanabilirsiniz"* ifadelerinin,

*"You Want My Lips Touch 12 ML*" isimli ürüne yönelik tanıtımlarda yer verilen; *"Dudaklarınız (...) koruyucu bir serumdur. Her yaştaki kadınlar ve erkekler için uygundur. Etkileri: Nemlendirici. Yumuşak dokulu. (...). Görünmez ve konforlu. Güneş ve soğuktan koruyucu. Dudak dolgusunun etkisini arttırmak için yada tek başına kullanılabilir."* ifadelerinin,

*"Doctor B Hair Fit Bakım Şampuanı"* isimli ürüne yönelik tanıtımlarda yer verilen; *"Güçlendirici, onarıcı bitkisel (...) Fit, canlı, dökülmeyen saçlar! Saçlarınıza ve saç derisine bakım yapar, (...), Saçları besler ve güçlendirir, Saç ekimi sonrası için özellikle tavsiye edilir, (...)"* ifadelerinin doğruluğunu ispatlamak için sunulan belgelerin söz konusu iddiaları desteklemede yetersiz kaldığı,

Bununla birlikte, "Kuka Peeling" isimli ürüne yönelik tanıtımlarda yer alan; *"anti bakteriyel etkiye sahiptir"* ifadeleri ile söz konusu ürünün biyosidal etki gösterdiği iddiasında bulunulmasına karşın biyosidal ürün ruhsatı bulunmadığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

- İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanununun 13 üncü maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **TCT Medikal Estetik Kozmetik Sağlık Eğitim Turizm Sanayi ve Ticaret Limited Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**14)**

**Dosya No: 2020/5036**

**Şikayet Edilen: Barış YAKUT**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.instagram.com/hairdrop\_tr ve https://www.facebook.com/milito41 adresli internet sitelerinde yer alan “Saç Çıkartan Serum” isimli ürüne ilişkin reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 14.10.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.instagram.com/hairdrop\_tr adresli internet sitesinin 14.10.2020 tarihli görünümünde; *“Pasif kökleri uyararak, yeni saç oluşumunu sağlar. İncelmiş saç tellerini kalınlaştırır, seyrek görünümü ortadan kaldırır. Saç dökülmesini tamamen durdur.”* ifadeleri ile birlikte bahsi geçen instagram sitesinde ve https://www.facebook.com/milito41 adresli internet sitesinde “Saç Çıkartan Serum” isimli ürünün saç çıkardığına dair öncesi ve sonrası görsellerin kullanıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** https://www.instagram.com/hairdrop\_tr adresli internet sitesinin 14.10.2020 tarihli görünümünde; *“Pasif kökleri uyararak, yeni saç oluşumunu sağlar. İncelmiş saç tellerini kalınlaştırır, seyrek görünümü ortadan kaldırır. Saç dökülmesini tamamen durdur.”* 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 birlikte bahsi geçen instagram sitesinde ve https://www.facebook.com/milito41 adresli internet sitesinde “Saç Çıkartan Serum” isimli ürünün saç çıkardığına dair öncesi ve sonrası görsellerinin kullanıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

- İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanununun 13 üncü maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**15)**

**Dosya No: 2020/5042**

**Şikayet Edilen: Pureteks Plastik ve Tekstil Ürünleri A.Ş**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Baby Turco Doğadan” isimli bebek bezine ilişkin ürün ambalajında ve çeşitli mecralarda yer alan reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** “Baby Turco Doğadan”isimli bebek bezine yönelik yayınlanan reklam filminde; *“Çukurova’nın pamuğunu aldık, bebeklerin altı daha kuru kalsın diye bebek bezimize kattık. Ege’nin halis zeytinyağını ise, bebeklerin ciltlerine hassas bakım için kullandık. Türkiye’de ilk ve tek”* ifadelerine,

Ürün ambalajlarında *“Doğal Çukurova Pamuğu, Doğal Ege Zeytinyağı, 14 saat kuruluk”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** “Baby Turco Doğadan” isimli bebek bezine yönelik muhtelif mecralarda yayınlanan reklam ve tanıtımlarda yer alan ifadelerin ilgili mevzuat hükümlerine, 6502 sayılı Kanun'un 61 inci maddesi hükümleri ile Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin ilgili hükümlerine **aykırı olmadığına**karar verilmiştir.

**16)**

**Dosya No: 2020/4391**

**L’Oreal Türkiye Kozmetik Tic. ve San. A.Ş.**’ ye ait“La Roche Posay Laboratorie Dermatologique” markalı ürünlere yönelik www.laroche-posay.com.tr adresli internet sitesinde yer alan *“Dermatologların En Çok Tavsiye Ettiği Marka\*”* ibareli tanıtımlarla ilgili görüşme ve değerlendirmelerin **ertelenmesine** karar verilmiştir.

**SAĞLIK**

**17)**

**Dosya No: 2019/9046**

**Şikayet Edilen:** **Aslıhan AĞGÜNER**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 29.09.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.facebook.com adresli sosyal paylaşım sitesinin 29.09.2020 tarihli görünümünde şahsa ait *“Aslıhan Agguner*” ve "*Uzman Estetisyen Kalıcı Makyaj Uzmanı Aslıhan Agguner"* kullanıcı isimli sayfalarda yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *"sizden daha degerli hicbir sey olmaza bakımlı olmanız guveninizi arttırır doktorumuzdan randevunuzu olusturalım kampanyalı fiyatlarımızdan faydalanın...botox dolgu prp...kendinize güzellik hediye edin. doktorumuzdan botox dolgu. paket fiyat. kredi kartına taksit...12 aşamalı cilt bakımı + dermapen + hyronıc asit + somon dna takviye 300 tl...göz çevresi botox alın botox dudak dolgusu paket fiyat fırsatı anlaşmalı doktorumuzdan kredi kartına taksit..."* ifadelerine, kampanya ve fiyat bilgileri ile hasta öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği,

www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinin 29.09.2020 tarihli görünümünde şahsa ait “aslıhanagguner” kullanıcı isimli sayfada yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *"...ameliyatsız bölgesel incelme soğuk lipoliz 400 tl. randevunuzu oluşturun güzelleşin...dermapen nedir? dermapen tedavisi günümüzün en önemli cilt problemlerinden olan sivilce izleri,gözenekler,cilt yenileme,güneş lekeleri,cilt sıkılaştırma,ince çizgilerin giderilmesi ve çatlak tedavilerinde kullanılmaktadır. dermapen tedavisi yüz,saç,el ve boyun bölgesinde,vücutta doku kaybı olan bölgelerde kollajen dokunun arttırılarak cildin yeniden yapılanması için kullanılır. 12 aşamalı cilt bakımı + dermapen + hyronıc asit + somon dna takviye 300 tl...soğuk lipoliz 7 cm incelme. yeni trend zayıflama soğuk lipoliz yötemi ile fazla yağlarınızdan kurtulun!... tek seans üstün başarı. yaza incelmis girmeyi dusunen takipcilerime ozel kampanyadikkat dikkat sadece takipcilerime ozel 1 seans soguk lipoliz ile en az 7 cm incelme garantisi ayrıca sadece 1 seans sadece 400 tl ve bitmedi 1 kavvitasyon 1 radyofrekans 1 pasif jimnastikde hediye..."* ifadeleine; kampanya ve fiyat bilgileri ile hasta öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği,

www.youtube.com adresli sosyal paylaşım sitesinin 30.09.2020 tarihli görünümlerinde şahsa ait *“Aslıhan Ağgüner”* kullanıcı isimli sayfada yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda tıbbi işlemler hakkında ifadelere ve hastaların işlem esnasındaki görsellerine yer verildiği;

tespit edilmiştir.

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

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

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair 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 ncı maddesi,

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Aslıhan AĞGÜNER** 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.

**18)**

**Dosya No: 2019/9707**

**Şikayet Edilen:** **Elite Kozmetik Güzellik ve Dan. Paz. Gıda İnş. Tic. Ltd. Şti. (Elite Güzellik Salonu)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 09.10.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.elitebeauty.com.tr adresli internet sitesinin 09.10.2020 tarihli görünümünde örnek olarak; *"..Dermapen Uygulamasının Mantığı akapuntur Yöntemine Dayanır ve Uygulaması çok hızlı, rahat ve acısız bir şekilde olur. Dermapen ile beraberinde kullanılan ürünlerin uygulamala imkanı sayesinde ablatif olmayan, PL ve Kimyasal Peeling gibi tedavilerden daha efektif sonuçlara ulaşabiliriz...Seanslar ortalama 6–30 dakika sürer, seans sayısı ise 4–6 ‘dır. Herhangi bir riski olmayan iğnesiz mezolifting işlemi için yaş sınırı söz konusu değildir. Özellikle çok sigara, alkol içen kişiler, güneş, floresan lamba ve solaryuma maruz kalan kişiler, yoğun iş ve stres ortamında cildine bakamayan tüm kadın ve erkeklerde iğnesiz mezolifting kolaylıkla uygulanabilir...Soğuk lipoliz işlemi sayesinde bölgesel olarak birikmiş yağlar dondurularak vücuttan atılması sağlanır. Böylelikle kısa sürede zayıflayabilir ve vücut yapınızın hem sağlıklı hem de kısa sürede görenleri büyüleyecek noktaya geldiğini göreceksiniz. Güzellik merkezimizde yapılan soğuk lipoliz uygulaması, sağlıklı ve dolayısıyla da steril ortamda gerçekleştirilmektedir. %100 sonuç alacağınız bu işlem sonrasında hem hızlı ve etkili şekilde hem de sağlıklı şekilde kilo vereceksiniz..."* ifadelerine yer verildiği,

www.facebook.com adresli sosyal paylaşım sitesinin 09.10.2020 tarihli görünümünde kuruluşa ait “*Elite Beauty*" kullanıcı isimli sayfada yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *"...Soğuk Lipoliz, yağ dondurma prosedürüdür. Diyet ve egzersiz yoluyla tüm çabalarınıza rağmen inatla zayıflatamadığınız bölgesel yağlarınızdan soğuk lipoliz ile kurtulabilirsiniz...Yaz ayına özel KAMPANYA Tüm bacak Genital Kol altı Bitiş garantili lazer epilasyon Buz başlıklı Diode 1500 TL sınırsız seans KAMPANYA Sınırlı Sayıda...Buz Başlıklı Lazer Epilasyon ile acısız, ağrısız ve yanıksız kalıcı olarak istenmeyen tüylerinizden sadece bir kaç seansta kurtulun!..Birden fazla fayda sağlayan dermapen işlemi, cerrahi müdahele olmadan gençleşme imkanı sunan cilt bakımı uygulamalarındandır. Dermapenin etkileri arasında: •İnce çizgilerde azalma •Derinin gerilerek daha sıkı bir görüntüye sahip olması •Akne ve lekelerin azalması ya da ortadan kaybolması..."* ifadelerine; hasta öncesi ve sonrası görüntüleri ile kampanya ve fiyat bilgilerine yer verildiği,

www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinin 09.10.2020 tarihli görünümünde kuruluşa ait "*elitebeautytr*" kullanıcı isimli sayfada yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *"...Soğuk Lipoliz, yağ dondurma prosedürüdür. Diyet ve egzersiz yoluyla tüm çabalarınıza rağmen inatla zayıflatamadığınız bölgesel yağlarınızdan soğuk lipoliz ile kurtulabilirsiniz...Birden fazla fayda sağlayan dermapen işlemi, cerrahi müdahele olmadan gençleşme imkanı sunan cilt bakımı uygulamalarındandır. Dermapenin etkileri arasında: •İnce çizgilerde azalma •Derinin gerilerek daha sıkı bir görüntüye sahip olması •Akne ve lekelerin azalması ya da ortadan kaybolması •Hemen hemen her cilt tipine uygulanabilir olması Buz Başlıklı Lazer Epilasyon ile acısız, ağrısız ve yanıksız kalıcı olarak istenmeyen tüylerinizden sadece bir kaç seansta kurtulun! Tüylerinizden kurtulurken jilet, ağda, tüy dökücü krem gibi geçici çözümler sonrası vücudunuzu kaktüs gibi hissettirirken, lazer epilasyon tüm vücudunuz için en etkili çözümdür ve vücudunuzu her an bebek gibi hissedersiniz!...Elite Beauty ile Soğuk Lipoliz Sonrası KALICI ZAYIFLIĞINIZIN tadını çıkarın!.."* ifadelerine; kampanya ve fiyat bilgileri ile hasta öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği;

www.twitter.com ve www.youtube.com adresli sosyal paylaşım sitelerinin 09.10.2020 ve 13.10.2020 tarihli görünümlerinde kuruluşa ait “*Elite Guzellik*” ve "*Elite Beauty Guzellik*” kullanıcı isimli sayfalarda yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda lazerle dövme silme gibi tıbbi bir işleme ilişkin ifadelere ve seans görüntülerine yer verildiği;

Tüm bunlara ek olarak, inceleme konusu internet sitelerinde; kuruluş isminin “Elite Beauty” olarak nitelendirildiği tespit edilmiştir.

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

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

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair 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 ncı maddesi,

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Elite Kozmetik Güzellik ve Dan. Paz. Gıda İnş. Tic. Ltd. Şti. (Elite Güzellik Salonu)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**19)**

**Dosya No: 2019/10418**

**Şikayet Edilen:** **Dr. Elif MİRZA (Code86 Academy)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 15.12.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com ile www.facebook.com adresli sosyal paylaşım sitelerinin 15.12.2020 tarihli görünümünde kuruluşa ait “*code86academy*" ve "*Code86 Academy*" kullanıcı isimli sayfalarda yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda ve videolarda örnek olarak; *"...Göz temasının ve güçlü bakışların önemi...Siz de dünyaya aydınlık gözlerle bakabilirsiniz! Göz altı morlukları tedavi edilebilir bir sağlık sorunudur. Nedeni araştırılarak uygun tedaviyle daha canlı bakışlara kavuşmak mümkün olabilir...Vücudunuzun her hangi bir bölgesinde güneş sonrası oluşan veya rengi koyulaşan lekeler, çiller, renk eşitsizlikleri moralinizi bozmasın! Güneşin sebep olduğu cilt hasarları kontrol altına alınabilir...Hexagonal Reflection Technique (HRT) ile daha sıkı, daha genç yüz hatlarına kavuşmak mümkün olabilir...Doğal, hacimli, yüz ile uyumlu ve daha genç dudaklar için #dudakdolgusu hakkında bilgi almak için...Cildin, yüzün, vücudun görünüşünü ve dokusunu iyileştirmek için uygulanan ameliyatsız tedavilerin tümü medikal estetik alanına girer. Hastanın estetik ihtiyaçları karşılanırken aynı zamanda doğal ve sağlıklı görünümü korumak ve gençleştirmek amaçlanır...Gerçek erkekler çaba gösterir!..Gençliğin yaşı yok!...Daha belirgin bir çene hattı için #jawline dolgu ve #ipaskı...lekeleri, akne izleri, ince kırışıklıklar, solgun cilt... Bunlardan sizi mutsuz eden var ise #dermapen ile tanışma vakti geldi demektir!...#repost @elifzeynepmirza...Her zamanönceliğim Sizsiniz..Ancak bugün sıra bende ..."* ifadeleri ile hasta öncesi ve sonrası görsellerine yer verildiği

Bununla birlikte; inceleme konusu internet sitelerinde; kuruluş isminin “*Code86 Academy*" olarak nitelendirildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda söz 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, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Dr. Elif MİRZA (Code86 Academy)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**20)**

**Dosya No: 2019/11459**

**Şikayet Edilen: Melih ÖZGEN - Özgen Dental Klinik**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.melihozgen.com adresi ile www.youtube.com ve www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitelerinde şahsa ve kuruluşa ait sayfalarda yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 22.01.2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.melihozgen.com adresli internet sitesinin 22.01.2021 tarihli görünümünde örnek olarak*; "...Diş hekimliğinin tüm alanlarında sağlığınız ve memnuniyetiniz için çalışıyoruz..Ağız ve Diş Sağlığı alanında en doğru ve en güncel bilgiler Sıradan bir ağız ve diş sağlığı kliniği olmanın ötesine geçmek istedik. Sadece kendi hastalarımıza değil ulaşabildiğimiz herkese ağız ve diş sağlığı alanında en doğru ve en güncel bilgileri sunmayı amaç edindik. Dental konulardaki tüm problemleriniz için bize tüm dijital kanallardan kolaylıkla danışabilirsiniz...Eğer dişleriniz lekelenmişse, renk değişikliğine uğramışsa, aşınmışsa, kırılmışsa, düzgün bir hizada değilse, şekil bozukluğuna sahipse ya da aralarında boşluklar varsa, modern estetik diş hekimliği uygulamaları size daha güzel bir gülüş kazandırabilir...Renk değişimine uğramış ya da koyu renkli dişler sizi olduğunuzdan daha yaşlı gösterebilir. Parlak ve beyaz dişlerden oluşan düzgün şekilli bir gülüş ise size daha genç bir görüntü kazandırır...Uzun dişler genç bir görüntü sağlar. Eğer gülüşünüz sırasında dişetleriniz fazlaca görünüyorsa, diş hekiminiz dişeti estetiğiyle dişeti çizginizin yerini değiştirerek dişlerinizin daha uzun görünmesini sağlayabilir....Süt dişlerinin bakımı düzgün bir şekilde yapılmazsa, çocuklar ömür boyu sürecek hastalıklarla baş etmek zorunda kalabilirler. Erken kaybedilen süt dişleri sürekli dişlerin hem estetiğini hem de sağlığını olumsuz yönde etkiler...Implant: İşlem esnasında hastaların herhangi bir ağrı hissetme olasılığı yoktur. Operasyon sonrası hastalarımız hayatlarına rahatlıkla kaldıkları yerden devam edebilirler..."* ifadeleri ile hasta yorumlarına yer verildiği;

www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinin 22.01.2021 tarihli görünümünde kuruluşa ait "*ozgenklinik*" kullanıcı isimli sayfada yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *"...Mutlu gülüşler için çalışmalara devam...Bu dönemde en çok ihtiyacımız olan şey..sağlıklı mutlu gülüşler...Korona günlerinde yüzünü güldürdüğümüz bir hastamız daha...Büyük sanatçı Çetin Tekindor ile tanışma ve doktoru olma mutluluğu...Beyazlatma ve lamine veneer ile hastamızı estetik bir gülüşe kavuşturduk..."* gibi ifadelere ve hasta öncesi ve sonrası görsellerine yer verildiği;

Diğer taraftan, www.youtube.com adresli sosyal paylaşım sitesinin 22.01.2021 tarihli görünümünde şahsa ait "*Melih Özgen*" kullanıcı isimli sayfada yer alan muhtelif tarihli videolarda kuruluşta yapılan iş ve işlemlerle ilişkin ifadeler ile hasta yorumlarına yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Bu bağlamda; inceleme konusu sosyal paylaşım sitesinde yer alan ifade ve görüntülerin sağlık alanında çalışan şahsın ve şahsa ait 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 tanıtımlar bilgilendirme kapsamını aşarak “reklam’’ niteliğinde değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

- Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin 29 uncu ve Geçici 5 inci maddeleri;

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

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Melih ÖZGEN - Özgen Dental Klinik** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**21)**

**Dosya No: 2020/37**

**Şikayet Edilen: Prof. Dr. Hüseyin SİNAN**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 30.12.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Şahsa ait www.huseyinsinan.com adresli internet adresinin 30.12.2020 tarihli görünümünde örnek olarak; *"...Metablolik Cerrahi: Bu ameliyatla hastalar, hastalıklarından kurtulabildikleri gibi şeker hastalığının vücutlarında oluşturduğu olumsuz yan etkilerden de kurtulmuş olmaktadırlar. Böylelikle yandaş hastalıklara bağlı tedavi masrafları ve ilaç harcamaları da azalmaktadır. Kişiler diyabet hastalığından etkilenimlerini en aza indirmek suretiyle yaşam beklentilerini artırmış olmaktadırlar...Obezite Ameliyatı: Bunlardan birincisi sleeve gastrektomi (yaygın olarak bilinen adıyla “tüp mide ameliyatı”) ameliyatıdır. Şu anda tüm dünyada ve ülkemizde en çok uygulanan ve sonuçları bakımından da kısa ve orta vadede en çok fayda görülen ameliyattır. Diğer ameliyat çeşitlerinden bazıları ise “gastrik bypass” ve “transit bipartisyon”dur. Her türlü zayıflama ameliyatı her biri akademisyen ve tecrübeli ekibimiz tarafından yapılmaktadır...Hakkımızda: Yurt dışı yayın 30, yurt içi yayın 25, Kitap bölümü yazarlığı, kitap çevirmenliği, yurt içince yurt dışı toplantılarda sunulan 100’ün üzerinde poster ve sözel bildiri, bilimsel toplantılarda davetli konuşmacı ve oturum başkanı olarak görev yapmıştır. Evli ve bir çocuk sahibi olup iyi derecede İngilizce bilmektedir...Anasayfa: "İyi bir sağlık varlıklı olmaktan değerlidir... 7/24 Destek Hastalarımızla ameliyat sonrası 7/24 iletişim halindeyiz... Diyetisyen Kontrolü Uzman diyetisyenimiz tarafından ameliyat öncesi ve sonrasında gerekli olan beslenme düzenini sağlıyoruz..."* gibi ifadeler ile hasta yorumlarına yer verildiği;

www.facebook.com ve www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitelerinin 30.12.2020 tarihli görünümlerinde şahsa ait “*Prof. Dr. Hüseyin Sinan*” ile "*prof.dr.huseyinsinan*" kullanıcı isimli sayfalarda yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *"...Covid-19 Salgınıyla mücadele ettiğimiz şu günlerde, üst düzey hijyen standartlarını uygulayarak, hastalarımızın sağlığını önemsiyoruz!..Metabolik cerrahi uygulamaları sonrası hastaların kan şekerleri, kolesterol ve trigliserid seviyelerinin düzenlenmesi yanı sıra; hipertansiyon, aşırı kilo, karaciğer yağlanması, göz-böbrek hasarı ve ayak yaraları gibi sorunları da tek operasyon ile giderilir. Biz uzman ekibimiz ile uzun yıllardır diyabet cerrahisinden yüz güldürücü sonuçlar almaya devam ediyoruz...Obezite cerrahi yöntemle artık bir sorun değil. Obezite cerrahisinde başarı hikayeleriyle dolu yıllar. Obezite hastalığına teslim olmayınız. Bize ulaşabilir ve hayatınıza sağlıklı ve mutlu yeni bir pencere açabilirsiniz. Cerrahide başarı hikayeleriyle dolu geçen yılların tecrübesi ve uzman ekibimiz ile güvenli ellerdesiniz...Her ameliyat öncesi hastalarımız ciddi bir hazırlık sürecinden geçiyor. #Obezite ve #Metabolik cerrahi öncesi endoskopi ile mideye bakılması da en önemli hususlardan bir tanesidir...Daha sağlıklı ve hafif bir yaşam için siz de hayallerinizi ertelemeyin!.Tip 2 Diyabet ve beraberinde getirdiği hastalıklardan, Metabolik Cerrahi ile kurtulabilirsiniz. Sağlığa ve kendinize geç kalmayın.."* gibi ifadeler ile hasta yorumlarına yer verildiği;

www.youtube.com adresli sosyal paylaşım sitesinin 30.12.2020 tarihli görünümlerinde kuruluşa ait *“Prof. Dr. Hüseyin Sinan”* kullanıcı isimli sayfada yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda kuruluşta yapılan iş ve işlemlerle ilişkin ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, 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, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**22)**

**Dosya No: 2020/1566**

**Şikayet Edilen: Van Psikoloji (İbrahim AĞIR)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 07.01.2021 ile 11.01.2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Kuruluşa ait wwww.vanpsikoloji.com adresli internet sitesinin 07.01.2021 ile 11.01.2021 tarihli görümlerinde örnek olarak; *"... Bireysel Danışmanlık: Bilişsel davranışçı terapi, psikolojik olarak sorunların çözümünde büyük rol oynamaktadır. Özellikle depresyon ve anksiyete (kaygı) bozukluğu gibi alanlarda yüksek başarı ile uygulanmaktadır. Çalıştığımız Alanlar: Kişisel Gelişim Kişiler Arası İletişim Problemleri Aile İçi İletişim Öfke Kontrolü Stres Yönetimi Kaygıyla Başa Çıkma Cinsel İşlev Problemleri(Erken Boşalma, Vajinismus, Gebelik Problemleri) Depresyon Postpartum Depresyonu(Doğum Sonrası) Sosyal Kaygı Alkol Madde Bağımlılığı( sigara, alkol, esrar, kumar, teknoloji) Kendine Zarar Verici Davranışlar Kayıp ve Yas Süreci Uyku Sorunları Evlat Edinme, Üvey Ebeveyn/Çocuk İlişkileri Yeme Bozukluğu Panik Atak Problemleri Beden Algı Problemleri Tepkisel Bağlanma Problemleri(Boşanma, Aldatma vb) Travma Sonrası Stres Bozukluğu Fobiler Obsesif Kompulsif Bozukluk Erteleme Davranışı İle Başa Çıkma Hangi Konularda Çift Danışmanlığından Faydalanabilirsiniz? Kişisel sorunların ilişkiye yansıması \*Cinsel Problemler \*Vajinismus \*Çiftlerden birinin psikolojik sorunlar yaşaması...Depresyon belirtileri: 1. Duygusal belirtiler • Üzüntü • Kaygı • Suçluluk • Öfke • Çaresizlik • Ümitsizlik• Kendini değersiz ve önemsiz hissetmek 2. Fiziksel belirtiler • Uyku düzeninde değişiklik (normalden az ya da fazla uyuma) • İştahta değişiklik (normalden az ya da fazla yeme) • Cinsel isteksizlik • Enerji azlığı, yorgunluk hissi • Çeşitli ağrılar 3. Davranışsal belirtiler • Sebepsiz ağlama nöbetleri. • İnsanlardan uzaklaşma. • Daha önce zevk alınan iş ve aktiviteleden zevk alamama • Son zamanlarda fazla alkol almaya başlama veya yatıştırıcı ilaçları kullanma ihtiyacı hissetme 4. Zihinsel belirtiler • Konsantrasyon güçlüğü • Unutkanlık • Kararsızlık..."*.) gibi açıklamalara ve hasta yorumlarına yer verildiği;

www.instagram.com ve www.facebook.com adresli sosyal paylaşım sitelerinin 07.01.2021 tarihli görünümünde kuruluşa ait “*Van Psikoloji*” ile "*van\_psikoloji*" kullanıcı isimli sayfalarda yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *"...Ülkemizde ve tüm dünyada sıklıkla görülen cinsel sorunların yaygın nedenleri arasında: Çocukluktan itibaren maruz kalınan geleneksel dayatmalar, Yanlış yetiştirilme koşulları, Bozulmuş beden algısı ve düşük öz saygı, Çekingenlik, Özgüven eksikliği, Eşler arasında çatışmalar, Geçmişte yaşanan travmatik anılar, Cinsel yönelim kaynaklı problemler..Borderline Nedir? Borderline Kişilik Bozukluğu, genç erişkinlik döneminde başlayan, kişilerle olan ilişkilerde, kendilik algısında ve duygulanımda tutarsızlıklar ve ani dürtüsel davranışlarla karakterize bir durumdur. Borderline Kişilik Bozukluğu aşağıdakilerden 5’ini taşıyan kişilerde görülür. Borderline Belirtileri: 1- Gerçek ya da hayali bir terk edilmeden kaçınmak için çılgınca çaba harcamak 2- Karşısındakileri aşırı büyütüp, göklere çıkarma ve aşırı değersizleştirip, gözden düşürerek, yerin dibine sokma gibi başkalarına aşırı değer, değersizlik verme ile giden tutarsız ilişkiler. 3- Kimlik karmaşası denilen kendini algılayışında, önem verilen kültürel- ahlaki değer anlayışında değişkenlikler. 4- Kendine zarar verme olasılığı fazla olan, iki ya da daha çok durumda sonunu düşünmeden, aniden yapılan eylemler (aniden çok para harcama, madde kullanımı, hızlı ve tehlikeli araç kullanma, birden aşırı yemek yeme, önceden düşünülmeyen uygunsuz cinsel davranışlar). 5- Yineleyen bir şekilde intihar girişimleri, intihar tehditleri, kendi kendine zarar verme (bıçak, jilet vs. ile kendi cildini kesme, sigara ile kafayı yakma). 6- Duygu durumunda aşırı tepkililiğe bağlı.. Memnuniyet anketlerinin yüzde 90'ı gösterdiği, Van'ın ilk psikolojik danışmanlık merkezi olarak Çocuk & Ergen ve Yetişkinlerde danışmanlık hizmeti vermekteyiz. Daha sağlam bir gelecek için burdayız. Psikolog ve Psikoterapist İbrahim Ağır... Panik Atakla vedalaşın...Panik atak gerçek bir tehlike veya görünürde belirgin bir neden olmamasına rağmen şiddetli fiziksel belirtilerle kendini gösteren yoğun korku atağıdır. Aşağıda sayılan 13 bedensel ve bilişsel belirtiden en az dördünün eşlik ettiği yoğun korku ve rahatsızlık hissi. 1 - Çarpıntı, kalp atımlarını duyumsama 2 - Terleme 3 - Titreme ya da sarsılma 4 - Nefes darlığı ya da boğuluyor gibi olma...1900 TL Oyun Terapisi ve Çocuklarla Bilişsel Davranışçı Terapi 3 kişiye %5 5 kişiye %10 indirim!..."* gibi ifadelere; hasta yorumlarına ve fiyat bilgilerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu internet sitelerinde, psikolog unvanıyla yapmaya yetkili olunmayan terapi alanlarında (depresyon, travma sonrası stres bozuklukları vb) bilgilendirme sınırını aşan ifadelere yer verildiği; yer alan ifadelerin sadece yetkili klinik psikolog, hekim ve sağlık kuruluşları tarafından sunulabileceği; şayet kuruluşun bir sağlık kuruluşu olsa dahi mezkûr sitelerde yapılan tanıtımların bilgilendirme kapsamını aşarak “reklam’’ niteliğinde değerlendirildiği ve sağlık alanında çalışan kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı, talep yaratıcı nitelikte olduğu ve kuruluşa ve şahsa yönlendirme yaparak, benzer alanda faaliyet gösteren kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açtığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

- 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 **Van Psikoloji (İbrahim AĞIR)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **114.326-TL (Yüzondörtbinüçyüzyirmialtı Türk Lirası) idari para ve** **anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**23)**

**Dosya No: 2020/1640**

**Şikayet Edilen: Estetikland Güzellik ve Sağlık Hizmetleri Danışmanlık Limited Şirketi (Estetikland Güzellik Salonu)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 26.01.2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: Kuruluşa ait www.estetikland.com adresli internet sitesinin 26.01.2021 tarihli görünümlerinde örnek olarak; *"...Sağlığı herşeyden önde tutarak “sağlıklı güzelleş, sağlıklı genç kal” düsturuyla hizmet veren Estetikland, sektördeki rakiplerinden farkını kanıtlayarak Mecidiyeköy’ün en sık ziyaret edilen kliniği olmuştur. 17 yıllık tecrübesinin ışığında, en yeni teknolojileri kullanarak en ayrıcalıklı hizmeti vermeyi sürdüren Estetikland, alanında önde gelen markalarla yaptığı iş ortaklıkları ile de farkını ispatlamıştır. Kliniğimiz, tüm danışanlarının memnuniyetini ön planda tutarak, “zamana dur demek için” güler yüzlü ve kaliteli hizmetini sürdürmektedir. Vizyonumuz: Sağlık hizmetlerdeki mükemmeliyet düzeyi, hasta ve hasta yakınlarının memnuniyetini yaratmadaki kararlılığı, üstün nitelikli ekibi ve çağdaş altyapısı, öncü uygulamalarıyla; Türkiye’ye model oluşturmayı ve dünyada referans gösterilen akademik sağlık kurumlarından biri olmayı hedeflemektedir.Estetik Cerrahi:* [*https://estetikland.com/estetik-cerrahi/burun-estetigi/*](https://estetikland.com/estetik-cerrahi/burun-estetigi/)*,* [*https://estetikland.com/estetik-cerrahi/boyun-ve-gidi-germe/*](https://estetikland.com/estetik-cerrahi/boyun-ve-gidi-germe/)*, https://estetikland.com/estetik-cerrahi/yag-aldirma-liposuction/,*

[*https://estetikland.com/estetik-cerrahi/lipoinjection-yag-enjeksiyonu/*](https://estetikland.com/estetik-cerrahi/lipoinjection-yag-enjeksiyonu/)*,* [*https://estetikland.com/estetik-cerrahi/kalca-estetigi/*](https://estetikland.com/estetik-cerrahi/kalca-estetigi/)*,* [*https://estetikland.com/estetik-cerrahi/karin-germe/*](https://estetikland.com/estetik-cerrahi/karin-germe/)*,* [*https://estetikland.com/estetik-cerrahi/goz-kapagi-estetigi/*](https://estetikland.com/estetik-cerrahi/goz-kapagi-estetigi/)*, https://estetikland.com/estetik-cerrahi/kepce-kulak-estetigi/, https://estetikland.com/estetik-cerrahi/meme-buyutme/,https://estetikland.com/estetik-cerrahi/meme-diklestirme/, https://estetikland.com/estetik-cerrahi/meme-kucultme/,https://estetikland.com/estetik-cerrahi/popo-estetigi/,https://estetikland.com/estetik-cerrahi/vajinal-estetik-ameliyatlari/,*

*https://estetikland.com/estetik-cerrahi/vaser-liposuction/,https://estetikland.com/estetik-cerrahi/yuz-germe/...Saç Ekimi: Saç dökülmesi hem kadınlarda hem de erkeklerde mutsuzluk yaratan ve öz güven üzerinde olumsuz etkilere neden olabilen ciddi bir sorundur. Erken dönemlerde nedeni araştırılmaz ve gerekli önlemler alınmazsa saç kaybıyla sonuçlanabilir. Saç ekimi işlemi, dünya genelinde yaklaşık 20 yıldır saç kaybı yaşanmış bölgeleri yeniden saçlandırmak için uygulanan başarılı bir cerrahi yöntemidir..FUE saç ekimi ortalama olarak 6-8 saat süren ve maksimum kök ekimine imkan tanıyan bir tekniktir. Bu teknik ile 3000-4500 arası greft nakli yapılabilir. Hasta operasyon süresince lokal anestezi etkisi altında olduğu için herhangi bir acı hissetmez.. Seyrek saçlı ya da saçlarını tamamen kaybetmiş kişilerde başarıyla uygulanan bir ekim yöntemi olmasının yanı sıra yanık ve yaralanmalardan kaynaklanan dökülmeler için de ideal bir tekniktir...Halk arasında “aşırı kilolu olma” veya “aşırı şişmanlık” olarak anılan obezite; vücut yağ kütlesinin aşırı artış göstermesi, alınan kalori miktarının harcanan enerjiden çok daha fazla olmasıdır. Obezite cerrahisi, son yıllarda dünya genelinde artan obezite problemi nedeniyle en sık yapılan cerrahi operasyonlar arasında yerini almıştır. Mide Botoksu, Mide Balonu, Tüp Mide...Cerrahisiz obezite tedavisi yöntemlerinden bir diğerihttps://estetikland.com/obezite-cerrahisi/mide-balonu/ uygulamasıdır. Özellikle morbid obezite vakalarında, obezite cerrahisi operasyonlarının riskini azalttığı için ve operasyon öncesi hastanın rahat kilo vermesini sağlamak amacıyla tercih edilir..."* gibi ifadelere yer verildiği;

www.instagram.com ve www.facebook.com adresli sosyal paylaşım sitelerinin 26.01.2021 tarihli görünümünde kuruluşa ait "estetikland" kullanıcı isimli sayfalarda yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *"....Yapılan araştırmalar, bu tip hastaların %96'sının yapılan işlemden tatmin olduklarını gösteriyo. Armeliyatsız burun estetiği olarak da bilinen burun dolgusu, cerrahi müdahale yapılmadan gerçekleştirilen burun şekli değişikliklerini ifade eder. Bu prosedür genellikle cilt dolgu malzemelerinin enjeksiyonunu içerir. Cilt dolgu malzemeleri, hyalüronik asit dolgu malzemesi gibi hacim kazandırmak için farklı yüz bölgelerine enjekte edilen ürünlerdir. Süre: 10 Dakika Ameliyat olmak istemeyen ya da ameliyatı düşünen fakat henüz karara varamamış birçok hasta için iyi bir seçenektir...Cilt için en uygun dolgu seçimi yapıldıktan sonra hyaluronik asit içerikli dolgu sıvısı direkt olarak nasolabial kıvrımların bulunduğu bölgeye enjekte edilir. Enjekte edilen dolgu zamanla yok olur. Süre: 10 dakika...Memeler kadının beden görünümde fiziği tamamlayan yapılardır Uygulama: Meme Büyütme Amaç: Omuz genişliği, göğüs çevresi, bel ve kalça çevresi ölçümlerinde meme hacmi önemli bir yer tutar . Bu ölçümler içinde meme hacmi küçük olduğu zaman vücut kontur görünümü eksik kalır. Memeler, yapısal olarak değişik nedenlerle küçük olabilir .Biri diğerinden daha küçük, asimetrik olabilir ...Elmacık dolgusu ile daha göz alıcı bir surata sahip olun...DOLGU BOTOKS KAMPANYASI Siz değerli danışanlarımız için dev kampanyalarımızı uzatma kararı altık. Diğer kampanyalarımız için profilimizi inceleyebilirsiniz.Not: Covid-19 sebebi ile hijyen kurallarına uyarak işlemler gerçekleştirdiğimiz için kontenjanlarımız sınırlı sayıdadır, randevu oluşturmayı unutmayın.Dolgu 1.000₺ Botoks 700₺ Jawline 2.900₺ (4ml)..."* gibi ifadelere ve hasta öncesi ve sonrası görselleri ile kampanya ve fiyat bilgilerine yer verildiği;

Bununla birlikte; inceleme konusu internet sitelerinde; kuruluş isminin "*Estetikland*" olarak nitelendirildiği; ancak, mevzuatta bu şekilde belirtilen bir sağlık kuruluşu türü olmaması ve söz konusu tanıtımlarda kuruluşun türünün açıkça belirtilmediği tespit edilmiştir.

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

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

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

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair 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 ncı maddesi,

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Estetikland Güzellik ve Sağlık Hizmetleri Danışmanlık Limited Şirketi (Estetikland Güzellik Salonu)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **114.326-TL (Yüzondörtbinüçyüzyirmialtı Türk Lirası) idari para ve** **anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**24)**

**Dosya No: 2019/1646**

**Şikayet Edilen:** **Quality Life Epilasyon**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 27.01.2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinin 27.01.2021 tarihli görünümünde kuruluşa ait "*qualitylifeepilasyon*" ve "*qualitylifepilasyon*" kullanıcı isimli sayfalarda yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak*; "..çekiliş varrrr quality life epilasyon ve güzellik kazanan 1 kişiye tüm vücut epilasyon, 2ciye mezoterapi 3cüye profesyonel cilt bakımı...dermapen tedavisi; mikro kanallar açarak deri altına ihtiyaç olan serumları cilde iletip hücre yenileyen bir uygulamadır. ciltte ki; kırışıklıklların güneş lekelerinin, skar izlerinin, mimik çizgilerinin, akne izlerinin tedavisinde...dev kampanya!! 4 seans dermapen tedavisi 1000₺ 1 seans profesyonel medikal cilt bakımı hediyemizdir. detaylı bilgi için bize ulaşabilirsiniz..lazer epilasyon sonuçlarımızı birde danışanlarımızdan dinleyin...sizlerin sağlığını önemsiyoruz kişiye özel tek kullanımlık başlıklar ile kendinizi daha özel hissedin acısız ağrısız yeni nesil epilasyon %95 bitiş garantisi veren tek sistem en zorlu bölgelerde etkili uygulanan bölgede tetikleme ve çoğaltma yapmaz...profesyonel medikal cilt bakımı...tek seans lazer epilasyon sonucumuz son sistem lazer epilasyon ağrısız acısız sistem sonuç garantili ön görüşmeler ve ücretsiz deneme atışları için randevu almayı unutmayınız...son sistem lazer epilasyon ıle istenmeyen tüylere son tek seans lazer epilasyon sonucumuz..."* gibi ifadelere, hasta öncesi ve sonrası görselleri ile kampanya ve fiyat bilgilerine yer verildiği;

Bununla birlikte; inceleme konusu internet sitelerinde; kuruluş isminin *"Quality Life Epilasyon"* olarak nitelendirildiği; ancak, mevzuatta bu şekilde belirtilen bir sağlık kuruluşu türü olmadığı ve söz konusu tanıtımlarda kuruluşun türünün açıkça belirtilmediği tespit edilmiştir.

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

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

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair 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 ncı maddesi,

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**25)**

**Dosya No: 2020/1670**

**Şikayet Edilen: Dentomer Diş Protez Laboratuvarı (Ömer Aydın)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 13.08.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.facebook.com adresli sosyal paylaşım sitesinin 08.02.2021 tarihli görünümlerinde kuruluşa ait "*dentomer35*" kullanıcı isimli sayfada yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda tıbbi cihaz kapsamına giren cihazlara ilişkin tüketiciye hitaben tanıtımlara ve hasta görsellerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Bilindiği gibi, 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, dolayısıyla söz konusu tanıtımın kuruluşta satışı yapılan tıbbi cihazları da kapsadığına dair bir izlenim yarattığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

- Sağlık Meslek Mensupları ile Sağlık Hizmetlerinde Çalışan Diğer Meslek Mensuplarının

İş ve Görev Tanımlarına Dair Yönetmeliğin 5/c maddesi,

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**26)**

**Dosya No: 2020/3251**

**Şikayet Edilen: Etibar ELCHIEV**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 27.01.2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.facebook.com adresli sosyal paylaşım sitesinin 27.01.2021 tarihli görünümlerinde şahsa ait "*Etibar Elciyev Budaqli*" ile "*Dr.Etibar Elchiyev Budaghli*" kullanıcı isimli sayfalarda yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *"...Guiness Dünya Rekortmeni İlaçsız Tedavi Kas ve sinir tedavileri, eklem ağrıları kulunç kireçlenme, kronik yorgunluk, bel ve boyun fıtığı, sinüzit, migren, panik atak ve engelli çocuk tedvaisi....bel fıtığı boyun fıtığı migren sinir sıkışması kireçlenme diz ağrıları vsr etibar Elciyev buğdaylı ödemişte hizmetinizde dır dostlar...porattif sauna faydaları: fazla kilolardan kurtulma, eklem ağrıları, kas ve adele ağrıları, fibromiyalji, bel fıtığı, damar sertliği, damar tıkanıklığı, enerji dengelenmesi...parmağınızı bile oynatmadan 25 dkikalık seans ile 700 kalori yakarak toksinlerdenizden arınabilirsiniz. Far-infrared teknolojili ev tipi pratik saunanın bazı faydaları: stresi rahatlatır, ağrı giderici etkisi vardır, kalp sağlığını korur, cildi canlandırır, bağışıklık sistemini güçlendirir, zayıflamayı sağlar, eklem ağrılarını rahatlatır, toksin atımına yardımcı olur. Kilo vermek yalnızca güzel görünmek değildir kilo verdiğiniz zaman migren %57 azalır, tümör sendromu %96 azalır uyku apnesi %74 azalır astım %82 azalır..yaşam kalitesi %95 artar....HACAMATLA ALINAN KANININ ANALIZI (Yararlı Bilği) Hacamat sonrasi alinan kan orneklerini analiz ettigimizde bunun kanla hicbir ilgisi olmadigini icinde agir metallar, toksik maddeler, katilasmis yag ve protein molekulleri vede yuksek miktarda glikoz bulunduğunu gozlemledik. 30 Yıl ellerinizi yıkamadığınızı ya da dişlerinizi fırçalamadığınızı düşünsenize. Bu da onun gibi bir şey. Kirli kan damarlarda balçık gibi birikiyor ve tıkanıklıklara yol açıyor. Arabamizin yagini hic değiştirmeden yillarca binmemiz nasil munkun degilse, damarlarimizda biriken camura benzeyen toksinlerinde disari atilmasi hayati onem tasimaktadir. Rasulullah (s.a.s) şöyle dedi: İsra ve Mirac’a çıktığım zaman geçtiğim her melek topluluğu bana şöyle dediler; “Ey Muhammed! Mutlaka hacamatı tavsiye et…”* gibi tıbbi işlemler ile tıbbi cihazlara ilişkin tanıtımlara, hasta yorumlarına, hasta öncesi ve sonrası görselleri ile geleneksel ve tamamlayıcı tıp uygulamaları hakkında bilgilendirmelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Sağlık Meslek Mensupları İle Sağlık Hizmetlerinde Çalışan Diğer Meslek Mensuplarının İş ve Görev Tanımlarına Dair Yönetmeliğin; *“Sağlık Meslek Mensuplarının İş ve Görev Tanımları” başlıklı ek listesinde; “Fizyoterapist: (…) b)Hastalık durumlarında; 1) Fiziksel tıp ve rehabilitasyon uzmanı tabibin veya uzmanlık eğitimleri sırasında fiziksel tıp ve rehabilitasyon rotasyonu yapmış veya uzmanlık sonrasında ilgili dalın rotasyon süresi kadar fiziksel tıp ve rehabilitasyon eğitimi almış uzman tabiplerin kendi uzmanlık alanları ile ilgili teşhisine ve tedavi için yönlendirmesine bağlı olarak hastaların hareket ve fiziksel fonksiyon bozukluklarının ortadan kaldırılması veya iyileştirilmesi amacıyla gerekli uygulamaları yapar…”* şeklinde tanımlanmış olduğu, dolayısıyla söz konusu uygulamaların uzman hekimlerin yönlendirmesine bağlı olarak yapılması gerektiği,

Yine Geleneksel ve Tamamlayıcı Tıp Uygulamaları Yönetmeliğinin; *“Tanımlar”* başlıklı 4 üncü maddesinde; *“ğ) Uygulama merkezi”, “İlgili alanda sertifikası bulunan tabip ve/veya diş tabibi sorumluluğunda ve bu Yönetmelikte belirlenen uygulamaları yapmak üzere eğitim ve araştırma hastanesi ve tıp fakültesi veya diş hekimliği fakültesi sağlık uygulama ve araştırma merkezi bünyesinde kurulan ve Bakanlıkça yetkilendirilmesi halinde eğitim verilebilecek merkez”* olarak tanımlandığı, *“Uygulamaların yapılabileceği yerler ve yetkili kişiler” başlıklı 9 uncu maddesinde; “(1) Uygulamalar, Bakanlıkça yetkilendirilmiş ünite ile uygulama merkezlerinde ve ilgili alanda ‘uygulama sertifikası’ bulunan tabip ve sadece diş hekimliği alanında olmak üzere diş tabibi tarafından yapılabilir. Uygulama alanında temel eğitimi bulunan sağlık meslek mensupları merkez ve ünitelerde sertifikalı tabiplere uygulamada yardımcı olabilirler…”* hükmü ile geleneksel ve tamamlayıcı tıp uygulamalarının kimler tarafından ve nerelerde yapılabileceğinin belirlendiği,

Bu doğrultuda, hacamat uygulamasına yönelik bilgilere yer verildiği; ancak, hacamat uygulamasının ve hacamat uygulaması ile ilgili bilgilendirmelerin yalnızca Bakanlıkça tescil edilmiş sertifikaya sahip tabip ve tabip gözetiminde sertifikalı sağlık meslek mensuplarınca yapılabileceği,

Ayrıca, şahıs tarafından sunulan hizmetlerin tanıtımının yapıldığı “eklem ağrıları, kas ve adele ağrıları, fibromiyalji, bel fıtığı, damar sertliği, damar tıkanıklığı, Boyun Fıtığı, Bel Fıtığı” gibi tıp literatüründe hastalık olarak değerlendirilen ve tabipler tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlere yönelik açıklayıcı bilgilere yer verildiği; ancak, sağlık alanında yürürlükte bulunan mevzuat gereği, sağlığı koruyucu ve geliştirici nitelikteki bilgilendirme ve tanıtımların, sağlık kuruluşları tarafından ve konusunda yetkili sağlık meslek mensuplarınca verilmesi gerektiği,

Bu bağlamda; inceleme konusu internet sitesinde, sağlık alanında faaliyet yetkisi bulunmayan şahsın tabip tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlere yönelik tanıtım yapmasının ilgili mevzuata aykırılık teşkil ettiği ve benzer alanda faaliyet gösteren hekimler açısından haksız rekabete yol açtığı; söz konusu tanıtımların tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanunun 1, 8 ve 10 uncu maddeleri,

- Geleneksel ve Tamamlayıcı Tıp Uygulamaları Yönetmeliğinin 9/1, 12/1, 12/2 ve Ek-3 üncü maddeleri,

- 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 **Etibar ELCHIEV** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **114.326-TL (Yüzondörtbinüçyüzyirmialtı Türk Lirası) idari para ve** **anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**27)**

**Dosya No: 2020/2610**

**Şikayet Edilen: Mehmet Ali ÜNLÜ**

**Şikayet Edilen Reklam:** Facebook isimli sosyal paylaşım sitesinde şahsa ait hesap üzerinden 2020 yılında yayınlanan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

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

**Tespitler:** İnceleme konusu tanıtımlarda, anılan şahsın "Ünlü Dental" isimli bir kuruluş ismini kullanarak "Mithatpaşa Caddesi, Kızılay" adresinde faaliyet gösterdiğini belirttiği, paylaşım sayfalarında bulunan telefon numaraları üzerinden hasta kabul ettiği, ayrıca tanıtımlarda *"İmplant, Zirkom, Ortodonti, Protez, Lamine, Diş Estetiği, Kaplama, Tel Tedavi" , "Ünlü Dental", "Kendi işimin patronuyum :))"* şeklinde ifadeler ile hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ilişkin fotoğraflara, ağız ve diş görüntülerine yer verildiği ve ağız ve diş sağlığı alanında paylaşımlarda bulunulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Ülkemizde hasta tedavi etme yetkisinin, yalnızca, tıp fakültesinden mezun olan ve bu alanda diploma sahibi olan “tabiplere” ve "diş tabiplerine" ait olduğu, 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanunun 1 inci maddesinin *“Türkiye Cumhuriyeti dâhilinde tababet icra ve her hangi surette olursa olsun hasta tedavi edebilmek için tıp fakültesinden diploma sahibi olmak şarttır.”,* 8 inci maddesinin *“Türkiye'de icrayı tababet için bu kanunda gösterilen vasıfları haiz olanlar umumi surette hastalıkları tedavi hakkını haizdirler. Ancak her hangi bir şubei tababette müstemirren mütehassıs olmak ve o unvanı ilan edebilmek için Türkiye Tıp Fakültesinden veya Sıhhıye Vekaletince kabul ve ilan edilecek müessesattan verilmiş ve yahut ecnebi memleketlerin maruf bir hastane veya laboratuvarından verilip Türkiye Tıp Fakültesince tasdik edilmiş bir ihtısas vesikasını haiz olmalıdır.”,* hükümleri çerçevesinde, ilgili şahıstan hasta tedavi etmeye yetkili olup olmadığınız hususunda istenilen bilgi, belge ve görüş isteme yazımıza herhangi bir cevap verilmediği ve söz konusu belgelerin Bakanlığımıza sunulmadığı, dolayısıyla tanıtımı yapılan alanda faaliyet göstermeye şahsın yetkisinin bulunmadığı,

Bu bağlamda, anılan şahsın diş tabibi olmadığı halde, inceleme konusu tanıtımlarda, *"İmplant, Zirkom, Ortodonti, Protez, Lamine, Diş Estetiği, Kaplama, Tel Tedavi" , "Ünlü Dental", "Kendi işimin patronuyum :))"* şeklinde ifadeler ile hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ilişkin fotoğraflara, ağız ve diş görüntülerine yer verilmesinin, ağız ve diş sağlığı alanında paylaşımlarda bulunmasının tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı olmasının yanı sıra sağlık mevzuatına aykırılık oluşturduğu 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, 40, 25 ve Ek 13 üncü 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 Yönetmeliği’nin 5/1-ğ, 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 **Mehmet Ali ÜNLÜ** 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.

