**T.C.**

**TİCARET BAKANLIĞI**

**Reklam Kurulu Başkanlığı**

**BASIN BÜLTENİ**

**Toplantı Tarihi** : 8 Haziran 2021

**Toplantı Sayısı** : 310

**İLETİŞİM HİZMETLERİ**

**1)**

**Dosya No: 2020/2507**

**Şikayet Edilen: BluTV İletişim ve Dijital Yayın Hiz. A.Ş**.

**Şikayet Edilen Reklam:** www.hepsiburada.com adresli internet sitesinde Efsane Cuma kampanyaları kapsamında yayınlanan “12 Aylık BluTV Aboneliği Sepette %50 İndirimli” başlıklı tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** Kasım 2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: www.hepsiburada.com adresli internet sitesinde Kasım 2020 ayında Efsane Cuma kampanyaları kapsamında yayınlanan “12 Aylık BluTV Aboneliği Sepette %50 İndirimli” başlıklı reklamlarda *“BluTV Türkiye’nin internet televizyonu. 12 aylık BluTV üyeliği aboneliği sepette %50 indirimli.”* ifadelerine yer verildiği,

Diğer taraftan, başvuru sahibi ile Hepsiburada iletişim kanalı üzerinden gerçekleşen görüşmelerde tüketiciye verilen yanıtta *“Müşterilerimizin Efsane Cuma’ya gösterdiği yoğun ilgi nedeniyle sistemlerimizdeki güncellemeler web sitemize zaman zaman geç yansıyabilir. Bu nedenle ürün fiyatlarında ürün sayfasıyla sepette fark olması durumunda sepetteki fiyatı dikkate almanızı rica ederiz. Sepetim sayfasında göreceğiniz fiyat, her zaman en güncel fiyattır.”*  ifadelerinin yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, www.hepsiburada.com adresli internet sitesinde Kasım 2020 ayında Efsane Cuma kampanyaları kapsamında yayınlanan “12 Aylık BluTV Aboneliği Sepette %50 İndirimli” başlıklı reklamlarda tüketicilerin 12 aylık BluTV aboneliğinden %50 indirimli faydalanabileceği belirtilmesine rağmen tüketicinin 178,80 TL değerindeki söz konusu abonelik paketini ancak %23 indirimli şekilde 137,40 TL’den sepete ekleyebildiği,

Tüketicinin konuya ilişkin “Hepsiburada Whatsapp” kanalından iletişime geçmesinin ardından kendisine *“Müşterilerimizin Efsane Cuma’ya gösterdiği yoğun ilgi nedeniyle sistemlerimizdeki güncellemeler web sitemize zaman zaman geç yansıyabilir. Bu nedenle ürün fiyatlarında ürün sayfasıyla sepette fark olması durumunda sepetteki fiyatı dikkate almanızı rica ederiz. Sepetim sayfasında göreceğiniz fiyat, her zaman en güncel fiyattır.”* şeklinde yanıt verilerek tüketicinin anılan reklamların ana vaadinde bahsi geçen %50 indirimden faydalandırılmadığı, dolayısıyla söz konusu 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, 9/4, 13/1, 14/1, 14/2 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **BluTV İletişim ve Dijital Yayın 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: 2020/2601**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** "0850 542 1 542 Sesli Yanıt Self Servis" adlı hizmete yönelik muhtelif mecralarda yayınlanan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, telefon aramaları

**Tespitler**: www.vodafone.com.tr adresli internet sitesinde yayınlanan “Vodafone Yardım” başlıklı tanıtımlarda, *“Vodafone Net Müşteri Hizmetleri’mize (…) 0850 542 1 542 Sesli Yanıt Self Servisi ücretsiz arayarak tüm işlemleriniz kolay ve hızlı bir şekilde gerçekleştirebilirsiniz.”* ifadelerinin yer aldığı, ayrıca 0850 542 0 542 numaralı çağrı merkezi arandığında da sesli olarak *"Vodafone Evde İnternet Müşteri Hizmetleri'ne hoşgeldiniz. (...) Tüm işlemlerinizi ücretsiz yapmak için 0850 542 1 542'yi arayabilirsiniz. (...)"* ifadelerinin kullanıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, www.vodafone.com.tr adresli internet sitesinde yayınlanan “Vodafone Yardım” başlıklı tanıtımlarda, *“Vodafone Net Müşteri Hizmetleri’mize (…) 0850 542 1 542 Sesli Yanıt Self Servisi ücretsiz arayarak tüm işlemleriniz kolay ve hızlı bir şekilde gerçekleştirebilirsiniz.”* ifadelerinin yer aldığı, ayrıca 0850 542 0 542 numaralı çağrı merkezi arandığında da sesli olarak *"Vodafone Evde İnternet Müşteri Hizmetleri'ne hoşgeldiniz. (...) Tüm işlemlerinizi ücretsiz yapmak için 0850 542 1 542'yi arayabilirsiniz. (...)"* ifadelerinin kullanıldığı,