**28)**

**Dosya No: 2020/5245**

**Şikayet Edilen: Seç Güzellik Salonu San. ve Tic. Ltd. Şti. (Sech Güzellik Salonu)**

**Şikayet Edilen Reklam:** İnstagram isimli sosyal medya mecrasında “sech\_guzellik" hesabıyla yayımlanan kuruluşa ait tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 17/3/2021

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

**Tespitler:** İnceleme konusu paylaşımların bulunduğu sayfada, "*lazer epilasyon, buz lazer epilasyon, akne tedavisi, plazma tedavisi*" gibi tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara ve bu yöntemlerin uygulandığı hasta görüntülerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, güzellik salonu olarak faaliyet gösterdiği anlaşılan kuruluşun İnstagram isimli sosyal medya hesabında, tabipler tarafından uygulanması gereken ve güzellik salonlarında tabip çalışsa bile uygulanması yasak olan "*lazer epilasyon, buz lazer epilasyon, akne tedavisi, plazma tedavisi*" gibi tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara ve bu yöntemlerin uygulandığı hasta görüntülerine yer verildiği,

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

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**29)**

**Dosya No: 2020/5248**

**Şikayet Edilen: Bakırköy Pırlanta Güz. Hizm. Tic. Ltd. Şti. (Pırlanta Güzellik Salonu)**

**Şikayet Edilen Reklam:** İnstagram isimli sosyal medya mecrasında "pirlantabakirkoy" hesabıyla yayımlanan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 16/3/2020 ve 18/3/2021

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

**Tespitler:** İnstagram isimli sosyal paylaşım sitesinde "pirlantabakirkoy" isimli hesap üzerinden yayımlanan kuruluşa ait tanıtımların 16/3/2020 ve 18/3/2021 tarihli görünümlerinde, tabipler tarafından uygulanması gereken *"kalıcı makyaj, dövme silme, medikal cilt bakımı"* gibi tıbbi uygulamalardan ve *"epilasyon, zayıflama"* gibi diğer uygulamalardan bahsedildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, İnstagram isimli sosyal paylaşım sitesinde "pirlantabakirkoy" isimli hesap üzerinden yayımlanan kuruluşa ait tanıtımların 16/3/2020 ve 18/3/2021 tarihli görünümlerinde, tabipler tarafından uygulanması gereken *"kalıcı makyaj, dövme silme, medikal cilt bakımı"* gibi tıbbi uygulamalardan ve *"epilasyon, zayıflama"* gibi diğer uygulamalardan bahsedildiği, ancak kuruluşun gerek 'sağlık kuruluşu' gerekse 'güzellik salonu' olarak faaliyet göstermek adına ilgili kurumlarca ruhsatlandırıldığına ilişkin herhangi bir izin belgesinin Bakanlığımıza sunulmadığı dikkate alınarak kuruluşun ruhsatsız faaliyet gösterdiğinin ve söz konusu işlemleri uygulamaya yetkisinin bulunmadığının anlaşıldığı, dolayısıyla söz konusu tanıtımların tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı olmasının yanı sıra ilgili mevzuata aykırılık oluşturduğu 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, 25 ve Ek 13 üncü maddeleri,

- Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin 31 inci ve Geçici 5 inci maddeleri,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Bakırköy Pırlanta Güz. Hizm. Tic. Ltd. Şti. (Pırlanta Güzellik Salonu)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **114.326-TL. (Yüzondörtbinüçyüzyirmialtı Türk Lirası) idari para ve** **anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesinekarar verilmiştir.

**30)**

**Dosya No: 2020/5252**

**Universal Göz Merkezi Sağ. İnş. İth. İhr. San. A.Ş. (Özel Üniversal Göz Hastanesi)**’ne ait <http://universalgoz.com/> adresli internet sitesinde ve Elazığ İlinde sokaklarda, toplu taşıma araçlarının içerisinde, vb. yerlerde yayımlanan *"SmartSurface İle 30 Saniyede Gözlüklerinizden Kurtulun!", "Akıllı Mercekler İle Uzak ve Yakın Gözlüklerinizden Sadece 10 Dakikada Kurtulmak Mümkün... Göz lüks süz bir hayata merhaba!"* ve faaliyet gösterilen hastane binasının üzerine giydirilen *"Excimer Lazer-Akıllı Mercek... Gözlüklerinizden Kurtulun..."* ifadelerinin bulunduğu açık hava reklamlarına ilişkin **2020/5252** numaralı dosyanın görüşülmesinin, Sağlık Bakanlığı temsilcisi Ahmet TEKİN’in olduğu bir sonraki toplantıya **ertelenmesine** karar verilmiştir.

**31)**

**Dosya No: 2020/5258**

**Şikayet Edilen: Gökhan ATEŞ (Anatolia Güzellik Salonu)**

**Şikayet Edilen Reklam:** Kuruluşa ait “Güzelliğe İpeksi Dokunuş..." ibareli broşürler.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Broşür

**Tespitler:** İncelemeye konu edilen broşürde, tabipler tarafından uygulanması gereken ve güzellik salonlarında -tabip çalışsa bile- uygulanması yasak olan "*buz* *epilasyon ve dermaroller"* gibi tıbbi işlemlerin isimlerine ve hatta bu işlemlerle ilgili birtakım kampanyalı fiyat bilgilerine yer verilerek, "*Kredi kartına ve elden taksit imkanı. Buz Epilasyon 990 TL.*", "*Kredi kartına ve elden taksit imkanı. Cilt Yenileme 990 TL.*" ifadelerinin kullanıldığı ve fiyat bilgilerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, kuruluşun bir 'güzellik salonu' olarak faaliyet göstermek adına ruhsatlandırıldığı halde, söz konusu broşürlerde tabipler tarafından uygulanması gereken ve güzellik salonlarında -tabip çalışsa bile- uygulanması yasak olan "*buz* *epilasyon ve dermaroller"* gibi tıbbi işlemlerin isimlerine ve hatta bu işlemlerle ilgili birtakım kampanyalı fiyat bilgilerine yer verilerek, "*Kredi kartına ve elden taksit imkanı. Buz Epilasyon 990 TL.*", "*Kredi kartına ve elden taksit imkanı. Cilt Yenileme 990 TL.*" biçiminde tıbbi işlemlere yönelik talep yaratıcı ifadelerin kullanıldığı ve fiyat bilgilerinin verildiği,

15/2/2008 tarih ve 26788 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin 39 uncu maddesi ile Güzellik ve Estetik Amaçlı Sağlık Kuruluşları Hakkında 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, 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/b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 7/5-c, 26 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**32)**

**Dosya No: 2020/5781**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.hillsbeautycenter.com](http://www.hillsbeautycenter.com) adresli internet sitesinde ve İnstagram isimli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait “hillsbeautycenter" isimli hesap üzerinden yayımlanan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 22/3/2021

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

**Tespitler:** [www.hillsbeautycenter.com](http://www.hillsbeautycenter.com) adresli internet sitesinin 22/3/2021 tarihli görünümünde, *"Lazer Epilasyon... Avrupalı Cihazlar ile acısız ve en etkili sonuç. Açık renk tüyleri dahi ortadan kaldıran buz başlığı ile uygulama bölgesine hızlı ve konforlu soğutma yapan en yeni teknoloji cihazlarımızla sizleri bekliyoruz. Yoğunlaştırılmış ışık yardımıyla istenmeyen tüyleri yok etmek amacıyla yapılan uygulamadır... Karbon Peeling... Günümüzde lazer yöntemleri cilt sağlığı ve güzelliği için sıkça uygulanmaya başlamıştır. Karbon peeling uygulaması da bu son yeniliklerden bir tanesidir. Karbon peeling uygulaması son dönemlerin en popüler lazerle cilt yenileme işlemlerinden birisi olup yöntem birçok avantajı da beraberinde getirmekte ve dolayısıyla karbon peelinge olan rağbet de gün geçtikçe artmaktadır... Dermapen Uygulaması... Cildin değerli üst tabakası epidermse zarar vermeden, soymadan, tahriş etmeden cildi derinden etkileyerek cilt yenileme üzere kullanılan bir yöntemdir."* gibi ifadelere ve bu işlemlerde kullanılan cihazlara yönelik tanıtımlara,

<https://www.instagram.com/hillsbeautycenter/> adresli internet sitesinin 30/3/2021 tarihli görünümünde ise benzer şekilde, *"#plazmapen, #leketedavisi, #çatlaktedavisi, #dudakdolgusu, #burundolgusu"* gibi tıbbi işlemlerin isimlerine, bu işlemlerin uygulandığı hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait fotoğraflara ve bu işlemlerle ilgili çekiliş, kampanya tanıtımlarına 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, 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-b, 5/1-ğ, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 7/5-c, 26 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Hilal USTA (Hills Beauty Center Güzellik Salonu)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **114.326-TL. (Yüzondörtbinüçyüzyirmialtı Türk Lirası)** **idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesinekarar verilmiştir.

**33)**

**Dosya No: 2020/5782**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.bdeluxeguzellik.com](http://www.bdeluxeguzellik.com) adresli internet sitesinde yayımlanan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 22/3/2021

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

**Tespitler:** [www.bdeluxeguzellik.com](http://www.bdeluxeguzellik.com) adresli internet sitesinin 22/3/2021 tarihli görünümünde, *"Lazer epilasyon... Lazer epilasyon son derece güvenli bir yöntemdir."* gibi ifadelere 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, 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-b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 7/5-c, 26 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**34)**

**Dosya No: 2021/1111**

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

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 22/3/2021

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

**Tespitler:** [www.dunyagoz.com](http://www.dunyagoz.com) adresli internet sitesinin 22/3/2021 tarihli görünümünde, *"Gece-gündüz üstün mercek teknolojileri ile mesafeler sorun değil! Göz sağlığından sorumluyuz. Her şey eskisi gibi yeni, Dünyagöz Trifokal Akıllı Mercek İle Net Görüş! İlk günkü heyecan, 25 yıllık uzmanlık... İhtiyacın olduğunda göz doktorun karşında... Online muayenemiz başladı."*

[www.instagram.com](http://www.instagram.com) adresli internet sitesinde "dunyagoz" isimli hesap üzerinden yayımlanan tanıtımların 30/3/2021 tarihli görünümünde, *"Sağlığınızı önemsiyoruz.", "Yakın, orta ve uzak... Tüm güzellikleri her yaşta net görün!... Trifokal akıllı mercekle her yaşta kaliteli görüşün keyfini çıkarın! Dünyagöz'den PowerOn Müjdesi... Katarakt ameliyatı olmuş yakın, uzak ve astigmat problemi yaşayanlar için PowerOn akıllı mercekle her mesafede net görüş!... Uzak, yakın ve orta mesafe sorunlarına tri-fokal akıllı mercek ile çözüm.... Katarakt ameliyatı, modern tekniklerin gelişimi ile iğneisz, narkozsuz ve ağrısız bir şekilde gerçekleştirilir ve hasta aynı gün taburcu edilir... Pandemi süresi boyunca hastanelerimizde aldığımız üst düzey önlemlerle, binlerce hastamızı tedavi ederek sağlığına kavuşturduk. Göz ve göz çevresi estetiğine dair tüm tedaviler Dünyagöz Ataköy'de!...Miyop ve astigmat tedavisinde kişiye özel ileri lazer teknolojisi Smile.",*

şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, incelemeye konu edilen tanıtımlarda sağlık alanında faaliyet gösteren kuruluşun çalışmalarına ticari bir görünüm yükleyen, hastaları belirli tedavi yöntemlerine yönlendiren, tabipler tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlere yönelik talep yaratıcı ifadelere yer verildiği anlaşılmış ve söz konusu tanıtımlar sağlık kuruluşlarının faaliyetleriyle ilgili olarak sağlık alanında ilgili mevzuatta izin verilen bilgilendirme ve tanıtım sınırlarını aşarak "reklam" niteliğinde değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Tıbbi Deontoloji Nizamnamesi’nin 8 inci maddesi,

- Özel Hastaneler Yönetmeliği’nin 60 ıncı maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

Bununla birlikte, firmaya ait [www.dunyagoz.com](http://www.dunyagoz.com) ve [www.facebook.com](http://www.facebook.com) adresli internet sitelerinde 07/10/2020 tarihinde yayınlanan tanıtımların yürürlükte bulunan mevzuata aykırı olduğu gerekçesiyle, Reklam Kurulu’nun 10/11/2020 tarihli ve 303 sayılı toplantısında, anılan firma hakkında 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **idari para ve anılan reklamları durdurma cezası** verildiği, ancak söz konusu ceza kararının ardından mevzuata aykırı tanıtımlara 22/3/2021 tarihinde devam edildiği göz önünde bulundurularak, 6502 sayılı Kanun'un 77/12 nci maddesinin, *"(...) Reklam Kurulu, idari işleme konu ihlalin bir yıl içinde tekrar edilmesi hâlinde yukarıda belirtilen idari para cezalarını on katına kadar uygulayabilir."* hükmü çerçevesinde, söz konusu tanıtımlar hakkında uygulanacak olan cezanın, 2021 yılı için düzenlenen idari para cezasının iki katı olarak **(114.326x2=228.652, TL.) (İkiyüzyirmisekizbinaltıyüzelliiki Türk Lirası)** uygulanmasına

karar verilmiştir.

**35)**

**Dosya No: 2020/4608**

**Şikayet Edilen: Gözenur Sağlık ve Bilişim Hizm. Tic. Ltd. Şti.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 24.01.2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.lensal.com adresli internet sitesinin 24.01.2021 tarihli görünümünde yer alan muhtelif markalı ürünlerin tanıtımlarında örnek olarak; *‘…ACUVUE OASYS, kontakt lenslerinizde olmasına ihtiyaç duyduğunuz tüm konfor ve performansı, bilgisayar ekranı karşısında ve günün diğer anlarında size en iyi şekilde sunar. Çünkü bu kontakt lens size “lens yokmuş hissi” sağlayacak özelliklerin birleşimidir…* *Yenilikler sayesinde astigmatlı kişilerin rahatça kontakt lens kullanması artık mümkün. acuvue oasys for astıgmatısm, hydraclear Plus teknolojisi sayesinde, içeriğindeki ıslatıcı ajanlarla yumuşak ve ipeksi bir rahatlık sağlar, gözün doğal nemini korumasına yardımcı olur. Lensinizi ilk taktığınız anda başlayan rahatlık, en yoğun günde bile gün sonuna kadar devam eder, lens yokmuş gibi hissetmenizi sağlar…CooperVision Biofinity® kontakt lensleri, günlük veya 29 geceye kadar uzun kullanacakları bir lensten, kusursuz bir sağlık ve konfor bekleyen hastalarınız için uygundur. Biofinity kontakt lensleri yeni kullanıcılar için ideal olmasının yanı sıra, daha iyi bir lens performansı isteyen mevcut kullanıcıları terfi ettirmeniz için de idealdir…Air Optix AQUA aylık kontakt lens ay sonuna kadar üst düzey konfor, görme ve sağlık isteyen kontakt lens kullanıcılarına yöneliktir. Her gün, tüm gün boyunca, kontakt lens kullanımı sırasında ÇARPICI RAHATLIK için ileri bir oksijen ve nem kombinasyonu sağlar. Oksijen geçirgenliği sayesinde daha sağlıklı, Yüzey Teknolojisi’nin sağladığı birikinti direnci sayesinde daha konforlu gözler…HYDRALUXE ™ TEKNOLOJİSİ ile dizayn edilmiş ACUVUE OASYS 1 Day günlük kontakt lensler yorgun gözler için gün boyu konfor sağlar…DAILIES AquaComfort Plus günlük kullan-at lens ile her gün yeni bir lensin size sağlayacağı yüksek hijyen ve konforu yaşayın…’* 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 **Gözenur Sağlık ve Bilişim Hizm. Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**36)**

**Dosya No: 2020/4708**

**Şikayet Edilen: Nuri KULA**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 26.01.2021, 19.02.2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.lensevi.com adresli internet sitesinin 26.01.2021 tarihli görünümünde yer alan muhtelif markalı ürünlerin tanıtımlarında örnek olarak; *‘…Acuvue Oasys Hydraclear Plus teknolojisi ile üretilen bu lensler yüksek nemYüksek Dk/t kontakt lenslere oranla daha yumuşak ve esnek bir yapıdadır. Acuvue Oasys Kontakt lensler ince kenar yapıda olduğu için gözünüzde hiç lens yokmuş gibi bir his uyandıracaktır. Acuvue Oasys Kontakt lensler gözyaşı sıvısı uyumu ve oksijen aktarım konforu sayesinde lensleriniz gözünüzdeyken gece boyunca rahat uyuyabilmenizi sağlar…Air Optix Plus Hydraglyde kontak lensler ileri düzey oksijen ve nem kombinasyonu ile gözlerde çarpıcı rahatlık sunmaktadır…HyrdaGlyde,kullanım konforunu arttıran Moisture Matrix (nem matrisi) ile üretilmiştir. Bu sayede normal lenslerden daha fazla oksijen geçirgenliğine sahiptir. Air Optix Plus HydraGlyde Silikon Hidrojel kontak lensler,gece ve gündüz gözlerinizde kalarak rahatlıkla uyuyabileceğiniz ender lenslerden biridir…Acuvue Oasys For Astigmatism lensler, HYDRACLEAR Plus3 Teknolojisi sayesinde kontak lenslerin pürüzsüz ve nemli tutması sebebi ile gözünüzde lens yokmuş gibi hissetmenizi sağlar…Yuvarlatılmış kenar ve ince yapısı nedeniyle kolay kullanılır…net bir görüş için yeniden odaklan…Astigmat (toric) lens kategorimizde lens kullanıcılarının hayatını kolaylaştıran ve onlara gün boyunca konforlu bir kullanım hissi veren lens çeşitleri bulunmaktadır. Bu lenslerden biride air optix astigmat lens…Yüksek su geçirgenliği sayesinde kullanıcıya mükemmel konfor sağlar.Aynı zamanda yüksek oksijen geçirgenliği ile konforunuzu daha da arttırarak gece rahatlıkla uyumanıza yardımcı olur…Gece uykudan uyandığınızda bile net görebiliyor olmanız bu lensin vazgeçilmez bir lens olduğunu ortaya çıkartmıştır. Dolayısıyla uyuyakalmaktan korkmaz ve konforlu temiz görüş kalitesiyle uyanırsınız. Night & Day lensler hava geçirgenliği en yüksek olan lenslerdir…’* gibi ifadeler ile www.facebook.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait 'Lens Evi' kullanıcı isimli sayfanın 19.02.2021 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *'...%51'den fazla su geçirgenliği olan ve %80'lik hidrojel polimerlerden oluşan kalıcı bir nem tabakası ile çevrelenmiş, yüksek derecede nefes alabilir bir silikon çekirdeğe sahiptir...'* gibi ifadelere yer verildiği 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 **Nuri KULA** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**37)**

**Dosya No: 2021/66**

**Şikayet Edilen: Sezgin CEYLAN**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 24.03.2021, 25.03.2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde şahsa ait ‘op.dr.sezgin\_ceylan’ kullanıcı isimli sayfanın 24.03.2021 tarihli görünümünde ye alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘Dilan bana birçok keratokonus hastasının tavsiyelerine uyarak Mardin den gelmişti. İleri evre keratokonus hastası idi. Hybrid tedavi ile tam görmeye kavuştu ve keratokonus dan kurtuldu. Hybid tedavi keratokonus hastalarında uygulanan en etkili operasyonel tedavidir. Uygun ellerde mükemmele yakın sonuç verir…29 Yıllık Tecrübe, Yüksek Teknoloji, Hasta Odaklı Yaklaşım ve Geniş Hizmet Ağı…Bugün Avusturya'dan no touch için gelen Elisa Terasa nın laser sonrası kontrolünü yaptık .Elisa net görmesi ve gözlüğe veda ettiği için çok mutluydu...* *Korneası (gözün şeffaf tabakası) ince olanlarda No Touch laser tekniğini uyguluyoruz. Çünkü ince kornealarda diğer tekniklerin uygulanması, uzun vadede korneayı zayıflatarak problemlere yol açabiliyor. No touch ise, ince kornealarda da güvenli bir yöntem…Bugün Sinan no touch 15. Gün kontrolüne geldi her iki göz 0 değer verdi ve çok mutluydu.Görmeleri yüzde 120 netliğinde olması no touch laserin mükemmelliğini kanıtlıyor…Göz Sağlığının Her Alanında 29 Yıllık Tecrübe. Yaygın hizmet kapsamımız, uzman kadrolarımız, yüksek teknolojimiz ve istihdama artan katkımızla, ülkemizden güç alıyor ve büyümeye devam ediyoruz…Keratokonus uygun vakalarda Hybrid tedavi ile yokedilebilir. Uygun Keratokonus hastalarında uygulanan Hybrid tedavi hastalığı durdurucu işlem olan Crosslinking ile görme kalitesini artıran kişiye özel No Touch laser işleminin beraber yapılmasıdır. Bu sayede kişinin görme kalitesi artırılır , hastalığı durdurulur aynı zamanda korneanın sivriligi büyük oranda azaltılarak hastalığın kısmen yada tamamen yok edilmesi amaçlanır…tecrübeli ve yenilikçi akademik kadromuz, ileri teknolojik donanımımız ve hasta memnuniyetine odaklı 500’e yakın çalışanımızla, 29. yılımızda da, ülkemizden aldığımız güçle büyümeye devam ediyoruz!...* *Uzak, Yakın ve Ara mesafelerde Premium Akıllı Lens ile Orijinal ve Kalıcı Görüş! Premium Akıllı Lens; ömür boyu bozulmaz ve yer değiştirmez…7/24 Online Göz Randevusu Almak Çok Kolay. www.venividigoz.com | 444 0 481…Laser yıllardır başarı ile uyguladığımız bir tedavi türü…Sevgili Keratokonus hastam Arif in Hybrid tedavi sonuçları. Her iki gözde yüzde yüz görmeye ulaştık...* *Veni Vidi Göz olarak 29 Yıllık Deneyim, Teknolojik Alt Yapı ve Uluslararası Kalite Standartlarındaki Hizmet Anlayışımız ile ilkelerimizden ödün vermeden büyümeye devam ediyoruz!...10. Merkezimiz ile yakında Ataşehir ‘de hizmetinizdeyiz! Görmek Mutluluktur…Her göz muayenesi ayrıntı ve tecrübe ister...ayinesi iştir kişinin kornea nakli olan hastamın görüşleri…No Touch Laser, spora engel değildir. Tedavi sonrasında artan konfor alanınızla özgürce egzersiz yapabilirsiniz!...* *Akilli lensler ayrıca sizlerin miyopi, hipermetrop ve astigmat problemlerinizi de ortadan kaldırır…Premium Akıllı Lensin avantajları nelerdir…No Touch Laser’in avantajları nelerdir…Keratokonus uygun vakalarda yok edilebilir.Kişi net görmeye kavuşabilir.* *10 bin e yakın keratokonus hasta deneyimi. Facebook Keratokonusla Yaşam grubumuza üye olun.Binlerce keratokonus hastası bugüne kadar üye oldu.Ve net görmesine kavuştu…güle güle keratokonus…Çok fazla soru geliyor. Çocukluktan kalma bir gözüm tembel...Ne yapabilirim.? Geçmişte bilim bu soruna bir çare bulamamıştı.Artık böyle değil.Erişkin dönemde artık farklı tekniklerle ambliyopi yani göz tembelliği tedavi edilebiliyor...* *astigmat problemlerinin çözümünde no touch laseri güvenle kullanmaktayız…Lazer ameliyatının bir riski var mıdır? Lazer tedavisi, dünyanın bütün ülkelerinde 35 yılı aşkın bir süredir uygulanan güvenli bir yöntemdir…yakını göremiyorsan 3 kurtuluş yolu var…özgürce net görmek senin de hakkın anı yaşa…göze dokunulmadan, temas olmadan yapılan güvenli göz lazer tedavisidir. No Touch Laser tedavisi ile 10 dereceye kadar miyop,6 numaraya kadar hipermetrop ve 5 dereceye kadar astigmat tedavisi göze dokunmadan güvenli bir şekilde yapılır…Bugün başka merkezlerde ince korneası nedeniyle laser olamayan bir hastamı gözlüklerinden no touch sayesinde kurtardık...No touch laser birçok avantajı vardır.Bunlardan biride ince kornea nedeniyle laser olamayan kişilere çare olmasıdır. No Touch Laser'in diğer lazerlerden farkı nedir?...No Touch Laser’in avantajları nelerdir ?...* *Bugün başka merkezlerde ince korneası nedeniyle laser olamayan bir hastamı gözlüklerinden no touch sayesinde kurtardık...No touch laser birçok avantajı vardır.Bunlardan biride ince kornea nedeniyle laser olamayan kişilere çare olmasıdır…Bugün keratokonus da hibrit tedavi günümdü. Mardinden kilometrelerce yolu sizi bulabilmek için geldim.Tedavi ettiğiniz binlerce keratokonus hastasına beni de katın demesiyle çok mutlu oldum...* *Keratokonus dan #hybridtedavi ile kurtulmanın mutluluğunu hastam ali sait ile beraber yaşadım...* *İleri evre nakile aday keratokonusda pinhole iol ile gelen mutluluk...Erzurum dan gelen hastamın pinhole iol ile kornea naklinden ve keratokonus lenslerinden kurtardık...Görmesine yeniden kavuştu...* *No Touch Laser, spora engel değildir. Tedavi sonrasında artan konfor alanınızla özgürce egzersiz yapabilirsiniz!...* *Kornea nakli yaptığımız hastamız görmesini yeniden kazandı.Ülkesine mutlulukla yolluyoruz. Görmek mutluluktur…keratokonus hastamız hybrid tedavi ile keratokonusdan kurtuldu...* *Furkan başka merkezlerde korneası ince oldugu için laser olamamıştı.Taki no touch ı duyana kadar.Artık gözleri 0....Transprk yani no touch laser özellikle korneası ince olan hastalarda ve kornea yüzeyi normalden daha dik olan problemli olgularda en güvenilir tekniktir….Nuriye hanım premium akıllı lensleriyle yogun kataraktlarından kurtuldu ayrıca ömür boyu yakın uzak ara mesafeyi premium akıllı lensleriyle net görecek…Akilli lensler ayrıca sizlerin miyopi, hipermetrop ve astigmat problemlerinizi de ortadan kaldirir…göz numaraların hayallerine engel olmasın…hangi lazer yöntemi ile göz numaralarından kurtulmak avantajlı…funda hanım no touch sonrası 3.50 numara gözlüklere veda etti...Artık 0 dan başladı hayata...* *Akıllı lenslerle mutlu hastalarım.Tamamı aynı apartmanda...Ömür boyu yakın ve uzak net görüşe sahip olacaklar...* *İşim net görüşün önündeki tüm engelleri temizlemek...* *Veni Vidi Göz, 10. ve 5.000 m2’lik alanda kurulu en büyük göz sağlığı merkezi ile, yakında Ataşehir’de hizmetinizde!...gözler en değerli parçamız net görmek ise her şey özgürlüğe giden en güvenli yol ise no touch laser…Görevimizin başındayız. Hedefimiz en mükemmeli yakalamak...* *Her Keratoconus hastamın Hybrid Corneal wavefront tedavisini kendim hesaplamaya çalışırım.İşlem sonrasında hasta nasıl görecek yeni nesil cihazlar sayesinde artık anlayabiliyoruz.Keratokonus tedavisi 21.nci yuzyılda çok daha teknolojik bir alanda yapılıyor...* *Keratokonus da bir mutluluk hikayesi. Hybrid tedavi ile Tolga bey hastalıktan kurtulup hayata yeniden merhaba demenin zevkini yaşıyor...* *Hybrid laser tedavi Keratokonus hastalığında en başarılı tedavilerden biridir...Keratokonusun bu tedavi ile tamamen yok edildiğini görüyorsunuz…Premium Akıllı Lensin avantajları nelerdir…Nurgül hanım ın Akıllı lensler ile gelen mutluluğu.Tum mesafeleri( yakın orta uzak ) net görebilmek için 40 yaş sonrası premium akıllı lensler en uygun çözümlerdir...* *Bazen ufak bir dokunuş ile dünya yeniden netleşir. Skleral lens uygulama yaptığım hastam...* *No touch laser çok yüksek numaralar da dahi başarılı ve guvenli bir laser sistemidir.Çiğdem hanım sağ-8.75 sol -9.75 miyop hastamızdı .Artık 0 numara.Görmeler gözlüksüz yüzde 100…Muhammed bana Suudi Arabistan’dan gelmişti.Keratokonus nedenli nakil yapmıştım.Bugün kontrole geldi .Görme oranı cıplak gözle yüzde 70…göze dokunulmadan, temas olmadan yapılan güvenli göz lazer tedavisidir…No Touch Laser tedavisi ile 10 dereceye kadar miyop,6 numaraya kadar hipermetrop ve 5 dereceye kadar astigmat tedavisi göze dokunmadan güvenli bir şekilde yapılır…göze dokunulmadan, temas olmadan yapılan guvenli göz lazer tedavisidir...No Touch Laser tedavisi ile 10 dereceye kadar miyop,6 numaraya kadar hipermetrop ve 5 dereceye kadar astigmat tedavisi göze dokunmadan güvenli bir şekilde yapılır.No Touch Laser'in diğer lazerlerden farkı nedir?...gözlüksüz bir yaşama merhaba no touch laser…No Touch Laser ile kaç numaraya kadar tedavi yapılabilir ?10-11 numarayla kadar miyopi,6 numaraya kadar hipermetropi ,5 numaraya kadar astigmat problemlerinin çözümünde no touch laseri güvenle kullanmaktayız…Teyzemize akıllı lens torununa no touch laser uyguladık.İkiside net görmelerine kavuştular...* *Bir hastamız daha akıllı lensler yardımıyla yakın uzak gözlüklerine veda etti...Akıllı lensler özellikle 40 yaşından sonra başlayan yakını görme problemi dışında ayrıca uzak görmeyi bozan miyop, hipermetrop ve astigmatı da düzeltebilen , kalıcı bir çözümdür.Yüksek numaraları nedeniyle lazer imkanı olmayan hastalarda gözlükten kurtulmak için en iyi yöntemlerden biridir...* *Hibrid tedavi ile tedavi edilen bir keratokonus hastasında korneal topografik değişikliği görüyorsunuz.Görüş oranı yüzde 20 den yüzde 70 e çıkarmayı başardık…Doğukan 2021 e sıfırdan başladı.No touch yöntemi ile güvenle lazer oldu…Gözlüklere nasıl veda edebilirim? Hangi lazeri olmalıyım?Hangi tip daha güvenli? Dünyada en sık uygulanan 3 yöntem var 1-) No Touch Yöntemi Korneaya dokunulmaz ,kornea bütünlüğü bozulmaz. Lazer sistemleri içinde en güvenilir ve en basit olanı. Hekimin kafası rahat hastanın kafası rahat. Daha sonra gerekirse tekrarlanabilir. 2-) PRK yöntemi Korneanin epitel dokusu alkol ile kaldırılır. Epitel dokusu kaldırıldıktan sonra lazer yapılır...En güvenilir 2.nci yöntem...3-)Lasik Kornea bıçak veya lazer ile kesilip flep yaprak oluşturulur. Korneal Ektazi riski ve göz kuruluğu riskinin yüksek olduğu bir lazer türüdür. Avantaji hasta ertesi gün net görüşe sahip olur. Tek uyguladığım hasta türü hipermetrop ve beraberinde seyreden astigmatlar…Riskleri nedeniyle yerini Smile yöntemine bırakacak gibi duruyor. Smile yönteminin halen geliştirmesi gereken yönleri var. 3 yöntem arasında favorim no touch yöntemidir yakınlarıma bu yöntemi öneriyorum…Semih 2020 içinde kornea naklini yaptığım kardeşim kontrole geldi.Dikisler alınmamasına rağmen yüzde 70 görüyor...Hocam diğer gözümü ne zaman yapacaksınız.Nakilli gözüm diğer gözümü geçti görmede demesi beni çok mutlu etti.Biraz sabır Semih dikişler alınsın diğer göze de geçeceğiz...’* gibi ifadeler ile tıbbi işlemlerin uygulanmasına dair görüntülere, ayrıca*‘…merhaba arkadaşlar nasılsınız bugün bir kontrol günü daha geride kaldı, nakil olmadan evvel bir çoğunuz hikayemi bilir 6-7 doktor gezdim muayeneler oldum vs. vs. şunu dile getirebilirim ki Sezgin Ceylan hoca Türkiye’de kornea naklini en iyi yapan hekimlerden bir tanesi. Keratokonus nedeniyle nakil olmam gerekiyordu. Nakilden sonra yeniden doğmuş gibi oldum. Kornea nakli olacaklar hiç düşünmeden Sezgin hocaya gidebilir. Nakille birlikte devamındaki kontrol süreçleri, ilgisi, bize olan yaklaşımı bu dediklerimin bir çoğunu kendisine muayene olanlar çok iyi anlayacaklardır. Kendisine buradan da tekrardan teşekkür etmek istiyorum. Rabbim herkese şifa versin…’* gibi ifadeler ile övücü ve tavsiye edici nitelikteki hasta yorumlarına yer verildiği,

www.netgorus.com adresli internet sitesinin 25.03.2021 tarihli görünümünde örnek olarak; *‘…no touch ile net görüş… göz çevreniz yaşımızı ele vermesin. Göz kapağı cerrahisiyle acısız ve çok kısa sürede sağlıklı ve genç bakışlara sahip olabilirsiniz…akıllı merceklerle uzak ve yakını gözlüksüz ömür boyu net görürsünüz. Bir daha katarakt oluşmaz…no touch lazerle gözlüklerinizi çöpe atın…yıllara meydan okuyan bir güzellik ve gençliğe kavuşmak elinizde…Akilli lensler ayrıca sizlerin miyopi, hipermetrop ve astigmat problemlerinizi de ortadan kaldırır…Premium Akıllı Lensin avantajları nelerdir…Yüksek numaraları nedeniyle lazer imkanı olmayan hastalarda gözlükten kurtulmak için en iyi yöntemlerden biridir... Akıllı lensler bakım gerektirmez, ömürlüktür, derece tekrarı söz konusu değildir…Premium akıllı lens işlemi ağrısız bir işlemdir.Yaklasik 5-10 dakika gibi bir sürede bitirilmektedir… Daha önce laser tedavisi olmuş bir kişi hekimine bilgi vermiş olması durumunda yapılacak özel ölçümlerle rahatlıkla akıllı lens operasyonu olabilir...gözlük ve lenslerden kurtulun…no touch lazer ile gözlükten kurtulma…göze dokunulmadan, temas olmadan yapılan güvenli lazer tedavisidir…No Touch Laser tedavisi ile 10 dereceye kadar miyop,6 numaraya kadar hipermetrop ve 5 dereceye kadar astigmat tedavisi göze dokunmadan güvenli bir şekilde yapılır. No Touch Laser'in diğer lazerlerden farkı nedir. Lasik gibi lazer tedavi tekniklerinin tümünde gözdeki kornea dokusu özel bir bıçakla veya lazer ışığı ile kesilerek korneadan ince bir tabaka kaldırılır. Kornea kesildiğinde özellikle dik ve ince kornea yapısına sahip olan hastalarda yıllar içinde komplikasyonlar gelişebilir. Notouch temassız laser yönteminde bu risk yoktur, çünkü korneaya bıçakla veya laserle kesi uygulanmaz. Kornea bütünlüğü tamamiyle korunur. No Touch Laser uygulanan bir göze ameliyattan 1 hafta sonra mikroskopla bile bakılsa laser yapıldığı anlaşılamaz, çünkü korneada kesi izi yoktur. Bu yöntemde bıçakla kesi yapılmadığı için gözü nemlendiren yüzeyel sinirler hasar görmez ve normal lazerlerden sonra beklenen göz kuruluğu bu teknikte çok daha az miktardadır. Transprk özellikle korneası ince olan hastalarda ve kornea yüzeyi normalden daha dik olan problemli olgularda en güvenilir tekniktir. Daha önce lazer tedavisi geçirmiş ancak görme kusuru tam giderilememiş olgularda veya katarakt ameliyatı olup gözünde numara kalmış hastalarda da güvenilir şekilde uygulanabilir. No Touch Laser ile kaç numaraya kadar tedavi yapılabilir?10-11 numarayla kadar miyopi,6 numaraya kadar hipermetropi ,5 numaraya kadar astigmat problemlerinin çözümünde no touch laseri güvenle kullanmaktayız.No Touch Laser’in avantajları nelerdir ?18 yaşın üzerindeki kişilere (üst yaş limiti yok) 10 dereceye kadar Miyoplara (uzağı göremeyenlere) 5 dereceye kadar Astiğmatlara (bulanık ve çatallı görenlere) 6 numaraya kadar Hipermetroplara (yakını göremeyenlere) Korneası ince kişilere Keratokonus hastalarına (cross tedavisi ile beraber) Kornea nakli geçirmiş ama astiğmatı düzelmemiş hastalara Katarakt ameliyatından sonra göz numarası sıfırlanmamış hastalara uygulanabilir…Ameliyat sonrası kişideki yorgun yüz ifadesi yerini canlı ve dingin bir görünüme bırakır…Alın germe ve kaş kaldırma operasyonlarıyla birlikte uygulandığında daha iyi kozmetik sonuçlar verir…Kaz ayakları adı da verilen göz çevresi kırışıklıklarında en iyi tedavi…Göz çevresi kırışıklıkları (kaz ayakları) oluştuktan sonra da botoks tedavisi etkilidir. Botoks göz çevresi kırışıklıkları azaltır ve zaman içerisinde yok edebilir…Bu bölümün botox (Botilinum toksin) ile geçici zayıflatılması oluşmuş kırışıklıkları azaltır, yenilerinin oluşmasını engeller…ağrısız bir uygulamadır. Göz çevresi Botoksu sonrasında hemen sosyal hayatımıza dönebilirsiniz. Göz çevresine botoks yapılırken aynı seansta tüm yüze de botoks tercih edilen uygulamadır…Ancak erken teşhis ve doğru tedavi ile başarılı sonuçlar elde edilebilir… Bu şartlar sağlandığında zarar görmüş göz çoğu kez kurtarılabilir…Belirtiler başlayınca yapılacak ilk iş üveit konusunda tecrübeli bir göz doktoruna muayene olmaktır…Dünyagöz’de gerçekleştirilen lazerle katarakt tedavisi, gözün içerisindeki doğal mercek ileri teknoloji femtosaniye lazer cihazı yardımıyla yapılan mükemmel kesi ile çıkarılır. Bilgisayar yardımıyla çalışan ve göz içine yerleşecek yeni merceğin tam randıman ile çalışmasını sağlayan femtosaniye lazer teknolojisi, katarakt operasyonlarında dünyadaki en ileri teknoloji olmanın yanı sıra, operasyon sonrasında hastaların yaşam kalitesini de olumlu olarak etkileyecek önemli bir etkendir. Katarakt tedavisinde, en az kullanılan lazer teknolojisi kadar önemli bir başka etken ise göz içerisine yerleştirilecek olan yapay merceklerde kullanılan teknolojidir. Gözde saydamlığını kaybetmiş ve net görememeye sebep olan doğal merceğin yerine geçen göz içi mercek seçimi, operasyonunun hasta için kazanımlarında belirleyici en önemli etkendir. Kataraktın yanı sıra, yakın, uzak ve orta mesafedeki görme kusurlarına da çözüm getirebilen göz içi mercekler; monofokal (tek odaklı), bifokal (çift odaklı) ve tri-fokal (üç odaklı) olmak üzere üçe ayrılır. En ileri teknoloji tri-fokal akıllı merceklerin kullanıldığı katarakt ameliyatlarının ardından hastalar, bir daha asla gözlük kullanmak zorunda kalmazlar. Monofokal ve bifokal mercek kullanılan operasyonlar katarakta çözüm getirirken, hastaların gözlük kullanımı için bir çözüm sunmazlar…Katarakt ameliyatı, modern tekniklerin gelişimi ile iğnesiz, narkozsuz ve ağrısız bir şekilde gerçekleştirilerek, hasta aynı gün eve dönebilmektedir. Katarakt ameliyatı öncesinde, göz içinde kullanılacak merceğin kalitesi, hekimin tecrübesi ve operasyonun uygulandığı kurumun hem hijyen hem her hasta için tek seferlik tıbbi sarf malzemesi kullandığından emin olunması, ameliyatın başarısı açısından büyük önem taşır…Katarakt ameliyatı için kullanılan teknoloji ve göz içine konulan merceğin kalitesi ameliyatın başarısını ve en önemlisi hastanın görme kalitesini belirler. Tüm katarakt rahatsızlığı olan hastaların, sorgulaması gereken en önemli konu gözlerinin içine konulacak merceğin kalitesi olmalıdır…Uzun yıllardır bu teknoloji dünyada kullanılmaktaydı ama bugün kullandığımız yeni jenerasyon ileri teknoloji mercekler ile çok başarılı sonuçlar alınıyor. Bu ameliyatlarda takılan mercekler ömür boyu göz içinde kalır. Yani hastaların takıp çıkarttıkları kontakt lens gibi bir mercek değildir. Hekim tarafından gözün içine yerleştirilir. Lensin alerji yapması veya doku tarafından kabul edilmemesi mümkün değildir.Bu ameliyat öncesinde hastanın detaylı bilgilendirilmesi çok önem taşır. Uygun hasta seçimi, uygun teknik, ameliyatın gerçekleştirildiği kurumun ve hekimin tecrübesi ve tabi ki doğru mercek seçimiyle yapılacak bu ameliyattan hasta da hekim de en iyi sonucu alacaktır. Başarıyı neler etkiler? Mercek seçimi ve doğru uygulanması, bu cerrahinin en önemli tarafıdır. Hastanın gözüne uygulanacak lensin tipi, derecesi, göze nasıl bir açıyla yerleştirileceği, yapılan ölçümlere göre lens numarasının (hem astigmat hem uzak ve yakını düzeltebilecek) tam tespit edilmesi önemli ve deneyim isteyen bir uygulamadır.Hastanın yüksek numaralı gözlüklerinden kurtulması ve bir daha gözlük kullanmadan yaşamına devam etmesini sağlayan bu mercekler aynı zamanda katarakt oluşumunu da engelleyerek ömür boyu kaliteli görüş garantisi sağlamaktadır…Bu mercekler takıldığında, uzak, yakın ve orta mesafe sorunlarını ortadan kaldırarak 40 cm ile 2 metre arasında kalan mesafeyi de net görmenizi sağlayacaktır…Normal hayata dönüş ne zaman olur? Ameliyattan 2-3 gün sonra hemen hemen tüm hastalar günlük ev ve iş düzenlerine dönebilir…Mucize niteliğindeki bu mercekler daha önce normal merceklerle katarakt ameliyatı olmuş ve gözünde miyop, astigmat veya presbiyopi gibi bazı kırma kusurlarından kurtulamamış kişiler için ideal bir çözümdür. PowerON / AddON mercekler hastanın gözündeki mevcut kırma kusuruna uygun olarak 4 ayrı modeldedir. Cerrah katarakt ameliyatı olmuş ve mercek takılmış bu hastalarda problem ne ise saptar ve o model lensi seçerek göz içine takar. Böylece hastanın uzak, yakın ve orta mesafeyi görüp astigmat problemine de çözüm getirilebilmektedir. Hekim tarafından yapılan detaylı değerlendirmelerle hastanın güzüne takılan en uygun PowerON / AddON mercek seçeneği ile mevcut kırma kusurları da çözülmüş olur…’* 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 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 **Sezgin CEYLAN** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**38)**

**Dosya No: 2021/70**

**Şikayet Edilen: Sezer HELVACI**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 25.03.2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde şahsa ait ‘opdrsezerhelvaci’ kullanıcı isimli sayfanın 25.03.2021 tarihli görünümünde ye alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘…Artık baş ağrısı çekmeyeceksiniz…* *Excimer lazerle yüksek miyoplarından kurtardığımız bir hasta daha. Sıra sizde Kartal gözlü olmak istiyorsanız hemen iletişime geçiniz…* *O kadar çoklar ki artık kolaj yapıp paylaşmalıyım Lazer ile gözlerini sıfırlatan hastalarıma beni tercih ettikleri için teşekkür ederim…* *Kim demiş zorla güzellik olmaz diye Katarakt taş gibi olup göz bebeği büyümeyince bu kancalarla büyütebiliriz…* *Göz kapağı estetiği de severek yaptığım bir ameliyattır doğrusu Fotoğraflarda üst göz kapağı estetiği sonrası değişimi görmektesiniz…* *40 yaşını geçmiş hem uzak hem yakını net göremeyen hastalarda göz içine ameliyatla takacağımız akıllı lens ile gözlüksüz bir şekilde %100 görme keskinliğine kavuşabileceğinizi biliyor musunuz? Örneği fotoğraftaki hastamızdır…Gözlük veya lens kullanmak istemeyenler; hadi buraya. Bu hastam 6 numaralarda hipermetrop idi ve şu an 0 numara. İt is Show time…YouTube kanalıma abone olmayanların gözünü oyduğumuz doğrudur.Şaka şaka bugünkü kataraktlardan biriydi bu vaka. Hepinizi öptüm…* *Tablonun adı: Excimer lazer (göz çizdirme) ameliyatı sonrası mutluluk. Yine bir miyop ve astigmat hastamızın gözlerini sıfırladık ve kartal gözlü oldu…* *-4.50 numara miyop ve ekstradan astigmatları olan hastamın ölçümlerinde bugün direkt sıfır numarayı görmek mucize değil de nedir. Yaşasın Excimer lazer Excimer lazerle siz de kartal gözlü olmak istiyorsanız hemen iletişime geçiniz…* *İki ayrı hasta, ama Excimer lazer sonrası iki mutlu hasta Kartal gibi gözlere sahip olmam için hemmennnn iletişime geçiniz…* *41 kere maşallah bize. Hep mutlu yüzler yaratabiliyorsak, hatta 41000 kere maşallah. Yine lazerle misss gibi %100 görme keskinliği elde ettik…* *ve yine yeniden excimer lazerle keskin görüşe kavuşmanın verdiği mutluluk pozları. Sıra sizde…* *Bu da bir başka Excimer lazerle mutluluk fotoğrafı. Bu mutluluk tarif edilemez. Kartal gözlü olmak başka birşey…* *Excimer lazer ile gözlerini sıfırlayıp üzerinden zaman geçse de halen mutluluk bakışları…* *Haftaya yine mükemmel bir başlangıç yaptık. Adana’dan gelen hastamızı Excimer lazer ile net bir görme keskinliğine kavuşturduk…* *Sağa gözde dışa kayması olan hastanın ameliyat sonrası gözlerinin ortalı görünmesi. Şaşılık ameliyatı öncesi ve sonrası görüntüler…'* gibi ifadeler ile tıbbi işlemlerin uygulanmasına dair görüntülere, ayrıca tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu internet sitesinde yer alan ifade ve görüntülerin, tabip tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlerle ilgili olduğu; bu nedenle, söz konusu tanıtımların bilgilendirme kapsamını aşarak “reklam’’ niteliğinde değerlendirildiği ve sağlık alanında çalışan 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,

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

**39)**

**Dosya No: 2021/96**

**Şikayet Edilen: Yaylalı Özel Sağlık Hizmetleri Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** *‘No Touch’* başlıklı açık hava ilanları ile https://www.yaylaligoz.com.tr/ adresli internet sitesi ve www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 01.01.2021,16.01.2021, 25.03.2021, 26.03.2021

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

**Tespitler:** Kuruluşa ait 01.01.2021 tarihli *‘No Touch’* başlıklı açık hava ilanlarında; *‘30 saniyede net görüş no touch artık Denizli’de göze dokunmadan temassız lazer 14. Yıl akıllı mercek uzak ve yakın gözlüklerinizden kurtulun Özel Yaylalı Göz Hastanesi’* ifadeleri ile,

https://www.yaylaligoz.com.tr/ adresli internet sitesinin 16.01.2021 tarihli görünümünde örnek olarak; *‘…Excimer lazer ve katrakt yeni yıl fırsatları Yaylalı Göz Hastanesi tecrübeli ekibiyle yakın uzak astigmat tüm gözlüklerinizden kurtulun…’* ifadeleri ile,

https://www.yaylaligoz.com.tr/ adresli internet sitesinin 25.03.2021 tarihli görünümünde örnek olarak;

- Ana sayfa da; *‘…30 saniyede net görüş no touch artık Denizli de göze dokunmadan temassız lazer akıllı mercek uzak ve yakın gözlüklerinizden kurtulun…akıllı mercek sayesinde yakın ve uzak gözlüklerden kurtulun…gözleriniz emin ellerde…akıllı mercek uzak ve yakın gözlüklerinizden kurtulun…görmeniz için buradayız net bir görüş sahibi olabilirsiniz…’*,

- ‘Hakkımızda’ başlığı altında; *‘…Ayrıca Göz Hastalıkları teşhis ve tedavisinde en son yenilikler takip ederek modern teknolojik cihazlar kullanılmaktadır…Bugün Denizli ve çevresindeki illerde en çok tercih edilen göz hastaneleri arasındadır. Ayrıca excimer laser ameliyatlarında Yurtiçi ve yurtdışında tercih edilen Türkiye’nin sayılı hastaneleri arasında yer almaktadır. Hastanemiz göz hastalıkları teşhis ve tedavi hizmetini, mükemmeliyetçi ve etik kuralları gözeten bir anlayışla sunarak, varlık nedenimiz olan hizmet alanlarında yaşam kalitesini artırmayı ilke edinmiştir. Ayrıca hastanemiz hayat kalitesinin farkındalığına kattığı değer doğrultusunda bilimselliğin göstergesini en mükemmel seviyeye getirerek, geleceği şekillendiren gözde kuruluş olmak amacındadır…’*,

- ‘Sağlık Turizmi’ başlığı altında; *‘…Hastanemiz yurt dışındaki hastalarımıza daha iyi hizmet vermek için sağlık turizmi alanında birçok çalışma yapmaktadır. İleri teknoloji ve üstün tecrübesi ile hizmet veren hastanemizde etik kurallara bağlı olarak hastalarımıza Sağlık Bakanlığı Hizmet Kalite Standartları çerçevesinde hizmet veriyoruz. Hastanemizde Göz Hastalıkları ile ilgili sağlık hizmeti alabilirsiniz…’*,

- ‘Katarakt’ başlığı altında; *‘…Katarakt Operasyonunun Başarısı Nedir Göz ameliyatları içerisinde, başarı oranı en yüksek olan ameliyatlardandır. FAKO yöntemi ile operasyon, bu başarıyı daha da yükseltmiştir. Hasta ve hekim memnuniyetinin yüksek olduğu bir operasyondur. Katarakt ameliyatı FAKO yöntemi ile dikişsiz olarak gerçekleşmekte, gözün uzun süre bantlanmasına gerek kalmamakta, hasta ameliyatın ertesi günü, günlük aktivitesine kavuşabilmektedir. Katarakt ameliyatından sonra eğer varsa hastanın kırma kusuru sıfıra yaklaşır. Ameliyat öncesi ileri derecede miyop veya hipermetrop gözlük kullanan hastalar bundan da kurtulurlar…2007 yılından beri hastanemiz katarakt ameliyatlarında FDA (Amerikan gıda ve ilaç idaresi ) onaylı ve dünyaca kaliteli kabul edilmiş göz içi merceklerini tercih etmektedir. Kaliteli firmalar tarafından son yıllarda UV ışınlarını filtreleme özelliğine sahip Amerikan meişeli ve FDA onaylı göz içi merceği kullanıma sunulmuştur. Sarıgöz içi merceği ile ilgili yapılan araştırma ve geliştirme çalışmalarında; bulundurduğu UV filtresi sayesinde gözü güneşin zararlı ışınlarından koruyarak görme merkezi bozuklukları oluşumuna büyük ölçüde engel olduğu, aynı zamanda ışık yansımaları ve dağılmalarını diğer göz içi merceklerinden çok daha iyi düzeltebilme özelliğinin olduğu bu sayede de hastalarda "Daha iyi görüntü kalitesi ve daha iyi renk algılaması" sağlandığı gösterilmiştir. Hastanemiz FAKO ameliyatlarında hastalarımıza diğer göz içi mercekleri alternatiflerini ve göz içi merceği alternatifini de sunmakta ve hastalarımızın istekleri doğrultusunda etkin göz içi merceklerinden biri olan Sarı Göz İçi Merceği kullanmaktadır… Bunun tedavisi çok kolay bir şekilde YAG Laser adı verilen kısa bir işlemle ayaktan gerçekleştirilir. Hasta ameliyattan sonra kavuştuğu net görmeyi yeniden elde eder…’*,

-‘Lasik’ başlığı altında; *‘…tekniklerin lazer teknolojsi kullanılarak mükemmelleştirilmiş son şeklidir… LASIK tedavisi her bir göz için 2-3 dakika sürüyor. Bu işlem hastanede yatmayı gerektirmiyor. İşlemden sonra hasta kontrolden geçirilerek, gözü açık olarak evine gönderiliyor… Lasik Tedavisi Başarılı Mıdır LASIK tedavisi, miyop ve astigmat olgularında yeterli bir başarı sağlarken… Şeffaf tabakadan kapak kaldırılması aşamasında bazı sorunlar yaşanabileceği gibi, tedavi sonrasında da enfeksiyon, alerji ve derecenin yetersiz düzeltilmesi gibi problemler görülebiliyor. Bu problemler LASIK tedavisini uygulayan hekim ve kullanılan laser cihazının kalitesi ile direk bağlantılı olarak gelişiyor. Tecrübesiz bir hekim tarafından uygulanan LASIK tedavisinden sonra sıkıntı ile karşılaşılma olasılığı yüksek oluyor. Piyasada laser tedavisi için kullanılan onlarca cihaz bulunuyor. Bunlar içerisinde ayarı iyi yapılmamış ve eski olan bir cihazla tedavi uygulanırsa beklenmeyen olumsuz sonuçlar çıkabiliyor. Buna karşılık laser cihazının çok yeni olması veya çok ileri teknoloji ürünü diye pazarlanan bir cihaz olması da sıkıntı nedeni olabiliyor. Piyasaya yeni sürülmüş ve Amerikan Gıda ve İlaç Örgütü'nün (FDA) onayını almamış olan bir laser cihazı reklam desteğiyle çok kaliteli bir cihazmış gibi tanıtılabiliyor. Bu nedenle tedavinin yapılacağı laser cihazının FDA onayı almış olması da ayrı bir önem taşıyor. LASIK tedavisinin en önemli avantajını, iyileştirme derecesi ve hasta için sağladığı konfor oluşturuyor. Göz yapısı uygun olan hastalarda LASIK yöntemi, yüksek gözlük derecelerini bile etkili bir şekilde düzeltebiliyor. İyileşme son derece hızlı oluyor ve tedaviden sonra saatler içerisinde hasta kaliteli bir görüşe sahip olabiliyor. Ağrı, sulanma ve batma problemleri 5-6 saat içerisinde geçiyor. Tedaviden sonra 1 haftalık ilaç kullanımı yetiyor…’*,

-‘Prk’ başlığı altında; *‘…Halen en yaygın şekilde kullanılan Lasik tekniğinden farklı olarak PRK da korneada kapak açılmaz, lazer direkt olarak dış yüzeyden başlar. Ameliyatın bitiminde tahriş olan yüzeyin daha kolay iyileşmesi ve rahatsızlığı azaltmak amacı ile…Görmenin tamamen normalleşmesi Lasik’in aksine birkaç hafta alabilir…Lasik ameliyatının ağrısız olması, görmenin çok daha çabuk düzelmesi, Lasik tekniğinin de çok emniyetli olması, merkezde leke riskinin yokluğu, geri dönüşün daha az olması sebebiyle PRK gittikçe daha az başvurulan bir teknik olmaktadır…’*,

-‘Lasek’ başlığı altında; *‘…Bunun yanında LASIK olabilecek her hastaya eğer isterse LASEK tedavisi de rahatlıkla uygulanabilmektedir… İyileşmeyi hızlandırmak için laserden sonra göze numarasız yumuşak lens konur… Tıpkı diğer laser tedavilerindeki gibi saydam tabaka (kornea) ideal görüş için gerekli olan yeni şekline kavuşmuş olur…LASEK'in Farkları: Tedavi aşamaları bakımından LASIK’ den önemli farkları bulunmaktadır. LASIK’ de şeffaf tabakadan kapak kaldırılırken LASEK’ de bu aşama bulunmamakta, sadece soğan zarı gibi ince epitel tabakası kaldırılmaktadır. PRK’ dan farkı epitel tabakasının PRK’ da atılması, LASEK’ de korunmasıdır. Bu LASEK’ de ağrının daha az olmasını ve iyileşme sürecinin kısalmasını sağlar. LASEK tedavisi LASIK’ e kıyasla daha basit bir işlemdir. LASIK gibi 5-10 dakika sürmektedir. Hasta LASIK’ de olduğu gibi tedavi sırasında herhangi bir ağrı hissetmemektedir. Ancak tedavi sonrası iyileşme daha uzun olmaktadır. 3-5 gün süreyle ağrı, batma, sulanma ve görme bulanıklığı olmaktadır. Görüntünün netleşmesi için 1-2 hafta beklemek gerekli olmaktadır. 1 ay ilaç kullanımına ihtiyaç vardır…’*,

- ‘Femtosaniye Bıçaksız Lazer’ başlığı altında; *‘…Femtosaniye Lazer; miyop, hipermetrop, astigmat gibi kırma kusurlarının refraktif cerrahi ile tedavisinde kullanılan en hızlı ve güvenli yeni bir lazer teknolojisidir. Bıçaksız Femtosaniye Lazer Operasyon sonrası göz kuruluğu gelişmesi riski daha azdır. Göz numarası yüksek kişilerde lazer olma imkanı…hipermetrop ve astigmat tedavisinde sonuçları daha başarılıdır…excimer lazer tedavisinde yeni dönem kişiye özel lazer tedavisi tedavinize gözünüz karar versin…’*,

- ‘No Touch Lazer Tedavisi’ başlığı altında; *‘…No-Touch Lazer tedavisi, tıpkı diğer lazer tedavi yöntemlerinde olduğu gibi…ağrısız bir lazer tekniğidir…Bu lazer işlemi her bir göz için yaklaşık 30 saniye sürmektedir. Lasik yönteminden en önemli farkı, kornea tabakasından ince bir zarın kaldırılmasına gerek olmayışıdır. Bu nedenle korneası ince hastalar için güvenli bir yöntemdir. Ayrıca göz üzerine travma tehlikesi bulunan sporcular, polisler ve askerler için ideal bir lazer yöntemidir… Kontroller sonrası hasta günlük yaşantısına kaldığı yerden devam edebilir…’*,

- ‘Femtosaniye Bıçaksız Katarakt’ başlığı altında; *‘…‘Yaşlılık hastalığı’ olarak bilinen ve en sık görülen göz hastalığı olan katarakt, femtosaniye lazer teknolojisi ile neştersiz ameliyat edilebiliyor. Femtosaniye lazer teknolojisi ile iyileşme süresi kısalıyor, komplikasyon riski azalıyor…Modern tekniklerin gelişimi ile günümüzde katarakt operasyonları iğnesiz, ağrısız yapılarak hasta aynı gün evine dönebiliyor. Kataraktın tedavisinde günümüzde uygulanan ve cerrahi tedavide son aşama olan Femtosaniye lazer teknolojisi, hem hastaya hem de cerraha önemli avantajlar sağlıyor. Özellikle gecikmiş kataraktlarda, cerrahisi riskli, zor olgularda bu yöntemin kullanılması başarıyı artırıyor…bu sayede güvenli bir katarakt cerrahisi yapılmasına olanak sağlıyor… Fako cerrahisinin çok daha güvenli ve konforlu biçimde uygulanabilmesini sağlıyor…Hastaların büyük çoğunluğu, ameliyatın hemen ertesinde görmelerinde belirgin artış fark eder ve en iyi görmelerine eski yöntemlere göre çok daha kısa sürede ulaşır. Hastaların görme düzeylerindeki artış; görmeyle ilişkili yaşam kalitesinde belirgin artışa ve kişide depresyon semptomları varsa bunlarda belirgin azalmayı sağlar. Uzak-Yakın Gözlüğe Veda…Böylece daha net bir görüş sağlayarak hastalar uzak-yakın gözlüklerinden kurtuluyor…daha hızlı iyileşme daha az komplikasyon…Bu sayede cerrahi işlemin bıçaksız ve daha güvenli bir biçimde yapılabilmesi mümkün oluyor, iyileşme süreci kısalıyor…Ameliyat sırasında hastaya yüksek güvenlik ve konfor sağlamanın yanı sıra ameliyat sonrası beklenmedik risklerin ve yan etkilerin de en aza indirilmesine olanak tanıyor…Damla ile göz uyuşturularak bu işlemin ağrısız ve acısız bir şekilde tamamlanması söz konudur… Kornea kesilerinin sızdırmazlık yönünden daha güvenli olduğu söylenebilir. Lensin ön zarının soyulma safhasındaki komplikasyon oranını azaltması sayesinde konulacak merceğin pozisyonu yönünden avantaj sağlar…’*,

- ‘Katarakt’ başlığı altında; *‘…Katarakt Operasyonunun Başarısı Nedir?Göz ameliyatları içerisinde, başarı oranı en yüksek olan ameliyatlardandır. FAKO yöntemi ile operasyon, bu başarıyı daha da yükseltmiştir. Hasta ve hekim memnuniyetinin yüksek olduğu bir operasyondur. Katarakt ameliyatı FAKO yöntemi ile dikişsiz olarak gerçekleşmekte, gözün uzun süre bantlanmasına gerek kalmamakta, hasta ameliyatın ertesi günü, günlük aktivitesine kavuşabilmektedir. Katarakt ameliyatından sonra eğer varsa hastanın kırma kusuru sıfıra yaklaşır. Ameliyat öncesi ileri derecede miyop veya hipermetrop gözlük kullanan hastalar bundan da kurtulurlar… Bunun tedavisi çok kolay bir şekilde YAG Laser adı verilen kısa bir işlemle ayaktan gerçekleştirilir. Hasta ameliyattan sonra kavuştuğu net görmeyi yeniden elde eder…2007 yılından beri hastanemiz katarakt ameliyatlarında FDA (Amerikan gıda ve ilaç idaresi ) onaylı ve dünyaca kaliteli kabul edilmiş göz içi merceklerini tercih etmektedir. Kaliteli firmalar tarafından son yıllarda UV ışınlarını filtreleme özelliğine sahip Amerikan meişeli ve FDA onaylı göz içi merceği kullanıma sunulmuştur. Sarıgöz içi merceği ile ilgili yapılan araştırma ve geliştirme çalışmalarında; bulundurduğu UV filtresi sayesinde gözü güneşin zararlı ışınlarından koruyarak görme merkezi bozuklukları oluşumuna büyük ölçüde engel olduğu, aynı zamanda ışık yansımaları ve dağılmalarını diğer göz içi merceklerinden çok daha iyi düzeltebilme özelliğinin olduğu bu sayede de hastalarda "Daha iyi görüntü kalitesi ve daha iyi renk algılaması" sağlandığı gösterilmiştir. Hastanemiz FAKO ameliyatlarında hastalarımıza diğer göz içi mercekleri alternatiflerini ve göz içi merceği alternatifini de sunmakta ve hastalarımızın istekleri doğrultusunda etkin göz içi merceklerinden biri olan Sarı Göz İçi Merceği kullanmaktadır…’*,

- ‘Vitrektomi Tedavisi’ başlığı altında; *‘…Cerrah ameliyat esnasında göz içerisini görebilmek için yüksek teknoloji gerektiren optik donanım ve cihazlar kullanılır…Dikişsiz Vitrektominin Avantajları Nelerdir ?Ameliyat sonrasında görülebilen dikişlere bağlı komplikasyonlar ortadan kaldırılmakta, dikişlere bağlı yüzey irritasyonu olmamakta, Dikişsiz vitrektomi ameliyatı, ameliyat sonrası dönemde sadece hasta konforu ve estetik bir görünüm sağlamamaktadır. Konjonktiva açılmadığından, buradaki hücrelerin zarar görmemesi, kuru göz gibi kornea ya da konjonktiva hastalığı olan hastalarda avantaj sağlamaktadır. Ayrıca, konjonktiva ve sklera açılması ve kapatılması gerekmediğinden ameliyat süresi kısalmaktadır. Sonuç olarak, dikişsiz vitrektomi yöntemi ameliyat sonrası iyileşme dönemini ve operasyon süresini kısaltmakta, göz yüzey irritasyonunu azaltmakta ve hasta rahatlığını arttırmaktadır…’*,

- ‘Göz Kapağı Düşüklüğü’ başlığı altında; *‘…Eğer çocuğunuzun göz kapakları, gözle görülebilecek kadar birbirinden farklı ise özellikle bu farklılık gözlerden birinin veya her ikisinin görüşünü engelleyecek ölçüde ise hastanemize en kısa sürede başvurunuz…’*,

- ‘Gözyaşı Yolları Hastalıkları’ başlığı altında; *‘…Son yıllarda Amerika’da ve Avrupa ülkelerinde gözyaşı tıkanıklığının tedavisinde yeni jenerasyon “Multi Diode Laser” kullanılmaktadır. Multidiode Laser DCR tedavisi hastanemizde uygulanmaktadır. Neden MultiDiode Lazer DCR yöntemini tercih etmeliyim, klasik gözyaşı tıkanıklığı ameliyatlarına kıyasla avantajları nelerdir? 1. Multidiode Laser’da lokal anestezi uygulanır, genel anesteziye gerek yoktur. 2. Multidiode Laser ağrısız bir uygulamadır. 3. Kesi yapılmadığı için uygulama sonrasında her hangi bir iz kalmaz. 4. Bu yöntemde tedavi 8 – 10 dakika gibi çok kısa sürede gerçekleşir. 5. İyileşme süresi kısadır; uygulama sonrasında hastanede kalmaya gerek yoktur, ertesi gün gündelik yaşantıya geri dönülür. 6. İkinci kez gözyaşı kanalı tıkanıklığı yaşayan kişilerin tedavilerinin MultiDiode Laser ile yapılması diğer tedavi yöntemlerine kıyasla daha başarılı sonuçlar sağlamaktadır. 7. Endoskopik yöntem olduğu için uygulama sırasında işlem monitörden takip edilir. 8. Daha kontrollü uygulanabildiği için doktor ve hasta açısından güvenli ve rahat bir yöntemdir…’*,

- ‘Akıllı Mercek’ başlığı altında; *‘…akıllı mercekler, katarakt tedavisinde ve gözlükten kurtulmak isteyen hastalarda…Bu mercek sayesinde hastalar gözlüğe ihtiyaç duymadan uzağı…40 yaşını geçmiş olan ve uzak-yakın gözlüklerinden kurtulmak isteyen kişiler için akıllı mercekler uygun bir tedavi seçeneğidir. Göz numarası lazer ile düzeltilemeyecek kadar yüksek olan daha genç hastalar, yine akıllı mercek ile uzakta ve yakında gözlüksüz net bir görüşe kavuşabilirler. Katarakt nedeniyle görmesi azalmış hastalar da bu mercek sayesinde hem net bir görmeye kavuşmakta hem de gözlüklerinden kurtulabilmektedirler. Daha önceden lazer ameliyatı geçirmiş olan hastalar, katarakt oluştuktan sonra, uzağı ve yakını net göremiyorlarsa akıllı mercek ameliyatı sayesinde bu sorundan kurtulabilirler…Akıllı mercek ameliyatı, katarakt ameliyatına benzer şekilde yapılır. Kısa süreli bir ameliyattır… Ağrısız bir ameliyattır…’* gibi ifadeler ile,

www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait ‘yaylaligozhastanesi’ kullanıcı isimli sayfanın 26.03.2021 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘…Prof. Dr. Volkan Yaylalı ve tecrübeli, uzman kadrosu ile Yakın, Uzak, Astigmat, Tüm Gözlüklerinizden Kurtulun…* *Gözleriniz Emin Ellerde! Prof. Dr. Volkan Yaylalı ve uzman, tecrübeli kadrosu ile Yakın, Uzak, Astigmat, Tüm Gözlüklerinizden Kurtulun…30 saniyede net görüş no touch artık Denizli’de göze dokunmadan temassız lazer 14. Yıl akıllı mercek uzak ve yakın gözlüklerinizden kurtulun Özel Yaylalı Göz Hastanesi…Gözleriniz emin ellerde. Prof. Dr. Volkan Yaylalı, Op. Dr. Şakir Akşit, Op. Dr. Ali Çevik, Op. Dr. Özge Güngör Akkuş, Op. Dr. Kemal Yayla ile gözleriniz emin ellerde…Hastanemiz Göz Hastalıkları Uzmanı Op. Dr. Kemal Yayla’nın gerçekleştirdiği operasyonda her iki göze yerleştirilen mercekler sayesinde yüksek numaralardan ve gözlükten kurtulan hastamızın mutluluğuna ortak olduk…Femtosaniye Lazer; miyop, hipermetrop, astigmat gibi kırma kusurlarının refraktif cerrahi ile tedavisinde kullanılan en hızlı ve güvenli yeni bir lazer teknolojisidir…Femtosaniye lazer teknolojisi ile iyileşme süresi kısalıyor, komplikasyon riski azalıyor…Hastanemiz Göz Hastalıkları Uzmanı Op. Dr. Özge Güngör Akkuş hocamızın Göze dokunmadan gerçekleştirdiği temassız lazer “No Touch Lazer” uygulaması ile 30 saniye kadar kısa bir sürede hastamızı net bir görüşe kavuşturduk. Gözlüklerine veda eden hastamıza sağlıklı günler diliyoruz…Göz Hastalıkları Uzmanımız Op. Dr. Özge Güngör Akkuş’un gerçekleştirdiği Femtosaniye ile Bıçaksız Lazer operasyonu İle bir hastamız daha gözlüklerine veda etti…Göz Hastalıkları Uzmanımız Op. Dr. Ali Çevik’in gerçekleştirdiği operasyonda Katarakt’ı olan 80 yaşındaki hastamızı trifokal (akıllı mercek) mercek ile uzak ve yakın gözlüklerinden kurtardık…Uzak ve yakın gözlüklerinizden Akıllı Mercek ameliyatı ile kurtulun. Uzak ve yakın gözlüklerinizden kurtulun akıllı mercek…Göze Dokunmadan Temassız Lazer, 30 saniyede net görüş No Touch Lazer artık Denizli’de…Excimer laser ile gözlüksüz bir yaşam sizi bekliyor Excimer lazer teknolojisiyle her şey daha net…’* ifadelerine 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,

- 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 **Yaylalı Özel Sağlık Hizmetleri Anonim Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**40)**

**Dosya No: 2021/857**

**Şikayet Edilen: Op. Dr. Hüseyin İnan ŞAYRAN**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.instagram.com/op.dr.huseyininansayran/ adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 25.03.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Instagram sosyal medya platformunun “Göz Doktoru - Ophthalmologist (@op.dr.huseyininansayran” hesabının 25.03.2021 tarihli görünümlerinde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; “ *(…) No Touch Laser ile gözünüze dokunulmadam miyop, astigmat ve hipermetrop problemlerinden saniyeler içerisinde kurtulabilirsiniz. (…) Cengiz Bey’in uzak, yakın görme problemleri bulunuyordu. Kendisine Akıllı Lens uyguladık. Kontrollerinde görmeleri gözlüksüz %100. Akıllı Lens ile dakikalar içinde uzak, yakın orta mesafe ve katarakt problemi ömür boyu ortadan kalkar. (…) #Notouchlazer dokunmadan gözlüklere elveda (…) Hastamızın her iki gözünde 1,5 numara miyopisi ve 4 numara astigmatı vardı. Notouch lazer ile saniyeler içinde gözlüklere elveda dedik. (…) El hareketi gören matür kataraktı olan hastamızın cerrahisini başarı ile sonlandırdık. (…) Yılı No Touch Laser ile kapatıyoruz. Hastalarımız yeni yıla gözlüksüz giriyor. (…) Bugün yine No Touch Laser ile hastalarımız gözlük ve kontakt lenslerine veda etti (…) Notouch Lazer sonrası görme keskinliğimiz %150 (…) Hasta Yorumları – Hüseyin İnan Şayran Bey tarafından no touch lazer operasyonum yapıldı ameliyat öncesi ve sonrası ilgi ve alakası için çok teşekkür ediyorum.. Şu an 1. Ay kontrolüne geldim süreçten gayet memnunum.. Kafanızda soru işaretleri varsa gelip bizzat Hüseyin Beyle görüşerek giderebilirsiniz … kesinlikle tavsiye diyorum gözlüklere elveda diyebilirsiniz (…) Hasta Yorumları - Hüseyin İnan Bey’e ve ekibine çok teşekkürler. Akıllı lens sistemi ile beni gözlükten kurtardıkları için çok teşekkür ediyorum (…) Hasta Yorumları – Gözlerime Multifokal müdahale ile akıllı lensler takıldı. Çok uzun yıllar kullandığım gözlüklerle vedalaştım. Hayat, yaşam konforum çok arttı. Öncesinde uzmanlığından bilgim olmayan Hüseyin İnan Şayran Bey bu hassas sanatı sorunsuz ifa etti. Böyle kişilerin ellerinde sanki yaratıcı da dile geliyor gıyabımızda dünyaya gülümsüyor. (…) Bugün çok değerli Tiyatro sanatçısı ve dizi oyuncusu Tayfun Erarslan Beyin 1. Ay ameliyat kontrolünü yaptık. Hem katarakt problemimiz çözüldü hem de hipermetropi ve astigmatlarımız sıfırlandı. (…) Merkezi Yakında Hizmetinizde. 29 Yıllık Tecrübe, Yüksek Teknoloji, Hasta Odaklı Yaklaşım ve Geniş Hizmet Ağı #VenividigözAtaşehir #Görmekmutluluktur #AkıllıLens #PremiumAkıllıLens #notouchlaser (…) Adem kardeşimiz yüksek derece miyop problemi ve gözlüklerinden kurtulmak için Iğdır’dan geldi. No Touch Laser ile saniyeler içinde gözlük ve miyop, astigmat problemlerine veda etti. (…) Göze dokunmadan Lazer – No Touch Laser – No Touch Laser’in Avantajları Nelerdir?* *Tedavi göze cihaz teması olmadan gerçekleşir ve gözden bir parça çıkarılmaz. İki göze aynı seansta tedavi yapılır ve yatış gerektirmez. Tedavi sonrası gözler kapatılmaz. İnce kornealı hastalara uygulanabilir. Miyop, hipermetrop ve astigmatlara uygulanabilir. Sosyal hayatınıza hızlı bir şekilde dönebilirsiniz. (…) Murat Bey uzak, yakın görme problemlerine yeni nesil Premium Akıllı Lensler sayesinde veda etti. Gözlüksüz artık çok net görebiliyor (…) Bugün Sevgili Ferdi beyin No Touch Laser sonrası kontrollerini yaptık. Gözlüksüz görmeleri artık %100 \_ Mutlu hasta, mutlu doktor (…) Bir hastanın gözlük ve kontakt lenslerine veda etmesi bu videoyu izleme süreniz kadardır. No Touch Laser’de özellikle korneası ince ve gözüne dokunulması istemeyen hasta grubu için inanılmaz bir lazer yöntemidir. Uzak, yakın ve astigmat gibi görme bozukluklarından saniyeler içerisinde ağrı ve sızı yaşamadan kurtulabilirsiniz! #notouchlaser #gözlüktenkurtulma (…)”* gibi, ifadelere ve hasta yorumlarına, hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait ifade ve görüntüleri ile tıbbi işlem uygulandığı esnada çekildiği anlaşılan anılan şahsa ait görüntü ve videolara yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; inceleme konusu internet sitesinde yer alan ifade ve görüntülerin, tabip tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlerle ilgili olduğu; bu nedenle, söz konusu tanıtımların bilgilendirme kapsamını aşarak “reklam’’ niteliğinde değerlendirildiği ve hekimlik mesleğini yürüten 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 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-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 **Op. Dr. Hüseyin İnan ŞAYRAN** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**41)**

**Dosya No: 2021/1446**

**Şikayet Edilen: Aydoğdu Optik - Hakan AYDOĞDU**

**Şikayet Edilen Reklam:** 58 ABS 753 plakalı aracın arka camında yer alan “Aydoğdu Optik %50 İndirim” ibareli tanıtım

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** Diğer

**Tespitler:** 58 ABS 753 plakalı aracın arka camında *"Aydoğdu Optik %50 İndirim"* ibareli tanıtıma yer verildiği 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, bu bağlamda; inceleme konusu tanıtımda yer alan ifadelerin anılan kuruluşta satışa sunulan tüm ürünler için geçerli olduğu ve dolayısıyla tıbbi cihaz kapsamında olan numaralı gözlük gibi ürünlerin de kampanya kapsamında olduğu algısının oluşturulduğu ancak söz konusu ürünlerin mevzuat gereği reklamının yapılmasının yasak olduğu; dolayısıyla, söz konusu tanıtımın mevzuata aykırı olduğu ve benzer kuruluşlar arasında haksız rekabete yol açtığı,

Diğer taraftan, inceleme konusu kampanya tıbbi cihaz kapsamında olmayan diğer ürünler için geçerli olsa bile, bu durumda da anılan tanıtımda, söz konusu kampanyanın başlangıç ve bitiş tarihleri gibi indirimli satış reklamlarında yer verilmesi gereken bilgilere yer verilmediği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- 5193 sayılı Optisyenlik Hakkında Kanun’un 11 inci maddesi,

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/1-b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 9/1, 14/1, 14/2, 26 ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**42)**

**Dosya No: 2020/654**

**Şikayet Edilen:** **Özel Balat Or-Ahayim Musevi Hastanesi Vakfı İktisadi İşletmesi**

**Şikayet Edilen Reklam:** Kuruluş tarafından gönderilen 13.07.2020 tarihli kısa mesajlarda yer alan; "*Coronayı hep birlikte yeneceğiz... Durumunuzu bildirir testinizin sonucunu otuz dakika içerisinde size bildiriyoruz... Tüm günleriniz sağlıklı olsun... Randevu: 0212 4910000...*" gibi ifadeler.

**Reklam Yayın Tarihi:** 13.07.2020

**Yayınlandığı Mecra:** Kısa mesaj

**Tespitler:** Kuruluş tarafından gönderilen 13.07.2020 tarihli kısa mesajlarda; *"Coronayı hep birlikte yeneceğiz... Durumunuzu bildirir testinizin sonucunu otuz dakika içersinde size bildiriyoruz... Tüm günleriniz sağlıklı olsun... Randevu: 0212 4910000..."* ifadeleriyle tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu tanıtımların tıbbi işlemlere yönelik talep yaratıcı nitelikte olduğu ve adı geçen kuruluşa yönlendirme yaparak, sağlık alanında çalışan kuruluşun 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 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 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 **Özel Balat Or-Ahayim Musevi Hastanesi Vakfı İktisadi İşletmesi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**43)**

**Dosya No: 2020/4221**

**Şikayet Edilen:** **Zeynep HUSEYNOV (Zeynep Demir Güzellik Salonu)**

**Şikayet Edilen Reklam:** Kuruluşa ait https://www.zeynepdemirbeauty.com/, https://www.facebook.com/zeynepdemirbeauty ve https://www.instagram.com/zeynepdemirbeauty/?hl=tr adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 21.10.2020, 09.12.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.zeynepdemirbeauty.com/ adresli internet sitesinin 21.10.2020 tarihli görünümünde örnek olarak; sunulan hizmetler arasında, "*Tedavilerimiz*" başlığı altında; "*Altın iğne, HİFU ulthera fokuslu ultrason, buz lazer, tek seansta leke tedavisi, yüz germe, PRP tedavisi*” gibi tanıtımlara yer verildiği,

"*Hakkımda*" başlığı altında; "*Zeynep Demir Beauty Estetik Olarak 2009 yılından bu yana siz değerli Müşterilerimize estetik alanında destek vermekteyiz. Nişantaşı’nda bulunan Estetik Merkezimizde Uzman Doktor ve Hastane Tecrübesine sahip uzman hemşire ve estetisyen kadromuzla birçok başarılı operasyon ve uygulamaya öncülük ettik. Personelimiz Estetik ve güzellik alanında tüm ülkelerde yaygın olarak kullanılan birçok cihazın ve ürünlerinin eğitimini almış ve medikal estetik sektöründe de kendim geliştirmiştir. Güzellik ve estetik alanında sektörün en öncü firmalarından biri olan Zeynep Demir Beauty Estetik anlaşmalı Hastaneleri ve Yurt Dışı bağlantıları ile Sağlık Turizminde de yerini almıştır. Memnuniyet ve güven esaslı çalışmaya her zaman önem vermiştir. Uzun yılar edinmiş olduğumuz bilgi ve tecrübelerimiz sayesinde siz değerli müşterilerimize güvenilir ve estetik bir hizmet vermeye devam ediyoruz.*" gibi ifadelere yer verildiği,

Kuruluşun “*Zeynep Demir Beauty Estetik, Zeynep Demir Beauty Aesthetic*” olarak isimlendirildiği,

https://www.instagram.com/zeynepdemirbeauty/?hl=tr adresli internet sitesinin 09.12.2020 tarihli görünümünde örnek olarak; "*Saten bacak-karın germe, ameliyatsız yüz germe, tek seansta leke tedavisi, dermapen tedavisi, buz epilasyon*" gibi tıbbi işlemlere ilişkin uygulama görüntülerine ve hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği, kuruluşun “*Zeynep Demir Beauty*” olarak isimlendirildiği,

https://www.facebook.com/zeynepdemirbeauty adresli internet sitesinin 09.12.2020 tarihli görünümünde örnek olarak; "*Örümcek ağı estetik, buz lazer, dolgu uygulamaları, fransız askısı*" gibi tıbbi işlemlere ilişkin uygulama görüntülerine ve hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği,

"*Göz Altı(Işık) Dolgu uygulaması ile bu bölgede hacim artışı sağlanır. Gözaltındaki çökme, kırışıklık ve morluklar düzeltilir, böylece daha genç sağlıklı bir yüz ifadesi ortaya çıkar. Gözaltı dolgusu ile gözaltındaki çökmeler, gözaltındaki morluklar, gözaltındaki kahverengi halkalar, gözaltındaki kırışıklıklar, yorgun, hüzünlü ve yaşlı yüz ifadesi tedavi edilebilir. Hyalüronik Asit içeren dolgular laboratuvar ortamında hazırlandığı için enfeksiyon riski yoktur. Alerjik reaksiyona yol açma ihtimali düşüktür. Hyalüronik asit vücudumuzda doğal olarak bulunan bir madde olduğu için güvenle kullanılabilir. Detaylı bilgi için DM'den ulaşabilirsiniz. Ücretsiz muayene ve konsültasyon için 0530 795 32 42,0212 260 2040..."* gibi tıbbi işlemlere ilişkin tanıtımlara yer verildiği, kuruluşun “*Zeynep Demir Beauty Estetik*” olarak isimlendirildiği,

tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**44)**

**Dosya No: 2020/4261**

**Şikayet Edilen:** **Özel Akademi Gastroenteroloji Merkezi (Uzm. Dr. Yusuf ÇOLAK)**

**Şikayet Edilen Reklam:** Kuruluşa ait tabelaların 17.01.2020 tarihli görünümünde yer alan; “*Özel Akademi Gastroenteroloji Merkezi... Mide botoksu... Aç kalmdan, ameliyat olmadan kilo verin... Randevu ve bilgi için 0212 521 02 02... Uzm. Dr. Yusuf ÇOLAK Gastroenteroloji Uzmanı..."* gibi ifadeler.

**Reklam Yayın Tarihi:** 17.01.2020

**Yayınlandığı Mecra:** Kısa mesaj

**Tespitler:** Söz konusu tabelaların 17.01.2020 tarihli görünümünde; “*Özel Akademi Gastroenteroloji Merkezi... Mide botoksu... Aç kalmdan, ameliyat olmadan kilo verin... Randevu ve bilgi için 0212 521 02 02... Uzm. Dr. Yusuf ÇOLAK Gastroenteroloji Uzmanı..."* gibi ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu tanıtımların tıbbi işlemlere yönelik talep yaratıcı nitelikte olduğu ve adı geçen kuruluşa yönlendirme yaparak, sağlık alanında çalışan kuruluşun 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 24 üncü maddesi,

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Özel Akademi Gastroenteroloji Merkezi (Uzm. Dr. Yusuf ÇOLAK)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**45)**

**Dosya No: 2020/4331**

**Şikayet Edilen:** **Ebru Henek Güzellik Salonu**

**Şikayet Edilen Reklam:** Kuruluşa ait broşürlerde; sunulan hizmetler arasında “*Lazer epilasyon, çil tedavisi, dövme silme, lazerle leke silme, karbon peeling*” gibi tıbbi işlemlere ilişkin yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 22.01.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** 22.01.2020 tarihinde tespiti gerçekleştirilen söz konusu broşürde; sunulan hizmetler arasında “*Lazer epilasyon, çil tedavisi, dövme silme, lazerle leke silme, karbon peeling*” gibi doktor kontrolünde uygulanması gereken ve güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara yer verildiği, Kuruluşun “*Ebru Henek Güzellik ve Bakım Merkezi, Ebru Henek Estetik*” olarak isimlendirildiği, ancak ilgili mevzuatta bu şekilde tanımlanan bir kuruluş türünün bulunmadığı, kuruluş bir “güzellik salonu” olarak faaliyet göstermekte olduğundan, söz konusu tanıtımlarda kuruluş türünün açıkça belirtilmemesi sebebiyle tüketicilerin yanıltıldığı tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**46)**

**Dosya No: 2020/4333**

**Şikayet Edilen:** **YS Estetik Güzellik Merk. Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Kuruluşa ait http://www.ysakademiestetik.com/ adresli internet sitesinde ve iş yerinde bulunan tabelalarda bulunan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 10.07.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, Tabela

**Tespitler:** Kuruluşa ait tabelalarda; kuruluşun “*YS Akademi Estetik*” olarak isimlendirildiği, ancak ilgili mevzuatta bu şekilde tanımlanan bir kuruluş türünün bulunmadığı, kuruluş bir “güzellik salonu” olarak faaliyet göstermekte olduğundan, söz konusu tanıtımlarda kuruluş türünün açıkça belirtilmemesi sebebiyle tüketicilerin yanıltıldığı,

Diğer taraftan, http://www.ysakademiestetik.com/ adresli internet sitesinin 10.07.2020 tarihli görünümünde örnek olarak; sunulan hizmetler arasında “*Lazer epilasyon, dermapen, göz altı morlukları tedavisi, akne tedavisi, leke tedavisi*” gibi doktor kontrolünde uygulanması gereken ve güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara yer verildiği, kuruluşun “*YS Akademi Estetik*” olarak isimlendirildiği tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **YS Estetik Güzellik Merk. Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**47)**

**Dosya No: 2020/4684**

**Şikayet Edilen:** **Sezgin AKYÜZ (Sezgi Akyüz Beauty Güzellik Salonu)**

**Şikayet Edilen Reklam:** Kuruluşa ait https://www.instagram.com/sezgiakyuz adresli internet sitesinde ve iş yerinde bulunan tabelalarda bulunan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 08.12.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.instagram.com/sezgiakyuz adresli internet sitesinin 08.12.2020 tarihli görünümünde örnek olarak; sunulan hizmetler arasında *“Dudak dolgusu, jawline dolgu, çene dolgusu, boyun fransız askısı, burun dolgusu”* gibi doktor kontrolünde uygulanması gereken ve güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara ve hastaların öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği, kuruluşun *“Sezgi Akyüz Estetik Merkezi”* olarak isimlendirildiği, ancak ilgili mevzuatta bu şekilde tanımlanan bir kuruluş türünün bulunmadığı, kuruluş bir “güzellik salonu” olarak faaliyet göstermekte olduğundan, söz konusu tanıtımlarda kuruluş türünün açıkça belirtilmemesi sebebiyle tüketicilerin yanıltıldığı tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**48)**

**Dosya No: 2020/4687**

**Şikayet Edilen:** **Zeynep ALAY (Zeynep Alay Beauty Güzellik Salonu)**

**Şikayet Edilen Reklam:** Kuruluşa ait https://www.instagram.com/byzeynepalay/ adresli internet sitesinde ve iş yerinde bulunan tabelalarda bulunan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 08.12.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.instagram.com/byzeynepalay/ adresli internet sitesinin 08.12.2020 tarihli görünümünde örnek olarak; sunulan hizmetler arasında “Dudak dolgusu” gibi doktor kontrolünde uygulanması gereken ve güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara ve hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği, "*Yeni yıla yeni dudaklar… İğnesiz dolguda yılın son kampanyası… Yılın son kampanyası iğnesiz dudak dolgusu 0.50 cc hyamax iğnesiz dolgu 300 TL, 1 ml hyamax iğnesiz dolgu 1000 TL yerine 500 TL. 1.5 mİ hyamax iğnesiz dolgu 750 TL…*" gibi ifadelerle tıbbi işlemlere yönelik fiyat bilgisi verilerek kampanyalar düzenlendiği, kuruluşun “Zeynep Alay Beauty” olarak isimlendirildiği, ancak ilgili mevzuatta bu şekilde tanımlanan bir kuruluş türünün bulunmadığı, kuruluş bir “güzellik salonu” olarak faaliyet göstermekte olduğundan, söz konusu tanıtımlarda kuruluş türünün açıkça belirtilmemesi sebebiyle tüketicilerin yanıltıldığı tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**49)**

**Dosya No: 2021/635**

**Şikayet Edilen:** **Umut MAMİNOĞLU (Yuti Estetik (Beauty) Güzellik Salonu)**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.yutiestetik.com/ adresli internet sitesinde ve iş yerinde bulunan tabelalarda bulunan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 08.12.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.yutiestetik.com/ adresli internet sitesinin 19.01.2021 tarihli görünümünde örnek olarak; "*15% indirim... 31.Ocak 2021 tarihine kadar geçerli olan indirimden, rezervasyon sırasında yararlanmayı unutmayın. indirim kodu...*", "Dermapen... 1 Saat... 450TL...", "*Burun dolgusu... 30 Dakika... 2000 TL...", "Dudak dolgusu... 30 Dakika... 2000 TL...", "Göz altı dolgusu... 30 Dakika... 2100 TL...", "Elmacık dolgusu... 30 Dakika... 2050 TL...", "İp askı (4 ip)... 1 Saat... 8499 TL... İp askı (8 ip)... 1 Saat... 9990 TL...", "Kaş askısı... 1 Saat... 7500 TL..."* gibi ifadelerle tıbbi işlemlere ilişkin fiyat bilgisi verilerek kampayalar düzenlendiği, "*Burun dolgusu, Dudak dolgusu, Gözaltı dolgusu*" gibi tıbbi işlemlere ilişkin hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği, Kuruluşun “*Yuti Estetik*” olarak isimlendirildiği, ancak ilgili mevzuatta bu şekilde tanımlanan bir kuruluş türünün bulunmadığı, kuruluş bir “güzellik salonu” olarak faaliyet göstermekte olduğundan, söz konusu tanıtımlarda kuruluş türünün açıkça belirtilmemesi sebebiyle tüketicilerin yanıltıldığı tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**50)**

**Dosya No: 2021/643**

**Şikayet Edilen:** **Kadriye KAKIZ (Letya Estetik Güzellik Salonu)**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.instagram.com/letyaestetik/?hl=tr ve https://www.facebook.com/letyaestetik/ adresli internet sitelerinde bulunan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 08.12.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.instagram.com/letyaestetik/?hl=tr adresli internet sitesinin 23.11.2020 tarihli görünümünde örnek olarak; Sunulan hizmetler arasında “Lazer epilasyon, ozon terapi" gibi doktor kontrolünde uygulanması gereken ve güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara yer verildiği, "*Aydın'da bir ilk... Acısız, hızlı, ağrısız... Tüm vücut paket avantajlarından yararlanın... Profesyonel eller ve yılların tecrübesiyle mükemmel garantili sonuçlar... Lazer epilasyon... Kendinizi özel hissedin... En son teknoloji diolight pro cihazı ile...*" gibi ifadelerle "Lazer epilasyon" gibi tıbbi işlemlere ilişkin tanıtımlara yer verildiği, “*Bu kampanya çok konuşulacak... Ozon terapi uygulaması yaptırana çatlak bakımı hediye... Bu fırsat asla kaçmaz... Kampanyada zirve yaptık... 3 Bölge lazer epilasyon uygulaması yaptırana ozon terapi bizden hediye...*” gibi ifadelerle tıbbi işlemlere ilişkin kampanyaların düzenlendiği, "Ozon terapi" gibi tıbbi işlemlere ilişkin hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği, Kuruluşun "Letya Estetik” olarak isimlendirildiği,

https://www.facebook.com/letyaestetik/ adresli internet sitesinin 23.11.2020 tarihli görünümünde örnek olarak; Sunulan hizmetler arasında sayılan “Lazer epilasyon, ozon terapi" gibi tanıtımlara yer verildiği, "*Kampanya işte budur... Lazer epilasyonda Aydın'da bir ilk... 3 Bölge laer epilasyon uygulaması yaptırana ozon terapi bizden hediye... En son teknoloji diolight pro cihazı ile...",* “*Tüm öğretmenlerimize nacizane bir armağan... Lazer epilasyon %25 indirim...”* gibi ifadelerle tıbbi işlemlere ilişkin kampanyaların düzenlendiği, kuruluşun "Letya Güzellik & Estetik” olarak isimlendirildiği, tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**51)**

**Dosya No: 2020/644**

**Şikayet Edilen:** **Özel Ensar Sağlık Hiz. San. ve Tic. Ltd. Şti. (Özel Avicenna Hastanesi)**

**Şikayet Edilen Reklam:** Kuruluşta bulunan afişlerde ve İstanbul ilinde çeşitli bilboardlarda yer alan söz konusu tanıtımların 05.12.2020 tarihli görünümünde; *"Evde, işyerinde Covid 19 PCR testi…"* ifadelerine yer verilen tanıtımlarda, 6502 sayılı Kanun’un 61 inci maddesine aykırılık.