Diğer taraftan, anılan tanıtımlarda 0850 542 1 542 numaralı Sesli Yanıt Self Servisi aracılığıyla tüketicilerin tüm işlemlerini gerçekleştirebilecekleri belirtilmesine rağmen hat iptal ve nakil işlemlerini söz konusu hizmet üzerinden gerçekleştirmelerinin mümkün olmadığı, dolayısıyla ana vaade istisna oluşturan durumlara bahsi geçen reklamlarda yer verilmeyerek tüketicilerin eksik bilgilendirildiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 18/2, 21/1 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.

**3)**

**Dosya No: 2020/2684**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** Vodafone Yanımda Uygulaması’nda yayınlanan “Huawei P40 Lite” başlıklı reklamlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 09.06.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: 09.06.2020 tarihinde Vodafone Yanımda Uygulaması’nda yayınlanan “Huawei P40 Lite” başlıklı reklamlarda, *“Huawei P40 Lite Hafıza 128 GB, Tarifene Ek 265 TLx12 Ay Toplam 3180 TL”* ifadelerinin yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, 09.06.2020 tarihinde Vodafone Yanımda Uygulaması’nda yayınlanan “Huawei P40 Lite” başlıklı reklamlarda, *“Huawei P40 Lite Hafıza 128 GB, Tarifene Ek 265 TLx12 Ay Toplam 3180 TL”* ifadelerinin yer aldığı, bu kampanyadan faydalanan başvuru sahibi tüketiciye söz konusu akıllı cihaz kampanyasına katılımının başarılı olduğu bilgilendirmesinin yapıldığı, ancak ertesi gün anılan ürünün satışı devam etmesine rağmen stokta bulunmadığı gerekçesiyle tüketiciye kaydının oluşturulamadığı bilgisinin verildiği, dolayısıyla temini mümkün olmadığı halde anılan ürünün satışına ilişkin tanıtımlara devam edilerek tüketicilerin yanıltıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**4)**

**Dosya No: 2020/4054**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** www.turktelekom.com.tr adresli internet sitesinde yayınlanan “Mobilist 5 GB” başlıklı reklamlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 01.06.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: 01.06.2020 tarihinde www.turktelekom.com.tr adresli internet sitesinde yayınlanan “Mobilist 5 GB” başlıklı reklamlarda *“Türk Telekom Mobil Online İşlemler Merkezi’ne gelenlere 5 GB cepten internet, yurtiçi her yöne 250 DK ve her yöne 1000 SMS sadece 39 TL!”* ifadelerinin yer aldığı ve aynı tarihli internet sitesinin “Faturasız Hat Tarifeleri ve Paketleri” reklamlarında bahsi geçen tarifenin *“Benim için internet GB’ları seçebilmek demek. 250 DK, 1000 SMS 5 GB 33 TL”* ifadeleri ile tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, 01.06.2020 tarihinde www.turktelekom.com.tr adresli internet sitesinde yayınlanan “Mobilist 5 GB” başlıklı reklamlarda *“Türk Telekom Mobil Online İşlemler Merkezi’ne gelenlere 5 GB cepten internet, yurtiçi her yöne 250 DK ve her yöne 1000 SMS sadece 39 TL!”* ifadelerinin yer aldığı, ancak aynı tarihli internet sitesinin “Faturasız Hat Tarifeleri ve Paketleri” reklamlarında bahsi geçen tarifenin *“Benim için internet GB’ları seçebilmek demek. 250 DK, 1000 SMS 5 GB 33 TL”* ifadeleri ile tanıtımının yapıldığı,

Bu durumda aynı pakete ilişkin iki ayrı fiyatlandırma yapılarak tüketicilerde algı karmaşasına yol açıldığı, 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, 13/1 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.

**5)**

**Dosya No: 2020/4180**

**Safaa Hadi Shaalan Al Bayatı** isimli şahsa ait olduğu tespit edilen 0850 484 13 72 numaralı hat aracılığıyla gerçekleştirilen ticari uygulamalarla ilgili görüşme ve değerlendirmelerin **ertelenmesine** karar verilmiştir.