**Reklam Yayın Tarihi:** 05.12.2020

**Yayınlandığı Mecra:** Açık hava ilanı

**Tespitler:** Kuruluşta bulunan afişlerde ve İstanbul ilinde çeşitli bilboardlarda yer alan söz konusu tanıtımların 05.12.2020 tarihli görünümünde; *"Evde, işyerinde Covid 19 PCR testi... 150 TL... 0212 440 32 32... Özel Avicenna Hastanesi..."* ifadeleriyle tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu tanıtımların tıbbi işlemlere yönelik talep yaratıcı nitelikte olduğu ve adı geçen kuruluşa yönlendirme yaparak, sağlık alanında çalışan kuruluşun 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 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 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 **Özel Ensar Sağlık Hiz. San. ve Tic. Ltd. Şti. (Özel Avicenna Hastanesi)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**GIDA**

**52)**

**Dosya No: 2020/4951**

**Şikayet Edilen: Lösev Sağlık Tanıtım ve Rek. Tur. Hiz. Tarım Hayv. Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından www.lsvdukkan.com adresli internet sitesi ile "LSV Dükkan" isimli Facebook kurumsal sosyal medya sayfasında mandalina satışına ilişkin olarak yayınlanan reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 25.11.2019, 14.12.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, Açık hava ilanı, Gazete

**Tespitler**: Yapılan incelemede, firma tarafından satışı yapılan mandalinalara ilişkin olarak www.lsvdukkan.com adresli internet sitesinin 14.12.2020 tarihinde yayınlanan tanıtımlarda, *"LÖSEV Çiftliği'nde ürettiğimiz tarım ilacı kalıntısız, kimyasal katkısız, etilen gazsız (sarartıcı), parafin mumlanmamış (gözenek kapatıcı) satsuma mandalinalarımız sizler için satışa sunulmuştur."* ifadelerine, Facebook'ta bulunan "LSV Dükkan" isimli kurumsal sosyal medya sayfasının 14.12.2020 ve 25.11.2019 tarihli görünümlerinde yayınlanan tanıtımlarda ise, *"Her mandalina doğal LÖSEV satsuması değildir... Özlediğiniz Seferihisar LÖSEV ÇİFTLİĞİ Doğal Satsuma MANDALİNA. Sarartan kanserojen gaz ve zehirli parafin ile kaplanmamış, doğal kokulu, ince kabuklu ve çekirdeksiz çocukluğunuzun mandalinası. 3-6-9 Kg.’lık özel ambalajlarda satışa sunulmuştur… LÖSEV Çiftliğinden doğal mandalina satışı başladı. LÖSEV kansere dur diyebilmek için büyük bir sorumluluğa imza atıyor ve sizleri doğal gıdalarla buluşturuyor. İzmir Seferihisar'da kurduğumuz çiftlikte mandalina, nar gibi meyvelerin, zeytin, ceviz, üzüm gibi ürünlerin üretimleri doğal yöntemlerle yapılıyor. TARIM İLAÇSIZ, ZEHİRLİ GAZSIZ, PARAFİNSİZ MANDALİNA ÜRETTİK VE SATIŞA SUNDUK - Mandalinaların yeşil toplanıp son derece zehirli ve kanserojen maddelerle sarartılıp, kaplanması ve çocuklarımıza yedirilmesinin önüne geçtik ve son derece sağlıklı mandalinaları satışa sunduk. TEK KAZANCIMIZ SİZİN SAĞLIĞINIZ VE ÇOCUKLARIMIZ - LÖSEV Çiftliği’nde yıllardır özel olarak yetiştirilen ağaçlardan toplanan mandalinalar LÖSEV güvencesiyle taze olarak sunulmuştur. Sizlere doğal besinler, meyveler sunularak sağlığınız korunurken elde edilen gelir ile lösemili çocuklarımızın tamamen parasız tedavileri yapılacaktır. TEST EDİLDİ, ONAYLANDI - LÖSEV Çiftliği mandalinaları, LÖSEV GIDA LABORATUVARLARINDA tarım ilacı kalıntısı, etilen dioksit gazı ve parafin aranarak test edildi ve katkı bulunmadığı onaylandı."* şeklinde ifadelere yer verildiği,

Reklamda yer alan iddiaların ispatına ilişkin olarak firma tarafından sunulan LÖSEV Gıda Araştırma Laboratuvarında yapılan mandalina analizlerine ilişkin analiz sonuç raporlarında, *"Bu rapor sonuçlarının kurum dışı ile paylaşımları yapılamaz, resmi izin ticaret, reklam, vb. amaçlarla kullanılamaz. Sonuçlar analizi yapılan ve raporda tanımlanan numunelere aittir"* şeklinde ifadelerin, MSA Özel Gıda Kontrol Laboratuvarı tarafından düzenlenen muayene ve analiz raporunda da benzer şekilde *"Bu analiz raporu adli-idari işlemlerde ve reklam amacıyla kullanılmaz"* ifadesinin yer aldığı, ayrıca LÖSEV Satsuma mandalinalarının "iyi tarım uygulamaları" ile üretildiği iddiasının ispatina ilişkin olarak De Control Denetim ve Belgelendirme Ltd. Şti. tarafından düzenlenen “İyi Tarım Uygulamaları Sertifikası” nın Bakanlığımıza sunulduğu hususları tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, firma tarafından satışı yapılan mandalinalara ilişkin olarak www.lsvdukkan.com adresli internet sitesinin 14.12.2020 tarihli görünümü ile Facebook'ta bulunan "LSV Dükkan" isimli kurumsal sosyal medya sayfasının 14.12.2020 ve 25.11.2019 tarihli görünümlerinde yayınlanan tanıtımlarda, satışı yapılan mandalinaların katkısız ve ilaçsız olduğu ve iyi tarım uygulamalarıyla herhangi bir işlemden geçirilmeden üretildiği yönünde ispata muhtaç iddialarda bulunulduğu,

Söz konusu iddiaların ispatı amacıyla De Control Denetim ve Belgelendirme Ltd. Şti. tarafından LÖSEV Seferihisar Çiftliği'nde yetiştirilen mandalinalara ilişkin olarak düzenlenen “İyi Tarım Uygulamaları Sertifikası” Bakanlığımıza sunulmakla birlikte iyi tarım uygulamaları kapsamında Tarım ve Orman Bakanlığı tarafından ruhsatlandırılarak kullanımına izin verilen bazı tarım ilaçlarının bulunduğunun tespit edildiği, bu itibarla, iyi tarım uygulamaları kapsamında bazı pestisitlerin kullanımına izin verilmesi nedeniyle "İyi Tarım Uygulamaları Sertifikası" nın tek başına ilaçsız tarımsal üretim yapıldığı iddiasının ispatı için yeterli görülmediği, diğer yandan, firma tarafından sunulan ürün analiz raporlarında, elde edilen sonuçların analizi yapılan numune için geçerli olduğu, bütüne uygulanamayacağı ve ayrıca reklam amaçlı kullanılamayacağı yönünde kısıt bulunduğu, dolayısıyla, firma tarafından satışı yapılan mandalinaların katkısız ve ilaçsız olduğu yönündeki iddiaların Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin "İspat külfeti" başlıklı 9 uncu maddesi kapsamında kanıtlanamadığı 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 **Lösev Sağlık Tanıtım ve Rek. Tur. Hiz. Tarım Hayv. Tic. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**53)**

**Dosya No: 2021/44**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından düzenlenen "Paketli İthal Peynirlerde Aynı Ürünlerden 1 Alana 1 Hediye" başlıklı promosyon kampanyasına ilişkin reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 24.12.2020-06.01.2021

**Yayınlandığı Mecra:** Broşür, İnsert, İnternet

**Tespitler:** Yapılan incelemede, firma tarafından düzenlenen kampanya kapsamında, 24 Aralık 2020 - 6 Ocak 2021 tarihli ve 768 sayılı Migroskop kataloğunun 29. sayfasında, "Paketli İthal Peynirlerde Aynı Üründen 1 Alana 1 Hediye" şeklinde kampanya duyurusunun ve kampanyaya dahil edilen bazı peynir çeşitlerinin fotoğraflarının yer aldığı bir reklam görseline yer verildiği, reklam görselinde yer alan peynir ürünleri arasında President markalı Cheddar, Red Cheddar ve Gouda peynir çeşitlerinin de bulunduğu, aynı kampanyaya ilişkin olarak 26.12.2020 tarihinde firmaya ait "migros\_tr" isimli Instagram sayfasında yayınlanan tanıtımlarda ise, *"Kaliteli ve lezzetli ithal peynirlerde aynı üründen bir alana bir hediye fırsatı. 6 Ocak'a kadar Migros'ta sizi bekliyor"* şeklinde ifadelere yer verildiği,

Diğer yandan President markalı peynirlerin Ak Gıda San. ve Tic. A.Ş. tarafından Türkiye’de üretildiği, President markasının Fransız menşeili Groupe Lactalis firmasının tescilli bir markası olduğu, ayrıca ülkemizde President markasıyla kaşar, gouda, cheddar, red cheddar, cheddarlı krem peynir, cheddarlı üçgen peynir gibi peynir çeşitlerinin üretiminin yapıldığı hususları tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, firma tarafından düzenlenen kampanya kapsamında, 24 Aralık 2020 - 6 Ocak 2021 tarihli ve 768 sayılı Migroskop kataloğunun 29. sayfasında, "Paketli İthal Peynirlerde Aynı Üründen 1 Alana 1 Hediye" şeklinde kampanya duyurusunun ve kampanyaya dahil edilen bazı peynir çeşitlerinin fotoğraflarının yer aldığı bir reklam görseline yer verildiği, reklam görselinde yer alan peynir ürünleri arasında President markalı peynir çeşitlerinin de bulunduğu, aynı kampanyaya ilişkin olarak 26.12.2020 tarihinde firmay ait "migros\_tr" isimli Instagram sayfasında yayınlanan tanıtımlarda ise, *"Kaliteli ve lezzetli ithal peynirlerde aynı üründen bir alana bir hediye fırsatı. 6 Ocak'a kadar Migros'ta sizi bekliyor"* şeklinde ifadelerin yer aldığı, söz konusu kampanyaya ilişkin olarak Bakanlığımıza iletilen tüketici şikayetinin incelenmesinden, şikayetçi tüketicinin President markalı kaşar peyniri satın alarak kampanyadan yararlanmak istemesine ve yerleşim yerine yakın dört farklı Migros mağazasını ziyaret etmesine rağmen kaşar peynirin kampanyaya dahil olmadığı belirtilerek tüketicinin talebinin geri çevrildiğinin görüldüğü,

Konuya ilişkin olarak firma tarafından yapılan açıklamada ise, düzenlenen kampanyanın ithal edilen parmesan, mascarpone, gouda, edam, camambert, brie gibi ürünlerde peynir türüne göre yapılan bir kampanya olduğu, son yıllarda üretim çeşitlendikçe ülkemizde de gouda, edam, brie gibi ürünlerin üretilmesi ile birlikte yerli üretim olan yabancı orjinli peynirlerin de kampanyaya müşteri memnuniyeti adına dahil edildiği, ancak kaşar peynirinin farklı bir aile olduğu, yurtdışından ithal edilmediği ve yurtdışında da kaşar gibi bir peynir segmentinin bulunmadığı, bu nedenle beyaz peynir ve kaşar peyniri gibi yabancı menşeili olmayan aileler ve ürünlerin bu kampanyaya dahil edilmediği, kampanyanın marka bazında değil ürün bazında yapıldığının belirtildiği,

Bu kapsamda, reklam görsellerinde President markalı gouda, cheddar ve red cheddar peynirlerinin bulunması nedeniyle tüketicinin President markalı tüm peynirlerin kampanyaya dahil olduğu ön kabulüyle hareket ettiği ve President markasının da ortalama tüketici algısında yabancı bir marka olarak konumlandığının değerlendirildiği, bu itibarla, kampanyaya ilişkin reklamlarda kaşar gibi geleneksel Türk peynirlerinin kampanyaya dahil olmadığı hususunda herhangi bir bilgilendirmeye yer verilmesinin tüketicilerin eksik bilgilendirilmesine yol açtığı, hangi peynir çeşitlerinin kampanyaya dahil olduğu hususunda açık bir şekilde bilgilendirilmeyen tüketicilerin yanıltıldığı, dolayısıyla kampanya reklamlarının bu haliyle eksik bilgilendirme içerdiği, öte yandan, Türkiye'de üretilen yabancı orjinli peynirler kampanyaya dahil edilmekle birlikte kampanya reklamlarının ana vaadinde geçen "Paketli ithal peynirlerde" ibaresinin de yanıltıcılık içerdiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtım ve ticari uygulamaların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**54)**

**Dosya No: 2021/929**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından "Youplus Vitamin C Çinko Propolis" ve "Youplus Multi Ener-g" isimli takviye edici gıdalara ilişkin olarak televizyon kanallarında, www.youplus.com.tr adresli internet sitesinde ve firmaya ait "Youplus" isimli Youtube kanalı ile "youplustr" isimli Instagram sayfasında yayınlanan reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon, İnternet

**Tespitler:** Yapılan incelemede, firma tarafından "Youplus Vitamin C Çinko Propolis" adlı ürüne ilişkin olarak www.youplus.com.tr adresli internet sitesinde yayınlanan tanıtımlarda, *"Riskli dönemlerde bağışıklığınızı korumak önemli. Bağışıklık sisteminin normal fonksiyonlarına katkıda bulunur... Youplus Vitamin C, Çinko, Propolis Efervesan Tablet Takviye Edici Gıda - Bağışıklık sisteminin normal fonksiyonlarına katkı sağlayan gıda takviyesidir. Bağışıklığa tam destek"* şeklinde ifadelere, firmaya ait "youplustr" isimli Instagram sayfasında 29.03.2021 tarihinde yayınlanan paylaşımda, *"Başarısını dokunulmazlık ile korumak isteyenler için. Günlük hayatın mücadelesi devam ederken riskli dönemlerde #Dokunulmazlıkİçin bağışıklık sistemini desteklemelisin! Youplus C Vitamini, Çinko ve Propolisli içeriğiyle bağışıklık sisteminin normal fonksiyonlarına katkıda bulunur. Türkiye'nin vitamin ve mineral desteği YouPlus. Abdi İbrahim'den."* ifadelerine, 25.03.2021 tarihinde yayınlanan paylaşımda Covid-19 salgını nedeniyle maske taktığı görülen bir kişinin fotoğrafı ile birlikte, *"Youplus C Vitamini, Çinko ve Propolisli içeriğiyle bağışıklık sisteminin normal fonksiyonlarına katkıda bulunur. Türkiye'nin vitamin ve mineral desteği YouPlus. Abdi İbrahim'den."* ifadelerine ve 25.02.2021 tarihinde yayınlanan paylaşımda ise, paylaşımın bir parçası olan tanıtım filminde *"Riskli dönemlerde bağışıklığınızı korumak önemli"* ifadeleri ile açıklama bölümünde *"İçeriğindeki vitamin c, çinko ve propolis ile bağışıklığınızın desteklenmesinde doğru adres Youplus!"* şeklinde ifadelere yer verildiği, ayrıca anılan Instagram sayfasında yayınlanan daha eski tarihli paylaşımlarda, *"Bağışıklık sistemini desteklemene yardımcı... Hayatı güçlü yaşa... Antioksidan destek... Hastalıklara yakalanma riskini azaltmaya yardımcı olur"* gibi benzer tanıtımların yer aldığı,

Firmaya ait "Youplus" isimli Facebook sayfasında 01.04.2021 tarihinde yayınlanan reklamda, Covid-19 salgını nedeniyle otobüste maske taktığı görülen bir kişinin fotoğrafı ile birlikte, *"Youplus ile dokunulmazlığı kazan!Günlük koşuşturmacanın içerisinde #Dokunulmazlıkİçin bağışıklık sistemini desteklemeyi unutma! Youplus C Vitamini, Çinko ve Propolisli içeriğiyle bağışıklık sisteminin normal fonksiyonlarına katkıda bulunur. Türkiye'nin vitamin ve mineral desteği YouPlus. Abdi İbrahim'den."* şeklinde ifadelere yer verildiği,

Firmaya ait "Youplus" isimli Youtube kanalında "Youplus Vitamin C, Çinko, Propolis" başlığıyla 03.02.2021 tarihinde yayınlanan tanıtım filminde, *"Riskli dönemlerde bağışıklığınızı korumak önemli. Youplus C Vitamini, Çinko ve Propolisli içeriğiyle bağışıklık sisteminin normal fonksiyonlarına katkıda bulunur. Türkiye'nin vitamin ve mineral desteği Youplus. Abdi İbrahim'den."* şeklinde sözlü ifadeleri ile birlikte bağışıklık sistemini temsil eden ve C vitamini, çinko ve propolisin bir araya gelmesiyle tamamen dolan bir güç göstergesine yer verildiği,

Söz konusu ürüne ilişkin olarak 06.02.2021 tarihinde SHOW TV isimli kanalda yayınlanan tanıtım filminde, *"Riskli dönemlerde bağışıklığınızı korumak önemli. Youplus C Vitamini, Çinko ve Propolisli içeriğiyle bağışıklık sisteminin normal fonksiyonlarına katkıda bulunur. Türkiye'nin vitamin ve mineral desteği Youplus. Abdi İbrahim'den."* şeklinde sözlü ifadeleri ile birlikte bağışıklık sistemini temsil eden ve C vitamini, çinko ve propolisin bir araya gelmesiyle tamamen dolan bir güç göstergesine ve "Sadece Eczanelerde" ibaresine yer verildiği, yine 06.02.2021 tarihinde TV 8 isimli kanalda yayınlandığı tespit edilen tanıtım filminde, *"C Vitamini, Çinko ve Propolisli içeriğiyle Youplus. Bağışıklık sisteminin normal fonksiyonlarına katkıda bulunur. "* ifadeleri ile "Sadece Eczanelerde" ibaresine yer verildiği, benzer şekilde, söz konusu ürüne ilişkin olarak 11.03.2021 tarihinde TV 8 isimli kanalda yayınlanan Survivor adlı programın içeriğinde yer verilen tanıtım filminde, *"Sevgili seyirciler, hayatın yoğun temposunda en önem verdiğimiz şeylerin başında elbette sağlık geliyor. Sağlığınızı korumanıza yardımcı olacak süper bir haberim var. Bağışıklık sisteminin normal fonksiyonlarını destekleyen Türkiye'nin vitamin ve mineral desteği Youplus. Youplus içeriğindeki C vitamini, çinko, propolisle bağışıklık sisteminizi desteklerken, ada temposunda zorlu parkurlarda ya da günlük hayatınızda her zaman yanınızda. Günde 1 tane Youplus efervesan tableti 1 bardak su içerisinde çözdürerek kullanabilirsiniz. Üstelik limon aromalı, tadı da çok güzel. Özellikle geçirdiğimiz bu zor dönemde siz de bağışıklık sisteminizi desteklemeyi unutmayın. Bir Abdi İbrahim markası olan Youplus Vitamin C , Çinko, Propolis efervesan tableti Eczanelerden alabilirsiniz. Sağlıkla kal Türkiye"* şeklinde ifadelere yer verildiği, ayrıca yine söz konusu ürüne ilişkin olarak televizyon kanallarında yayınlanan bant reklamda, *"Sağlığınız için en büyük ödül. Güçlü bağışıklık. Türkiye'nin vitamin ve mineral desteği"* şeklinde ifadeler ile bağışıklık sistemini temsil eden ve C vitamini, çinko ve propolisin bir araya gelmesiyle tamamen dolan bir güç göstergesine yer verildiği, bir başka bant reklamda ise, *"Riskli dönemlerde bağışıklığınızı korumak önemli. Türkiye'nin vitamin ve mineral desteği"* şeklinde ifadeler ile yine bağışıklık sistemini temsil eden ve C vitamini, çinko ve propolisin bir araya gelmesiyle tamamen dolan bir güç göstergesinin yer aldığı;

Firma tarafından "Youplus Multi Ener-G" adlı ürüne ilişkin olarak www.youplus.com.tr adresli internet sitesinde yayınlanan tanıtımlarda, *"Günlük enerji desteğiniz Multi Ener-g. Yorgunluğun ve bitkinliğin azalmasına yardımcı olur... Youplus Multi Ener-G, günlük vitamin ve mineral ihtiyacınızı karşılamaya destek olabilecek multivitamin ve mineral içeren gıda takviyesidir. Ek olarak Ginseng, Guarana ve Yeşil çay içerir... Hem güçlü hem formda kalmanın yolu: Ginseng, Guarana ve Yeşil Çay"* şeklinde ifadelere, firmaya ait "youplustr" isimli Instagram sayfasında 28.09.2020 tarihinde yayınlanan paylaşımda, *"Multi Ener-G vitamin ve mineral kompleksi, içeriğindeki guarana ile dikkat ve konsantrasyona, yeşil çay ile enerji metabolizmasına katkı sağlar. Ginseng fiziksel enerji ve canlılığınızı arttırmaya, B vitaminleri ise yorgunluğun azalmasına yardımcı olur! Tabii ki Abdi İbrahim güvencesiyle! ... Formda kal, Odaklan, Enerjin hep seninle olsun"* ifadelerine, 04.02.2021 tarihinde yayınlanan paylaşımda, *“Her gün daha enerjik, hareketli ve dinç olmak için günlük vitamin ve minerallerini yeterli oranda almayı unutma! Abdi İbrahim güvencesiyle Youplus Multi Ener-G Vitamin ve Mineral Kompleksi yanında! ... Multi Ener-G vitamin ve mineral kompleksi ile hep daha enerjik!"* ifadelerine ve 03.03.2021 tarihinde yayınlanan paylaşımda ise, *"Yeni sezon mücadelesine hazır mısın? Sınavlar hiç bitmez… Youplus’la yeni sezonun birincisi olmaya senin de #enerjinyeter #Guarana, #Yeşilçay ve #Ginseng'le zenginleştirilmiş formülü ile yorgunluğun ve bitkinliğin azalmasına katkıda bulunan vitamin ve mineraller Youplus Multi Ener-G'de. Türkiye'nin vitamin ve mineral desteği Youplus. Abdi İbrahim'den."* şeklinde ifadelere yer verildiği,

Firmaya ait "Youplus" isimli Youtube kanalında "Youplus Multi Ener-G" başlığıyla yayınlanan tanıtım filminde, *"Karşınızda günlük enerji desteğiniz Youplus Multi Ener-G. Guarana, yeşil çay ve ginseng'le zenginleştirilmiş formülle yorgunluğun ve bitkinliğin azalmasına katkıda bulunan vitamin ve mineraller YouPlus Multi Ener-G'de. Türkiye'nin vitamin ve mineral desteği YouPlus. Abdi İbrahim'den."* şeklinde ifadelere yer verildiği,

Söz konusu ürüne ilişkin olarak 11.03.2021 tarihinde TV 8 isimli kanalda yayınlanan Survivor adlı programın içeriğinde yayınlanan tanıtım filminde, *"Biliyorsunuz Survivor'da oyunları kazanmak ve başarılı bir performans sergilemeniz için enerjinizin tam olması gerekiyor. Güneşe, yağmura, çamura ve zorlu parkurlara dayanıklı olanlar kazanıyor. Fiziksel ve zihinsel performansınızı desteklemek ve enerjinizi korumak için bu hafta ödülünüz Ginseng, Guarana ve Yeşil çay içeren vitamin ve mineral desteği Youplus Multi Ener-G'den geliyor..."* şeklinde sesli ifadelere yer verildiği;

Ayrıca Reklam Kurulunun 12.01.2021 tarih ve 305 sayılı toplantısında gerçekleştirilen görüşme ve değerlendirmeler neticesinde; halihazırda geçerli olan mevzuat hükümlerine göre, çeşitli vitaminler, mineraller ve probiyotikler gibi insanın bağışıklık sistemine etkisi - katkısı olabilecek ürünlerin tanıtımlarında kullanılabilecek sağlık beyanları, *“Bağışıklık sisteminin normal fonksiyonuna katkıda bulunur.”* veya *“Bağışıklık sistemini desteklemeye yardımcı olur.”* şeklinde sınırlandırılmış olmasına rağmen, “Youplus Vitamin C Çinko Propolis" adlı ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen *“Bağışıklık sisteminizin gücünü tamamlayın”* ve *“Bağışıklığa tam destek”* şeklindeki beyanların mevzuatta izin verilen sınırların dışına çıkan ve söz konusu ürünün bağışıklık sistemini güçlendirerek hastalıklara karşı koruduğu yönünde bir mesaj taşıyan mevzuata aykırı sağlık beyanları olduğu; “Youplus Multi Ener-G" adlı ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen *“Hem güçlü hem de formda kalmak isteyenlerin multivitamin ve mineral desteği.”* şeklindeki ifadenin ise, ürünün kullanan kişileri formda tuttuğu ve kilo kontrolüne yardımcı olduğu izlenimi oluşturması nedeniyle yine mevzuatta izin verilen sınırların dışına bir sağlık beyanı olduğu görüş ve kanaatine varılarak, firma hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca*anılan reklamları durdurma cezası*verilmesine karar verildiği hususları tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, Youplus Vitamin C Çinko Propolis adlı ürüne ilişkin reklamlarda yer alan, *"Riskli dönemlerde bağışıklığınızı korumak önemli... Bağışıklık sisteminin normal fonksiyonlarına katkıda bulunur... Bağışıklığa tam destek... Başarısını dokunulmazlık ile korumak isteyenler için... Riskli dönemlerde #Dokunulmazlıkİçin bağışıklık sistemini desteklemelisin! ... Bağışıklığınızın desteklenmesinde doğru adres... Bağışıklık sistemini desteklemene yardımcı... Hayatı güçlü yaşa... Antioksidan destek... Hastalıklara yakalanma riskini azaltmaya yardımcı olur... Sağlığınızı korumanıza yardımcı olacak süper bir haberim var... Bağışıklık sisteminin normal fonksiyonlarını destekleyen Türkiye'nin vitamin ve mineral desteği Youplus... Özellikle geçirdiğimiz bu zor dönemde siz de bağışıklık sisteminizi desteklemeyi unutmayın..."* ifadelerinin tanıtımı yapılan ürünü 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 sağlık beyanları, “Bağışıklık sisteminin normal fonksiyonuna katkıda bulunur.” veya “Bağışıklık sistemini desteklemeye yardımcı olur.” şeklinde sınırlandırılmış olmasına rağmen, bu tür beyanlarla sadece bir takviye edici gıda olan söz konusu ürünün bağışıklık sistemini güçlendirerek başta Covid-19 olmak üzere hastalıklara karşı koruduğu, hastalık riskini azalttığı, dokunulmazlık sağladığı, kullanan kişileri güçlü ve sağlıklı kıldığı gibi yanıltıcı bir izlenim oluşturularak mevzuatta izin verilen sınırların dışına çıkıldığı, böylelikle söz konusu ürünün sanki bir ilaç veya beşeri tıbbi ürün gibi tanıtıldığı, yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre takviye edici gıdalar için bu tür sağlık beyanlarının kullanılmasının kesinlikle yasak olduğu, bir ürüne ilişkin olarak 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,

Youplus Multi Ener-g adlı ürüne ilişkin reklamlarda yer verilen, *"Yorgunluğun ve bitkinliğin azalmasına yardımcı olur... Hem güçlü hem formda kalmanın yolu... İçeriğindeki guarana ile dikkat ve konsantrasyona, yeşil çay ile enerji metabolizmasına katkı sağlar. Ginseng fiziksel enerji ve canlılığınızı arttırmaya yardımcı olur... Formda kal, Odaklan, Enerjin hep seninle olsun... Her gün daha enerjik, hareketli ve dinç olmak için günlük vitamin ve minerallerini yeterli oranda almayı unutma... #Guarana, #Yeşilçay ve #Ginseng'le zenginleştirilmiş formülü ile yorgunluğun ve bitkinliğin azalmasına katkıda bulunan vitamin ve mineraller Youplus Multi Ener-G'de... Fiziksel ve zihinsel performansınızı desteklemek ve enerjinizi korumak için bu hafta ödülünüz Ginseng, Guarana ve Yeşil çay içeren vitamin ve mineral desteği Youplus Multi Ener-G'den geliyor..."* ifadelerinin tanıtımı yapılan ürünü insan sağlığıyla ilişkilendiren sağlık beyanları olduğu, bu tür beyanlarla sadece bir takviye edici gıda olan söz konusu ürünün kullanan kişileri güçlü ve formda tuttuğu, yorgunluğun ve bitkinliğin azalmasına yardımcı olduğu, dikkat ve konsantrasyonu sağladığı, enerji verdiği, fiziksel ve zihinsel performansı arttırdığı gibi yanıltıcı bir izlenim oluşturularak mevzuatta izin verilen sınırların dışına çıkıldığı, böylelikle söz konusu ürünün sanki bir ilaç veya beşeri tıbbi ürün gibi tanıtıldığı, yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre takviye edici gıdalar için bu tür sağlık beyanlarının kullanılmasının kesinlikle yasak olduğu, bir ürüne ilişkin olarak 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 yandan, Reklam Kurulu'nun 12.01.2021 tarih ve 305 sayılı toplantısında inceleme konusu ürünlere ilişkin olarak firma hakkında uygulanan idari yaptırım kararı ile her türlü mecrada yayını durdurulan ifade, reklam ve tanıtımların yayınına devam edilmesinin açıkça mevzuata aykırı olduğu,

Bu hususlara ek olarak, 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, inceleme konusu tanıtımlarda yer alan sağlık beyanlarının doğrudan firmaya ait "Youplus Vitamin C Çinko Propolis" ve Youplus Multi Ener-g" adlı ürünlere atıf yapacak ve beyanlarda belirtilen etkilerin ürünlerin kendisi tarafından sağlandığını öne sürecek şekilde kullanıldığı,

Öte yandan, *"Riskli dönemlerde bağışıklığınızı korumak önemli"*  ve *"Özellikle geçirdiğimiz bu zor dönemde siz de bağışıklık sisteminizi desteklemeyi unutmayın"* şeklinde ifadelere ve maske takmış insan görüntülerine yer verilen reklamlarla, "Youplus Vitamin C Çinko Propolis" adlı ürünün bağışıklık sistemini güçlendirdiği ve başta Covid-19 olmak üzere her türlü viral enfeksiyona karşı koruyucu bir özelliğe sahip olduğu izleniminin uyandırıldığı, ayrıca "riskli dönemler" ve "geçirdiğimiz bu zor dönemler" ifadeleri ile Covid-19 hastalığına atıf yapılan 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,

Son olarak, inceleme konusu reklamlarda yer verilen "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, inceleme konusu reklamlarda "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 ve sağlık açısından faydalı ve etkili oldukları izlenimi yaratılmaya çalışılması 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 5/1-g, 5/-h, 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 **Abdi İbrahim İlaç San. ve Tic. A.Ş.** hakkında, 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.

**55)**

**Dosya No: 2020/1471**

**Şikayet Edilen: Özlem Üçgül Giyim Tic. ve San. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait "zayifla\_ozlem\_ucgul\_ozlex" ve "ozlemucgulozlexofficial" isimli Instagram sayfalarında "Özlex Tea" adlı ürüne yönelik olarak yayınlanan reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan inceleme sonucunda, Özlem Üçgül Giyim Tic. ve San. Ltd. Şti. unvanlı firmaya ait olduğu tespit edilen "zayifla\_ozlem\_ucgul\_ozlex" ve "ozlemucgulozlexofficial" isimli Instagram sayfalarında "Özlex Tea" adlı ürünün tanıtım ve satışına yönelik reklamlar yayınlandığı, buna göre, firmaya ait "ozlemucgulozlexofficial" isimli Intagram kullanıcı hesabı tarafından "Özlex Tea" adlı ürüne yönelik olarak yayınlanan reklamlarda; *"%100 Doğal Bitkisel Zayıflama Çayı. Yağ yakımını sağlar. Metabolizmayı hızlandırır. Su içmeye teşvik eder. Ödem ve iltihap atmanızı sağlar. Tokluk hissi verir. Sindirim sistemini güçlendirir. Kan şekerini düzenler. Tatlı krizini engeller. Şeker hastalığına iyi gelmektedir. İltihap söktürücü özelliği vardır. Özlextea bitkisel detoks çayı ile günde 2 çay bardağı içerek sen de ideal kiloya kavuşabilirsin. Özlextea ile 1 ay düzenli kullanımda minimum 4-12 kilo verirsiniz. Fazla kilolarınızdan kurtulmak istiyorsanız. İncelme, sıkılaşma, kilo verimi, adet düzenleme. Özlex Tea ile hiçbir zaman geç değildir. Mucize değil, Özlex Tea. Yağ yakımı, ödem toksin atımı, enerji verir, iştah kapatır, su içirir, güne zinde başlamak için en iyi yol"* şeklinde ifadelere ve ürünü kullandığı iddia edilen şahısların kilo bilgileri ile birlikte kullanım öncesi ve sonrası fotoğraflarına yer verildiği,

Yine firmaya ait "zayifla\_ozlem\_ucgul\_ozlex" isimli Intagram kullanıcı hesabı tarafından "Özlex Tea" adlı ürüne yönelik olarak yayınlanan reklamlarda ise;  *"Özlex ile zayıflama orjinal. Zayıflatan çay. Özlex tea, çayla zayıfla, özlex zayıflamak istiyorum, kilo vermek istiyorum, bitkisel zayıflama çayı, detoks çayı, sporsuz zayıflama, zayıflamak isteyenler buraya. Zaman kaybeymeyin Özlex Tea ile kilolarınızı kaybedin. Özlextea hayatınıza güzellik katar. Çayımız iştah keser, tokluk hissi verir, bol su içmenizi sağlar, adet düzenleyici özelliği vardır. Sıkıcı bunaltıcı ve zorlu diyetlerden sıkılmadınız mı? Özlex Tea ile aç kalmaya son. Zayıflamanın doğal yolu. Ne yiyeceğini sen seç, artık ne yemek istediğini diyetler değil Özlex Tea kullanarak sen belirle. Tatlılardan kaçmaya son. Zayıflatan çay... Bakanlık onaylı"* şeklinde ifadelere ve ürünü kullandığı iddia edilen kişilerin tavsiye içeren yorum ve değerlendirme mesajlarına yer verildiği hususları tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu reklamlarda yer alan *"şeker hastalığına iyi gelme", "kan şekerini düzenleme", "ödem attırma", "iltihap atma-iltihap söktürme", "sindirim sistemini güçlendirme", "adet düzenleme", "tok tutma-tokluk hissi verme", "metabolizma hızlandırma", "enerji verme", "zayıflatma", "kilo verdirme", "yağ yakma", incelme-sıkılaşma", "sporsuz zayıflama", "diyetsiz zayıflama", "iştah kesme", "bol su içmeyi sağlama"* ve *"1 ayda 4-12 kilo verme"* gibi beyanların birer sağlık beyanı olduğu, bu tür beyanlarla bitki çayı adı altında satışı yapılan Özlex Tea adlı ürünün bazı hastalıkları veya sağlık sorunlarını iyileştirdiği, tedavi ettiği veya önlediği veyahut da kilo vermeyi sağladığı şeklinde yanıltıcı bir izlenim oluşturularak söz konusu ürünün sanki bir ilaç veya beşeri tıbbi ürün gibi tanıtıldığı, yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre gıdalar/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 yandan, "Bakanlık Onaylı" ifadesiyle, söz konusu ürünün iddia edilen etkilerinin adı geçen Bakanlık tarafından test edilip onaylandığı algısının oluşturulduğu, bununla birlikte, Tarım ve Orman Bakanlığına bağlı Ulusal Gıda Referans Laboratuvar Müdürlüğü tarafından yapılan ürün içerik analizi ile söz konusu analize ilişkin olarak Bakanlığımıza sunulan analiz raporlarının, Özlex Tea adlı ürünün ilgili Bakanlık tarafından onaylandığı anlamına gelmediği, dolayısıyla ürünün muayene ve analiz raporlarına dayanılarak kullanılan "Bakanlık Onaylı" ifadesinin açık bir şekilde tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı 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 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 **Özlem Üçgül Giyim Tic. ve San. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **114.326 TL (Yüzondörtbinüçyüzyirmialtı Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**56)**

**Dosya No: 2021/1472**

**Şikayet Edilen: Turgut Ünsal Karia Kahvesi**

**Şikayet Edilen Reklam/Haksız Ticari Uygulama:** Firmaya ait olup Datça’da faaliyet gösteren Karia Pide Pizza Lahmacun adlı işletmeye ilişkin olarak www.google.com.tr adresli internet sitesinde yer verilen reklam ve tanıtımlar ile tüketicilere yönelik olarak gerçekleştirilen ticari uygulamalar.

**Reklam/Haksız Ticari Uygulama Yayın Tarihi:** Şubat 2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan incelemede, Google arama portalında Datça'da bulunan Karia Pide Pizza Lahmacun dışındaki diğer bazı restoranların isimleri yazılarak yapılan aramalarda, *"Telefon Et: (0252) 712 27 22. Karia Pide Pizza Lahmacun. Datça'nın en iyi pidesi, hızlı paket servis, hediyeli ürünler, denize sıfır Nazilli pidesi"* ifadelerinin arama yapılan restorana ilişkin bilgilerden de önce gelecek şekilde sayfanın en üstünde yer aldığı hususları tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, Muğla İli Datça İlçesinde yeme-içme sektöründe faaliyet gösteren Karia Pide Pizza Lahmacun isimli işletme tarafından www.google.com.tr adresli internet sitesinde yayınlanan reklamlarda, yine Datça'da yeme-içme sektöründe faaliyet gösteren diğer işletmelerin isimleri kullanılarak bazı tanıtımlara yer verildiği, buna göre, Google arama portalında Datça'da bulunan Karia Pide Pizza Lahmacun isimli işletme dışındaki diğer bazı restoranların isimleri yazılarak yapılan aramalarda, *"Telefon Et: (0252) 712 27 22. Karia Pide Pizza Lahmacun. Datça'nın en iyi pidesi, hızlı paket servis, hediyeli ürünler, denize sıfır Nazilli pidesi"* ifadelerinin arama yapılan restorana ilişkin bilgilerden de önce gelecek şekilde sayfanın en üstünde yer aldığı, böylelikle, anılan işletmeye ait Google reklamlarında Datça'daki diğer restoranların isimleri anahtar kelime olarak kullanılarak bir başka restoranın bilgilerine ulaşmak veya bir başka restorandan sipariş vermek isteyen tüketicilerin doğrudan Karia Pide Pizza Lahmacun isimli restorana yönlendirildiği, bu durumun ise rakipler aleyhine haksız rekabete yol açıcı ve tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu, diğer yandan, söz konusu ticari uygulamanın tüketicilerin bilinçli olarak karar verme yeteneğini azaltarak normal şartlar altında taraf olmayacakları bir tüketici işlemine taraf olmalarına yol açan ve tüketicilerin ekonomik davranış biçimini önemli ölçüde bozan haksız bir ticari uygulama olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtım ve ticari uygulamaların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 11, 28, 29, 30 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren/ticari uygulamada bulunan **Turgut Ünsal Karia Kahvesi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63, 77/12 ve 77/13 üncü maddeleri uyarınca **anılan reklamları ve haksız ticari uygulamaları durdurma cezası** verilmesine ve söz konusu idari işlemin Google Türkiye’yi temsil eden Google Bilgi Teknolojileri Ltd. Şti.'ne bildirilmesine karar verilmiştir.

**57)**

**Dosya No: 2021/567**

**Şikayet Edilen:** **Farmavita İlaç Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam**: “Passiflora Kapsül” adlı ürüne ilişkin reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet/Televizyon

**Tespitler:** https://passiflorakapsul.com/ internet adresinde yapılan tanıtımlarda sağlık profesyonellerinin tanıklığına; FOX TV adlı televizyon kanalında yayımlanan reklamda “Aaa… Passiflora’nın kapsülü mü çıkmış?” şeklinde ifadeye yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, https://passiflorakapsul.com/ internet adresinde yapılan tanıtımlarda, “Uzman Görüşleri” altında yer verilen eczacı, terapist ve eczacı teknisyeni olmak üzere sağlık profesyonellerinin tavsiyelerinin, tanıklığını bildiren kişilerin tecrübesine, bilgisine veya araştırma sonuçlarına dayandırılmadığı ve dolayısıyla gerçekliği ispatlanmayan tanıklık ya da onay ifadelerinin kullanılmasının tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu, FOX TV adlı televizyon kanalında yayımlanan reklamda yer verilen “Aaa… Passiflora’nın kapsülü mü çıkmış?” şeklindeki ifadenin ise tüketiciler nezdinde, esasen takviye edici gıda niteliğinde olan Passiflora Kapsül ürününün, tanınmış marka statüsü bulunan şurup formundaki tıbbi ilaç olarak algılanmasına yol açtığı ve bu suretle anılan reklamın ortalama tüketicinin algılama düzeyi ile tüketici üzerindeki olası etkisini göz önünde bulundurmayarak onun tecrübe ve bilgi eksikliklerini istismar edici nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/1-b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 9/1, 9/2, 9/5, 16/1, 16/3, 18/1 ve 26/1’inci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61/2, 61/3, 61/6 ve 61/7’nci maddeleri

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**58)**

**Dosya No: 2021/926**

**Şikayet Edilen: TAB Gıda Sanayi ve Ticaret Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından Instagram adlı internet sitesinde yayınlanan “5'li Whopper Fırsatı” başlıklı kampanyaya ilişkin reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Instagram üzerinden verilen reklamda, “5’li Whopper Fırsatı” başlıklı reklamın ana vaadi olarak “5 Adet Seçeceğin Whopper + 2 Adet Büyük Boy Patates + 10’lu Soğan Halkası + 2 Adet 1 L. Coca-Cola 118,45 TL yerine 74,95 TL” ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, Instagram üzerinden verilen reklamda, reklamın ana vaadi olarak “5 Adet Seçeceğin Whopper + 2 Adet Büyük Boy Patates + 10'lu Soğan Halkası + 2 Adet 1 L. Coca-Cola 118,45 TL yerine 74,95 TL” ifadelerine yer verildiği ancak kampanyadan yararlanmak üzere “Şimdi Alışveriş Yap” sekmesine basıldığında tüketicilere bu fiyatın yalnızca Whopper Jr. ürünü için geçerli olduğu bilgisinin verildiği, istisna niteliğindeki bu durumun ana vaat ile çeliştiği ve dolayısıyla tüketicilerin satın alma kararını etkileyen bu durumun aldatıcı ve 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, 7/5-a, 9/1, 9/5, 13/1, 13/9, 14/1, 14/2, 14/3, 14/4, 18/1, 18/2, 18/5, 18/6, 29/1’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 **TAB Gıda 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.