**6)**

**Dosya No: 2021/489**

**Şikayet Edilen: Lifecell TV Yayın ve İçerik Hiz. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.tvplus.com.tr adresli internet sitesinde yayınlanan “Gözünüzü Ayırmayacağınız Fırsat TV+’ta” başlıklı reklamlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** Şubat 2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: www.tvplus.com.tr adresli internet sitesinde yayınlanan “Gözünüzü Ayırmayacağınız Fırsat TV+’ta” başlıklı reklamlarda *“Binlerce film, dizi, spor, belgesel ve animasyonlarla TV+ keyfi ilk 3 ay sadece 4,99 TL. Teklif sadece www.tvplus.com.tr üzerinden yapılan alımlarda geçerlidir.”* ifadelerinin yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, www.tvplus.com.tr adresli internet sitesinde yayınlanan “Gözünüzü Ayırmayacağınız Fırsat TV+’ta” başlıklı reklamlarda belirtilen “TV+” adlı paketten, tüketicilerin ilk 3 ay 4,99 TL üzerinden fiyatlandırıldığı 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.

**7)**

**Dosya No: 2021/890**

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

**Şikayet Edilen Reklam/HTU:** 0850 480 09 60 numaralı telefon hattı aracılığıyla gerçekleştirilen ticari uygulamalar.

**Reklam/HTU Yayın Tarihi:** 2021

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

**Tespitler**: E Dijital Bilgi A.Ş. adına kayıtlı 0850 480 09 60 numaralı telefon hattı ile muhtelif tüketiciler arasında telefon görüşmeleri gerçekleştirildiği, söz konusu görüşmelerde *“Türk Telekom’a hattını taşıyanlara 3000 dakika 3000 SMS 10 GB internet sabit fiyat garantisiyle sadece 44 Lira.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, 0850 480 09 60 numaralı telefon hattından muhtelif tüketicilerin *“Türk Telekom’dan arıyoruz.”* şeklinde tanıtım yapılarak arandığı, söz konusu *görüşmelerde “Türk Telekom’a hattını taşıyanlara 3000 dakika 3000 SMS 10 GB internet sabit fiyat garantisiyle sadece 44 Lira.”* ifadelerine yer verildiği, ancak Türk Telekom Grubu ile herhangi bir bağı bulunmadığı göz önünde bulundurularak ticari uygulamada bulunan firma tarafından Türk Telekom ortak markasını kullanan firmaların itibarından haksız biçimde yararlanıldığı ve Türk Telekom ismi ile muhatap firma lehine haksız kazanç elde edildiği, bu durumun haksız rekabete yol açtığı,

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

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, ticari uygulamada bulunan **E Dijital Bilgi A.Ş.** 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.

**8)**

**Dosya No: 2021/924**

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

**Şikayet Edilen Reklam/HTU:** Turkcell İletişim Hiz. A.Ş. tarafından internet paket aşımına ilişkin gerçekleştirilen ticari uygulamalar.

**Reklam/HTU Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, diğer (fatura, sözleşme)

**Tespitler**: Turkcell İletişim Hiz. A.Ş. unvanlı firmaya ait GSM tarifesinden faydalanan tüketicilere tarifesine tanımlı internet paketlerinin bitmesi durumunda internet aşım paketi çözümünün uygulandığı ve bu çözümlere ilişkin bilgilendirmenin muhtelif kanallar üzerinden yapıldığı,

Diğer taraftan anılan firma tarafından paket bitiminden sonra veya pakete dahil olmayan kullanım yapmak istemeyen tüketicilere “Akıllı Fatura Kampanyası” adlı hizmetin sunulduğu, bu hizmete ilişkin tanıtımlarda *“Akıllı Fatura Kampanyası ile faturanız sözünden çıkmaz! Paket bitiminden sonra veya pakete dahil olmayan kullanım yapmak istediğinizde, faturanıza ek ücret yansımaması için Akıllı Fatura özelliğiniz devreye girer. (…) 10,10 TL/Ay 31 Aralık 2021 tarihine kadar geçerli.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, Turkcell İletişim Hiz. A.Ş. unvanlı firma tarafından internet paket aşımına ilişkin yayınlanan tanıtımların ve gerçekleştirilen ticari uygulamaların tüketicileri yanıltıcı nitelikte olmadığı değerlendirilmiş olup anılan reklamların ve ticari uygulamaların 6502 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’a ve ilgili Yönetmeliğe **aykırı olmadığına** karar verilmiştir.