**59)**

**Dosya No: 2021/971**

**Şikayet Edilen: Hülya MERAL (Pestil Dükkânı)**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.pestildukkani.com/u245/pestil-cesitleri/cevizli-sucuk fiyati.html URL adresinde yapılan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.pestildukkani.com/u245/pestil-cesitleri/cevizli-sucuk-fiyati.html URL adresinde piyasaya arz edilen “Cevizli Sucuk” isimli ürününe ilişkin tanıtımda, ürünün içeriğinde şeker bulunmasına karşın ürün içeriğine ilişkin bilgilendirme kısmında yalnızca *“İç kısmındaki bütün ceviz, dut, süt, bal, fındık ve cevizle oluşturulan karışıma birkaç kez batırılır ve birkaç gün kurutulur. Dış yüzeyi Giresun’un özel fındıklarından ‘pikolalı fındık’a batırılır. Gümüşhane’de köme ve bazı bölgelerde cevizli sucuk, orcik, Maraş sucuğu, bandırma ve şeker sucuk gibi isimlerle anılır.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, ürün yapısı ve bileşimine ilişkin eksik bilgi sunulan bahse konu tanıtımların tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

- 5996 sayılı Veteriner Hizmetleri, Bitki Sağlığı, Gıda ve Yem Kanunu’nun 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 **Hülya MERAL** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63’üncü ve 77/12’nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**60)**

**Dosya No: 2021/1133**

**Şikayet Edilen: Deniz Pharma İlaç San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** denizpharma.com.tr internet adresinde “Denflor Probiyotik Mikroorganizma İçeren 10 Kapsül” isimli ürüne ilişkin reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://denizpharma.com.tr/probiyotik-mikroorganizma-iceren-10-kapsul.html URL adresinin 30.03.2021 tarihli görünümünde yayımlanan reklamlarda, anılan ürünün “DENFLOR KAPSÜL Enfeksiyon kaynaklı ishal olguları; spesifik olmayan ishal olguları; antibiyotik tedavisine bağlı ishal gibi sindirim sistemi rahatsızlıklarının önlenmesi ve tedavisinde kullanılır. Tercihen yemek saati dışındaki zamanlarda çocuklarda günde 1 kapsül yetişkinlerde günde 2 kapsül bir miktar su ile alınmalıdır.” şeklinde beyanlara yer verilerek tanıtımının yapıldığı, bu beyanların mevzuata aykırı sağlık beyanı olduğu, endikasyon belirttiği ve bilimsel olarak ispata muhtaç ifadeler olduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, Denflor Probiyotik Mikroorganizma İçeren 10 Kapsül adlı ürünün anılan mecrada sağlık beyanı içeren ifadelere yer verilerek tanıtım yapıldığı, bu tür beyanlarla takviye edici bir gıda niteliğinde olan söz konusu ürünün 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 tanıtımların;

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında 5/1-a, b, ç, d 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 ve b, 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) 13/2-c maddesi,

- 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 ve 26/1 inci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61/2, 61/3, 61/6 ve 61/7 nci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**61)**

**Dosya No: 2021/1416**

**Şikayet Edilen: Farmakozmetika Sağlık Ürünleri ve Kozmetik Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.trendyol.com/ adlı internet sitesinde satışa sunulan “Passiflora Kapsül” markalı ürüne ilişkin reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.trendyol.com/farmavta/passflora-30-kapsul-3-lu-paket-p-75290204? boutqueld=546549&merchantld=214643 URL adresinde “Passiflora Kapsül” markalı ürüne ilişkin “Ürün açıklaması” kısmında “...Uyku problemlerinde yatmadan 1 saat önce 1-2 kapsül alınabilir.” şeklinde beyanlara yer verilerek tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, https://www.trendyol.com/ adresinde inceleme konusu ürünün 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 tanıtımların;

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 5/1-a, b, ç ve d 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 ve b, 8/1, 8/2, 8/3, 8/4, 8/5, 9/1 ve 9/2’nci 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,

- Türk Gıda Kodeksi Takviye Edici Gıdalar Tebliği’nin (Tebliğ No: 2013/49) 13/2-c 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 **Farmakozmetika Sağlık Ürünleri ve Kozmetik Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63’üncü ve 77/12’nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**62)**

**Dosya No: 2021/1417**

**Şikayet Edilen: Gardenya Sağlık Kozmetik San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.hepsiburada.com adlı internet sitesinde satışa sunulan “Passiflora Kapsül” markalı ürüne ilişkin reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.hepsiburada.com/farmavita-passiflora-30-kapsul-p-HBV00000O5QB C URL adresinde “Passiflora Kapsül” markalı ürüne ilişkin “Ürün açıklaması” kısmında “...Uyku problemlerinde yatmadan 1 saat önce 1-2 kapsül alınabilir.” şeklinde beyanlara yer verilerek tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, https://www.hepsiburada.com/ adresinde inceleme konusu ürünün 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 tanıtımların;

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 5/1-a, b, ç ve d 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 ve b, 8/1, 8/2, 8/3, 8/4, 8/5, 9/1 ve 9/2’nci 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,

- Türk Gıda Kodeksi Takviye Edici Gıdalar Tebliği’nin (Tebliğ No: 2013/49) 13/2-c 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 **Gardenya Sağlık Kozmetik San. ve Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63’üncü ve 77/12’nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**63)**

**Dosya No: 2021/1418**

**Şikayet Edilen: Leylek Teknoloji E-Ticaret San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.ciceksepeti.com adlı internet sitesinde satışa sunulan “Passiflora Kapsül” markalı ürüne ilişkin reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.ciceksepeti.com/farmavita-passiflora-10kapsulkc665961?query=passi flora%20ka URL adresinde “Passiflora Kapsül” markalı takviye edici gıdaya ilişkin “Ürün açıklaması” kısmında “...*Uyku problemlerinde yatmadan 1 saat önce 1-2 kapsül alınabilir*.” şeklinde beyanlara yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, https://www.ciceksepeti.com/ adresinde inceleme konusu ürünün 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 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 ispat edilmiş sayılamayacağı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 5/1-a, b, ç ve d 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 ve b, 8/1, 8/2, 8/3, 8/4, 8/5, 9/1 ve 9/2’nci 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,

- Türk Gıda Kodeksi Takviye Edici Gıdalar Tebliği’nin (Tebliğ No: 2013/49) 13/2-c 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 **Leylek Teknoloji E-Ticaret 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.

**64)**

**Dosya No: 2021/1477**

**Şikayet Edilen: Nobel İlaç San. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** "Nbl Probiotic Gold" adlı ürüne ilişkin olarak; Ekim 2020 - Mart 2021 tarihleri arasında muhtelif televizyon kanallarında ve internet ortamında (Facebook, Youtube kanalı) yayınlanan, "*NBL Probiotic Gold, Çift Kaplama Teknolojisi ile 100 kat daha fazla canlı dost bakteri bağırsağa canlı ulaşır.*" ifadesini içeren reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020-2021

**Yayınlandığı Mecra:** TV-İnternet

**Tespitler:** Ekim 2020 - Mart 2021 tarihleri arasında muhtelif televizyon kanallarında yayınlanan reklamlarda, "*NBL Probiotic Gold, Çift Kaplama Teknolojisi ile 100 kat daha fazla canlı dost bakteri bağırsağa canlı ulaşır.*" ve akar bantta '*...kaplamasız probiyotiklere kıyasla'* şeklinde ifadelere yer verildiği, reklam veren firmanın facebook hesabı ile Youtube kanalında yayınlanan tanıtımlarda da, "*NBL Probiotic Gold, Çift Kaplama Teknolojisi ile 100 kat daha fazla canlı dost bakteriyi mide ve safra asidinden etkilenmeden bağırsağa ulaştırır.' ş*eklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu reklam ve tanıtımlarda yer alan "*NBL Probiotic Gold, Çift Kaplama Teknolojisi ile 100 kat daha fazla canlı dost bakteri bağırsağa canlı ulaşır.*" ve akar bantta geçen '*...kaplamasız probiyotiklere kıyasla'* şeklindeki ifadelerle, adı geçen ürünün piyasada bulunan diğer probiyotik ürünlere göre 100 kat daha fazla etkili olduğu, böylece adı geçen ürünün diğer benzer ürünlerden çok daha üstün olduğu yönünde bir algı oluşturulduğu, reklam veren tarafından yapılan açıklamada her ne kadar '100 kat daha fazla' ifadesi ile yapılan karşılaştırmanın piyasadaki diğer probiyotiklere ilişkin olmadığı, çift kaplama teknolojisi uygulanmamış kaplamasız aynı ürüne kıyasla elde edilen sonucu ifade ettiği belirtilmişse de gerek reklamın ana vaadinde geçen gerekse alt yazıda yer alan ifadelerden bu durumun net bir şekilde anlaşılamadığı ve ayrıca ilgili yasal mevzuatta takviye edici gıdaların karşılaştırmalı reklamı ise hiçbir şekilde yapılamayacağının hüküm altına alındığı dolayısıyla aldatıcı-yanıltıcı ve dürüst rekabet ilkelerini ihlal edici nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

-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 Kanununun 24/3 maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**65)**

**Dosya No: 2021/1479**

**Şikayet Edilen: SBS Bilimsel Bio Çöz. San. ve Tic. A. Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Bee'o Propolis Damla markalı/isimli ürüne ilişkin olarak muhtelif mecralarda yayınlanan *“propolis doğal bir arı ürünüdür, nardan seksen kat daha güçlüdür…”* iddialarını içeren reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Yayınlandığı Mecra:** TV

**Tespitler:** 30.04.2020 tarihi itibariyle, CNN TÜRK, NTV, HABER TÜRK, BEYAZ TV, MİNİKA GO, MİNİKA ÇOCUK gibi muhtelif TV kanallarında yayınlanan Bee'o Propolis Damla markalı/isimli ürüne ilişkin reklamlarda; *“propolis doğal bir arı ürünüdür, nardan seksen kat daha güçlüdür…”; “bee’o Türkiye’nin ilk ve tek yerli Tübitak inovasyon ödüllü propolisidir...”; “ailecek sağlıklı beslenmenin doğal formülüdür…”; “İstanbul Teknik Üniversitesi’nden uzman eliyle”* şeklinde ifadelere yer verildiği, aynı reklam videolarının 03.11.2020 tarihinde youtube kanalında yayınlanmaya devam ettiği,

Diğer taraftan, söz konusu reklamların bir versiyonunun son kısmında, *“Bee’o Polen çinko içeriği ile bağşıklık sisteminin normal fonksiyonuna katkıda bulunur.”,* diğer versiyonun son kısmında ise *“Bee’o Keçiboynuzu doğal demir içeriği ile bağşıklık sisteminin normal fonksiyonuna katkıda bulunur.”* ifadelerini içeren sabit görsellere yer verildiği görülmüştür.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu reklam ve tanıtımlarda yer alan *“... nardan seksen kat daha güçlüdür.'* ifadesi ile, nar ve bir arı ürünü olan propolis gibi aynı ihtiyacı karşılamaya veya aynı amaca yönelik olmayan, tamamen birbirinden farklı iki ürün arasında karşılaştırma yapıldığı, ilgili yasal mevzuatta takviye edici gıdaların karşılaştırmalı reklamı ise hiçbir şekilde yapılamayacağının hüküm altına alınmasına rağmen yine aynı şekilde ' *Her propolis aynı değildir'* ifadesi ile reklamı yapılan Bee'o Propolis ile piyasada bulunan diğer propolis ürünleri arasında dolaylı bir karşılaştırma yapılarak adı geçen ürünün diğer benzer ürünlerden daha üstün olduğu algısının oluşturulduğu,

İnceleme konusu reklamlar esasen "Bee'o Propolis" markalı /isimli ürüne ilişkin olmasına rağmen, söz konusu reklamların son kısmındaki sabit görsellerde yer alan *“Bee’o Polen çinko içeriği ile bağşıklık sisteminin normal fonksiyonuna katkıda bulunur.”, “Bee’o Keçiboynuzu doğal demir içeriği ile bağşıklık sisteminin normal fonksiyonuna katkıda bulunur.”*   ifadeleri ile, "Bee'o Polen" ve "Bee'o Keçiboynuzu" markalı / isimli ürünlere atfen kullanılan "*bağşıklık sisteminin normal fonksiyonuna katkıda bulunur.”* Şeklindeki sağlık beyanının sanki "Bee'o Propolis" isimli ürüne ilişkinmiş gibi gösterilmeye çalışıldığı, sonuç olarak anılan tanıtımların tüketicileri aldatıcı-yanıltıcı, dürüst rekabet ilkelerini ihlal edici ve mevzuata aykırı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

-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 Kanununun 24/3 maddesi,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **SBS Bilimsel Bio Çöz. 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.

**66)**

**Dosya No: 2021/1480**

**Şikayet Edilen: Taşkent Yayla Balı - Mustafa AKTAŞ**

**Şikayet Edilen Reklam:** "https://www.facebook.com/taskentbal4224" adresli facebook hesabında yer alan "Taşkent Yayla Balı"na ilişkin reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019**-**2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** "https://www.facebook.com/taskentbal4224" adresli facebook hesabının Eylül 2019 tarihli görünümünde, *'Yedi Karışımlı Atomda Son Kampanya, Ölümden başka her derde deva, başta sertleşme, erken boşalma, sperm yetmezliği, bayanlarda istek artırma, yumurtlama ve adet düzensizliği, ayrıca sağlıkta şeker, tansiyon, astım, bronşit, nefes darlığı, birçok hastalığa çare, vücudu silbaştan yenileyen, hiç bir yan etkisi olmayan, son kez bu fiyata, atomu sakın kaçırma*' ve aynı facebook hesabının Mart 2021 tarihli görünümünde, "*11 karışımlı atom sizlerle!...Astım bronşit halsizlik cigerleri temizleme balgam sökme prostad kanseri ve özel yaşamla lgili bir çok şeye faydalı olan bu karışım sizlerle*" şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu facebook hesabının Eylül 2019 tarihli görünümünde yer alan 'Yedi Karışımlı Atomda Son Kampanya, Ölümden başka her derde deva, başta sertleşme, erken boşalma, sperm yetmezliği, bayanlarda istek artırma, yumurtlama ve adet düzensizliği, ayrıca sağlıkta şeker, tansiyon, astım, bronşit, nefes darlığı, birçok hastalığa çare, vücudu silbaştan yenileyen, hiç bir yan etkisi olmayan, son kez bu fiyata, atomu sakın kaçırma' ve aynı facebook hesabının Mart 2021 tarihli görünümünde yer alan "11 karışımlı atom sizlerle!...Astım bronşit halsizlik cigerleri temizleme balgam sökme prostad kanseri ve özel yaşamla ilgili bir çok şeye faydalı olan bu karışım sizlerle" şeklindeki ifadelerin birer sağlık beyanı olduğu, bu tür beyanlarla takviye edici bir gıda niteliğinde olan söz konusu ürünün, tıp literatüründe hastalık olarak tanımlanan ve hekim kontrolünde tedavi edilmesi gereken bazı sağlık sorunlarına karşı iyi geldiği veya bu hastalıkların bu ürünle tedavi edildiği veya tedavisine yardımcı olunduğu 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 değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

-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 Kanununun 24/3 maddesi,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**67)**

**Dosya No: 2021/1481**

**Şikayet Edilen: Aslan Kardeşler Gıda İhtiyaç Mad. Tic. San. A.Ş**

**Şikayet Edilen Reklam:** "Turka Market" e ilişkin olarak hazırlanan ve 05-29 Mart 2020 tarihleri arasında geçerli indirimli fiyatları gösteren el broşürlerinde yer alan "Veronelli" markalı 500 Gr. makarna çeşitlerine ilişkin fiyat tanıtımları

**Reklam Yayın Tarihi:** Mart 2020

**Yayınlandığı Mecra:** Broşür

**Tespitler:** İnceleme konusu el broşüründe, "Veronelli" markalı 500 Gr. makarna çeşitlerinin 3,25 TL 'den 2,75TL ye indirildiği belirtilmiş olmasına rağmen, belirtilen tarihlerde söz konusu ürünlerin 3,50 TL'den satışının gerçekleştirildiği (İndirimsiz fiyattan bile daha fazla bir fiyattan satıldığı), bu durumun Kırşehir Ticaret İl Müdürlüğü yetkililerince 27.03.2020 tarihli tutanakla kayıt altına alındığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu el broşüründe, "Veronelli" markalı 500 Gr. makarna çeşitlerinin 3,25 TL 'den 2,75TL ye indirildiği belirtilmiş olmasına rağmen, belirtilen tarihlerde söz konusu ürünlerin 3,50 TL'den satışının gerçekleştirildiği (İndirimsiz fiyattan bile daha fazla bir fiyattan satıldığı), Kırşehir Ticaret İl Müdürlüğü yetkililerince 27.03.2020 tarihli tutanakla kayıt altına alınan bu uygulama ile tüketicilerin aldatılıp yanıltıldığı, reklam ve tanıtımlarda yer alan her türlü bilginin doğruluğundan reklam veren firmaların sorumlu olduğu, sonuç olarak anılan tanıtımların tüketicileri aldatıcı-yanıltıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**68)**

**Dosya No: 2021/875**

**Şikayet Edilen: Altıparmak Gıda Sanayi ve Ticaret Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** 28.02.2021 tarihli Hürriyet Gazetesinde “Bağışıklığı Desteklemeye Yardımcı Propolis” başlığı ile yayınlanan Balparmak markalı ürünlerin tanıtımı.

**Reklam Yayın Tarihi:** 28.02.2021

**Yayınlandığı Mecra:** Gazete

**Tespitler:** 28.02.2021 tarihli Hürriyet Gazetesinde “Bağışıklığı Desteklemeye Yardımcı Propolis” başlığı ile yayınlanan Balparmak markalı ürünlere ilişkin tanıtım yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Reklam Kurulu’nun 04.05.2021 tarihli ve 309 sayılı toplantısında konu ile ilgili olarak yapılan görüşme ve değerlendirmeler sonucunda;

Metin içerisinde yer verilen *“Propolisin mikroplara karşı etkisinin bilimsel çalışmalarla kanıtlandığına dikkat çeken uzmanlar…”, “Yüzyıllar boyunca propolisten insan sağlığının korunmasına yararlanılıyor. Savaş yaralarının ya da günlük yaraların enfeksiyondan korunması ve tedavisinde, Hipokrat’ın yara tedavisi ve ülserlerde, Plinus’un yangı giderici, ağrı kesici, yara iyileştirici tedavisinde de bu ürün kullanıldı. Yine İnka’ların ise ateş düşürücü olarak propolis kullandığına dikkat çekiliyor.”*, *“Prof. Dr. Yeşilada, son yıllarda yapılan bilimsel araştırmalarla mikroplara karşı etkinliği kanıtlanan propolisin vücudun savunma elemanlarını uyarıcı etkileriyle yararlı olabildiğinin altını çizdi.”*, *“Bal tüketen kişilerin kemik iliğinde üretilen kırmızı kan hücreleri, hem biyolojik etkinliği hem de fonksiyonel olarak bağışıklığın çalışmasında daha etkilidir. Balda bulunan kuersetin, hesperidin ve apigenin gibi flavonoidler, kalp, kanser ve diyabet hastalıklarından korunmaya yardımcı olur. Balda doğal olarak bulunan organik asitlerden glukonik ve malik asit sayesinde vücut toksinlerinden arınır. Bal, içerdiği musilaj sayesinde mide ve bağırsakların iç yüzeyini kaplayarak; midede yanma ve bağırsaklarda şişkinlik oluşumunu da önler.”* şeklinde mevzuata aykırı sağlık beyanları kullanılarak tanıtım yapıldığı, söz konusu sağlık beyanlarının kullanımı için yetkili idari otoriteden izin alınmadığı 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 **Altıparmak Gıda Sanayi ve Ticaret Anonim Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü maddesi ile 77 nci maddesinin (12) numaralı fıkrası uyarınca **228.654,00-TL (İkiyüzyirmisekizbinaltıyüzellidört Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**69)**

**Dosya No: 2021/1406**

**Şikayet Edilen: Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi**

**Şikayet Edilen Reklam:** 27.11.2020 tarihinde https://www.comu.edu.tr/haber-20313.html URL uzantılı internet sitesinde yapılan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 27.11.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.comu.edu.tr/haber-20313.html URL uzantılı internet sitesinde 27.11.2020 tarihinde yayınlanan “İdapolis” markalı propolis ürününe ilişkin sağlık beyanları kullanılarak tanıtım yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Reklam Kurulu’nun 04.05.2021 tarihli ve 309 sayılı toplantısında konu ile ilgili olarak yapılan görüşme ve değerlendirmeler sonucunda;

https://www.comu.edu.tr/haber-20313.html URL uzantılı internet sitesinde 27.11.2020 tarihinde yayınlanan metnin “İdapolis” markası ile piyasaya arz edilen takviye edici gıda mahiyetindeki propolis ürünün nitelikleri hakkında tüketicilerin aydınlanma ve bilgilendirilme ihtiyacını karşılama ile haber verme amacının dışına çıktığı, tüketicileri söz konusu ürüne yönlendirici nitelikte olduğu, inceleme konusu paylaşımın reklam olduğuna ilişkin herhangi ifadeye yer verilmediği, örtülü reklamının yapıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61/4 ve 61/7 maddeleri

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,mecra kuruluşu **Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü maddesi ile 77 nci maddesinin (12) numaralı fıkrası uyarınca **anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**70)**

**Dosya No: 2018/7741**

**Şikayet Edilen: Seyirevi Reklam ve Bilişim Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://urun.n11.com/diger/caksir-erken-bosalma-ve-sertlesme-sorunu-caksir-P292884478?icid=990004 uzantılı URL adresindeki ürüne yönelik tanıtımlarda geçen mevzuata aykırı sağlık beyanları.

**Reklam Yayın Tarihi:** 11.12.2018

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://urun.n11.com/diger/caksir-erken-bosalma-ve-sertlesme-sorunu-caksir-P311353078 uzantılı URL adresinin 25.01.2019 tarihli görünümünde; *“Erken Boşalma ve Sertleşme Sorunu. Ürünü kullanmaya başladığınız ilk günden itibaren müthiş bir zindelik duygusu ve kuvvet hissetmenize yardımcı olur. Çakşırın mükemmel formülü  içeriğinde gizlidir. Çakşır ile zenginleştirilmiş Ginseng ekstresi, Ginkgo biloba ve Saw Palmetto'nun da yardımıyla mükemmel bir zindelik ve ilişkinizde güç potansiyeli yaratabilir! En önemli özelliklerinden biri erken boşalmayı gidermeye yardımcı olur. Ayrıca Peyronie erkek organın eğriliği şikayetlerinde destek amaçlı kullanılabilir. (...)Hayal kırıklığına son verin . En etkili çözümü Şimdi Çakşır satın alarak farkedin! (...)Dr.Shiffa Çakşır Hapın etki süresi kişiden kişiye değişmekle beraber 10-15 gün sonra etkisini göstermeye başlar. Asıl performans artışı ise 5. haftada ortaya çıkmaya başlar. (...)Dr.Shiffa Çakşır Hap ile ilgili en etkili sonucu alabilmek için sabah 1 akşam 1 kapsül olmak şartıyla 3 ay aralıksız kullanmak, eğer 45 yaşın üzerinde iseniz 3 ay kullandıktan sonra 1 ay ara verip tekrar 1 ay kullanmak gerekmektedir. (...)Erkek Organı rahime girmeden önce boşalma olursa; ileri derecede erken boşalma. Önerilen Kullanım: 4 Kutu Çakşır.”* şeklinde ifadelerin yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, bahse konu tanıtımda endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç ifadeler kullanılarak mevzuatta izin verilen sınırın dışına çıkan tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği, bu doğrultuda söz konusu ürünün anılan ifadelerle fizyolojik yapıda değişiklik meydana getirerek insan sağlığına doğrudan veya dolaylı olarak fayda sağlayan ve hastalıklara karşı etkili olan bir “tıbbi ürün” gibi tanıtıldığı, takviye edici gıda statüsündeki inceleme konusu ürünün tanıtımlarında tıp literatüründe hastalık olarak kabul edilen sağlık problemlerinin tedavilerine atıfta bulunulmasının tüketicileri aldatıcı ve bilgi noksanlıklarını istismar edici nitelik teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/c, 5/ç 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 **Seyirevi Reklam ve Bilişim 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.

**71)**

**Dosya No: 2019/2198**

**Şikayet Edilen: Hamdard Gıda İthalat İhracat ve Dış Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** http://www.plantus.com.tr adresli internet sitesinde "Plantus" isimli ürünler ile ilgili reklamlarda yer verilen sağlık beyanları.

**Reklam Yayın Tarihi:** 21.04.2019

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** http://plantus.com.tr/ adresli internet sitesinin 23.04.2019 tarihli görünümünde;

Plantus Balance isimli ürün ile ilgili; *“Anksiyete ve endişenin dengelenmesine yardımcı olur. Plantus Balance, içeriğinde bulunan Alıç ekstresi ve diğer bitki ekstreleri sayesinde kalp ve dolaşım sistemine destek olur. Özellikle günümüz insanının en büyük sonınu olan endişe - anksiyete durumlarında ilk etkilenen sistemlerden birisi kardiyovasküler sistemdir ve bu durum yaşam kalitesini ve sosyal hayattaki iletişimini oldukça düşürür. Balance, endişe ve anksiyetenin yol açtığı fizyolojik problemleri dengeleyerek kişinin yaşam kalitesinin artmasına yardımcı olur. Kan basıncını dengeleyerek damarlarda oluşabilecek hasarlara karşı koruma sağlar.", Plantus Connect isimli ürün ile ilgili; “Plantus Connect içeriğindeki bitki ekstreleri oldukça etkin şekilde bedendeki inflamasyon ve ödemi kontrol altına almaya yardımcı olur. Ayrıca özellikle karamuk (Berberis vulgaris) ekstresi sinir hücrelerini korumaya yardımcı olur.”*,

Plantus Licorice isimli ürün ile ilgili; *"Licorice Root (Meyan Kökü) Gastrointestinal problemler için geleneksel olarak uzun süredir kullanılmaktadır. Ülser ve gastrit gelişimi riskine karşı destektir. H. Pylori enfeksiyonlarına karşı koruyucudur. Mide iç yüzeyini korumaya ve hücrelerin dengesini korunmasına yardımcı olur. Güçlü antienflamatuvar özelliklere sahiptir. Antioksidandır. Antiviral - antibakteriyel özelliklere sahiptir. Adaptojen olarak kabul edilen bitkilerdendir.”*,

Plantus LVR isimli ürün ile ilgili; *“Karaciğer Sağlığını Korumaya Yardımcı Olur. Plantus Lvr içeriğinde bulunan Deve Dikeni (silybum mariamım) ekstresinden elde edilen silymarin denen etken madde bulunmaktadır. Silymarin bilinen en etkili karaciğer koruyucusudur. Karaciğer toksinlerinin (alkol, ilaç vb.) hücre içine girmesini önler. Karaciğer yağlanması ve zehirlenmelerinde kullanılır.",*

Plantus DTX isimli ürün ile ilgili; *“Plantus Dtx içeriğinde bulunan Sivertiya, geleneksel Ayurveda da güçlü acı tadıyla bilinen önemli bir bitkidir. Detoks enzimleri Glutathione Peroksidaz, Süperoksit Dismutaz ve Katalazın fonksiyonlarını artırdığı bulunmuştur. Plantus Dtx cilt için önemli destek sağlar. Ağır metallerin vücuttan atılmasında ve kandaki toksinlerin atılmasında yardımcıdır. Aynı zamanda sağlıklı bağırsak hareketi, antienflamatuvar, antioksidan ve karaciğer sağlığının desteklenmesine yardımcı olur.”,*

Plantus CLN isimli ürün ile ilgili; *“Plantus Cln içerisinde yer alan bitki esktreleriyle kolon temizliği için hem çözünür hem de çözünmeyen lif içerir. Çözünmez lif özellikle eliminasyonun iyileştirilmesi ve kabızlığın önlenmesi için iyidir. Çözünür lif Salmonella, Campylobacter ve E. coli gibi potansiyel olarak zararlı bakterileri yok eden doğal antibiyotikler üreten yararlı bakterileri artırır. Plantus Cln bozulan bağırsak florasının düzelmesine yardımcı olur. Çözünür lif, kolesterolün bağlanması ve vücuttan geçmesine yardımcı olmak için de önemlidir.”*

şeklinde ifadelerle tanıtımlar yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, bahse konu tanıtımlarda söz konusu ürünlerin, viral ve bakteriyel enfeksiyonlara ve tıp literatüründe hastalık olarak tanımlanan sağlık problemlerine karşı olumlu etkilerinin olduğu veya bu hastalıkların anılan ürünlerle tedavi edildiği veya tedavisine yardımcı olduğu izleniminin oluşturulduğu, böylece endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç iddialara yer verilerek söz konusu ürünlerin bir ilaç veya beşeri tıbbi ürün gibi tanıtıldığı,

Bu kapsamda, bir bütün olarak değerlendirildiğinde tanıtımlarda yer alan ifadelerin "sağlık beyanı" niteliğinde olduğu ve 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 gerekirken, kullanılan bu beyanlar için ilgili otoriteden izin alınmadığından söz konusu beyanların doğruluğunun ispat edilmiş sayılamayacağı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/c, 5/ç 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 **Hamdard Gıda İthalat İhracat ve Dış Ticaret Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63’üncü ve 77/12’nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**72)**

**Dosya No: 2019/2833**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** Supradyn Energy Focus isimli takviye edici gıda ürününün https://www.bayer.com.tr/tr/medya/basin-bultenleri/gulse-birsel-supradyn-energy-focus-reklam-filminde.php uzantılı URL adresinde yer alan reklamları.

**Reklam Yayın Tarihi:** 01.04.2019

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** https://www.bayer.com.tr/tr/medya/basin-bultenleri/gulse-birsel-supradyn-energy-focus-reklam-filminde.php adresli internet sitesinin 04.12.2019 tarihli görünümünde; "Supradyn Energy Focus" isimli ürün ile ilgili; "Yazar ve oyuncu Gülse Birsel, başarıya odaklanmak isteyenlerin destekçisi olarak Supradyn ürünleri arasında yerini alan Yeni Supradyn Energy Focus’un marka yüzü oldu. Yeni reklam filmi, Gülse Birsel’in başarıya odaklanması gereken yoğun temposundaki sırrını konu alıyor. İzleyici, reklam filminde senarist, köşe yazarı, oyuncu, yazar ve daha birçok kimliğiyle tanınan Birsel’in Supradyn Energy Focus\* kullanıcısı olduğunu görüyor. 12 vitamin, 9 mineral, Ginseng ve Polifenol içeren yeni Supradyn Energy Focus geliştirilmiş formülü sayesinde, stresli geçen yoğun iş temposuna ve çalışma dönemlerine özel multivitamin ve mineral desteği sağlıyor. Gülse Birsel’in senaristlikten sete, setten köşe yazarlığına koşturduğu hayatından bir kesite konuk olunan reklam filmi 1 günde çekildi." şeklinde ve "Yoğun iş temposunda aynı anda bir sürü farklı şeye odaklanmam gerekiyor. Ben ginseng içeren Supradyn Energy Focus kullanıyorum. Supradyn Energy Focus özel formülünde multivitamin ve minerallerin yanı sıra, B vitaminleri, polifenol ve ginseng içerir.(...)Yeni Supradyn Energy Focus Başarıya Odaklan!" şeklinde ifadelerle tanıtımlar yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, takviye edici gıda statüsündeki söz konusu ürün mevzuatta; “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 tanımlanmış iken; söz konusu ürüne ilişkin reklamlarda multivitamin, mineraller, B vitaminleri, polifenol ve ginseng gibi, ürünün içeriğinde yer alan besin öğelerinin üzerinde durularak sayılmasının; ürünün diğer multivitamin içeren takviye edici gıdalardan daha özel bir formüle sahip olduğu izlenimini doğurduğu,

Bununla beraber, bahse konu takviye edici gıdanın reklam sloganında “Yeni Supradyn Energy Focus Başarıya Odaklan!” ifadesinin kullanılmasının, ürünün bireylerin fiziksel ve zihinsel kapasitelerinde artış meydana getireceğine yönelik bir algı oluşturduğu; nitekim reklam filmine yönelik açıklamalarda yer verilen "Yeni reklam filmi, Gülse Birsel’in başarıya odaklanması gereken yoğun temposundaki sırrını konu alıyor. İzleyici, reklam filminde senarist, köşe yazarı, oyuncu, yazar ve daha birçok kimliğiyle tanınan Birsel’in Supradyn Energy Focus kullanıcısı olduğunu görüyor. 12 vitamin, 9 mineral, Ginseng ve Polifenol içeren yeni Supradyn Energy Focus geliştirilmiş formülü sayesinde, stresli geçen yoğun iş temposuna ve çalışma dönemlerine özel multivitamin ve mineral desteği sağlıyor." ifadeleriyle de oyuncunun başarıya odaklanabilmek için yoğun iş temposunda Supradyn'den destek aldığına atıfta bulunulduğu, reklam filminin kompozisyonu ve reklam metnindeki doğrudan ve dolaylı ifadelerin 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 yönden enerji artışına yol açtığına ilişkin mevzuatta izin verilen herhangi bir sağlık beyanı metninin bulunmadığı,

Ayrıca söz konusu tanıtımlarda gıda takviyesi niteliğindeki ürünün sadece eczanelerde satıldığına dikkat çekilmesinin, ortalama tüketicide ürünün ilaç yahut tıbbi ürün olduğuna dair yanılgıya sebep olabileceği 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,

- 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 **Bayer Türk Kimya San. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63’üncü ve 77/12’nci maddeleri uyarınca **341.921-TL (Üç yüz kırk bir bin dokuz yüz yirmi bir Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**73)**

**Dosya No: 2019/4674**

**Şikayet Edilen: Fuat ÇORBACI**

**Şikayet Edilen Reklam:** http://www.karagolbali.com adresli internet adresinde bal çeşitlerine yönelik tanıtımlarda yer alan mevzuata aykırı sağlık beyanları.

**Reklam Yayın Tarihi:** 15.05.2019

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** http://www.karagolbali.com/ adresli internet sitesinin 17.05.2019 tarihli görünümünde ana sayfada; "İlaçlık baldır, Astım Bronşit, Bağırsak problemleri, Mide Rahatsızlıkları, Nefes darlığı ve ileri derece hastalıklara çok iyi geldiği doktor tavsiyeleriyle tarafımızdan bilinmektedir." şeklinde, "Kumar Balı" isimli ürün ile ilgili; "Tansiyon hastaları için en iyi ilaçtır." şeklinde, "Karakovan Balı" isimli ürün ile ilgili; "Özellikle iyileştirici ve antiseptik(mikroplara karşı koruması) olmasıyla bilinmektedir. Ayrıca yanık tedavisinde, ülser, boğaz ve göz enfeksiyonlarında çok etkili olduğu klinik denemelerle kanıtlanmıştır." şeklinde, "Şekersiz Üzüm Pekmezi" isimli ürün ile ilgili; Kan yapıcı özelliği vardır, Kansızlığa çok iyidir, zayıf çocuklar için bir numaralı kilo aldırıcıdır, ilaç niyetine kullanılır, böbreklere çok iyidir, şeker hastaları bile kullanabilir.” şeklinde, "Balın Faydaları" adlı sekmede; "Çeşitli yaralarda gliserin yerine kullanılabilmektedir. Beyni hızlı çalıştırma ve yüksek enerji sağlama, İçinde çok miktarda antibiyotik içerdiğinden nezle, grip gibi hastalıklara ilaç olmaktadır, verem gibi göğüs hastalığı çekenlere, tedavi için yedirilmektedir." şeklinde ifadelerle reklam ve tanıtımlar yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, bahse konu tanıtımlarda söz konusu ürünlerin, viral enfeksiyonlara ve tıp literatüründe hastalık olarak tanımlanan sağlık problemlerine karşı olumlu etkilerinin olduğu veya bu hastalıkların anılan ürünlerle tedavi edildiği veya tedavisine yardımcı olduğu izleniminin oluşturulduğu, böylece endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç iddialara yer verilerek söz konusu ürünlerin bir ilaç veya beşeri tıbbi ürün gibi tanıtıldığı,

Bu kapsamda, bir bütün olarak değerlendirildiğinde tanıtımlarda yer alan ifadelerin "sağlık beyanı" niteliğinde olduğu ve 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 gerekirken, kullanılan bu beyanlar için ilgili otoriteden izin alınmadığından söz konusu beyanların doğruluğunun ispat edilmiş sayılamayacağı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/c, 5/ç 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 **Fuat ÇORBACI** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63’üncü ve 77/12’nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**74)**

**Dosya No: 2020/5223**

**Şikayet Edilen: Alva İlaç ve Gıda Takviyeleri Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.alvasupplement.com adresli internet sitesinde "Alva AHCC" adlı gıda takviyesi ürününe ilişkin gerçekleştirilen tanıtımlarda yer alan mevzuata aykırı sağlık beyanları.

**Reklam Yayın Tarihi:** 03.06.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.alvasupplement.com/ adresli internet sitesinin 03.06.2020 tarihli görünümünde "Alva AHCC" adlı ürünün; Bağışıklığını Sev, Savaşçı Hücrelerini Harekete Geçir. Bağışıklık Takviyesi. Eşsiz bileşiminde bulunan alfa-glukan sayesinde bilinen en etkili bağışıklık takviyesidir. NK (Doğal Öldürücü) hücrelerinin aktivitelerini %300-800 arası yükseltir. T hücrelerinin sayısını %200 e varan bir oranla çoğaltır. Sitokin üretimini, dentrik hücrelerin miktarını ve makrofaj sayısını arttırarak bağışıklık sisteminin tam kapasite ile vücudu korumasına katkı sağlar. Virüs ve Bakteriler; Bağışıklık sistemini çok daha güçlü ve kontrollü hale getirerek, vücudumuza giren virüs ve bakteriler için bir nevi kalkan oluşturur. Kış Enfeksiyonları; Kış aylarında artan enfeksiyonlara karşı vücudu korur. Yaşlılık; Yaşlanma sürecini yavaşlatır. Toksik Maddeler; Vücutta toksik maddelerin birikmesini önlemede katkı sağlar." şeklinde ifadeleri içeren tanıtımlara yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, bahse konu tanıtımlarda endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç ifadeler kullanılarak mevzuatta izin verilen sınırın dışına çıkan tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği, bu doğrultuda söz konusu ürünün, bakteriyel ve viral enfeksiyonlara karşı olumlu etkilerinin olduğu veya bu hastalıkların anılan ürünlerle tedavi edildiği veya tedavisine yardımcı olduğu izleniminin oluşturulduğu, böylece söz konusu ürünün bir ilaç veya bir beşeri tıbbi ürün gibi tanıtıldığı,

Bu kapsamda, bir bütün olarak değerlendirildiğinde tanıtımlarda yer alan ifadelerin "sağlık beyanı" niteliğinde olduğu ve 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 gerekirken, kullanılan bu beyanlar için ilgili otoriteden izin alınmadığından söz konusu beyanların doğruluğunun ispat edilmiş sayılamayacağı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/c, 5/ç 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 **Alva İlaç ve Gıda Takviyeleri Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63’üncü ve 77/12’nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**75)**

**Dosya No: 2021/46**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.beeo.com.tr/ adresli internet sitesinde "Ham Bal" isimli ürüne yönelik gerçekleştirilen tanıtımlarda yer alan yanıltıcı ifadeler.

**Reklam Yayın Tarihi:** 05.01.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.beeo.com.tr/blog?tltblog\_id=15 uzantılı internet sitesinin 02.03.2021 tarihli görünümünde; *“Ham Bal Hakkında Bilmeniz Gerekenler(…) Ham Bal Nedir? Ham bal, üretim sürecinde hiçbir şekilde ısıl işlem görmemiş ve polenleri tutacak şekilde filtrelenmemiş bal demektir. Pastörizasyon ve polenleri tutacak şekilde filtrasyon işlemleri, bugün piyasada mevcut olan pek çok balın üretim sürecinde kullanılmaktadır. Bu işlemler, örneğin balda ortaya çıkabilen kristalleşmeyi, başka bir deyişle katılaşmayı önlemek için uygulanır. Oysa doğal bir süreç olan kristalleşme, bal için herhangi bir olumsuz sonuç doğurmamaktadır. Özetlemek gerekirse, ham bal, balın en doğal, işlem görmemiş en saf halidir. Neden Ham Bal Tercih Edilmelidir? Bala uygulanan, yukarıda da bahsettiğimiz gibi pastörizasyon ve polenleri tutacak derecede filtrasyon işlemleri, kristalleşmeyi ortadan kaldırırken aynı zamanda balın içeriğinde doğal halde bulunan vitaminlerin, enzimlerin, fenolik ve flavonoid bileşenlerin kaybolmasına sebebiyet verir. Başka bir deyişle, bu işlemlerden geçen bal, besin değerinin önemli bir kısmını kaybeder. Bu yüzden, bal satın alınacağı zaman, en doğal ve saf haliyle ham haliyle tercih edilmelidir. BEE’O online mağazasında inceleyebileceğiniz tüm bal çeşitleri, ham baldır.”***ş**eklindeifadeleri içeren tanıtımlara yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, 2020/7 sayılı Türk Gıda Kodeksi Bal Tebliği'nin 13/1 maddesinin (j) bendinde, *"45 °C’den yüksek ısıl işlem görmemiş ve 0.3 mm’den daha büyük filtreler ile filtre edilmiş ballar, “ham bal” olarak tanımlanabilir."* hükmünün yer aldığı; buna karşın tanıtımlarda kullanılan *“Ham bal, üretim sürecinde hiçbir şekilde ısıl işlem görmemiş ve polenleri tutacak şekilde filtrelenmemiş bal demektir.”* ve *“Pastörizasyon ve polenleri tutacak şekilde filtrasyon işlemleri, bugün piyasada mevcut olan pek çok balın üretim sürecinde kullanılmaktadır.”* ifadelerinin söz konusu düzenleyici işleme aykırılık teşkil ettiği, bununla beraber diğer markaların bal ürünlerinin firmanın ürününün kalitesinde olmadığı yönünde bir imada bulunulduğu, böylelikle dayanaktan yoksun olarak kötüleme ve itibarsızlaştırma suretiyle Beeo Propolis'in benzer ürünlerden üstün olduğuna dair bir mesaj verildiği ve bu hususun haksız rekabete neden olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- 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,

- 6102 sayılı Türk Ticaret Kanunu’nun 55/1’inci maddesi,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/4, 7/5-a, 8/1, 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 **SBS Bilimsel Bio Çözümler San. ve Tic. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63’üncü ve 77/12’nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**76)**

**Dosya No: 2021/184**

**Şikayet Edilen: Coşkun Gıda Hayvancılık İnşaat Turizm San. Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şirkete ait **“**Coşkun Yumurta” markalı yumurta kolisinin üzerinde L boy yazmasına karşın kolinin içinde daha küçük boy yumurtaların yer alması.

**Reklam Yayın Tarihi:** 16.01.2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj

**Tespitler:** "Coşkun Yumurta" isimli ürünün ambalajı üzerine "L Boy 63-73 gr." olduğu yazılarak tanıtımının yapıldığı, ancak ürünün ambalajının içindeki yumurtalardan birkaçının boyut olarak daha küçük görüldüğü tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan değerlendirmeler neticesinde; Tarım ve Orman Bakanlığı'na şikayete konu hususa ilişkin görüş sorulmuş, Tarım ve Orman Bakanlığı tarafından yumurtaların S, M, L, XL şeklinde 4 ayrı kategoride sınıflandırıldığının belirtildiği ve bu 4 farklı ebattaki yumurtaların kolileri içerisinde % 10 dolayında gramaj yahut boyut olarak bir sapma payı öngörüldüğü ifade edilmiş olup bu çerçevede yapılan görüşmelerde, ambalaj üzerinde yer alan söz konusu ifadelerin 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61’inci maddesi hükümlerine **aykırı olmadığına** karar verilmiştir.

**77)**

**Dosya No: 2021/477**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** Migros’un 5-8 Şubat tarihleri arasında Sanal Market’te dana kıymanın kg fiyatının 34,95 TL olduğu yönünde gerçekleştirdiği televizyon reklamları.

**Reklam Yayın Tarihi:** 05.02.2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** TV 8 ve ATV isimli ulusal televizyon kanallarının 05.02.2021 tarihli ve Show TV isimli ulusal televizyon kanalının 08.02.2021 tarihli görünümleri ile www.migros.com.tr/ adresli Migros Sanal Market online sipariş sitesinin 05-07.02.2021 tarihli görünümünde; *"Şubat Ayı Boyunca Kaçırılmayacak Fırsatlar... Migros Sanal Market'te Dana Kıymalık 34,90 TL/kg 5-8 Şubat"* şeklinde bahse konu ürünün indirim kampanyası dahilinde 34,90 TL/kg ile satışa sunulduğuna yönelik reklamlar yapıldığı; ancak tüketici tarafından iletilen Sanal Market uygulaması görüntülerinde anılan ürünün fiyatının 46,95 TL olduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yürütülen incelemeler neticesinde, televizyon kanallarında gerçekleşen bahse konu indirimli satış reklamlarında indirimli satışa sunulan ürünlerin stok miktarına dair bir bilgiye yer verilmediği; dolayısıyla anılan tarihlerde Migros Sanal Market platformuna "Dana Kıymalık" ürününü satın almak için giren tüketicilerin indirimli stokların bitmesi sebebiyle 46,95 TL/kg fiyatla karşılaştığı, bu doğrultuda mevzuat gereği indirimli satış reklamlarında ürünün stok bilgisine yer verilmesi zorunluluğuna riayet edilmediği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-ç, 13/9, 14/1, 28/1, 29/1’inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**78)**

**Dosya No: 2021/1107**

**Şikayet Edilen: Kampotu İlaç Gıda Sanayi ve Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://voonka.com/urunler/voonka-next/ adresli internet sitesinde "Voonka Next" markalı gıda takviyesi çeşitlerinin tanıtımlarında kullanılan sağlık beyanları.

**Reklam Yayın Tarihi:** 24.03.2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://voonka.com/urunler/voonka-next/ adresli internet sitesinin 26.03.2021 tarihli görünümünde "Voonka Next Green Elephant" adlı ürüne yönelik; "Performans hızında, çalışma belleğinde, epizodik bellekte ve yönetsel fonksiyonlarda iyileşme. Zihinsel strese karşı, konsantrasyon, öğrenme gibi bilişsel fonksyionlar üzerine pozitif etki. Farklı bilişsel durumları olan yaşlı bireylerin, dikkat, konsantrasyon, göreve odaklanma yeteneği üzerinde faydalı kanıtlar. Azalmış bilişsel fonksiyon gibi yaşa bağlı sorunları önleme. Hafıza fonksiyonu üzerine olumlu etkiler." şeklinde, "Voonka Next Vofoserin S" adlı ürüne yönelik; "İş görüşmesi kaynaklı strese neden olan kortizol hormon seviyelerinde anlamlı azalma. Sınav ilişkili stres oranlarında anlamlı azalma. Ruh hali üzerinde pozitif etki. Hafıza, dikkat, konsantrasyon, iletişim, günlük yaşam aktiviteleri, sosyalleşme gibi bilişsel fonksiyonlar üzerinde faydalı etki. şeklinde," "Voonka Next Curcuwin" adlı ürüne yönelik; "Diğer zerdeçal ekstre formlarına göre 46 kat daha fazla biyoyararlanım ve uzun süreli etki. Endotel fonksiyonda sağladığı iyileşme ile kardiyovasküler hastalık riskinde azalma. Görsel fonksiyona ve göz sağlığına destek. Antioksidan ve antiinflamatuvar etki. Egzersiz sonrası kas ağrısında iyileşme, kas hasarında azalma ve atletik performansda koruma. Bilişsel fonksiyonlara destek" şeklinde, "Voonka Next Vofoserin J" adlı ürüne yönelik; "Fosfotidilserin bilişsel durumun üzerine sağladığı iyileştirici etkileri için kullanılmaktadır. Dikkat eksikliği ve hiperaktivite bozukluğu olan çocukların hafıza ve dikkat testlerinde anlamlı iyileşme. Ergenlerin hafıza, öğrenme gibi bilişsel parametrelerinde anlamlı iyileşme." şeklinde, "Voonka Next Melatine" adlı ürüne yönelik; "Yeni melanin sentezinin durmasına bağlı olarak meydana gelen gri saçlara karşı melanin sentezinde artış. Erken yaşlanmaya karşı etki. Sağlıklı saçlara destek, saç dökülmesinde azalma ve saçları güçlendirme. Serbest radikallere karşı savaşan güçlü antioksidan aktivite" şeklinde ifadeleri içeren tanıtımlara yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yürütülen incelemeler neticesinde, bahse konu tanıtımlarda söz konusu ürünlerin, tıp literatüründe hastalık olarak tanımlanan sağlık problemlerine karşı olumlu etkilerinin olduğu veya bu hastalıkların anılan ürünlerle tedavi edildiği veya önlendiği izleniminin oluşturulduğu, böylece birçok endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç iddialara yer verilerek söz konusu ürünlerin bir ilaç veya beşeri tıbbi ürün gibi tanıtıldığı,

Bu kapsamda, bir bütün olarak değerlendirildiğinde tanıtımlarda yer alan ifadelerin "sağlık beyanı" niteliğinde olduğu ve 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 gerekirken, kullanılan bu beyanlar için ilgili otoriteden izin alınmadığından söz konusu beyanların doğruluğunun ispat edilmiş sayılamayacağı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/c, 5/ç 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 **Kampotu İlaç Gıda Sanayi ve Ticaret A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63’üncü ve 77/12’nci maddeleri uyarınca **114.326-TL (Yüz on dört bin üç yüz yirmi altı Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**79)**

**Dosya No: 2021/1442**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** Migros’un Sanal Market uygulamasında “Eriş 5 kg. Un” adlı ürünün indirimli satış kampanyası tanıtımları.