**ÖRTÜLÜ REKLAM**

**9)**

**Dosya No: 2021/1295**

**Şikayet Edilen: Ercan ÇELİK**

**Şikayet Edilen Reklam**: Şahıs tarafından "Tire'de Son Dakika" isimli Facebook hesabından yayınlanan örtülü reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi**: Nisan-Mayıs 2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** 24.04.2021 tarihli "Bozdağ Nil Madran Doğal kaynak suyu" başlıklı paylaşımda "*Tire Bayii 2021 model damacanalar ile hizmetine devam etmektedir.Suyun satış fiyatı 12 TL olan tire bayisi 10TL kampanyası ile hizmete devam etmektedir.YENİ GELEN EV ABONELERİMİZE 2021 MODEL DAMACANALARLA ÜCRETSİZ DEĞİŞİM SUNMAKTAYIZ!Sizde Suyun içimini ve tadını denemek için, Ev ve İşyerinize sipariş vermeyi unutmayın. Tüm hafta ve hafta sonları da dâhil olmak üzere saat 08:30 ile 20:00 arası açıktır. #sipariş için (0)544 926 4484 numaralı telefonu arayabilirsiniz. Kurtuluş Mahallesi Balcı Caddesi No:52/1B Tire/İzmir.Bozdağ"*

*Nisan* ayı içerisinde muhtelif tarihlerde yayınlanan "Yörükler manav" işletmesine yönelik yapılan paylaşımlarda "*Yörükler Manav açıldı! Balcı Caddesi’nde yeni kurulan Yörükler Manav hizmet vermeye başladı. Pazardan ucuz, toptan ve perakende satışın adresi olan Yörükler Manav’da günlük tüm taze meyve ve sebze çeşitlerini bulmanız mümkün. Siz de açılışa özel kampanyalı fiyatlardan yararlanmak için hemen şimdi Yörükler Manav’a uğrayın. Yörükler Manav ev ve işyerlerine servis veriyor. (...) Yörükler Manavı'nda indirim zamanı. Balcı Caddesi’nde açılan Yörükler Manavı pazardan ucuz, toptan ve perakende indirimli satışlarına devam ediyor.Siz de indirimli fiyatlardan yararlanmak için hemen şimdi Yörükler Manav’a uğrayın. Yörükler Manav ev ve işyerlerine servis veriyor.Siparişleriniz için 0551 124 75 23*" ifadelerine yer verildiği,

Benzer şekilde, "Vizyon Halı Yıkama", "Onur Gözde Pide Salonu", "İtimat Fast Food, "Tire TAC Kolejleri", "Umut Halı Yıkama", "Marina Spor" "Ayaküstü Smyrna" , "Komagene Çiğ Köfte", "Gurme Room Tire", "Adıyörem Çip Köfte, "Everest Dezenfeksiyon", "İzmoto Yamaha Yetkili Bayii", "Öz Derekahve Ekmek Fırını", "Kocatürk Okulları, "Demiroğlu Baklavaları", "Yıldız ısıtma ve soğutma sistemleri", Kardeşler Yapı Mantolama " gibi muhtelif birçok işletmenin açılış, indirim, kampanya paylaşımlarının yapıldığı

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar**: Yapılan inceleme sonucunda, 24.04.2021 tarihli "Bozdağ Nil Madran Doğal kaynak suyu" başlıklı paylaşımında herhangi bir reklam ibaresine yer verilmediği, firmanın yapmış olduğu kampanyadan faydalanmak için tüketicilerin firmaya yönlendirildiği, böylece "Bozdağ Ticaret" firmasının örtülü reklamının yapıldığı,

Nisan ayı içerisinde muhtelif tarihlerde yapılan "Yörükler manav" işletmesine yönelik yapılan paylaşımlarda herhangi bir reklam ibaresine yer verilmediği, indirimli fiyatlardan faydalanmak için tüketicilerin işletmeye yönlendirildiği, böylece "Yörükler Manav" firmasının örtülü reklamının yapıldığı,

Benzer şekilde, "Tire'de Son Dakika" isimli grupta yapılan paylaşımlarda "Vizyon Halı Yıkama", "Onur Gözde Pide Salonu", "İtimat Fast Food, "Tire TAC Kolejleri", "Umut Halı Yıkama", "Marina Spor" "Ayaküstü Smyrna" , "Komagene Çiğ Köfte", "Gurme Room Tire", "Adıyörem Çip Köfte, "Everest Dezenfeksiyon", "İzmoto Yamaha Yetkili Bayii", "Öz Derekahve Ekmek Fırını", "Kocatürk Okulları, "Demiroğlu Baklavaları", "Yıldız ısıtma ve soğutma sistemleri", Kardeşler Yapı Mantolama " gibi muhtelif birçok işletmenin açılış, indirim, kampanya paylaşımlarını yapmak suretiyle örtülü reklamlarının 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 **Ercan ÇELİK** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**10)**