**Reklam Yayın Tarihi:** 31.03.2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.migros.com.tr/ adresli Sanal Market online sipariş sitesinin 25.03.2021 tarihli görünümünde; "Eriş Un 5 kg" markalı ürünün 19,90 TL'den indirim yapılarak 15,92 TL fiyatla satışa sunulduğunun belirtildiği; ancak Migros Sanal Market platformunda bölge/teslimat adresi seçimi yapıldıktan sonra farklı il ve ilçelere göre aynı ürünün fiyatının değişerek, 31,75 TL'den indirimle 25,40 TL'ye satışa sunulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yürütülen incelemeler neticesinde, inceleme konusu tanıtımlarda indirimli satış kapsamında satışa sunulan ürünün fiyatının bölge ve mağazaya göre değişiklik gösterebileceğine ilişkin herhangi bir açıklayıcı bilginin bulunmadığı ve bununla beraber indirimli satışa sunulan ürünlerin stok miktarına da yer verilmediği, dolayısıyla anılan online sipariş platformuna giren tüketicinin söz konusu ürünün fiyatının adres ve bölgeye göre değişebileceğini bilemeyeceği ve bu yönde herhangi bir istisnaya yer verilmediği gerekçesiyle indirimli satışlara ilişkin eksik bilgilendirme yapıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-ç, 13/1, 13/9, 14/1, 14/2, 28/1, 29/1’inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**EĞİTİM**

**80)**

**Dosya No: 2020/2792**

**Şikayet Edilen: Rüşdiye Yay. San. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Antalya Kültür Koleji Bursluluk Sınavına ilişkin olarak www.instagram.com adresli internet sitesinde yayınlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 22.12.2019

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Rüşdiye Yay. San. ve Tic. A.Ş.’ye ait Antalya Kültür Koleji Bursluluk Sınavına ilişkin olarak www.instagram.com adresli internet sitesinde yayınlanan tanıtımlarda, *“4-5 Ocak 2020 Bursluluk Sınavı” , “Sınava Giren Tüm Öğrencilere İndirimli Kayıt İmkânı” , “Sınavda %70 ve üzeri başarı sağlayan öğrencilere %100 eğitim bursu verilecektir.” , “Yılın en iyi kayıt fırsatı için Bursluluk sınavımızı kaçırmayın”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu firma tarafından Antalya Kültür Koleji Bursluluk Sınavına ilişkin olarak www.instagram.com adresli internet sitesinde yayınlanan tanıtımlarda, *“4-5 Ocak 2020 Bursluluk Sınavı” , “Sınava Giren Tüm Öğrencilere İndirimli Kayıt İmkânı” , “Sınavda %70 ve üzeri başarı sağlayan öğrencilere %100 eğitim bursu verilecektir.” , “Yılın en iyi kayıt fırsatı için Bursluluk sınavımızı kaçırmayın”* şeklindeifadelere yer verilmesine karşın, tanıtımı yapılan sınavda 500 puan üzerinden 376 puan alarak %100 eğitim bursu almaya hak kazanan öğrenciye firma tarafından reklamda vaat edilen eğitim bursunun verilmediği iddiasına ilişkin olarak firma tarafından gönderilen cevabi yazıda, kurumun bursluluk sınavlarına katılan, %70 başarı sağlayan ve kuruma başvuru yapan her öğrenciye % 100 burs imkanı sağlandığı, ancak 376 puan almış bir öğrencinin %70 başarı oranını sağlayamadığı ifade edilmiş; cevabi yazı ekinde gönderilen bilgi ve belgelerin incelenmesi sonucunda ise, 2020-2021 Eğitim Öğretim Yılında %100 eğitim bursu almaya hak kazanmış öğrencilerin puanlarının 451,021 ile 487,302 aralığında olduğu tespit edilmiş olup, 376 puan almış bir öğrencinin %70 başarı oranını sağlayamadığı anlaşıldığından, şikayet konusu reklamların tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu yönündeki iddianın gerçeği yansıtmadığı, dolayısıyla anılan reklamların 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 inci maddesine **aykırı olmadığına** karar verilmiştir.

**TEKNOLOJİ**

**81)**

**Dosya No: 2020/1890**

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

**Şikayet Edilen Reklam**: Firma tarafından düzenlenen "Efsane Kasım İndirimleri" başlıklı kampanya kapsamında [www.hepsiburada.com](http://www.hepsiburada.com) internet sitesinde satışa sunulan *" Xiaomi Redmi Note 9S 64 GB (Xiaomi Türkiye Garantili) - 64"*  ürününe ilişkin satış ve tanıtımları

**Reklam Yayın Tarihi**: Kasım 2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** 08.11.2020 tarihinde [www.hepsiburada.com](http://www.hepsiburada.com) adresli internet sitesinde satışa sunulan *"*Xiaomi Redmi Note 9S 64 GB (Xiaomi Türkiye Garantili) - 64" model ürünün başvuru sahibi tüketici tarafından Siyah" rengi 2749TL’ye satın alındığı, tüketiciye gönderilen 3560543379 nolu ürün faturasında dahi "siyah" şeklinde ürün renginin bilahare belirtildiği, ayrıca " Xiaomi Türkiye garantili" şeklinde ifadeye yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar**: Yapılan inceleme sonucunda, firma tarafından düzenlenen "Efsane Kasım İndirimleri" başlıklı kampanya kapsamında başvuru sahibi tüketicinin 08.11.2020 tarihinde *"Xiaomi Redmi Note 9S 64 GB (Xiaomi Türkiye Garantili) - 64"* model ürünün "Siyah" rengini (özellikle siyah rengini istediği için piyasada satışa sunulan diğer Mavi rengine göre 100TL daha fazla ödeyerek) 2.749.-TL'ye "hepsiburada" isimli satıcıdan 2 adet satın aldığı, ancak tüketiciye bahsi geçen ürünlerin her ikisinde de siyah yerine mavi renginin gönderildiği, özellikle siyah istediği için toplamda 200TL ekstra ücret ödemesi karşılığında tüketicinin indirim/çek talebinin karşılanmadığı gibi ürünün kutusunda renk belirten bir ibare bulunmadığı ve tüketici ürün paketlerini açtığı için iade işleminin de yapılamadığı, tüketiciye gönderilen 3560543379 nolu ürün faturasında dahi "siyah" şeklinde ürün renginin bilahare belirtildiği, dolayısıyla söz konusu ürüne ilişkin satış ve 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 7/1,7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a,7/5-ç, 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 **D-Market Elektronik Hizmetler ve Ticaret A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**82)**

**Dosya No: 2020/2120**

**Şikayet Edilen: Serjoe Dış Ticaret Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** http://dparca.com adresli internet sitesinde satışı gerçekleştirilen “Dell” markalı "KYBD, 81, TURK, M16NSC-UBS 4MN6Y" adlı ürüne ilişkin yapılan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 02.04.2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** http://dparca.com adresli internet sitesinde satışı gerçekleştirilen “Dell” markalı "KYBD, 81, TURK, M16NSC-UBS 4MN6Y" adlı ürüne ilişkin yapılan tanıtımlarda, bahsi geçen ürünün satış fiyatının “55.00 USD+ 9.90 USD KDV” şeklinde belirtildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar**: http://dparca.com adresli internet sitesinde satışı gerçekleştirilen “Dell” markalı "KYBD, 81, TURK, M16NSC-UBS 4MN6Y" adlı ürüne ilişkin yapılan tanıtımlarda, bahsi geçen ürünün satış fiyatının “55.00 USD+ 9.90 USD KDV” şeklinde belirtildiği;

Buna göre, reklamlarda tüketicilerin bilgisine sunulan fiyatların, “Türk Lirası”, “TL” veya “¨” şeklinde belirtilmesi ve mal veya hizmetin tüm vergiler dahil toplam satış fiyatı olması gerektiği halde, bahsi geçen ürüne ilişkin yapılan tanıtımlarda, satış fiyatının USD para birimi üzerinden ve katma değer vergisi dahil edilmeden belirtilmesi nedeniyle, ödenecek gerçek toplam fiyatı hakkında 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, 9 ve 13 üncü maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**83)**

**Dosya No: 2021/1438**

**Şikayet Edilen: Noi Rose Teknoloji Ürünleri San. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://noirosestore.com/ adresli internet sitesinde satışa sunulan cep telefonu aksesuarlarına ilişkin yapılan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 30.03.2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://noirosestore.com/ adresli internet sitesinde yapılan tanıtımlarda, “AirPods Pro” ve “Airpods Pro Premium” adlı ürünlere ilişkin yapılan tanıtımlarda yer alan ürün özelliklerinde, *"Apple tasarımı" ve "Apple tarafından tasarlandı"* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar**: https://noirosestore.com/ adresli internet sitesinde yapılan tanıtımlarda, “AirPods Pro” ve “Airpods Pro Premium” adlı ürünlere ilişkin yapılan tanıtımlarda yer alan ürün özelliklerinde, "Apple tasarımı" ve "Apple tarafından tasarlandı" şeklinde ifadelere yer verildiği,

Buna göre, https://noirosestore.com/ adresli internet sitesinde satışı gerçekleştirilen ürünlerin "Supercopy" ürünleri olduğu belirtilmesine rağmen; inceleme konusu reklamlarda yer alan *"Apple tasarımı"* ve *"Apple tarafından tasarlandı"* şeklindeki ifadelerin tüketiciler nezdinde orijinal ürün olduğu algısı uyandırarak anlam karışıklığına yol açması nedeniyle tüketicileri yanıltıcı olduğu ve "Apple" markasının itibarından haksız olarak yararlanıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5, 9, 11, 12 ve 28 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Noi Rose Teknoloji Ürünleri 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.

**DAYANIKLI TÜKETİM MALLARI**

**84)**

**Dosya No: 2020/5783**

**Şikayet Edilen: Ferhat KAVAL- Buzsu Arıtma Cihazları**

**Şikayet Edilen Reklam**: [www.buzsu.com.tr](http://www.buzsu.com.tr) adresli internet sitesinde yer alan "Manyetik kireç önleyici" ürünlerine ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi**: Kasım 2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.buzsu.com.tr](http://www.buzsu.com.tr) adresli internet sitesinde *Müstakil evleriniz, Villa, Daire Tipi, Konut ve Sitelerde kolaylıkla monte edile bilen Kullanımı ve boyutları ile oldukça pratik bir yapıya sahip doğal bir Manyetik Kireç Önleyici olan Manyetik Cihazımız; içinde bulunan Avrupa N52 neodimyum 12adet 14800 Toplamda 177.600 Gauss Gücünde mıknatıslar sayesinde manyetik alan yaratarak suda ki kristal yapı değişikliğini sağlar. Suda ağırlıklı olarak bulunan iğneli yapıdaki kalsit kristallerini, aragonit dediğimiz yuvarlaksı iğne uçsuz yapıya dönüştürür. Kirecin Saçlarınıza ve teninize yapışmasını önler*.” ve *Ultra Manyetik Kireç önleyici 3/4 boru: Avrupa N52 Neodium Mıknatıs Rakipsiz Performans! 177.600 gauss gücünde. Krom Atom Karınca. Sudaki kireci toz duman eder.(...) Buzsu DN-20 Manyetik Kireç önleyici 3/4 Boru: Avrupa N52 Neodium Mıknatıs Rakipsiz Performans! 88.800. gauss gücünde. Krom Atom Karınca. Su ile çalışan tüm cihazlarda kireci toz duman eder."* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar**: Yapılan inceleme sonucunda, [www.buzsu.com.tr](http://www.buzsu.com.tr) adresli internet sitesinde yer verilen ispata muhtaç ifadelere ilişkin bilimsel geçerliliği olan ispat niteliğinde herhangi bir bilgi-belge sunulamadığı, diğer taraftan, manyetik kireç önleyici cihazlarda kullanılacak borunun suyun yapısına göre değişebildiği, N52 özellikteki bir su yapısında 12.600-14.800 gauss arasında manyetik akı yoğunluğunun söz konusu olduğu, literatürde bunun üzerinde bir enerji miktarının kayıtlara geçmediği, manyetik akı yoğunluğunun mıknatısın ebatı ne olursa olsun odak noktasındaki yoğunlukla ifade edildiği, dolayısıyla ürünlere ilişkin "88.800 gauss veya 177.600 gauss gücünde" şeklindeki ifadelerin tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu, tüketicinin bu konu hakkındaki bilgi eksikliğinin istismar edildiği 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, ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,reklam veren **Ferhat KAVAL- Buzsu Arıtma Cihazları** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**85)**

**Dosya No: 2021/712**

**Şikayet Edilen: Doğuş Oto Pazarlama ve Tic. A.Ş**

**Şikayet Edilen Reklam**:[www.dogusoto.com.tr](http://www.dogusoto.com.tr) adresli internet sitesinde yapılan "Seat Yeni Leon" model araç satışlarına yönelik ticari uygulamalar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.dogusoto.com.tr](http://www.dogusoto.com.tr) adresli internet sitesinde 16.02.2021 tarihi itibariyle Seat 2021 fiyat listesine yer verildiği, listede "Yeni Leon 1.0 eTSI 110 hp Style DSG" model aracın tavsiye edilen anahtar teslim fiyatının 231.000TL olarak belirlendiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar**: Yapılan inceleme sonucunda, internet sitesinde sadece tavsiye edilen satış fiyatlarının yayınlandığı, mevzuat gereği bayilerin satış fiyatlarına müdahale edilemediği, İstanbul ilinde firmaya ait faaliyet gösteren Doğuş Oto Maslak ve Doğuş Oto Esenyurt şubelerinde 63 adet araç satışı yapıldığı, ayrıca firma tarafından gönderilen satış faturaları incelendiğinde araçların liste fiyatından da uygun fiyatlara satıldığının ispatlandığı, böylece bahsi geçen 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.

**86)**

**Dosya No: 2019/9536**

**Şikayet Edilen: Musa ALP (Alp Elektrik Teknik)**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Alp Elektrik Teknik" adlı işletmeye ait tabela üzerinde yapılan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 05.08.2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Tabela

**Tespitler:** "Alp Elektrik Teknik" adlı işletmeye ait tabela üzerinde 05.08.2019 tarihinde yapılan tanıtımlarda, *"Beko, Siemens, Arçelik, Termikel, Philips"* adlı markalara ait unsurların ve logonun kullanıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar**: "Alp Elektrik Teknik" adlı işletmeye ait tabela üzerinde 05.08.2019 tarihinde yapılan tanıtımlarda, *"Beko, Siemens, Arçelik, Termikel, Philips"* adlı markalara ait unsurların ve logonun kullanılarak, adı geçen markaların “Yetkili Servisi” olarak faaliyette bulunulduğu izlenimi uyandırıldığı,

Adı geçen markaların Türk Patent ve Marka Kurumu nezdinde tescil edilmiş markalar olduğu ve tescil sahibi veya onun münhasıran yetkilendirdiği şirket ile şikayet edilen şahıs arasında yapılmış yetkili servis, bayilik, marka kullanma veya lisans sözleşmesi vb herhangi bir yetkilendirme sözleşmesi olmadan tanıtım yapılmasının hukuka aykırı ve aynı zamanda tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı olduğu değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5, 9, 11, 28 ve 29 uncu maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Musa ALP (Alp Elektrik Teknik)** hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**87)**

**Dosya No: 2021/1443**

**Şikayet Edilen: Mar İç ve Dış Tic. Paz. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.rain-life.com.tr adresli internet sitesinde “Sertifikalarımız” başlığı ile yapılan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 22.03.2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.rain-life.com.tr adresli internet sitesinde “Sertifikalarımız” başlığı ile yapılan tanıtımlarda, satışı gerçekleştirilen “Rain-life” markalı alkali su arıtma ürünlerinin “Certificate of Grant of Patent, IFWA Certificate Hexogen Alkaline Hydrogen Water System, The Director of the United States Patent and Trade Mark Office” adlı sertifikalara sahip olduğunun belirtildiği; ayrıca, “Su Analiz Sonuç ve Raporları” başlığı ile yapılan tanıtımlarda, çeşitli kurum ve kuruluşlardan alınmış su analiz sonuç ve raporlarına yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar**: www.rain-life.com.tr adresli internet sitesinde “Sertifikalarımız” başlığı ile yapılan tanıtımlarda, satışı gerçekleştirilen “Rain-life” markalı alkali su arıtma ürünlerine yönelik olarak Keosan Co Ltd. ve Rema Dış Tic. Tur. İnş. ve San. A.Ş. adına düzenlenen sertifikalara ilişkin şikayet edilen firma tarafından yapılan açıklamalardan; söz konusu ürünlerin, Keosan Co Ltd. firmasından Rema Dış Tic. Tur. İnş. ve San. A.Ş. aracılığıyla ithal edildiği; Mar İç ve Dış Tic. Paz. Ltd. Şti.’nin pazarlama ve perakende satışını yapmaya yetkili olduğu; ithalatçı firmanın izniyle bu sertifika bilgilerinin kullanıldığının 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.

**88)**

**Dosya No: 2019/10108**

**Şikayet Edilen: Uğur Soğutma Makinaları San. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Derin dondurucuda akla gelen ilk marka" başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Yayınlandığı Mecra:** Muhtelif mecralar

**Tespitler:** Firma tarafından yazılı, görsel basın, televizyon, internet gibi muhtelif mecralarda 2019 yılı itibariyle yayınlanmaya başlanan inceleme konusu reklamlarda, "Derin dondurucuda akla gelen ilk marka" ibaresine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemede,Firma tarafından gönderilen, GFK isimli bağımsız araştırma şirketi tarafından hazırlanan “Marka Algısı ve Kullanım Alışkanlıkları Raporu” incelendiğinde, araştırma sonucuna göre derin dondurucu denildiğinde tüketicilerin aklına gelen ilk markanın “Uğur” markası olduğunun rapordan anlaşıldığı, araştırmanın reklamın yayınlandığı dönemdeki sonuçları yansıttığı, buna göre söz konusu reklamlarda yer alan ifadenin kanıta dayandırıldığının görüldüğü, dolayısıyla anılan reklamlarda tüketicileri yanıltıcı bir husus bulunmadığı, bu nedenle söz konusu reklamların 6502 sayılı Kanun’un 61 inci maddesi hükmüne **aykırı olmadığına** karar verilmiştir.

**89)**

**Dosya No: 2020/2453**

**Şikayet Edilen: Karaca Züccaciye Ticaret ve Sanayi A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.krc.com.tr adresli internet sitesinde yer alan, "Jumbo Vogue Bıçak Seti" isimli ürün tanıtımları

**Reklam Yayın Tarihi:** 16.01.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu, www.krc.com.tr adresli internet sitesinin 16.01.2020 tarihli görünümünde yer alan "Jumbo Vogue Bıçak Seti" isimli ürüne ilişkin fiyat bilgisi incelendiğinde, ürünün 1799,98 TL'lik fiyattan %50 indirimle 899,99 TL'ye satıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firma tarafından gönderilen yazı ekinde yer alan, inceleme konusu "Jumbo Vogue Bıçak Seti" adlı ürüne ait satış faturaları incelendiğinde, ürünün indirimden önceki dönemde üzeri çizili 1.799,98 TL’lik fiyattan satıldığının anlaşıldığı, dolayısıyla indirim öncesi fiyatın gerçek bir fiyat olduğunun anlaşıldığı ve bu nedenle anılan tanıtımlarda tüketicileri yanıltıcı bir husus bulunmadığı, bu nedenle inceleme konusu reklamın 6502 sayılı Kanun’un 61 inci maddesi hükmüne **aykırı olmadığına** karar verilmiştir.

**TÜTÜN VE ALKOL**

**90)**

**Dosya No: 2020/218**

**Şikayet Edilen: Gürkan ÖZCAN-Kamu Bülteni**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.kamubulteni.com/ekonomi/sigaraya-50-kurus-1-tl-zam-iste-guncel-sigara-fiyatlari-listesi-h13385.html-adresli internet sitesinde yer verilen sigara fiyatlarına ilişkin ifadeler

**Reklam Yayın Tarihi:** 03.08.2019

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.kamubulteni.com/ekonomi/sigaraya-50-kurus-1-tl-zam-iste-guncel-sigara-fiyatlari-listesi-h13385.html-adresli internet sitesinin 22.08.2019 tarihli görünümünde; *"Sigaraya 50 Kuruş-1 TL Zam-İşte Güncel Sigara Fiyatları Listesi…Son dakika haberi:Sigara fiyatlarına bugün 50 kuruş ile 1 TL arasında zam geldi. Zamlı sigaralar bugünden sonra yürürlüğe konuldu. İşte son dakika bilgileri ve güncel sigara fiyatları…Sigara fiyatlarında asgari maktu tutarı geçtiğimiz hafta yayımlanan kararname ile değişti. Cumhurbaşkanlığı kararında asgari maktu tutarı yüzde 35 oranında arttırıldı ve en ucuz sigara paketi 12 TL seviyesine kadar yükseltildi. Bu zammın ardından ilk açıklama geçtiğimiz Cumartesi günü Türktab 'dan geldi. TURKTAB grubu tarafından yapılan açıklamada, asgari maktu tutarına zam gelmesinin ardından fiyatların güncellendiği ve zamlı fiyatların 19 Ağustos 2019 tarihinden sonra geçerli olacağına yer verildi. ZAMLAR BUGÜNDEN SONRA GEÇERLİ… Asgari maktu vergi oranında yapılan artırım sonrası zamlı fiyatlar şu şekilde; Violet menthol paket fiyatı 15 TL, Winner Slims paket fiyatı 13 TL, Winner Kısa paket fiyatı 11.59 TL, HD Bloue Slims paket fiyatı 12.50 TL, HD Katkısız RED paket fiyatı 12.00 TL, HD Blue Kısa paket fiyatı 12.00 TL, President Kısa Uzun Katkısız paket fiyatı 12.00 TL, President Queen Size Family paket fiyatı 11.50 TL Vigor Cerılean Uzun Kısa Slims paket fiyatı 12.00 TL, Point Blue Slims 11.50 TL, Medley Kısa-Family paket…”* şeklinde ifadelere ve sigara markaları ile fiyat bildirimlerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; ilgili Kurum olan Tarım ve Orman Bakanlığı-Tütün ve Alkol Dairesi Başkanlığından alınan görüş ile Tütün Mamulleri ve Alkollü İçkilerin Satışına ve Sunumuna İlişkin Usul ve Esaslar Hakkında Yönetmeliğin "Fiyat Bildirimleri" başlıklı 18 inci maddesinde yer alan; *"(3) Üretici ve satıcılar arasında gerçekleştirilen ve tüketiciye yansımayan tamamen ticari bilgileri* *içeren bildirimler hariç olmak üzere, her ne amaçla olursa olsun, tütün ürünlerinin isim, amblem, logo, resim, fotoğraf, alamet ve benzeri unsurları kullanılarak bildirim yapılamaz, basın-yayın organları ve internet aracılığıyla ilan edilemez, fiyat duyuruları yapılamaz. (4) Bu maddeye aykırı düzenlenen fiyat bildirimleri ve fiyat listeleri, teşvik edici içerikte ve reklam mahiyetinde kabul edilir."* hüküm gereği markalara/sigara çeşitlerine doğrudan yer verilmiş tütün ürünlerinin tanıtımının yasak olduğu, haber mahiyeti sınırlarının aşıldığı, nitekim sadece "sigaraya zam geldi" ifadesinin aykırılık teşkil etmediği ve haber mahiyeti sınırları içerisinde değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**TURİZM**

**91)**

**Dosya No: 2019/12509**

**Şikayet Edilen: Taş Turizm ve Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.kamukamp.com adresli internet sitesinde yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 31.12.2019

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Taş Turizm ve Ticaret Ltd. Şti.’ye ait www.kamukamp.com adresli internet sitesinin 31.12.2019 tarihli görünümünde yayınlanan reklamlarda *“(…) Madrasa Akademi, 2019 yılı itibari ile bu başarısını turizm sektöründe de sürdürmeye devam etmiştir. Madrasa Akademi yine bir ilke imzasını atarak, turizm camiasında yeni bir nefes, yeni bir soluk olmuştur. Turizm camiasındaki bu yeni ses, Kamu Kamp adı ile hayat bulmuştur. Kamu Kamp, home otel konsepti ile müşterilerine güzel bir tatil fırsatı sunarak, özellikle kamuda çalışan müşterilerinin, hem ekonomik hem de huzurlu bir tatil geçirmelerini hedeflemiştir. 2019 yılı itibari ile kamu kamp çatısı altında, Didim Akbük ve Didim Yeşilkent olmak üzere iki ana merkezde hizmet verilmiştir. 2020 yılında hem kış, hem yaz tatili için yeni fırsatlar sunan Kamu kamp, ülke çapında birçok otel ile anlaşma sağlayarak müşterilerine ekonomik bir tatil fırsatı sunmaya devam edecektir. Kamu kamp güvencesi esas olmak üzere, kalitesi ve güvenilirliği ile bilinen ve seçkin otellerden oluşan otel seçkisi ile, kamu kamp müşterileri, bu yıl da tatilin keyfini doyasıya yaşayacaklardır. Kaliteli, güvenilir ve ekonomik tatilin ilk adresi Kamu Kamp; yenilikçi, inovatif ve insana değer veren hizmet anlayışı ile hizmet vermeye devam edecektir.”* şeklindeifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, Taş Turizm ve Ticaret Ltd. Şti.’ye ait www.kamukamp.com adresli internet sitesinin 31.12.2019 tarihli görünümünde yayınlanan reklamlarda *“(…) Madrasa Akademi, 2019 yılı itibari ile bu başarısını turizm sektöründe de sürdürmeye devam etmiştir. Madrasa Akademi yine bir ilke imzasını atarak, turizm camiasında yeni bir nefes, yeni bir soluk olmuştur. Turizm camiasındaki bu yeni ses, Kamu Kamp adı ile hayat bulmuştur. Kamu Kamp, home otel konsepti ile müşterilerine güzel bir tatil fırsatı sunarak, özellikle kamuda çalışan müşterilerinin, hem ekonomik hem de huzurlu bir tatil geçirmelerini hedeflemiştir. 2019 yılı itibari ile kamu kamp çatısı altında, Didim Akbük ve Didim Yeşilkent olmak üzere iki ana merkezde hizmet verilmiştir. 2020 yılında hem kış, hem yaz tatili için yeni fırsatlar sunan Kamu kamp, ülke çapında birçok otel ile anlaşma sağlayarak müşterilerine ekonomik bir tatil fırsatı sunmaya devam edecektir. Kamu kamp güvencesi esas olmak üzere, kalitesi ve güvenilirliği ile bilinen ve seçkin otellerden oluşan otel seçkisi ile, kamu kamp müşterileri, bu yıl da tatilin keyfini doyasıya yaşayacaklardır. Kaliteli, güvenilir ve ekonomik tatilin ilk adresi Kamu Kamp; yenilikçi, inovatif ve insana değer veren hizmet anlayışı ile hizmet vermeye devam edecektir.”* şeklindeifadelere yer verilerek, ortalama tüketiciler nezdinde anılan firmanın turizm sektöründe kamuya bağlı bir kuruluş olarak hizmet verdiği algısı oluşturulduğu ve bu durumun tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu; ayrıca söz konusu reklamlarda *“Kamu”* ibaresi kullanılmak suretiyle kamu kurum ve kuruluşlarının itibarından haksız şekilde faydalanıldığı, bu durumun da Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin “İtibardan haksız yararlanma” başlıklı 11 inci maddesinde yer alan; *“(1) Reklamlarda; a) Bir kişi, kurum veya kuruluşun adı veya amblem, logo ve diğer ayırt edici kurumsal kimlik unsurları, tüketicinin yanıltılmasına yol açacak şekilde kullanılamaz. b) Bir kişi adından ya da bir firma, kurum veya kuruluşa ait ticaret unvanından fikri ve sınai mülkiyet hakkından veya bir reklam kampanyası ile sağlanmış bulunan itibardan haksız olarak yararlanılamaz.”* hükmüne aykırılık teşkil ettiği 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, 11 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**92)**

**Dosya No: 2020/423**

**Şikayet Edilen: Torsan CNC**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Temp Mach”* isimli temassız vücut sıcaklığı ölçüm sistemlerine ilişkin olarak https://tempmach.com adresli internet sitesinde yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 25.06.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Belgeli işletmelerde kontrollü normalleşme sürecinde yeni koronavirüse karşı uygulanacak tedbirler kapsamında kullanılmak üzere Kültür ve Turizm Bakanlığınca onaylanan ya da tavsiye edilen herhangi bir ürün bulunmadığı, buna karşın Torsan CNC tarafından *“Temp Mach”* isimli temassız vücut sıcaklığı ölçüm sistemlerine ilişkin olarak https://tempmach.com adresli internet sitesinin 25.06.2020 tarihli görünümünde yayınlanan reklamlarda, *“Duyuru; TempMach* T.C. KÜLTÜR VE TURİZM BAKANLIĞI Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü Kontrolörler Kurulu Başkanlığı’nın Konaklama Tesislerinde Kontrollü Normalleşme Süreci Genelgesini Karşılayan *Tek Ürün'dür.”, “Turizm ve Kültür Bakanlığı Tarafından Yayınlanan Genelgede Gelen Ziyaretçilerin Ateş Ölçümü ile Fotoğraflarının Çekilmesi ve Kayıt Tutulması Gerekmektedir. TempMach Easy Bunları Sizler İçin Operatöre İhtiyaç Duymadan Güvenle Yapar.” , “AVM, Otel, Restaurant, Plaza Girişleri ve Tüm Sosyal Alanlarda Şık ve Modern Tasarımıyla Kullanılmaya Uygundur.(…)”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, Torsan CNC tarafından *“Temp Mach”* isimli temassız vücut sıcaklığı ölçüm sistemlerine ilişkin olarak https://tempmach.com adresli internet sitesinin 25.06.2020 tarihli görünümünde yayınlanan reklamlarda, *“Duyuru; TempMach* T.C. KÜLTÜR VE TURİZM BAKANLIĞI Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü Kontrolörler Kurulu Başkanlığı’nın Konaklama Tesislerinde Kontrollü Normalleşme Süreci Genelgesini Karşılayan *Tek Ürün'dür.”, “Turizm ve Kültür Bakanlığı Tarafından Yayınlanan Genelgede Gelen Ziyaretçilerin Ateş Ölçümü ile Fotoğraflarının Çekilmesi ve Kayıt Tutulması Gerekmektedir. TempMach Easy Bunları Sizler İçin Operatöre İhtiyaç Duymadan Güvenle Yapar.” , “AVM, Otel, Restaurant, Plaza Girişleri ve Tüm Sosyal Alanlarda Şık ve Modern Tasarımıyla Kullanılmaya Uygundur.(…)”* şeklinde ifadelere yer verildiği, ancak belgeli işletmelerde kontrollü normalleşme sürecinde yeni koronavirüse karşı uygulanacak tedbirler kapsamında kullanılmak üzere Kültür ve Turizm Bakanlığınca onaylanan ya da tavsiye edilen herhangi bir ürün bulunmadığı, dolayısıyla inceleme konusu reklamlarda yer alan ifadelerin gerçeği yansıtmadığı; ayrıca söz konusu reklamlarda Kültür ve Turizm Bakanlığı ve birimlerinin isimleri kullanılmak suretiyle anılan Kurumun itibarından haksız şekilde faydalanıldığı, bu durumun da Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin “İtibardan haksız yararlanma” başlıklı 11 inci maddesinde yer alan; *“(1) Reklamlarda; a) Bir kişi, kurum veya kuruluşun adı veya amblem, logo ve diğer ayırt edici kurumsal kimlik unsurları, tüketicinin yanıltılmasına yol açacak şekilde kullanılamaz. b) Bir kişi adından ya da bir firma, kurum veya kuruluşa ait ticaret unvanından fikri ve sınai mülkiyet hakkından veya bir reklam kampanyası ile sağlanmış bulunan itibardan haksız olarak yararlanılamaz.”* hükmüne aykırılık teşkil ettiği 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, 11 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**93)**

**Dosya No: 2020/1148**

**Şikayet Edilen: CBS Kurumsal İş Çözümleri Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.cbsturkey.com adresli internet sitesinde Güvenli Turizm Sertifikası’na ilişkin olarak yayınlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** CBS Kurumsal İş Çözümleri Ltd. Şti. unvanlı firmanın Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı tarafından Güvenli Turizm Sertifikası programı kapsamında yetkilendirilmiş firmalar arasında bulunmadığı, bununla birlikte anılan firmaya ait www.cbsturkey.com adresli internet sitesinde 2020 yılı içerisinde yer alan tanıtımlarda, *“GÜVENLİ TURİZM SERTİFİKASYON PROGRAMI” , “GÜVENLİ TURİZM SERTİFİKASYONU İÇİN; EĞİTİM-DANIŞMANLIK-DENETİM HİZMETLERİ” , “Güvenli turizm sertifikasyonu için; yaklaşık 30 kişilik tecrübeli ekibimiz ile marmara – akdeniz – ege – iç anadolu bölgelerinde otellerde bazı onaylı kuruluşlar adına denetimler yapıyoruz. Aynı zamanda ihtiyacı olan otellere de eğitimler ve danışmanlık hizmeti vermeye başladık. Restoranlar, cafeler ve tur ve transfer araçları içinde planlarımızı yapmaya başladık, çeşitli taleplere göre hizmet vermeye başlayacağız. Sertifika alacak şirket iseniz Eğitim – danışmanlık / onaylı kuruluş iseniz denetçi talepleriniz için iletişime geçebilirsiniz. cbs@cbsturkey.com veya 0216 372 40 40”* şeklinde ifadelere yer verildiği hususları tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı tarafından, Kültür ve Turizm Bakanlığı’nın öncülüğünde, Sağlık, Ulaştırma, İçişleri ve Dışişleri Bakanlıklarının katkılarıyla, uluslararası standartlarda denetim yapılmak suretiyle Güvenli Turizm Sertifikasyon Programı uygulanmakta olduğu, söz konusu program kapsamında Covid-19 normalleşme sürecinde turizm sektöründe faaliyette bulunmakta olup gerekli kriterleri yerine getiren işletmelerin tüketici nezdinde güvenli ve hijyenik olduğu hususunun belgelendiği, Güvenli Turizm Sertifikasyon Programı’nın denetim işlemlerinin Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı’nın yetkilendirdiği akredite firmaları tarafından yapıldığı, program kapsamında Bakanlıktan işletme ve yatırım belgesi almış işletmelere, Bakanlık tarafından uygun görülecek diğer işletmelere ve transfer amaçlı yolcu taşımalarında kullanılan karayolu taşıtlarına, belirlenen kriterlere uymaları şartıyla *“Güvenli Turizm Sertifikası”* sağlandığı, bu kriterlere uygunluk denetiminin ise Türkiye Turizm Tanıtım Geliştirme Ajansı ve Türk Akreditasyon Kurumu (TÜRKAK) onaylı denetleme firmaları tarafından yapıldığı, bu yetkili denetleme firmalarının Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı’na ait web sitesinde güncel olarak yayınlandığı, ilgili web sitesinde yetkilendirilmiş denetim firmaları dışında kalan diğer firmaların ise bu denetimi yapmaya yetkili olmadığı;

Bu kapsamda CBS Kurumsal İş Çözümleri Ltd. Şti. unvanlı firmanın,Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı tarafından yetkilendirilmiş firmalar arasında bulunmadığı, buna karşın anılan firmaya ait www.cbsturkey.com adresli internet sitesinde 2020 yılı içerisinde yer alan tanıtımlarda, *“GÜVENLİ TURİZM SERTİFİKASYON PROGRAMI” , “GÜVENLİ TURİZM SERTİFİKASYONU İÇİN; EĞİTİM-DANIŞMANLIK-DENETİM HİZMETLERİ” , “Güvenli turizm sertifikasyonu için; yaklaşık 30 kişilik tecrübeli ekibimiz ile marmara – akdeniz – ege – iç anadolu bölgelerinde otellerde bazı onaylı kuruluşlar adına denetimler yapıyoruz. Aynı zamanda ihtiyacı olan otellere de eğitimler ve danışmanlık hizmeti vermeye başladık. Restoranlar, cafeler ve tur ve transfer araçları içinde planlarımızı yapmaya başladık, çeşitli taleplere göre hizmet vermeye başlayacağız. Sertifika alacak şirket iseniz Eğitim – danışmanlık / onaylı kuruluş iseniz denetçi talepleriniz için iletişime geçebilirsiniz. cbs@cbsturkey.com veya 0216 372 40 40”* şeklinde ifadelere yer verilmek suretiyle, Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı’nın muvafakati yahut izni olmaksızın Güvenli Turizm Sertifikasyon Programı’na dahil ve Güvenli Turizm Sertifikası düzenleme yetkisi olan denetim firmalarından biri olduğu izlenimi oluşturularak yetkisiz sertifika düzenlendiği, bu bağlamda söz konusu firmanın Güvenli Turizm Sertifikasyon programında yer almamasına ve sertifika düzenleme yetkisi olmamasına karşın, inceleme konusu tanıtımlarda bu şekilde gerçeği yansıtmayan, firmaları ve dolayısıyla tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı ifadelere yer verildiği, ayrıca söz konusu Kurumun itibarından ve anılan Kurum tarafından verilen yetki ile düzenlenebilen Güvenli Turizm Sertifikası’nın itibarından haksız şekilde faydalanıldığı, bu durumun da Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin “İtibardan haksız yararlanma” başlıklı 11 inci maddesinde yer alan; *“(1) Reklamlarda; a) Bir kişi, kurum veya kuruluşun adı veya amblem, logo ve diğer ayırt edici kurumsal kimlik unsurları, tüketicinin yanıltılmasına yol açacak şekilde kullanılamaz. b) Bir kişi adından ya da bir firma, kurum veya kuruluşa ait ticaret unvanından fikri ve sınai mülkiyet hakkından veya bir reklam kampanyası ile sağlanmış bulunan itibardan haksız olarak yararlanılamaz.”* hükmüne aykırılık teşkil ettiği 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, 11, 12 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **CBS Kurumsal İş Çözümleri 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.

**94)**

**Dosya No: 2020/1196**

**Şikayet Edilen: Mer Tur Mersin Turizm İnş. Tar. San. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam / HTU:** *“Merada Termal Tatil Köyü”* isimli tesise ilişkin devre tatil satışına yönelik olarak gerçekleştirilen ticari uygulamalar

**Reklam Yayın / HTU Tarihi:** 2019

**Yayınlandığı Mecra:** Haksız Ticari Uygulama

**Tespitler:** Mer Tur Mersin Turizm İnş. Tar. San. ve Tic. A.Ş. tarafındanbaşvuru sahibi tüketicinin *“Merada Termal Tatil Köyü”*isimli tesise tanıtım amacıyla götürüldüğü ve bu tesiste tüketiciye psikolojik baskı ve zorlama yoluyla devre mülk satışı yapıldığı, ayrıca sözleşmeden dönmek isteyen tüketicinin talebinin firma tarafından kabul edilmeyerek tüketici mağduriyetine sebebiyet verildiği iddiasına ilişkin olarak firma tarafından gönderilen cevabi yazı ve eklerinin incelenmesi sonucunda, başvuru sahibi tüketici Ali BAŞARAN'ın cayma hakkını kullanması akabinde firma tarafından iptal ve iade işlemlerinin gerçekleştirildiği, iade işlemine ve tüketicinin şikayetini geri çekme başvurusuna ilişkin belgelere cevabi yazı ekinde yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Mer Tur Mersin Turizm İnş. Tar. San. ve Tic. A.Ş. tarafındanbaşvuru sahibi tüketicinin *“Merada Termal Tatil Köyü”* isimli tesise tanıtım amacıyla götürüldüğü ve bu tesiste tüketiciye psikolojik baskı ve zorlama yoluyla devre mülk satışı yapıldığı, ayrıca sözleşmeden dönmek isteyen tüketicinin talebinin firma tarafından kabul edilmeyerek tüketici mağduriyetine sebebiyet verildiği iddiasına ilişkin olarak firma tarafından gönderilen cevabi yazı ve eklerinin incelenmesi sonucunda, başvuru sahibi tüketici Ali BAŞARAN'ın cayma hakkını kullanması akabinde firma tarafından iptal ve iade işlemlerinin gerçekleştirildiği tespit edilmiş olup, şikayet konusu devre tatil satışı kapsamında firma tarafından tüketiciyi aldatıcı, yanıltıcı, tüketicinin bilgi ve tecrübe eksikliklerini istismar edici nitelikte herhangi bir haksız ticari uygulamada bulunulmadığı anlaşıldığından, inceleme konusu ticari uygulamaların 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 62 nci maddesine **aykırı olmadığına** karar verilmiştir.

**95)**

**Dosya No: 2020/1292**

**Şikayet Edilen: Maksi Grup Seyahat Turizm Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.facebook.com adresli internet sitesinde yayınlanan *“GAP TURU”* başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 31.12.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Maksi Grup Seyahat Turizm Ticaret Ltd. Şti. tarafından www.facebook.com adresli internet sitesinin 31.12.2020 tarihli görünümünde yayınlanan *“GAP TURU”* başlıklı reklamlarda, *“1987 yılında UNESCO Dünya Miras Listesine girmiş Nemrut Dağı’nı, 2019 yılına adını veren ve UNESCO Dünya Mirası Listesi’ndeki dünyanın ilk tapınağı olan Göbeklitepe’yi, Şanlıurfa’nın sular altındaki saklı cenneti Halfeti’yi ve birbirinden lezzetli yemekleri, baklavası ve Zeugma mozaikleri ile meşhur Gaziantep’i birlikte keşfedelim. 4 gece ve üzeri konaklamalı uçak veya otobüs ulaşım alternatifi ile 745 TL'den başlayan GAP turlarını kaçırmayın.(…)”* şeklinde ifadelere yer verildiği, bununla birlikte söz konusu tur ile ilgili bilgi almak ve başvuru yapmak amacıyla anılan firmayla irtibata geçen başvuru sahibi tüketiciye, firma tarafından reklamda vaat edildiği şekilde bir tur hizmeti verilmediği veya söz konusu turun başka bir tarihte planlandığı, ancak tarihin belli olmadığı yönünde bilgiler verildiği ve gerçekte var olmayan uygun fiyatlı turlar üzerinden tüketiciye başka turlar satılmaya çalışıldığı şeklindeki iddialara ilişkin olarak firma tarafından gönderilen cevabi yazıda, www.facebook.com adresli internet sitesinde yayınlanan reklamda GAP turları kategorisinin duyurusunun yapıldığı ve kategorinin en uygun fiyatlı olan 3 gecelik tur paketi fiyatının belirtildiği, anılan reklamda 745 TL’den başladığı ifade edilen 4 gece ve üzeri konaklamalı uçak veya otobüs ulaşım alternatifli GAP turu fiyatının aslında 3 gecelik Şanlıurfa-Mardin-Hasankeyf güzergâhında otobüs ile gerçekleştirilen kültür turu programına ait olduğu yönünde açıklamalara yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, Maksi Grup Seyahat Turizm Ticaret Ltd. Şti. tarafından www.facebook.com adresli internet sitesinin 31.12.2020 tarihli görünümünde yayınlanan *“GAP TURU”* başlıklı reklamlarda, *“1987 yılında UNESCO Dünya Miras Listesine girmiş Nemrut Dağı’nı, 2019 yılına adını veren ve UNESCO Dünya Mirası Listesi’ndeki dünyanın ilk tapınağı olan Göbeklitepe’yi, Şanlıurfa’nın sular altındaki saklı cenneti Halfeti’yi ve birbirinden lezzetli yemekleri, baklavası ve Zeugma mozaikleri ile meşhur Gaziantep’i birlikte keşfedelim. 4 gece ve üzeri konaklamalı uçak veya otobüs ulaşım alternatifi ile 745 TL'den başlayan GAP turlarını kaçırmayın.(…)”* şeklinde ifadelere yer verilmesine karşın, söz konusu tur ile ilgili bilgi almak ve başvuru yapmak amacıyla anılan firmayla irtibata geçen başvuru sahibi tüketiciye, firma tarafından reklamda vaat edildiği şekilde bir tur hizmeti verilmediği veya söz konusu turun başka bir tarihte planlandığı, ancak tarihin belli olmadığı yönünde bilgiler verildiği ve gerçekte var olmayan uygun fiyatlı turlar üzerinden tüketiciye başka turlar satılmaya çalışıldığı şeklindeki iddialara ilişkin olarak firma tarafından gönderilen cevabi yazıda yer verilen, www.facebook.com adresli internet sitesinde yayınlanan reklamda GAP turları kategorisinin duyurusunun yapıldığı ve kategorinin en uygun fiyatlı olan 3 gecelik tur paketi fiyatının belirtildiği, anılan reklamda 745 TL’den başladığı ifade edilen 4 gece ve üzeri konaklamalı uçak veya otobüs ulaşım alternatifli GAP turu fiyatının aslında 3 gecelik Şanlıurfa-Mardin-Hasankeyf güzergâhında otobüs ile gerçekleştirilen kültür turu programına ait olduğu yönündeki açıklamalar doğrultusunda, şikayet konusu reklamda yer alan *“4 gece ve üzeri konaklamalı uçak veya otobüs ulaşım alternatifi ile 745 TL'den başlayan GAP turları (...)”* şeklindeki ifadelerin gerçeği yansıtmadığı, tüketicileri aldatıcı, yanıltıcı ve haksız rekabete yol açıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/1, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5, 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 **Maksi Grup Seyahat Turizm Ticaret Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**96)**

**Dosya No: 2020/2190**

**Şikayet Edilen: Çölmekçioğlu Nak. San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Çömlekçi Hotel”* isimli tesise ilişkin olarak www.google.com adresli internet sitesinde yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 22.12.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Çölmekçioğlu Nak. San. ve Tic. Ltd. Şti.’ye ait olup, Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi bulunmayan *“Çömlekçi Hotel”* isimli tesise ilişkin olarak www.google.com adresli internet sitesinin 22.12.2020 tarihli görünümünde yayınlanan reklamlarda *“3 Yıldızlı Otel”* şeklinde tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, Çölmekçioğlu Nak. San. ve Tic. Ltd. Şti.’ye ait olup, Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi bulunmayan *“Çömlekçi Hotel”* isimli tesise ilişkin olarak www.google.com adresli internet sitesinin 22.12.2020 tarihli görünümünde yayınlanan reklamlarda *“3 Yıldızlı Otel”* şeklinde tanıtımının yapılmasının tüketiciyi aldatıcı, yanıltıcı ve haksız rekabete yol açıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Turizmi Teşvik Kanunu’nun 5/a maddesi,

- Turizm Tesislerinin Niteliklerine İlişkin Yönetmeliğin 16 ncı maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Çölmekçioğlu Nak. 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.

**97)**

**Dosya No: 2020/2654**

**Şikayet Edilen: Zonline Ticaret ve Turizm A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.otelz.com ve www.facebook.com adresli internet sitelerinde yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 31.12.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Zonline Ticaret ve Turizm A.Ş. tarafından www.otelz.com adresli internet sitesinin 31.12.2020 tarihli görünümünde yayınlanan reklamlarda, *“Otelz.com Türkiye'de seyahat eden gezginlere büyük kolaylıklar getirdi. En düşük fiyat garantisi ile ön ödemesiz otel rezervasyon imkânı sağlanmaktadır.”* ifadelerine;www.facebook.com adresli internet sitesinin 31.12.2020 tarihli görünümünde yayınlanan reklamlarda ise, *“Otelz.com En İyi Fiyat Garantisi ile Şimdi Yerini ayır, Otelde Öde!”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, Zonline Ticaret ve Turizm A.Ş. tarafından www.otelz.com adresli internet sitesinin 31.12.2020 tarihli görünümünde yayınlanan reklamlarda, *“Otelz.com Türkiye'de seyahat eden gezginlere büyük kolaylıklar getirdi. En düşük fiyat garantisi ile ön ödemesiz otel rezervasyon imkânı sağlanmaktadır.”* ifadelerine;www.facebook.com adresli internet sitesinin 31.12.2020 tarihli görünümünde yayınlanan reklamlarda ise, *“Otelz.com En İyi Fiyat Garantisi ile Şimdi Yerini ayır, Otelde Öde!”* şeklinde ispata muhtaç ifadelere yer verilmek suretiyle ortalama tüketiciler nezdinde anılan firma tarafından her zaman ve her koşulda en düşük fiyatlı konaklama hizmeti verildiği algısı oluşturularak tüketicilerin yanıltıldığı; *“En İyi – En Düşük Fiyat Garantisi”* iddiasının objektif bir biçimde kanıtlanabilirlikten uzak olması ve yanıltıcı bir yöntemle talep yaratma amacına hizmet etmesi nedeniyle inceleme konusu reklamların tüketicileri aldatıcı, dürüst rekabet ilkelerine aykırı ve benzer firmalar arasında haksız rekabete yol açıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**98)**

**Dosya No: 2020/4928**

**Şikayet Edilen: Tekaş Teknik İnş. Taah. Tic. ve San. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Green Beach Resort Otel”* isimli tesisin tanıtımına ilişkin olarak www.greenbeachresortbodrum.com, https://tr.hotels.com, www.tripadvisor.com.tr, www.google.com ve www.trivago.com.tr adresli internet sitelerinde yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 23.12.2020, 31.12.2020, 03.02.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Tekaş Teknik İnş. Taah. Tic. ve San. A.Ş.’ye ait olup, Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından 08.08.2003 tarihli ve 9177 sayılı *“4 Yıldızlı Otel Turizm İşletmesi Belgesi”* ile belgelendirilmiş *“Green Beach Resort Otel”* isimli tesise ilişkin olarak www.greenbeachresortbodrum.com adresli internet sitesinin 23.12.2020, 31.12.2020 ve 03.02.2021 tarihli görünümlerinde yayınlanan reklamlarda *“*\*\*\*\*\**”(beş yıldız)* görsellerine; https://tr.hotels.com adresli internet sitesinin 31.12.2020 tarihli görünümünde yayınlanan reklamlarda *“5 yıldızlı”* ibarelerine; www.tripadvisor.com.tr adresli internet sitesinin 31.12.2020 tarihli görünümünde yayınlanan reklamlarda *“OTEL SINIFI*\*\*\*\*\**”(beş yıldız)* ibare ve görsellerine; www.google.com adresli internet sitesinin 31.12.2020 tarihli görünümünde yayınlanan reklamlarda *“5 yıldızlı otel”* ifadelerine; www.trivago.com.tr adresli internet sitesinin 31.12.2020 tarihli görünümünde yayınlanan reklamlarda ise *“*\*\*\*\*\**”(beş yıldız)* görselleri ile *“Green Beach Resort Oteli Bodrum, Türkiye’de bulunan ve konuklarını 5 yıldız otel kalitesinde ağırlamakta olan bir oteldir.”* ifadelerine yer verilmek suretiyle *“5 Yıldızlı Otel”* şeklinde reklam ve tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, Tekaş Teknik İnş. Taah. Tic. ve San. A.Ş.’ya ait olup, Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından 08.08.2003 tarihli ve 9177 sayılı *“4 Yıldızlı Otel Turizm İşletmesi Belgesi”* ile belgelendirilmiş *“Green Beach Resort Otel”* isimli tesise ilişkin olarak www.greenbeachresortbodrum.com adresli internet sitesinin 23.12.2020, 31.12.2020 ve 03.02.2021 tarihli görünümlerinde yayınlanan reklamlarda *“*\*\*\*\*\**”(beş yıldız)* görsellerine; https://tr.hotels.com adresli internet sitesinin 31.12.2020 tarihli görünümünde yayınlanan reklamlarda *“5 yıldızlı”* ibarelerine; www.tripadvisor.com.tr adresli internet sitesinin 31.12.2020 tarihli görünümünde yayınlanan reklamlarda *“OTEL SINIFI*\*\*\*\*\**”(beş yıldız)* ibare ve görsellerine; www.google.com adresli internet sitesinin 31.12.2020 tarihli görünümünde yayınlanan reklamlarda *“5 yıldızlı otel”* ifadelerine; www.trivago.com.tr adresli internet sitesinin 31.12.2020 tarihli görünümünde yayınlanan reklamlarda ise *“*\*\*\*\*\**”(beş yıldız)* görselleri ile *“Green Beach Resort Oteli Bodrum, Türkiye’de bulunan ve konuklarını 5 yıldız otel kalitesinde ağırlamakta olan bir oteldir.”* ifadelerine yer verilmek suretiyle *“5 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 **Tekaş Teknik İnş. Taah. Tic. ve San. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**DİĞER**

**99)**

**Dosya No: 2020/560**

**Şikayet Edilen: A101 Yeni Mağazacılık A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ilişkin olarak muhtelif mecralarda yer alan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019, 2020

**Yayınlandığı Mecra:** Broşür, afiş, internet

**Tespitler:** Firmaya ilişkin olarak muhtelif mecralarda yer alan reklamlarda *"Bodrum Torba'dan Artvin Hopa'ya 9000 Marketiyle A101 Türkiye'nin her ilçesinde A101* *Harca Harca"* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firmaya ilişkin olarak muhtelif mecralarda yer alan reklamlar ile ilgili 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.

**100)**

**Dosya No: 2020/566**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ilişkin olarak www.facebook.com.tr adresli internet sitesinde yer alan sponsorlu reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ilişkin olarak www.facebook.com.tr adresli internet sitesinde yer alan sponsorlu reklamlarda *"Kinetix Kadın Gri Trekking ve Outdoor Bot"* isimli ürünün üstündeki turuncu alandaki fiyatın 49,99 TL, ürünün altındaki alandaki fiyatın 139,99 TL olduğunun belirtildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firmaya ilişkin olarak www.facebook.com.tr adresli internet sitesinde yer alan sponsorlu reklamlarda *"Kinetix Kadın Gri Trekking ve Outdoor Bot"* isimli ürünün üstündeki turuncu alandaki fiyatın 49,99 TL, ürünün altındaki alandaki fiyatın 139,99 TL olduğunun belirtildiği dolayısıyla ürünün fiyatı ile ilgili farklı fiyat bilgisi verilerek anlam karışıklığına yol açıldığı, 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, 13 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**101)**

**Dosya No: 2020/2297**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ilişkin olarak www.hurriyet.com.tr ve www.defacto.com.tr adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ilişkin olarak www.hurriyet.com.tr adresli internet sitesinde yer alan sponsorlu reklamlarda *"Defacto Erkek Basic Fermuarlı Mont 103,99 TL"* ifadesine yer verildiği, buna istinaden tüketici tarafından bağlantıya tıklandığında www.defacto.com.tr adresli internet sitesine yapılan yönlendirmede söz konusu ürünün fiyatının 129,99 TL olduğu bilgisinin verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firmaya ilişkin olarak www.hurriyet.com.tr adresli internet sitesinde yer alan sponsorlu reklamlarda *"Defacto Erkek Basic Fermuarlı Mont 103,99 TL"* ifadesine yer verildiği, buna istinaden tüketici tarafından bağlantıya tıklandığında www.defacto.com.tr adresli internet sitesine yapılan yönlendirmede söz konusu ürünün fiyatının 129,99 TL olduğu bilgisinin verildiği dolayısıyla www.hurriyet.com.tr adresli internet sitesinde yer alan reklamlardaki fiyatın gerçeği yansıtmadığı, 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, 13 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, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**102)**

**Dosya No: 2020/4075**

**Şikayet Edilen: Dsm Grup Danışmanlık İletişim ve Satış Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait www.trendyol.com adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ait www.trendyol.com adresli internet sitesinden alışveriş yapan tüketiciye gönderilenSidentra Siperlik Koruyucu Yüz Maskesi (Ergonomik Sünger Destekli) Siperlik ve MSP Dikenli El Egzersiz Masaj Duvu Topu isimli ürünlerin tüketici tarafından iade edilmek istendiği ve kargo şirketlerinden iade talebi oluşturulduğu ancak kargo şirketleri tarafından ürünlerin tüketicinin adresinden teslim alınmadığı dolayısıyla iadenin gerçekleştirilemediği, Trust Primo 20787 Kablosuz Kırmızı Mouse isimli ürünün tüketici tarafından iade edildiği ancak ürünün kullanma talimatını kutusuna koymayı unuttuğu için firma tarafından eksik iade yapıldığı gerekçesiyle iade talebinin reddedildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firmaya ait www.trendyol.com adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlara 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.

**103)**

**Dosya No: 2020/4304**

**Şikayet Edilen: Avva Mağazacılık Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından tüketiciye gönderilen kısa mesajda yer alan ifadeler

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Yayınlandığı Mecra:** Kısa mesaj

**Tespitler:** Firma tarafından tüketiciye gönderilen kısa mesajda "*Avva'dan size özel 50 TL hediye! Mağazalarımızda 19 Mayıs 2019 tarihine kadar kullanabileceğiniz puanınız kartınıza yüklenmiştir. 190513410 kampanya kodunuzu mağaza kasa görevlisine göstermeniz yeterlidir."* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firma tarafından tüketiciye gönderilen kısa mesajda yer alan ifadelere 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.

**104)**

**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"* ifadelerine yer 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 Sivas ili halkına ve folklörüne uygun olmayan ifadelere yer verildiği, Türkçe dilinin doğru kullanılmadığı bu nedenle çocukların da Türkçe dilini yanlış öğrenmesine yol açabileceği ve çocukların dil gelişiminde olumsuz etkileri olabileceği, 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 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 **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**105)**

**Dosya No: 2021/116**

**Şikayet Edilen: Bitay Teknoloji Sanayi Ticaret Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** Adı geçen firma tarafından www.bitay.com adlı internet sitesi üzerinden kripto para alım-satım işlemlerine ilişkin yapılan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Söz konusu firma tarafından adı geçen internet sitesi üzerinden yapılan tanıtımlarda *İlk Bitcoin'in Bitay’dan... Şimdi Bitay'da hesap aç hediye Bitcoin'i kap"* şeklinde ifadelere yer verilerek kampanya düzenlendiği ancak kampanya detayı incelendiğinde, *"10 Kasım tarihinden itibaren üye olan herkesin hesabına 15 BTY yükleniyor, kazandığınız BTY'i Bitcoin'e çevirebilirsiniz"* şeklinde açıklamaların bulunduğu,

Ayrıca, söz konusu site üzerinden yapılan tanıtımlarda *"Türkiye'nin Global Borsası" "Global Borsaların en büyükleriyle yaptığımız çözüm ortaklığı anlaşmaları ile de Türkiye'deki en fazla ürün çeşitliliğine ve piyasa hacim derinliğine sahip firmadır"* ve *"Türkiye ve yurt dışından 500.000'in üzerinde kullanıcı en iyi hizmeti en rekabetçi fiyatlarla Bitay Teknoloji'den almaktadır”* ifadelerine ve Sanayi ve Teknoloji Bakanlığına ait logoya yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firma tarafından www.bitay.com adlı internet sitesi üzerinden yapılan tanıtımlarda “Türkiye’nin Global Borsası” ifadesine ve kamu idaresine ait logoya yer verilerek kripto para işlemlerinin yetkili kamu kuruluşları tarafından sağlanan hukuki bir güvenceye sahip olduğu yönünde izlenim oluşturulduğu ayrıca, tanıtımlarda yer alan “Türkiye'deki en fazla ürün çeşitliliğine ve piyasa hacim derinliğine sahip firmadır”, “en iyi hizmet”, “en rekabetçi fiyatlar” gibi ifadelerin firma tarafından ispatlanamadığı, son olarak kampanya detayı ve firma tarafından yapılan açıklama dikkate alındığında “Hediye Bitcoin” kampanyasının gerçeği yansıtmadığı nedenlerine bağlı olarak yapılan tanıtımların yanıltıcı ve mevzuata aykırılık oluşturduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**106)**

**Dosya No: 2021/821**

**Şikayet Edilen: Doruk Hasar Danışmanlık Araç Kiralama Oto Alım Satım ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Söz konusu firma tarafından www.dorukhasardanismanlik.com.tr adlı internet adresi üzerinden yapılan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 22.03.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firma tarafından adı geçen internet sitesi üzerinden yapılan tanıtımlarda; *"Son 10 yıl içerisinde geçirdiğiniz trafik kazası sebebiyle ameliyat, sakatlanma gibi bir durum yaşadıysanız ya da yakınınızı kaybettiyseniz, trafik kaza tazminatı hakkında bilgi almak ve uzmanlarımız ile görüşmek için aşağıdaki başvuru formunu doldurabilirsiniz. Doruk Sigorta; sigortalı yaşamın etkin olarak yaygınlaşmaya başladığı ülkemizde sigorta kapsamında oluşan her türlü zararın (Bedeni ve maddi zararların) ortadan kaldırılması maksadı ile kurulmuştur. Amacımız; sigorta kapsamı içerisinde olan her türlü haklarınızı çözüme kavuşturmak ve mağduriyetlerinizi gidermektir. Doruk Sigorta, sigorta poliçeleri kapsamında oluşan haklarınızın tanzimini sağlamak için geçen süre içerisinde ve hakların tanzimi sonuçlandırılana kadar kesinlikle hiçbir ücret talep etmemektedir. Profesyonel ve uzman ekibimizle sizi mağduriyetleriniz ile baş başa kalmaktan kurtarıyoruz. Bize mağduriyetiniz ile ilgili her konuda ücretsiz olarak danışabilirsiniz*" şeklinde ifadelere yer verildiği ayrıca, "hizmetlerimiz" başlığı altında hukuk danışmanlığı, hasar yönetimi, kara yolu kaza tazminatı, deniz yolu kaza tazminatı, hava yolu tazminatı şeklinde seçeneklere yer verilerek firma tarafından sunulan hizmetlerin tanıtıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; trafik ve iş kazaları başta olmak üzere, tazminat alacağına ilişkin hukuki ihtilaflarda mütalaa vermek, dava etmek ve savunmak, adli işlemleri takip etmek, bu işlere ait evrakı düzenlemek gibi sadece baroda yazılı avukatların yetkisinde olan faaliyetlerin adı geçen firma tarafından yürütüldüğüne ilişkin tanıtımların yapıldığı ancak firmanın bu alanda bir yetkisinin bulunmadığı, bu durumun tüketicileri yanıltıcı, aldatıcı, bilgi eksikliklerini istismar edici ve haksız rekabete yol açan nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- 1136 sayılı Avukatlık Kanununun 35, 55 ve 63 üncü maddeleri,

- 5684 sayılı Sigortacılık Kanununun 32 nci maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,reklam veren **Doruk Hasar Danışmanlık Araç Kiralama Oto Alım Satım ve Tic. Ltd. Şti.** hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**107)**

**Dosya No: 2021/1453**

**Şikayet Edilen: Akıncı 1 Sigorta Hasar Danışmanlığı Otomotiv Kuyumculuk Hayvancılık Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.akinci1sigorta.com.tr adlı internet sitesi üzerinden yapılan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 30.03.2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Adı geçen internet sitesinin 30.03.2021 tarihli görünümünde; *"Mağdur hakları... Trafik kazası tazminat hakkınız olabilir, geç olmadan bizi arayın... Şirketimiz, 2002 yılından beri faaliyette olup amacı trafik kazalarından dolayı mağdur olan kazazedelere hakları konusunda danışmanlık yapmak, mağduriyetlerinin giderilmesi için onlar adına ilgili kurum ve kuruluşlara başvuru yaparak, mağdurlar adına işlerini takip edip sonuçlandırmaktır. Bu şekilde kazazedelerin uğramış olduğu maddi zararların karşılığı olarak alması gereken tazminatların bir an önce mağdurlara ulaştırılmasını hedeflenmiştir. Mağdurları bu hakları konusunda bilgilendirmek amacıyla şirketimiz ücretsiz danışmanlık hizmeti de vermektedir. Zaman aşımı süresi, son olarak, bu taleplerin de bir zaman aşımı süresine tabi olduğunu belirtmekte fayda var. Mağdurların, hak kaybına uğramaması için taleplerini süresi içinde ilgili şirket veya kuruma iletmesi gerekmektedir. Ülkemizde meydana gelen trafik kazalarından dolayı geride kalan pek çok mağdur insanımızın eş ve çocuklarının oldukları, bu haklardan habersiz bir şekilde mağduriyetlerinin devam ettiği de ne yazık ki ayrı bir gerçek. Kaza Tazminat Talebinizi bize iletiniz, sizin için gerekenleri yapalım. Üstelik tazminatınız elinize geçene kadar hiçbir ücret talep etmeden."* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; trafik ve iş kazaları başta olmak üzere, tazminat alacağına ilişkin hukuki ihtilaflarda mütalaa vermek, dava etmek ve savunmak, adli işlemleri takip etmek, bu işlere ait evrakı düzenlemek gibi sadece baroda yazılı avukatların yetkisinde olan faaliyetlerin adı geçen firma tarafından adı geçen internet sitesi üzerinden tanıtımlarının yapıldığı ancak firmanın bu alanda bir yetkisinin bulunmadığı bu durumun tüketicileri yanıltıcı, aldatıcı, bilgi eksikliklerini istismar edici ve haksız rekabete yol açan nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- 1136 sayılı Avukatlık Kanununun 35, 55 ve 63 üncü maddeleri,

- 5684 sayılı Sigortacılık Kanununun 32 nci maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,reklam veren **Akıncı 1 Sigorta Hasar Danışmanlığı Otomotiv Kuyumculuk Hayvancılık 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.

**108)**

**Dosya No: 2020/5109**

**Şikayet Edilen: Yaşamevim Gayrimenkul Anonim Şirketi**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 16.09.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.facebook.com/yasamevimtr adresli sosyal medya hesabının 16 Eylül 2020 tarihli paylaşımlarında; "Türkiye'nin En erken teslimli araç kampanyası. Yaşamevim'den bir ilk. Taksit Sayısı: 24 Aylık Teslimat Süresi :4 ay, Taksit Sayısı: 36 Aylık Teslimat Süresi :5 ay...Taksit Sayısı: 60 Aylık Teslimat Süresi :7 ay" kampanyası ile "Türkiye'nin En erken teslimli konut kampanyası. Yaşamevim'den bir ilk. "Taksit Sayısı: 60 Aylık Teslimat Süresi :7 ay, Taksit Sayısı: 80 Aylık Teslimat Süresi :8 ay... Taksit Sayısı: 360 Aylık, Teslimat Süresi :18 ay." şeklindeki ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu tanıtımlarda, Türkiye'deki diğer tüm faizsiz ev/otomobil alım firmaları arasında en kısa sürede teslim hizmeti verdiğinin iddia edildiği ancak bu üstünlük iddiasının kuruluş tarafından ispatlanamadığı, söz konusu tanıtımların gerçeği yansıtmayarak 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-ab 8/1, 9 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Yaşamevim Gayrimenkul Anonim Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/13 üncü maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**109)**

**Dosya No: 2021/458**

**Şikayet Edilen: Birevim Tasarruf Gayrimenkul Otomotiv Organizasyon Pazarlama ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmanın, [www.youtube.com](http://www.youtube.com) adresli sosyal medya hesabında yayınlanan tanıtımları.

**Reklam Yayın Tarihi:** 04.02.2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.youtube.com/c/Birevimadresli sosyal medya hesabının 04.02.2021 tarihli görünümünde yer alan *"Kadriye Eski'nin Tasarruf Hikayesi"* başlıklı reklamlarda; *"Kızlarımın ikisi de burada çalışıyordu, patronlarının devredeceğini söylediler... Biz bu işe talip olduk fakat benim maddi anlamda bir şeyim yok, ben aylıkla çalışan bir insanım sonuçta. Gittim bankaya, banka kredi vermedi... Ödemeyi nasıl yapacağım diye düşünürken bir arkadaşı ziyaret ettim oğluyla beraber bir ev aldık dediler. Dedim nasıl aldınız evi, dedi ki Birevim'den aldık, sen gitsen bir görüşsen çok iyi olur dedi. Gittim ne yapılabilir nasıl olur bana para lazım biz bunu nasıl yaparız... Dedim, kim ne derse desin bu borç benim, bu borcu da ben ödeyeceğim, benim senedim Mayıs ayının 30'uydu ben Nisan'ın başında paramı aldım. Birevim bana ilaç gibi geldi gerçekten... Birevim sayesinde ben çalıştığım iş yerinde patron oldum. Beni faize mecbur etmediler..."* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, tanıtımlarda diğer finansman kuruluşlarının kötülenmesi suretiyle bir banka gibi konut, çatılı iş yeri veya taşıt ediniminden doğduğu tevsik edilmeyen borçları da finanse ettiği izleniminin oluşturulduğu dolayısıyla, inceleme konusu reklamların mevzuata aykırı, tüketicileri yanıltıcı, aldatıcı ve bilgi eksikliklerini istismar edici nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

-5411 sayılı Bankacılık Kanunu'nun 150 nci maddesi,

- 6361 sayılı Finansal Kiralama, Faktoring, Finansman ve Tasarruf Finasman Şirketleri Kanunu'nun 4, 7 ve 9 uncu maddeleri,

- 5237 sayılı Türk Ceza Kanunu'nun 241 inci maddesi,

- Ticari reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/1-c, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 7/5-c, 9, 10 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Birevim Tasarruf Gayrimenkul Otomotiv Organizasyon Pazarlama ve Tic. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**110)**

**Dosya No: 2021/616**

**Şikayet Edilen: Alo Kaza Anka Tekn. Ünv. Uluslararası Sigorta Ekspertizlik Analiz ve Delil Toplama A.Ş.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 17.03.2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://alokaza.com/ adresli internet sitesinin 17.03.2021 tarihli görünümünde; *"Hemen İletişime Geçin. Yaptığınız kazada kusurlu olmadığınız halde kusurlu mu bulundunuz? Bizimle iletişime geçin, profesyonel kadromuzla size destek verelim. Hizmetlerimiz: Biz Alo Kaza ekibi olarak gerçekleşen bir kaza sonrasında haksız kusur oranınızı değiştiriyor ve değer kaybınızı nakit olarak ödüyoruz. Haksız kusur oranı aldığınızı düşündüğünüz bir kazanız var ise bize form yolu ile kaza dosyanızı gönderebilir ya da iletişime geçebilirsiniz... Araç sahibi istediği kişiye dava açarak tazminatının tamamını talep edebilir. Bizimle iletişime geçebilirsiniz... Kalite Politikamız. Gerçekleşen trafik kazaları sonucunda haksız kusur oranları verilmesi sebebiyle mağdur olan müşterilerimizin mağduriyetini gideriyoruz... Araç Değer Kaybı Sebebiyle İcra Takibi ve Tazminat Davası... İlk olarak araç değer kaybına ilişkin davanın açılmasından önce belgelerden ve eksper raporlarından yola çıkılarak kazada kusuru olan taraftan ilam icra takibi ile zarar talep edilecektir. Bu icra takibi ile eksper raporundaki tutar, sorumlu kişilerden talep edilecektir. Bu durumda ise icra takibi alan taraf haciz durumu ile karşılaşmamak adına, icra dosyasına ödeme yapıp süreci sonlandırmak isteyecektir. Talep edilen bu tutar kazaya sebebiyet veren taraftan tahsil edildiği takdirde bu süreç sonlanacaktır. Fakat başlatılmış olan icra takibine itiraz edilirse dava aşamasına geçilecektir. Trafik kazası sebebiyle araçta oluşan değer kaybı tazmini için maddi tazminat davası açılabilir. Maddi hasar nedeniyle değer kaybeden araçlar için araç değer kaybı tazminat davası açılması gerekir. Bu dava ile araç değer kaybının yanı sıra aracınızı kullanamadığınız süre zarfında araç kiralandıysa eğer kiralama bedeli de talep edilebilir. Bu davada kusur oranları ve değer kaybı belirlemesi için bilirkişi raporu alınır ve buna göre karar verilir.”... Alo Kaza Hep Yanınızda. Alo Kaza olarak hep yanınızdayız! Aracınızla son iki yıl içinde bir ya da birden fazla kazaya karıştınız mı? Bu kaza ya da kazalarda %50 ya da üzeri kusur karşı tarafta mı? Hasar gören aracınız hususi ise DEĞER KAYBI, ticari ise hem DEĞER hem de KAZANÇ kaybına uğradığınızı biliyor musunuz? Aracınızı satmış olsanız dahi bizi arayın, mağduriyetinizi giderelim. Hemen Bizi Arayın. Trafik Kazası Sonrası Sahip Olduğunuz Haklar. Trafik kazası sonrasında sahip olduğunuz bazı haklar vardır. Karışmış olduğunuz kazada kusurunuz yoksa ya da en fazla %50 kusurunuz var ise eğer ve bu kayıtlarda da belirlenmiş ise kusurlu olan karşı tarafın trafik sigortasından arabanızı yaptırmak dışında arabanızda oluşan araç değer kaybını isteme hakkına sahipsiniz... İşte karıştığınız trafik kazası yüzünden aracınız uğradığı değer kaybını her türlü talep etme hakkına sahipsiniz. Karışmış olduğunuz kazada bedensel hasar ya da ölüm sonuç verdiyse eğer hak sahipleri sigorta şirketlerinden veya kazada kusurlu olan karşı taraftan maddi ve manevi tazminat talebinde bulunmalarına hak sahibidirler. Bu gibi durumlarda uzman kişilere başvurmak her zaman hem süreci hızlandıracağı gibi hem de daha net sonuçlar ortaya çıkaracaktır..."* gibi ifadelere,

-www.facebook.com/alokazacom adresli sosyal medya hesabının 17.03.2021 tarihli görünümünde; *"Trafik kazası sonrasında sahip olduğunuz hakları biliyor musunuz? Karışmış olduğunuz kazada kusurunuz yoksa ya da en fazla %50 kusurunuz var ise eğer ve bu kayıtlarda da belirlenmiş ise kusurlu olan karşı tarafın trafik sigortasından arabanızı yaptırmak dışında arabanızda oluşan araç değer kaybını isteme hakkına sahipsiniz. Bu konu ülkemizde vatandaşlarımızın yeni yeni farkına vardığı bir haktır. Aracınızı satarken uğradığınız hasar yüzünden rayiç bedelinden daha az bedele satmak zorunda kalınmaktadır. İşte karıştığınız trafik kazası yüzünden aracınız uğradığı değer kaybını her türlü talep etme hakkına sahipsiniz. Karışmış olduğunuz kazada bedensel hasar ya da ölüm sonuç verdiyse eğer hak sahipleri sigorta şirketlerinden veya kazada kusurlu olan karşı taraftan maddi ve manevi tazminat talebinde bulunmalarına hak sahibidirler. Bu gibi durumlarda uzman kişilere başvurmak her zaman hem süreci hızlandıracağı gibi hem de daha net sonuçlar ortaya çıkaracaktır. Ülkemizde ölümlü ve yaralanmalı kazalar sayısı her yıl sürekli olarak artmakta olmasına rağmen halen vatandaş olarak ne gibi haklara sahip olduğumuzu bilmediğimiz gibi, daha da kötüsü hak arayışına girdiğimiz takdirde bu işin çok külfetli olacağını düşünmekteyiz. Firmamızın kurulma amacı bu gibi durumlarda vatandaşlarımızın hiçbir külfet altına girmeden kısa sürede nihai sonuca ulaşabileceklerine kendilerine anlatmak olup her türlü sigorta sorunları ile ilgili kendilerine ücretsiz danışmanlık sunmaktır... Motosiklet kazası. Alokaza motosiklet sürücülerinin yanında olmaya devam ediyor. Yaşanan kazada motosiklet sürücülerimizin yasal tüm haklarını sonuna kadar savunacağız. Tüm yasal işlemler tarafımızdan başlatıldı..."* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, söz konusu tanıtımlar vasıtasıyla trafik ve iş kazaları başta olmak üzere, tazminat alacağına ilişkin hukuki ihtilaflarda mütalaa vermek, dava etmek ve savunmak, adli işlemleri takip etmek, bu işlere ait bütün evrakı düzenlemek gibi sadece baroda yazılı avukatların yetkisinde olan faaliyetlerin kuruluş tarafından yürütüldüğü izlenimi yaratıldığı, kuruluşun bu alanda bir yetkisinin bulunmadığı, bu durumun tüketicileri yanıltıcı, aldatıcı, bilgi eksikliklerini istismar edici ve haksız rekabete yol açan nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

-1136 sayılı Avukatlık Kanunu'nun 35, 55 ve 63 üncü maddeleri,

- 5684 sayılı Sigortacılık Kanunu'nun 32 ve Ek 6 ncı maddeleri,

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

-6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 inci

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Alo Kaza Anka Tekn. Ünv. Uluslararası Sigorta Ekspertizlik Analiz ve Delil Toplama A.Ş** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/13 üncü maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**111)**

**Dosya No: 2021/617**

**Şikayet Edilen: Grup Merkez Hasar Hasar Yönetimi Danışmanlık ve Güvenlik Sistemleri A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait https://gmh.com.tr/ adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 17.03.2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://gmh.com.tr/ adresli internet sitesinin 17.03.2021 tarihli görünümünde; *"GMH Hasar Tasfiyesi işlemlerini yürütürken tamamen profesyonel Hasar Yönetimi ve Danışmanlık kadrosundan yararlanmakta ve hasar tasfiyesi işlemlerinde bilinen ve uygulanan süreçleri en aza indirerek kısa sürede sorunlarınızı çözüme ulaştırmayı hedeflemektedir. Profesyonel Hasar Yönetimi ve Danışman kadrosuyla Çağdaş Sigorta güvenliğini bir adım ileriye taşıma çabalarını sürdüren GMH, sigorta kapsamında oluşan zararlar giderilinceye kadar sizlere destek olmaya devam edecektir. Son 10 yılda siz veya yakınlarınız trafik kazası sonucunda zarar görmüş ve sigorta konusunda mağdur edilmiş iseniz GMH sorunlarınızın çözümü için sizlere her zaman destek olacaktır... Grup Merkez Hasar ayrıca; Faili meçhul trafik kazaları, sigortasız araçlar ile yabancı plakalı araçların karışmış olduğu kazalar sonucunda karşılaştığınız sorunların çözümünde, uzman ve deneyimli kadrosuyla sürecin başından sonuna kadar sizlerin yanında olarak sorunlarınızın giderilmesi için çalışıyor... Biz Kimiz: Grup Merkez Hasar; sigorta kapsamında uğradığınız kayıp ve zararların tazmininde sizlere güvenilir, kaliteli ve en doğru hizmetleri sunmak amacıyla 2006 yılında kurulmuştur. GMH ülkemizde bir ilke öncülük ederek sigorta kapsamındaki kayıp ve zararlarınızın telafi (tazmin) edilme sürecinde danışmanlık hizmeti sunmaktadır. Profesyonel kadrosuyla çağdaş sigorta güvenliğini bir adım ileriye taşıyan GMH son sekiz yıl içerisinde meydana gelen kazalarda yaşadığınız kayıp ve zararlar giderilinceye kadar sizlerin yanında olmaya devam ederken; Havayolu, Denizyolu, Karayolu her nerede olursa olsun vefat, daimi sakatlık veya yaralanma sonucunda oluşan mağduriyet ile ilgili haklarınızın sigorta şirketlerinden veya Güvence Hesabından alınmasına ilişkin süreçte danışmanlık hizmetleri sunmaktadır. Faaliyetlerimiz: Grup Merkez Hasar (GMH) konusunda uzman ve deneyimli kadrosu ile Hasar Yönetimi ve Danışmanlık Hizmetlerinde ülkemizde önemli ölçüde eksikliği hissedilen bir alanda faaliyet göstermektedir. GMH sigortalı yaşamın etkin olarak yaygınlaşmaya başladığı ülkemizde sigorta kapsamında oluşan her türlü zararın (Bedeni ve maddi zararlar) ortadan kaldırılması maksadı ile kurulmuştur...c. YAPILACAK İŞLEMLER: Mağdur ile birlikte, gerektiğinde resmi evrakların (Adli evraklar ve Tedavi evrakları) temini yapılarak, sigorta şirketlerine müracaat yazısı ile yönlendirilmesi sağlanacaktır. Dosya açılmasını takiben, yaralanmalı kazalar ve vefat dosyaları için Erişkinler İçin Engelli Sağlık Kurulu Raporunun alınması ve vefat evraklarının tamamlanması hususlarında hizmet sunacaktır. d. KUSUR ORANI TESPİTİ: Kazaya karışan tarafların kusur incelemesi yapılarak Trafik Kazası Tespit Tutanağı’nda veya adli dosyada yer alan kusura ilişkin bilirkişi raporunda itiraz edilmesi gereken hatalı kusur tespitleri var ise bunlara uzman görüşü desteği ile itiraz edilmesi hususunda danışmanlık verecektir... h. TAZMİNAT TUTARI DEĞERLENDİRMESİ: Sigorta şirketleri gönderilen evraklara göre yapılacak değerlendirme ve hesaplama neticesinde mağdura e-mail ya da telefon ile tazminat tutarını önerir ve ibra edilmesini ister. Ödenecek tazminat miktarı daha önce yapılan aktüer rakamı ile uygun ise ibra edilerek alınması önerilecek, uygun değil ise revize edilmesi tavsiye edilecektir..."* gibi ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda www.yatasbedding.com.tr adresli internet sitesinin 29.07.2018 ve 07.01.2021 tarihli görünümlerinde; "Mağazalarımız" sekmesi altında Türkiye genelinde yer alan mağazalara ait bilgilerle birlikte anılan mağaza adres bilgilerine yer verilerek mağazanın kuruluşun bünyesinde olduğu izlenimi yaratıldığı, dolayısıyla 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;

-1136 sayılı Avukatlık Kanunu'nun 35, 55 ve 63 üncü maddeleri,

- 5684 sayılı Sigortacılık Kanunu'nun 32 ve Ek 6 ncı maddeleri,

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

-6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 inci

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Grup Merkez Hasar Hasar Yönetimi Danışmanlık ve Güvenlik Sistemleri A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**112)**

**Dosya No: 2021/618**

**Şikayet Edilen: Moon Yönetim Danışmanlık Hizmetleri Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait www.tbhasar.com.tr ve www.facebook.com/tibbihasar adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 18.03.2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet.

**Tespitler:** www.tbhasar.com.tr adresli internet sitesinin 18.03.2021 tarihli görünümünde; *"Tıbbi Hasar. Bedeni hasar tazminatlarınız için bizden bilgi alabilirsiniz. İş Kazası Tazminatı. İş kazası sonucu tazminat hakkınız için bizden bilgi alabilirsiniz. Trafik Kazası Tazminatı. Ölümlü ve yaralanmalı tazminat hakkınız için bizden bilgi alabilirsiniz... Önceliğimiz Güven Esası. Yaşadığınız trafik/iş kazası sonrası oluşan mağduriyetiniz sonrası bize ulaşarak tarafımızdan tamamen ücretsiz bilgi alabilirsiniz. Kazanız ile ilgili tüm detayları sizden dinliyor, yasal haklarınız konusunda sizi bilgilendiriyoruz. Karşılıklı temel iş prensipleri ve güven esasıyla çalışmalarımızı eksiksiz yürütüyoruz... Deniz ve Hava Yolu Kazası Tazminatı. Deniz ve hava yolu kazaları sonrasında karşılaşılacak maddi ve manevi zararlar için haklarınızın en doğru şekilde savunulması ve zararınızın değerinde karşılanması için bize ulaşarak ücretsiz bilgi alabilirsiniz... Bedeni Hasar Tazminatı. Trafik veya İş kazası sonrasında, bireyler sağlıkla ilgili oluşan mağduriyetten kaynaklı olarak birçok zorlukla karşılaşmaktadır. Bu zorluklar nedeniyle yaşanan maddi ve manevi zararların karşılanması, Türk Ceza Kanunu’nda kaza sonucunda zarar gören olarak sakatlanan kişilere tazminat hakkı tanınmıştır. Trafik kazalarından oluşan bedeni hasar tazminatı davaları, trafik kazasına karışan araçları trafik sigortası kapsamında sigortalayan sigorta şirketlerine karşı açılmaktadır... Bedeni hasar tazminatı konusunda Tıbbi Hasar, sizlerin hukuksal hakları konusunda bilgi vermektedir... TIBBİ HASAR: Kuruluşundan bu yana trafik veya iş kazası sonucu maddi, manevi ve bedeni hasara uğramış yüzlerce mağdura hizmet sunan Tıbbi Hasar; günden güne büyüyüp sektörde öncü olma yolunda ilerlemektedir. Tıbbi Hasar Trafik Kazası Tazminatı, Sakatlanma Tazminatı, Ağır Yaralanma Tazminatı, Yanlış Tedavi Tazminatı, Ölüm Vefat Tazminatı, Destekten Yoksun Kalma Tazminatı, Hava Yolu Kaza Tazminatı ve Deniz Yolu Kaza Tazminatlarında kazazedelere bilgi vererek profesyonel çözümler sunmaktadır. VİZYONUMUZ: Tıbbi Hasar, deneyimli ekibi ile çalışarak giderek güçlenen hizmet ağını her geçen gün genişletmeyi hedeflemektedir. Öz değerlerini koruyarak, yaratıcılık tutkusundan vazgeçmeyen ve ayrıntılara özen gösteren yapısı ile Tıbbi Hasar, maddi ve manevi yönden memnun ettiği mağdurların sayısını milyonlara çıkarma yolunda emin adımlarla ilerlemektedir. MİSYONUMUZ: Ülkemizde her yerde maalesef her geçen saat onlarca kişi trafik kazası geçirmektedir. Bu trafik kazaları sonucunda birçok kişi bedeni kayıp yaşamakta veya vefat etmektedir. Mağdurların ve yakınlarının çoğu bu gibi kazalarda tazminat hakkı olduklarını bilmedikleri gibi, hak edilen tazminatı alamadıkları veya eksik aldıkları olmaktadır. Tıbbi Hasar kaza mağdurlarına işte bu konuda en doğru ve en güvenilir bilgiyi sağlar..."* gibi ifadelere,

www.facebook.com/tibbihasar adresli sosyal medya hesabının 18.03.2021 tarihli görünümünde; *"İş veya Trafik Kazası Tazminat Hakkınız ile ilgili bilgi almak için... Trafik veya iş kazası sonucu oluşan bedeni hasarınız hakkında bilgi almak için bize ulaşın..."* gibi ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar**: Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu tanıtımlar vasıtasıyla trafik ve iş kazaları başta olmak üzere, tazminat alacağına ilişkin hukuki ihtilaflarda mütalaa vermek, dava etmek ve savunmak, adli işlemleri takip etmek, bu işlere ait bütün evrakı düzenlemek gibi sadece baroda yazılı avukatların yetkisinde olan faaliyetlerin kuruluş tarafından yürütüldüğünün belirtildiği, kuruluşun bu alanda bir yetkisinin bulunmadığı, bu durumun tüketicileri yanıltıcı, aldatıcı, bilgi eksikliklerini istismar edici ve avukatlık mesleğini icra eden kişiler aleyhine haksız rekabete yol açıcı nitelikte olduğu,

Diğer taraftan söz konusu internet sitesinde yer alan "*Tıbbi Hasar kaza mağdurlarına işte bu konuda en doğru ve en güvenilir bilgiyi sağlar.."* ifadesinin ispata muhtaç olduğu, bu üstünlük iddiasının gerçeği yansıtmadığı, bu durumun tüketicileri yanıltıcı olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

-1136 sayılı Avukatlık Kanunu'nun 35, 55 ve 63 üncü maddeleri,

- 5684 sayılı Sigortacılık Kanunu'nun 32 ve Ek-6 ncı maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Moon Yönetim Danışmanlık Hizmetleri Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/13 üncü maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**113)**

**Dosya No: 2021/620**

**Şikayet Edilen: YYC Hasar Danışmanlık Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait www.yycdanismanlik.com ve www.facebook.com/yycdanismanlik adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 18.03.2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet.

**Tespitler:** www.yycdanismanlik.com adresli internet sitesinin 18.03.2021 tarihli görünümünde; *"Hukuksal Çözüm Ortaklığı. YYC Hasar Danışmanlık Şirketi tüm hukuksal davalarınız da çözüm ortağınız olarak sizinle. Ticaret Hukuku, İş Hukuku, Aile Hukuku, Ceza Hukuku, Sigorta Hukuku, Sağlık Hukuku, İcra İflas Hukuku, Miras Hukuku gibi bir çok davalarınız da deneyimli ve uzman Avukat ekibimiz ile hizmetinizdeyiz. Şirketimiz ve tüm ekibimizin öncelik verdiği en önemli husus ise; YYC Danışmanlık şirketinde, ”Müşteri yoktur, Çözüm ortağı vardır” anlayışı ile sizlere hizmet vermekten gurur duyuyoruz. Danışmanlık hizmetimizden yararlanmak ve çözüm odaklı netice alabilmeniz için 7/24 ulaşabileceğiniz irtibat numaralarımızdan iletişime geçebilirsiniz... Değer Kaybı. Araç değer kaybı, kaza sebebiyle onarım gören araçların ikinci el piyasa değerlerinde meydana gelen maddi kaybı ifade eder... Aracınızın kaybettiği değer kaybını işinin ehli tarafından hızlıca hesaplanıyor. Değer kaybınızı en doğru bir şekilde hesaplıyoruz. Süreciniz konusunda Uzman ve Tecrübeli Bilir Kişiler tarafından titizlikle yönetilir. Tüm hasar işlemleriniz tarafımızdan şeffaf bir şekilde gerçekleşir. Ödenen Tazminatlar direk olarak sizin hesabınıza yatmaktadır. Bu durumda Hak kaybı yaşamazsınız. Hizmet kalitesinin sürekliliğini sağlamak amacıyla dosyanız sonuçlanmış olsa bile değişen mevzuat neticesinde dosyalarınız taranarak yeni tazminat fırsatlarından haberdar edilirsiniz. Dosyalarınız akıllı uygulamalarımız neticesinde emsal dosyalar ile karşılaştırılarak en yüksek tazminat değerlendirmesine tabi tutulur...",* gibi ifadelere,

-www.facebook.com/yycdanismanlik adresli sosyal medya hesabının 18.03.2021 tarihli görünümünde; *"YYC Danışmanlık Limited Şirketi olarak her türlü araç Davaları kazanç kaybı değer kaybı ve hukuksal sorunlarınıza çözüm ortaklığı yapmak için sizlerin hizmetinizdeyiz... Tüm hukuksal işleriniz için size bir telefon kadar yakınız... Araç değer kaybı kazanç kaybı ve tüm hukuksal çözüm ortağınız YYC Danışmanlık ekibi olarak sizin yanınızdayız... Araçlarınızın değer kaybı haklarını eksiksiz ve yasal süresinde vekalet almaksızın takibini yapıyoruz aracınızdaki hasar durumuna göre ve kaza parçaları plastik aksam değil ise işlemlerinizi aynı gün başlatabiliyoruz... Pandemi sürecinde değer kaybınızı bir telefon ile ücretsiz dosya açma hizmetinden yararlanabileceğinizi biliyor muydunuz..."*, gibi ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar**: Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu tanıtımlar vasıtasıyla trafik kazaları başta olmak üzere, tazminat alacağına ilişkin hukuki ihtilaflarda mütalaa vermek, dava etmek ve savunmak, adli işlemleri takip etmek, bu işlere ait bütün evrakı düzenlemek gibi sadece baroda yazılı avukatların yetkisinde olan faaliyetlerin kuruluş tarafından yürütüldüğünün belirtildiği, kuruluşun bu alanda bir yetkisinin bulunmadığı, diğer taraftan tanıtımlarla firmanın "hukuk bürosu" olduğu izlenimi yaratıldığı, bütün bu durumların tüketicileri yanıltıcı, aldatıcı, bilgi eksikliklerini istismar edici ve avukatlık mesleğini icra eden kişiler aleyhine haksız rekabete yol açıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

-1136 sayılı Avukatlık Kanunu'nun 35, 55 ve 63 üncü maddeleri,

- 5684 sayılı Sigortacılık Kanunu'nun 32 ve Ek-6 ncı maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **YYC Hasar Danışmanlık Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/13 üncü maddeleri uyarınca **114.326-TL (Yüzondörtbinüçyüzyirmialtı Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**114)**

**Dosya No: 2021/656**

**Şikayet Edilen: Yaman Group Hasar Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait http://yamanhasar.com/ adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 18.03.2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet.

**Tespitler:** http://yamanhasar.com/ adresli internet sitesinin 18.03.2021 tarihli görünümünde; *"Manevi tazminat danışmanlığı... Yaman Group Hasar&Sigorta Danışmanlık A.Ş. Kurulduğu günden itibaren sigortacılık ve danışmanlık alanında sektörün önemli firmalarından biri haline gelen Yaman Group Hasar&Sigorta Danışmanlık, bu alanda müşterilerinin bir numaralı tercihi olmaya devam ediyor. Tarfik kazası danışmanlığı, hasar danışmanlığı, terör mağduriyetlerinin giderilmesi, sigortacılık hizmetleri ile Türkiye'nin bir çok bölgesinde hizmet vermektedir. Neden Yaman Group Hasar'ı tercih etmeliyim? Yaman Group Hasar&Sigorta Danışmanlık, sizlerin mağduriyetini gidermek için uzman danışman kadrosu, hukuk alanında zengin avukat kadrosu ile sorunlarınıza anında ve hızlı çözümler üretir. Türkiye'nin her yerinde 7/24 saat hizmet alabileceğiniz Yaman Group Hasar& Sigorta Danışmanlık noktaları bulunmaktadır..."*, gibi ifadelere yer verildiği, tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar**: Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu tanıtımlar vasıtasıyla trafik ve iş kazaları başta olmak üzere, tazminat alacağına ilişkin hukuki ihtilaflarda mütalaa vermek, dava etmek ve savunmak, adli işlemleri takip etmek, bu işlere ait bütün evrakı düzenlemek gibi sadece baroda yazılı avukatların yetkisinde olan faaliyetlerin kuruluş tarafından yürütüldüğünün belirtildiği, kuruluşun bu alanda bir yetkisinin bulunmadığı, bu durumun tüketicileri yanıltıcı, aldatıcı, bilgi eksikliklerini istismar edici ve avukatlık mesleğini icra eden kişiler aleyhine haksız rekabete yol açıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

-1136 sayılı Avukatlık Kanunu'nun 35, 55 ve 63 üncü maddeleri,

- 5684 sayılı Sigortacılık Kanunu'nun 32 ve Ek-6 ncı maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Yaman Group Hasar Anonim Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/13 üncü maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**115)**

**Dosya No: 2021/673**

**Şikayet Edilen: Onat BEKAROĞLU**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şahsa ait www.kazatazminatim.com adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 25.03.2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet.

**Tespitler:** www.kazatazminatim.com adresli internet sitesinin 25.03.2021 tarihli görünümünde;

*"Kazatazminatim.com; Ölümlü Trafik Kazası Tazminatı ve Yaralanmalı Trafik Kazası Tazminatı ile ilgili hizmetler sağlayan Türkiye’de güvenilir kurumsal bir firmadır. Müşteri memnuniyeti odaklı olarak faaliyet göstermektedir...Kazatazminatim.com; Trafik Kazası Tazminatı Nasıl Alınır sorusuna en iyi cevabı veren firmadır. Maluliyet Uzmanları, yaralanmalı trafik kazası sigorta ödemesine başvurabilmek için kazazedenin epikriz raporlarını inceleyerek, heyet konusunda destek vermektedir...Normalde çok uzun ve zor olan trafik kazası tazminat, profesyonel ekibi ve doğru prosedürlerin uygulanması sayesinde en kısa sürede sonuçlanmaktadır. Hak sahipleri; Kaza Tazminatını, tüm belgeler temin edildikten sonra 45 günlük bir süre içerisinde alabilmektedirler. Adli Trafik Bilirkişisi, Ölümlü Kazalarda Sigorta Ödemesi ve Trafik Sigortası Yaralanma Tazminatı başvuruları öncesinde kusur durumunu inceleyerek, itiraz ve bilirkişi talebi şartlarını değerlendirmektedir...Kazatazminatim.com, ülkemizde veya Türkiye Cumhuriyeti vatandaşlarının ülke dışında başına gelebilecek trafik, tren, uçak, deniz kazaları ve deprem sonrası DASK poliçesi ile ilgili sigorta şirketleri ile sorunlarınızı çözüme ulaştıran kurumsal bir internet sitedir. Memnuniyet Oranı % 99, Çözüm Oranı % 97... Tüm Hizmetlerimiz: Yaralanmalı Trafik Kazası Tazminatı, Ölümlü Trafik Kazası Tazminatı, Trafik Kazası Tazminat Hesaplama, Askeri Araç Kazası Tazminatı, Uçak Kazası Tazminatı, Deniz Yolu (Tekne) Kazası Tazminatı, DASK (Deprem Sigortası) Tazminatı, Tren Kazası Tazminatı, Otobüs Kazası Tazminatı...Kazatazminatım, ölümlü kaza sonrası hak sahiplerinin, destekten yoksun kalma tazminatı alabilmesi için faaliyette bulunmaktadır. Kazazedenin yaralanması durumunda ise yaralamalı trafik kazası sürecine destek verilmektedir. Kazatazminatim, gerekli belgelerin hepsini ekipleri vasıtasıyla temin etmekte ve maluliyet raporunun da alınmasını müteakip Aktüer Hesaplama safhasına geçilmektedir... Trafik Kazası Tazminat Hesaplama, hak sahibinin tazminatını eksiksiz alabilmesi için, diğer tüm aşamalar kadar önemlidir. Sizlerde tüm işlemlerinizde profesyonel kadrolar ile çalışmaya ne dersiniz...Referanslarımız: 38 Yaşında (Klima Ustası) Kaza Tarihi 22.05.2019 Kaza sonrası inanılmaz fazla kişi tarafından arandım. Hepsi ile konuştuktan sonra kaza tazminatım.com ile çalışmaya karar verdim. İyi ki de bu kararı vermişim. Çok kısa sürede, aşamalar bana danışılarak tazminatımı aldım...50 Yaşında (KBB - Doktor) Kaza tarihi 19.12.2018 Kaza yaptıktan kısa bir süre sonra Onat bey ve ekibiyle tanıştık. Konuyu ve yaşanacak süreci en ince ayrıntısına kadar bana anlattılar. Hiç bir bürokratik işlemle beni ugrastirmadilar, hakkımı en iyi şekilde ve son kuruşuna kadar nasıl alırımin mücadelesini verdiler ve de aldılar. İşin maddi tarafından daha önemlisi, yaklaşımları, efendi duruşları, verdikleri güven çok daha önemliydi. Onat bey ve onun nezdindeki tüm arkadaşlara çok teşekkür ediyorum..."* gibi ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar**: Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu tanıtımlar vasıtasıyla trafik ve iş kazaları başta olmak üzere, tazminat alacağına ilişkin hukuki ihtilaflarda mütalaa vermek, dava etmek ve savunmak, adli işlemleri takip etmek, bu işlere ait bütün evrakı düzenlemek gibi sadece baroda yazılı avukatların yetkisinde olan faaliyetlerin kuruluş tarafından yürütüldüğünün belirtildiği, kuruluşun bu alanda bir yetkisinin bulunmadığı, bu durumun tüketicileri yanıltıcı, aldatıcı, bilgi eksikliklerini istismar edici ve avukatlık mesleğini icra eden kişiler aleyhine haksız rekabete yol açıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

-1136 sayılı Avukatlık Kanunu'nun 35, 55 ve 63 üncü maddeleri,

- 5684 sayılı Sigortacılık Kanunu'nun 32 ve Ek-6 ncı maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Onat BEKAROĞLU** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/13 üncü maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**116)**

**Dosya No: 2019/409**

**Şikayet Edilen: Odak Mobil Kargo Pazarlama Ve Çağrı Hizmetleri Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından www.instagram.com adresli internet sitesi üzerinden gerçekleştirilen reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yürütülen inceleme neticesinde söz konusu tanıtımların Odak Mobil Kargo Pazarlama Ve Çağrı Hizmetleri Ltd. Şti. unvanlı firma tarafından gerçekleştirildiği anlaşılmıştır.

**Değerlendirme/Karar:** Firma tarafından www.instagram.com adresli internet sitesi üzerinden Fenerbahçe Spor Kulübüne ait orjinal ürünlerin satışa sunulduğu ancak ilan edilen ürünler ile tüketicilere gönderilen ürünün kalite ve diğer nitelik unsurları açısından oldukça farklı olduğu dolayısıyla belirtilen reklamlarda yer alan ifadelerin gerçeği yansıtmadığı, tüketicilerin satın alma kararını etkileyen söz konusu uygulamanın aldatıcı ve yanıltıcı 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, 7/5-c; 9/1; 11/1-a/b; 12/1, 12/2; 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 **Odak Mobil Kargo Pazarlama Ve Çağrı Hizmetleri Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **69.086 TL (Altmışdokuzbinseksenaltı Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**117)**

**Dosya No: 2019/2610**

**Şikayet Edilen: Erol ÇAKIR**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şahıs tarafından [www.harley-davidson.com](http://www.harley-davidson.com) adresli internet sitesi üzerinden gerçekleştirilen reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Söz konusu internet sitesi üzerinden yürütülen reklam ve tanıtımlar ile satış işleminin Erol Çakır adlı şahıs tarafından gerçekleştirildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Erol Çakır tarafından [www.harley-davidson.com](http://www.harley-davidson.com) adresli internet sitesi üzerinden "Harley Davidson" markalı orjinal ürünlerin satışa sunulduğu ancak ilan edilen ürünler ile tüketicilere gönderilen ürünün marka, kalite ve diğer nitelik unsurları açısından oldukça farklı olduğu, dolayısıyla belirtilen reklamlarda yer alan ifadelerin gerçeği yansıtmadığı, tüketicilerin satın alma kararını etkileyen söz konusu uygulamanın aldatıcı ve yanıltıcı 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, 7/5-c; 9/1; 11/1-a/b; 12/1, 12/2; 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 **Erol ÇAKIR** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **69.086 TL (Altmışdokuzbinseksenaltı Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**118)**

**Dosya No: 2019/9106**

**Şikayet Edilen: Turan KORUL**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şahıs tarafından <https://www.skechers-tr.com> adresli internet sitesi üzerinden gerçekleştirilen reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Söz konusu internet sitesi üzerinden yürütülen reklam ve tanıtımlar ile satış işleminin Turan Korul adlı şahıs tarafından gerçekleştirildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Turan Korul tarafından <https://www.skechers-tr.com> adresli internet sitesi üzerinden "Skechers" markalı orjinal ürünlerin satışa sunulduğu ancak ilan edilen ürünler ile tüketicilere gönderilen ürünün marka, kalite ve diğer nitelik unsurları açısından oldukça farklı olduğu, dolayısıyla belirtilen reklamlarda yer alan ifadelerin gerçeği yansıtmadığı, tüketicilerin satın alma kararını etkileyen söz konusu uygulamanın aldatıcı ve yanıltıcı 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, 7/5-c; 9/1; 11/1-a/b; 12/1, 12/2; 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 **Turan KORUL** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **85.480 TL (Seksenbeşbindörtyüzseksen Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**119)**

**Dosya No: 2019/10128**

**Şikayet Edilen: Kolay Bilişim Dağıtım Dış Ticaret Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından [www.sportmagaza.com](http://www.sportmagaza.com) adresli internet sitesi üzerinden gerçekleştirilen reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yürütülen inceleme neticesinde söz konusu tanıtımların Kolay Bilişim Dağıtım Dış Ticaret Limited Şirketi unvanlı firma tarafından gerçekleştirildiği anlaşılmıştır.

**Değerlendirme/Karar:** Firma tarafından [www.sportmagaza.com](http://www.sportmagaza.com) adresli internet sitesi üzerinden "Skechers" markalı orjinal ürünlerin satışa sunulduğu ancak ilan edilen ürünler ile tüketicilere gönderilen ürünün marka, kalite ve diğer nitelik unsurları açısından oldukça farklı olduğu, dolayısıyla belirtilen reklamlarda yer alan ifadelerin gerçeği yansıtmadığı, tüketicilerin satın alma kararını etkileyen söz konusu uygulamanın aldatıcı ve yanıltıcı 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, 7/5-c; 9/1; 11/1-a/b; 12/1, 12/2; 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 **Kolay Bilişim Dağıtım Dış Ticaret Limited Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **85.480 TL (Seksenbeşbindörtyüzseksen Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**120)**

**Dosya No: 2019/12943**

**Şikayet Edilen: Vatan Yayıncılık Sanayi Ve Ticaret Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait Vatan TV adlı televizyon kanalında yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** Firmaya ait Vatan TV logolu televizyon kanalı üzerinden, 2019 yılı içerisinde Demirsolar Güneş Enerjisi İnş. Bilg. Tar. Hay. San. ve Tic. Ltd. Şti. unvanlı firma tarafından gerçekleştirilen tanıtımlarda yer verilen çarşaf yerine tüketiciye üzerinde Sağlık Bakanlığı logosu bulunan kullanılmış çarşaflar gönderildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firmaya aitVatan TV logolu televizyon kanalı üzerinden, 2019 yılı içerisinde Demirsolar Güneş Enerjisi İnş. Bilg. Tar. Hay. San. ve Tic. Ltd. Şti. unvanlı firma tarafından gerçekleştirilen tanıtımlarda yer verilen çarşaf yerine tüketiciye üzerinde Sağlık Bakanlığı logosu bulunan kullanılmış çarşaflar gönderildiği, dolayısıyla belirtilen reklamlarda yer alan ifadelerin gerçeği yansıtmadığı, tüketicilerin satın alma kararını etkileyen söz konusu uygulamanın aldatıcı ve yanıltıcı 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, 9/5; 13/1; 14/2; 27/1, 27/6; 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,mecra kuruluşu **Vatan Yayıncılık Sanayi ve Ticaret Anonim Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **17.094 TL (Onyedibindoksandört Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**121)**

**Dosya No: 2019/12944**

**Şikayet Edilen: Demirsolar Güneş Enerjisi İnş. Bilg. Tar. Hay. San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından Vatan TV adlı televizyon kanalında yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** Vatan TV logolu televizyon kanalı üzerinden 2019 yılı içerisinde yayınlanan şikayete konu tanıtımların Demirsolar Güneş Enerjisi İnş. Bilg. Tar. Hay. San. ve Tic. Ltd. Şti. unvanlı firma tarafından gerçekleştirildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firma tarafından Vatan TV logolu televizyon kanalı üzerinden, 2019 yılı içerisinde gerçekleştirilen tanıtımlarda yer verilen çarşaf yerine tüketiciye üzerinde Sağlık Bakanlığı logosu bulunan kullanılmış çarşaflar gönderildiği, dolayısıyla belirtilen reklamlarda yer alan ifadelerin gerçeği yansıtmadığı, tüketicilerin satın alma kararını etkileyen söz konusu uygulamanın aldatıcı ve yanıltıcı 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, 9/5; 13/1; 14/2; 27/1, 27/6; 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 **Demirsolar Güneş Enerjisi İnş. Bilg. Tar. Hay. San. ve Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **17.094 TL (Onyedibindoksandört Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesinekarar verilmiştir.

**122)**

**Dosya No: 2020/3435**

**Şikayet Edilen: Fatih Otomotiv Petrol İnş. San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam**: Volkswagen yetkili satıcısı firma tarafından [www.sahibinden.com](http://www.sahibinden.com) adresli internet sitesi üzerinden yapılan "Crafter Panelvan" model araç satışlarına yönelik ticari uygulamalar

**Reklam Yayın Tarihi**: Temmuz 2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.sahibinden.com](http://www.sahibinden.com) adresli internet sitesinde 14.07.2020 tarihinde "Crafter Panelvan" model araç satışına yönelik 819542821 numaralı ilanda "*Aracımız A\* K\* beye opsiyonlanmıştır*." ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar**: Yapılan inceleme sonucunda, [www.sahibinden.com](http://www.sahibinden.com) adresli internet sitesinde 819542821 ilan numarası üzerinden 10.07.2020 tarihinde *" Volkswagen yetkili satıcısı fatih otomotivden crafter panelvan*" başlıklı ilan ile satışa sunulan aracın A\*K\* isimli tüketici tarafından satın alınmak istendiği, bunun için Manisa'dan Ordu'ya geleceğini, kendisinin de satılmak üzere aracı olduğunu belirterek 13.07.2020 tarihinde firma ile iletişime geçtiği, firma tarafından kendisinden 500TL kapora yatırması halinde bekleneceği vaat edilerek anlaşma sağlandığı, tüketicinin 14.07.2020 tarihinde kaporayı göndermesinin ardından söz konusu ilanın "*Aracımız A\* K\* beye opsiyonlanmıştır*." ifadesine yer verilmek suretiyle güncellendiği, tüketicinin de bunun üzerine söz konusu aracı bir an evvel satın alabilmek için kendi aracını piyasadaki rayiç bedelin 17.500TL altında bir fiyattan satmış bulunduğu ancak ertesi gün 15.07.2020 tarihinde firma yetkilisi tarafından aranarak aracın başkasına satıldığı bilgisinin verildiği, böylece kapora yatırmak suretiyle opsiyonlandığı ilan edilen ve tüketiciye satılacağı vaat edilen bir malı başkasına satmak suretiyle mesleki özenin gereklerine uymayan firma tarafından haksız ticari uygulamada bulunulduğu, üstelik opsiyonlandığı ilan edilmiş bir aracın fiyatını arttırarak piyasayı kızıştırmak suretiyle daha yüksek bir fiyattan başkasına satılmasının dürüst rekabet ilkelerine ayrılık teşkil ettiği ve haksız kazanç elde edildiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7/1,7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 13,18, 28, 29 ve 32 nci maddeleri,

"Haksız Ticari Uygulama Olarak Kabul Edilen Örnek Uygulamalar" başlıklı Ek kısmının "A-Aldatıcı Ticari Uygulamalar" 6/a, 6/b maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,ticari uygulamada bulunan **Fatih Otomotiv Petrol İnş. 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.

**123)**

**Dosya No: 2021/533**

**Şikayet Edilen: Glory Ems Fitness Sağlık ve Spor Tesisleri ve Ekipmanları A.Ş. Kepez Şubesi**

**Şikayet Edilen Reklam**: Kuruluşa ait spor salonunun açılışına yönelik [www.google.com.tr](http://www.google.com.tr) üzerinden verilen reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi**: Şubat 2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Kuruluş tarafından Google üzerinden "Hizmetler" başlığı altında "b*eslenme danışmanlığı, özel antrenman, özel dersler, 3 ay(24 seans) ems fitness üyeliği 580TL, otopark, hoca eşliğinde antrenman"* şeklinde tanıtımlara yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar**: Yapılan inceleme sonucunda, anılan kuruluş tarafından Google üzerinden "Hizmetler" başlığı altında yapılan tanıtımlar üzerine başvuru sahibi tüketici 12.02.2021 tarihinde 580TL'lik kampanyadan faydalanmak için salona geldiğinde anılan kampanyanın 05.02.2021 tarihinde sona erdiği bilgisinin verildiği, tüketici de Google üzerinden reklamların halen yayınlandığı ve bu fiyattan üyelik verilmesi gerektiğini belirtmesi üzerine ise Google'da reklamın unutulduğu, düzeltileceği ifade edilerek tüketicinin kampanyadan faydalandırılmadığı, ancak Google reklamlarında kampanya başlangıç-bitiş tarihlerine yer verilmediği, böylece tüketicilerin eksik bilgilendirildiği, fiyat konusunda anlam karışıklığına yol açmak suretiyle tüketicilerin yanıltıldığı,

Diğer taraftan, firmanın, makul sayılabilecek bir süre ve miktarda söz konusu hizmeti belirtilen fiyattan sunamayacağına ilişkin yeterli bilgi sahibi olmasına rağmen, tüketiciyi bu konuda uyarmaksızın ürünleri satışa sunarak ve edinmeye davet ederek haksız ticari uygulamada bulunduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7/1,7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 9,13,18, 28, ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,reklam veren **Glory Ems Fitness Sağlık ve Spor Tesisleri ve Ekipmanları A.Ş. Kepez Şubesi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**124)**

**Dosya No:** **2021/146**

**Şikayet Edilen: Dsm Grup Danışmanlık İletişim ve Satış Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“İlk alışverişe 25 TL hediye-Market alışverişini Trendyol’dan yap, 30 dakikada kapına gelsin! Üstelik ilk üç alışverişine 25 TL hediye! Hemen alışverişe başla!”* başlıklı reklamlar.

**Mecra**: İnternet

**Reklam Yayın Tarihi:** Ocak 2021

**Tespitler:** Firmaya ait “İlk alışverişe 25 TL hediye” başlıklı reklamlarda *“Market alışverişini Trendyol’dan yap, 30 dakikada kapına gelsin! Üstelik ilk üç alışverişine 25 TL hediye! Hemen alışverişe başla!”* şeklinde ifadelerin bulunduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; “İlk alışverişe 25 TL hediye” başlıklı reklamlarda, *“Market alışverişini Trendyol’dan yap, 30 dakikada kapına gelsin! Üstelik ilk üç alışverişine 25 TL hediye! Hemen alışverişe başla!”* şeklinde ifadelerin bulunduğu, söz konusu ifadenin ortalama tüketiciler tarafından ilk üç alışverişin her birine ayrı ayrı 25 TL indirim uygulanacağı şeklinde algılandığı, ancak ilk üç alışverişe 25’er TL değil, yalnızca bir alışverişe 25 TL değerinde indirim uygulandığı, başka bir indirim yapılmadığı veya çek tanımlanmadığı, tüketicilerin mağdur edilerek kampanya gereklerinin yerine getirilmediği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7, 15, 28, 29 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**125)**

**Dosya No: 2021/484**

**Şikayet Edilen: Boyner Büyük Mağazacılık A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait [www.morhipo.com](http://www.morhipo.com) adresli internet sitesinde satışa sunulan *“Converse marka erkek ayakkabılarına”* ilişkin reklamlar.

**Reklam Yayın Tarihi:**  2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ait [www.morhipo.com](http://www.morhipo.com) adresli internet sitesinde satışı yapılan “Converse” marka siyah ve beyaz erkek ayakkabılarının yer aldığı ana sayfada, ürün fiyatlarının 407.15 TL olarak belirtilmesine rağmen ürünlerin detay sayfasında her iki ürün fiyatının 475.15 TL olarak değiştiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firmaya ait [www.morhipo.com](http://www.morhipo.com) adresli internet sitesinde satışı yapılan “Converse” marka siyah ve beyaz erkek ayakkabılarının yer aldığı ana sayfada, sepette % 15 indirim yapılarak ürün fiyatlarının 475 TL’den 407.15 TL’ye indiği belirtilirken, ürünlerin detay sayfasında her iki ürün fiyatının 475.15 TL olarak değiştiği, firma tarafından ürünlerin indirimli fiyatı olan 407.15 TL'den satıldığının ispatlanamadığı, söz konusu reklamlarda yer alan indirim miktarlarının ve ürün fiyatlarının gerçeği yansıtmadığı ve kafa karışıklığına sebep olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7, 9, 13, 14, 28, 29 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**126 )**

**Dosya No: 2021/537**

**Şikayet Edilen: Dsm Grup Danışmanlık İletişim ve Satış Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait, Trendyol Yemek tarafından yapılan ve çeşitli mecralarda yayınlanan *“Büyük açılış kampanyası”* başlıklı reklamlar.

**Mecra:** İnternet-Diğer/Çeşitli

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Tespitler:** Firmaya ait “Büyük açılış kampanyası” başlıklı reklamlarda, *“İlk üç siparişinde % 50 ye varan indirim”* şeklinde ifadenin bulunduğu, ancak %50 ye varan indirim cümlesindeki *“ye varan indirim”* ifadesinin çok küçük puntolarla yazıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firmaya ait *“Büyük açılış kampanyası”* başlıklı reklamlarda, *“İlk üç siparişinde % 50 ye varan indirim”* şeklinde ifadenin bulunduğu, ancak %50 ye varan indirim cümlesindeki *“ye varan indirim”* ifadesinin çok küçük puntolarla yazıldığı ve görmenin zor olduğu, söz konusu ifadenin reklamda yer alan diğer ifadelere benzer şekilde ve okunabilir olması gerektiği, bu haliyle aldatıcı olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7, 14, 18, 28, 29 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**127)**

**Dosya No:** **2021/1469**

**Şikayet Edilen: Bim Birleşik Mağazalar A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait, *“30 Aralık 2020 tarihinden itibaren geçerli olan çeşitli Bim Aktüel ürünlerinin ve Lava marka tencerenin”*yer aldığıreklam broşürleri.

**Mecra:** Broşür

**Reklam Yayın Tarihi:** Aralık 2020

**Tespitler:** Firmaya ait söz konusu reklam broşüründe, Lava marka tencere ve çeşitli ürünlerin reklamının yapıldığı, broşürde ürünler için herhangi bir stok bilgisine yer verilmediği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firmaya ait söz konusu reklam broşüründe, Lava marka tencere ve çeşitli ürünlerin reklamının yapıldığı, şikayette bulunan tüketicinin İzmir Buca Hürriyet Mahallesinde faaliyette bulunan şubeye açılış saatinde ikinci sırada girmesine rağmen söz konusu ürünün çok az gelmesi nedeniyle tüketici tarafından satın alınamadığı, bu doğrultuda kampanya kapsamında tanıtımı yapılan ürünlerin özellikleri ve teklif edilen fiyatları dikkate alındığında makul sayılabilecek bir süre ve miktarda söz konusu ürünlerin belirtilen fiyattan sunulamayacağına veya başka bir yerden tedarik edilemeyeceğine ilişkin firma tarafından yeterli bilgi sahibi olunmasına rağmen, tüketiciyi bu konuda uyarmaksızın söz konusu ürünlerin o fiyattan edinmeye davet edildiği ve söz konusu reklam broşüründe ürünlere ilişkin herhangi bir stok miktarına yer verilmediği, 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, 13, 28, 29 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**128)**

**Dosya No:** **2021/1470**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından,[www.trendyol.com](http://www.trendyol.com) adresli internet sitesinde satışı yapılan *“Familia plus tuvalet kağıdı 48 ruloya”* ilişkin reklamlar.

**Mecra:** İnternet

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Tespitler:** Firma tarafından, www.trendyol.com adresli internet sitesinde satışı yapılan “Familia plus tuvalet kağıdı 48 ruloya” ilişkin reklamlarda, 130 TL üzerine çizgi çizilerek 57,39 TL’ye satıldığına ilişkin ifade olduğu, söz konusu reklamlardan ürünün indirimsiz olarak 130 TL, indirimli olarak ise 57,39 TL bedelle satışa sunulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firma tarafından, [www.trendyol.com](http://www.trendyol.com) adresli internet sitesinde satışı yapılan “Familia plus tuvalet kağıdı 48 ruloya” ilişkin reklamlarda, ürünün indirimsiz fiyatı olan 130 TL üzerine çizgi çizilerek indirimli olarak 57,39 TL’ye satıldığına ilişkin ifade olduğu, ürünün indirimsiz olarak 130 TL, indirimli olarak ise 57,39 TL bedelle satışa sunulduğunun anlaşıldığı ve % 56 indirim olduğunun belirtildiği, ancak firma tarafından ürünün indirimsiz fiyat olan 130 TL’den satıldığının ispatlanamadığı ve yapılan indirimin gerçeği yansıtmadığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7, 9, 13, 14, 28, 29 ve 32 nci maddeleri,

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

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.

**129)**

**Dosya No: 2021/1473**

**Şikayet Edilen: CSM Ev Ürünleri Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** "Trendyol" isimli e-ticaret sitesinde yer alan "muhteşem indirim" kampanyası kapsamında firma tarafından satışa sunulan ürünlere ilişkin yapılan tanıtım ve uygulamalar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** 29.11.2019 tarihinde www.trendyol.com.tr adresli e-ticaret platformunda "kırmızı elma" hesabıyla yer alan firma tarafından satılan LG marka 49SM8200 49" 124 Ekran Uydu Alıcılı NanoCell 4K Ultra HD Smart LED TV'nin 5.999 TL olan fiyatının o güne özel 1.900 TL'lik indirimle ve stokta kalan son ürün ibaresiyle 4.099 TL olarak fiyatlandırıldığı, ertesi gün ürünün normal fiyatının 4.599 TL'den indirim yapılarak 4.249 TL'den satışa sunulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; tüketici tarafından 29.11.2019 tarihinde www.trendyol.com.tr adresli e-ticaret platformunda "kırmızı elma" hesabıyla yer alan firma tarafından satılan LG marka 49SM8200 49" 124 Ekran Uydu Alıcılı NanoCell 4K Ultra HD Smart LED TV'nin 5.999 TL olan fiyatının o güne özel 1.900 TL'lik indirimle ve stokta kalan son ürün ibaresiyle 4.099 TL olması sebebiyle satın alındığı, ertesi gün firma tarafından ürünün normal fiyatının 4.599 TL'den indirim yapılarak 4.249 TL'den satışa sunulduğu, aynı ürünün bir gece arayla indirimsiz satış fiyatının 1.500 TL daha ucuz olması ve dolayısıyla cuma günü gibi belirli günlerde malın fiyatının önce artırılması sonra indirim yapılmış izlenimi oluşturularak indirilmesi suretiyle tüketicilerin satın alma iradelerinin yanıltıldığı,

Trendyol tarafından fiyat değişimlerine ilişkin olarak yapılan değişikliklerin anılan firma tarafından sisteme girildiğinin ifade edildiği ve buna ilişkin log kayıtlarının Bakanlığımıza sunulduğu, dolayısıyla söz konusu televizyonun 4.099 TL'ye satılmadan önce 5.999 TL'ye satıldığına dair herhangi bir kanıtın firma tarafından sunulamadığı,

Sonuç olarak bahsedilen indirimin gereçeği yansıtmadığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7, 9, 13, 14, 28, 29 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**130)**

**Dosya No: 2021/1476**

**Şikayet Edilen: Hereke Gıda Temizlik Halı Yıkama San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait bir uygulama olan e-halıservisi ile ilgili https://www.e-haliservisi.com/main.html adresli internet sitesi, broşür ve firma tarafından çıkarılan bültende yer alan ifadeler

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Anılan internet sitesinde; *"E-Halı Servisi Akademisi Nedir? E-Halı Servisi Akademisi, Türkiye’nin 81 ilinde yer alan tüm yetkili servislerimiz için 2 ana kategoride 40’tan fazla uygulamalı eğitimler vermektedir. Yıllık planlanan eğitim takvimimiz ile yetlili servislerimizin eğitim ihtiyaçlarını Bursa Genel Merkezimide bulunan 2.500 m2’lik eğitim salonlarımızda organize edip planlanan eğitim çıktılarının alınabilmesi için teorik ve uygulamalı eğitim süreçlerini gerçekleştirmekteyiz...E-Halı Servisi olarak problem ve gereksinimleri belirleyerek, halının ilk günkü orijinalliğinin devam ettirilmesi, halı ve tüketicinin sağlığının korunması, kullanılan ürünlerin çevreye zarar vermemesi, üreticinin müşterisine en etkili çözümü sağlayacak hizmeti vermesine yönelik, işletme alanı, makine-ekipman, araç-gereç, temizlik reçeteleri, temizlik-bakım ve onarımına yönelik standartları oluşturulmuştur...E-Halı Servisi’nin Müşteriye Kazandırdığı Avantajlar:Üretici Firma ve Markaların Müşterilerini Halı Temizlik, Bakım ve Onarımı Maksadıyla Önerilen Servisi Olan E-Halı Servisine Yönlendirmesiyle Müşteri; Halısı İçin Üretim Standartlarına Uygun, Kaliteli ve Güvenilir Bir Hizmet Alacağını Bilir. İlk Günkü Özellik ve Görünümü Kazandırılmak Maksadıyla En Etkili Sonucu Verecek Temizlik Ve Bakım İşlemlerinin Yapılacağını Bilir, Güven ve Mutluluk Duygusu Yaşar...E-Halı Servisi’nin Üreticiye Kazandırdığı Avantajlar: Garanti Yıkama Servisi Yönlendirmesiyle Satış Gücü Elde Edilmesi, Tüketiciden Kaynaklı Ürün Deformasyonunun Önüne Geçilmesi ve Mağduriyetlerin Giderilmesi, Denetimsiz ve Kontrolsüz Yıkama Sonucunda Oluşan Memnuniyetsizliğin Ortadan Kaldırılması, Teknik ve Fiziksel Tüm Sorumluluğun E-Halı Servisi’nde Olması..."* şeklinde,

Firma tarafından çıkarılan broşürde; *"Artık halının da yetkili servisi olduğunu biliyor muydunuz?...%100 sağlıklı, garanti kapsamında, yetkili servis güvencesiyle..halınızı şimdi yıkatın...sağlığınız için yetkili servisi seçin"* şeklinde,

Firma tarafından çıkarılan Bültende ise; *"ehalıservisi halı yıkama sektöründe bir ilki başardı! artık halının da yetkili servisi olduğunu biliyor muydunuz?"* şeklinde,

ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; bahsi geçen mecralarda yer verilen ifadeler sebebiyle; "Halı" ürünü kategorisinde yetkili servis şartı aranmamasına rağmen tüketicilerin bilgi eksikliğinden faydalanılarak tüketicilerin yanıltıldığı,

Diğer taraftan *"halının ilk günkü orijinalliğinin devam ettirilmesi, halı ve tüketicinin sağlığının korunması, kullanılan ürünlerin çevreye zarar vermemesi, üreticinin müşterisine en etkili çözümü sağlayacak hizmeti vermesine yönelik, işletme alanı, makine-ekipman, araç-gereç, temizlik reçeteleri, temizlik-bakım ve onarımına yönelik standartları oluşturulmuştur..."* ifadesiyle ilgili olarak ise yanıltıcı bir şekilde TSE nezdinde kabul edilmiş standart algısı yaratıldığı ve tüketicinin güveninin istismar edildiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7, 9 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Hereke Gıda Temizlik Halı Yıkama 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.

**131)**

**Dosya No: 2021/1478**

**Şikayet Edilen: Bozkurt Av ve Doğa Sporları Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019, 2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Anılan internet sitesinde; *"Hatsan Escort Aimguard 20 Pompalı Av Tüfeği...1.299,00 TL...Havale fiyatı : 1.234,05 TL...Kredi kartı tek çekim :1.260,03 TL...113,66 TL'den başlayan taksit seçenekleri için javascript:void(0);...Av tüfeği siparişlerinizde;...1 paket av fişeği hediyedir..."* şeklinde ifadelere yer verildiği ve av tüfeği, pompalı tüfek, av fişeği gibi silahların hem tanıtımı hem satışının yapıldığıtespit 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,

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 ise; *"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."* hükmüne yer verilmesi sebebiyle; faaliyet izin belgesinin sadece "Yivsiz av tüfekleri ile sporda kullanılan nişan tüfek ve tabancalarını ve bunların aksamını imal eden firmalara verileceği" hükme bağlanmış olup firmanın "üretici" olduğuna dair belgesinin olması gerektiği ancak İçişleri Bakanlığı Emniyet Genel Müdürlüğünden temin edilen "üretici" listesinde anılan firmanın unvanının yer almadığının anlaşıldığı,

Sonuç olarak kurumsal olsa dahi internet sitesi üzerinden yivsiz av tüfekleri ile sporda kullanılan nişan tüfek ve tabancalarını ve bunların aksamının tanıtımının veya satışının yapılamayacağı, yine mevzuatı gereği av fişeği gibi patlayıcı maddelerinde tanıtımına/satışına yer verilemeyeceği 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 **Bozkurt Av ve Doğa Sporları 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.

**4) Diğer Konuların Görüşülmesi**

* 1. **Musa ÖZSOY** adlı şahsa ait www.gidadedektifi.com adresli internet sitesinde yayımlanan tanıtımların ilgili mevzuata aykırı olduğu gerekçesiyle, Reklam Kurulu’nun 13/4/2021 tarihli ve 308 sayılı toplantısında, anılan şahıs hakkında 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **114.326,00-TL (Yüzondörtbinüçyüzyirmialtı Türk Lirası)** **idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları verilmesi** kararına ilişkin olarak reklam veren şahıs tarafından yapılan itirazın görüşülmesi ve değerlendirilmesi neticesinde, yapılan itirazla ilgili olarak söz konusu idari para cezasının kaldırılmasına gerekçe olabilecek herhangi bir bilgi ve belgenin Bakanlığımıza sunulmadığı göz önünde bulundurularak **itirazın reddine** karar verilmiştir.
  2. **İlknur Işık Kozm. Tekstil Tur. San. ve Tic. Ltd. Şti**.’ne ait [www.istanbultransplus.com.tr](http://www.istanbultransplus.com.tr) adresli internet sitesi ile [www.facebook.com](http://www.facebook.com) adresli sosyal paylaşım sitesinde yayımlanan tanıtımların ilgili mevzuata aykırı olduğu gerekçesiyle, Reklam Kurulu’nun 13/4/2021 tarihli ve 308 sayılı toplantısında, anılan firma hakkında 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **85.480.TL (Seksenbeşbindörtyüzseksen Türk Lirası)** **idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları verilmesi** kararına ilişkin olarak reklam veren firma tarafından yapılan itirazın görüşülmesi ve değerlendirilmesi neticesinde, yapılan itirazla ilgili olarak söz konusu idari para cezasının kaldırılmasına gerekçe olabilecek herhangi bir bilgi ve belgenin Bakanlığımıza sunulmadığı göz önünde bulundurularak **itirazın reddine** karar verilmiştir.
  3. **2021/1 No’lu İlke Kararı**

Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinde Değişiklik Yapılmasına İlişkin Yönetmelik ile düzenlenen ve 01.04.2021 tarihinde yürürlüğe giren *“Tüketicilere sunulan bir malda birim fiyatını farklılaştıracak şekilde adet, uzunluk, ağırlık, alan, hacim ölçüleri ve benzeri unsurlarından birinde değişiklik yapılmasına rağmen, değişiklik yapılmadığı izlenimi uyandıran yanıltıcı ambalajlama uygulamaları”* hüküm kapsamında Reklam Kurulu tarafından yapılacak inceleme ve değerlendirmelerde;

İnceleme konusu ambalaj ve tanıtım uygulamalarının kendine özgü görünüm ve özelliklerinin yanı sıra malın ölçü birimlerinden birinde yapılan değişikliğin tüketiciler tarafından açıkça anlaşılmasını teminen ürün ambalajında örnek olarak yeni gramaj, yeni net, yeni adet gibi işaret, sembol, ifade veya beyanlara da yer verilebileceği,

Ayrıca, anılan yönetmelik değişikliğinin yürürlüğe girdiği tarihten önce üretilen veya piyasa arz edilen ürünlerin ambalajlarına ilişkin yapılacak incelemelerde, 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 inci ve 62 nci maddeleri ile Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin diğer ilgili hükümlerinin de dikkate alınacağı,

hususları Reklam Kurulu'nun 04.05.2021 tarihli ve 309 sayılı toplantısında 2021/1 numaralı ilke kararı olarak kabul edilmiştir.

**4.4) 2021/2 No’lu İlke Kararı**

Sosyal medya etkileyicileri tarafından yapılan ticari reklam ve haksız ticari uygulamalara ilişkin olarak yürütülen inceleme ve değerlendirmelere esas teşkil etmek üzere ve sosyal medya etkileyicileri tarafından yapılan ticari reklam ve ticari uygulamalar hakkında reklam veren, reklam ajansları, mecra kuruluşları ve reklamcılık ile ilgili tüm kişi, kurum ve kuruluşlara yol göstermek amacıyla hazırlanan ve aşağıda yer alan “Sosyal Medya Etkileyicileri Tarafından Yapılan Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Hakkında Kılavuz” Reklam Kurulu'nun 04.05.2021 tarihli ve 309 sayılı toplantısında 2021/2 numaralı ilke kararı olarak kabul edilmiştir.

**SOSYAL MEDYA ETKİLEYİCİLERİ TARAFINDAN YAPILAN TİCARİ REKLAM VE HAKSIZ TİCARİ UYGULAMALAR HAKKINDA KILAVUZ**

**BİRİNCİ BÖLÜM**

**Amaç, Kapsam, Dayanak ve Tanımlar**

**Amaç**

**MADDE 1 –** (1) Bu Kılavuzun amacı, sosyal medya etkileyicileri tarafından yapılan ticari reklam ve ticari uygulamalar hakkında reklam veren, reklam ajansları, mecra kuruluşları ve reklamcılık ile ilgili tüm kişi, kurum ve kuruluşlara yol göstermektir.

**Kapsam**

**MADDE 2 –**(1) Bu Kılavuz, sosyal medya etkileyicileri tarafından yapılan tüketiciye yönelik her türlü ticari reklam ile ticari uygulamayı kapsar.

**Dayanak**

**MADDE 3 –**(1) Bu Kılavuz, 7/11/2013 tarihli ve 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci, 62 nci, 63 üncü ve 84 üncü maddelerine, 10.01.2015 tarihli ve 29232 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanan Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği ile 04.05.2021 tarihli ve 309 sayılı Reklam Kurulu toplantısında alınan karara dayanılarak hazırlanmıştır.

**Tanımlar**

**MADDE 4 –**(1) Yönetmelikte yer verilen tanımlara ilave olarak bu Kılavuzun uygulanmasında;

a) Sosyal medya: 4/5/2007 tarihli ve 5651 sayılı İnternet Ortamında Yapılan Yayınların Düzenlenmesi ve Bu Yayınlar Yoluyla İşlenen Suçlarla Mücadele Edilmesi Hakkında Kanun kapsamında sosyal etkileşim amacıyla kullanıcıların internet ortamında metin, görüntü ve ses gibi içerikleri oluşturmalarına, görüntülemelerine veya paylaşmalarına imkân sağlayan gerçek veya tüzel kişileri,

b) Sosyal medya etkileyicisi: Sosyal medya hesabı üzerinden kendisine veya reklam verene ait bir mal veya hizmetin satışını ya da kiralanmasını sağlamak, hedef kitleyi oluşturanları bilgilendirmek veya ikna etmek amacıyla pazarlama iletişiminde bulunan kişiyi,

c) Reklam Kurulu: 6502 sayılı Kanunun 63 üncü maddesi ile oluşturulan Kurul’u,

ç) Yönetmelik: Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’ni,

ifade eder.

**İKİNCİ BÖLÜM**

**Genel Esaslar**

**Temel ilkeler**

**MADDE 5 –** (1) Sosyal medya etkileyicisi aracılığıyla yapılan reklamların, açık ve anlaşılır şekilde ifade edilmesi ve ayırt edilebilir olması zorunludur. Her türlü iletişim aracında olduğu gibi sosyal medyada da sesli, yazılı ve görsel olarak örtülü reklam yapılması yasaktır.

(2) Reklam verenden maddi kazanç ve/veya ücretsiz ya da indirimli mal veya hizmet gibi faydaların sağlandığı paylaşımlarda, sosyal medya etkileyicisi tarafından bu durumun, ticari reklam ilişkisinin gerçekleştiği platforma bağlı olarak bu Kılavuzun 7 nci, 8 inci, 9 uncu ve 10 uncu maddelerinde yer alan ifadelerden en az birisi ile açıkça belirtilmesi zorunludur.

(3) Bu Kılavuzun 7 nci, 8 inci, 9 uncu ve 10 uncu maddeleri kapsamında sosyal medya etkileyicileri tarafından kullanılan etiket ve açıklamalar:

1. Paylaşım içinde kullanılan renklerden ve arka fondan ayırt edilebilir nitelikte ve kolaylıkla okunabilir büyüklükte olmalıdır.
2. Tüketicilerin paylaşımla ilk karşılaştıkları anda başka bir şey yapmalarına gerek kalmadan paylaşımın ticari reklam olduğu anlaşılacak biçimde ve konumda belirtilmelidir.
3. Paylaşımda başka etiket veya açıklamalara yer verilmesi durumunda, bu etiket veya açıklamalar arasında görünebilir şekilde belirtilmelidir.
4. Paylaşımın yer aldığı mecranın ara yüz ve teknik özellikleri de dikkate alınarak tüketiciler tarafından ilk bakışta fark edilebilecek biçimde sunulmalıdır.

**Sosyal medya etkileyicisinin yükümlülüğü**

**MADDE 6** –  (1) Sosyal medya etkileyicisi:

a) Henüz deneyiminin bulunmadığı bir mal veya hizmete ilişkin, tüketiciler nezdinde o mal veya hizmeti onaylayacak ya da deneyimlediği algısı yaratacak şekilde ticari reklam amacıyla paylaşımda bulunamaz.

b) İlgili mevzuatına aykırı olacak şekilde bir mal veya hizmete ilişkin sağlık beyanında bulunamaz.

c) Bir mal veya hizmete ilişkin nesnel, ölçülebilir, sayısal verilere dayanmayan ve ispatı mümkün olmayan bilimsel araştırma ve test sonuçları hakkında iddialarda bulunamaz.

ç) Doktor, diş hekimi, veteriner hekim ve eczacılar ile sağlık kuruluşları tarafından sunulan mal veya hizmetlere yönlendirmede bulunamaz, bu mal veya hizmetlerin tanıtımını yapamaz.

d) Kendisine reklam veren tarafından hediye edilmiş bir mal veya hizmeti kendisinin satın aldığı izlenimi oluşturamaz.

e) Bir mal veya hizmetin ticari reklamına ilişkin herhangi bir reklam verenden maddi kazanç ve/veya ücretsiz ya da indirimli mal veya hizmet gibi faydalar sağladığı süre boyunca kendisinin sadece bir tüketici olduğu izlenimi oluşturamaz.

f) Herhangi bir malın ticari reklamında, efekt veya filtreleme uygulamalarını kullanması durumunda görüntünün filtrelendiğini açıkça belirtir.

g) Sosyal medya aracılığıyla bir mal ve/veya hizmet hakkında iletişim kurmak için sistematik olarak sahte veya var olmayan kimlikleri toplu olarak oluşturamaz ve/veya kullanamaz.

**Video paylaşım mecralarında yapılan reklamlar**

**MADDE 7 –** (1) YouTube ve Instagram TV gibi video paylaşım mecralarında yapılan reklamlar ile canlı yayın niteliğinde olan paylaşımlarda, video içinde sürekli olarak veya videonun başlığında ya da açıklama kısmında veya ilgili reklamın geçeceği bölümün başında tüketicileri “daha fazla oku” gibi bir alanı tıklamak zorunda bırakmadan yazılı ve sözlü olarak aşağıda belirtilen açıklamalardan en az birine yer verilir:

1. “Bu video [reklam veren] reklamlarını içermektedir.”
2. “Bu video, [reklam veren] ile ücretli işbirliğini içermektedir.”
3. “[Reklam veren]’in destekleri ile.”
4. “Bu ürünleri [reklam verenden] hediye olarak aldım.”
5. “Ürünleri bana gönderdiği için [reklam verene] teşekkürler.”

**Fotoğraf ve mesaj paylaşım mecralarında yapılan reklamlar**

**MADDE 8 –** (1) Instagram, Facebook, Twitter gibi fotoğraf ve mesaj paylaşım mecralarında paylaşılan fotoğrafın ve/veya mesajın içinde ya da altında veya açıklamalarında reklam verene ilişkin ad, marka, ticaret unvanı gibi tanıtıcı bilgilerden herhangi biriyle birlikte aşağıda belirtilen etiketlerden ya da açıklamalardan en az birine yer verilir:

1. #Reklam
2. #Reklam/Tanıtım
3. #Sponsor
4. #İşbirliği
5. #Ortaklık
6. “@[Reklam veren] ile işbirliği”
7. “@[Reklam veren] tarafından sağlandı.”
8. “@[Reklam veren] tarafından hediye olarak alındı.”

**Podcast mecrasında yapılan reklamlar**

**MADDE 9 –** (1) Podcast aracılığıyla yapılan reklamlardayayının başında, ortasında ve sonunda, yazılı ve sözlü olarak aşağıda belirtilen açıklamalardan en az birine yer verilir:

1. “Bu podcast, [reklam veren] hakkında reklam içerir.”
2. “Bu podcast, [reklam veren] ile ücretli bir işbirliğinden oluşmaktadır.”
3. “[Reklam veren]’in destekleri ile.”
4. “Ürünleri (podcastimde bahsettiğim) [reklam verenden] hediye olarak aldım.”

**İçeriğin yalnızca kısa bir süre için görülebildiği mecralarda yapılan reklamlar**

**MADDE 10 –** (1) Snapchat ve Instagram hikâyeleri gibiiçeriğin yalnızca kısa süreliğine görülebildiğireklamlarda, paylaşım süresince reklam verene ilişkin ad, marka, ticaret unvanı gibi tanıtıcı bilgilerden herhangi biri ile birlikte aşağıda belirtilen etiketlerden ya da açıklamalardan en az birine yer verilir:

1. #Reklam
2. #Reklam/Tanıtım
3. #Sponsor
4. #İşbirliği
5. #Ortaklık
6. “@[Reklam veren] ile işbirliği”
7. “@[Reklam veren] tarafından sağlandı.”
8. “@[Reklam veren] tarafından hediye olarak alındı.”

**Reklam verenin sorumluluğu**

**MADDE 11 –** (1) Reklam veren;

1. Sosyal medya etkileyicilerini bu Kılavuz hükümleri hakkında bilgilendirmek,
2. Sosyal medya etkileyicilerinin, 6502 sayılı Kanun, Yönetmelik ve bu Kılavuz dâhil olmak üzere ilgili kanun ve yönetmeliklere uymasını istemek,

c) Reklam veren tarafından sosyal medya etkileyicilerinin üçüncü şahısları kullanmasına izin verildiği durumlarda, sosyal medya etkileyicilerinin üçüncü şahısların da (b) bendinde belirtilen yükümlülüklere uyması gerektiğine dikkat çekmek,

ç) Sosyal medya etkileyicilerinin yükümlülüklerini yerine getirmesi için çaba göstermek ve ihlallere karşı önlem almak,

ile sorumludur.

(2) Reklam veren, sosyal medya etkileyicilerinin kendi sorumluluğu olduğu gerekçesine dayanarak, birinci fıkrada belirtilen yükümlülüklerden kaçınamaz.

(3) Reklam verenin birinci ve ikinci fıkrada belirtilen yükümlülüklere uygun hareket ettiğini ispatlaması durumunda, sosyal medya etkileyicilerinin kurallara uymasını sağlamak adına kendisinden makul olarak beklenebilecek en iyi çabayı gösterdiği kabul edilir.

**ÜÇÜNCÜ BÖLÜM**

**Son Hükümler**

**Yükümlülük**

**MADDE 12 –** (1) Reklam verenler, reklam ajansları ve mecra kuruluşu olarak sosyal medya etkileyicilerinin her biri, bu Kılavuz maddelerine uyum konusunda ayrı ayrı sorumludur.

(2) 6502 sayılı Kanunun 61 inci ve 62 nci maddelerine, Yönetmeliğe ve bu Kılavuza uygun olmayan reklamın veya ticari uygulamanın daha sonra düzeltilmesi veya telafi edilmesi reklam verenin veya ticari uygulamada bulunanın tespit edilen aykırılığa ilişkin sorumluluğunu ortadan kaldırmaz.

(3) Bu Kılavuz hükümleri, 6502 sayılı Kanun hükümlerine ve Yönetmeliğin örtülü reklamlara ilişkin hükümlerine aykırı şekilde yorumlanamaz ve uygulanamaz.

**Yürürlük**

**MADDE 13 –** (1)Bu Kılavuz, Kurul kararı ile yürürlüğe girer.