**Dosya No: 2021/1751**

**Şikayet Edilen: Mes Televizyon ve Radyo Yayıncılık A.Ş**

**Şikayet Edilen Reklam**: "CNN TÜRK" isimli televizyon kanalında yayınlanan "İşin Uzmanı" programında "Op. Dr. İbrahim TAŞKIN" ve Özel Adana Maya Göz / Niv Göz Hastanesi’nin örtülü reklamının yapıldığı iddiası

**Reklam Yayın Tarihi**: 04.04.2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** 04.04.2021 tarihinde "CNN TÜRK" televizyon kanalında yayınlanan "İşin Uzmanı" programında "*Öncelikle, 1990lı yıllardan itibaren refraktif hataların düzeltilmesinde excimer lazer kullanılmaya başlanmış ve hızla yaygınlaşarak günümüzde katarakt cerrahisinden sonra en çok yapılan göz ameliyatı haline gelmiştir. Excimer lazere göz çizme ameliyatı da denmektedir. Bunun nedeni 9Olı yıllarda kornea üzerine RK bıçaklarıyla özel çizikler atılarak miyop düzeltilmekte ve gözde çizikler oluşmaktaydı. Bu nedenle, buradan kalan bir isim olarak göz çizme ameliyatı olarak kalmış ancak bugün yaptığımı excimer lazer tedavisinde gözde herhangi bir çizik oluşmamakta; lazer teknolojisiyle korneanın kırma gücü değiştirilerek miyop, hipermetrop ve astigmatizmayı düzeltebilmekteyiz. Lasik tedavisi ise excimer lazer cerrahisinin en gelişmiş tekniklerinden birisidir. Burada kullandığımız wavefront aberometre sayesinde bizim poliklinik şartlarında tespit edemediğimiz kırma kusurları ve aberasyonları wavefront aberometre ile tespit etmekte ve bunun haritasını oluşturarak excimer lazere aktarmakta; onun üzerinden tedavi yapmaktayız. Femtosaniye lazer ile kişiye özel flap çapı, flap kalınlığı ve flap kenarı kesitini oluşturmakta ve excimer lazer ile tedaviyi tamamlamaktayız. Kısacası wavefront aberometre, femtosaniye lazer ve excimer lazer birlikte kullanıldığı prosedürün adı i-lasik tedavisidir. İ-lasik, günümüzde kullanılan en gelişmiş lazer cerrahi tekniğidir. Miyop, hipermetrop ve astigmatizmanın tedavisi başarıyla yapılabilmektedir. İ-lasik tedavisi ile doğru hasta, doğru teknik ve doğru yöntem ile %90'a varan gözlüksüz net görüş sağlayabilmekteyiz. Kısacası excimer lazer ve i-lasik tedavisi ile miyop, hipermetrop ve astigmatızmayı tedavi edebilmekte ve gözlüksüz olarak yaşamak mümkün olabilmektedir*. '' ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar**: Yapılan inceleme sonucunda 04.04.2021 tarihinde "CNN TÜRK" isimli televizyon kanalında yayınlanan "İşin Uzmanı" programında doktorun ismi ve çalıştığı kurumun kısa süreli olarak ekranda bilgilendirme mahiyetli yer verildiği, Op. Dr. İbrahim TAŞKIN tarafından yapılan konuşmada excimer lazer ve i-lasik lazer tedavilerine ilişkin bilgilendirme yapıldığı, ancak anılan şahsa ve çalıştığı kuruma doğrudan bir yönlendirme yapılmadığı tespit edilmiş olup anılan tanıtımların 6502 sayılı Kanun'un 61 inci maddesine **aykırı olmadığına**karar verilmiştir.

**11)**

**Dosya No: 2019/3041**

**Şikayet Edilen: Karar Yayıncılık A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.karar.com.tr adresli internet sitesinde yayınlanan *"*Apiterapi, bağışıklık sistemi için şifa kaynağı oluyor*"* başlıklı yazı

**Reklam Yayın Tarihi:** 21.02.2019

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.karar.com.tr adresli internet sitesinde https://www.karar.com/apiterapi-bagisiklik-sistemi-icin-sifa-kaynagi-oluyor-1126191 sayfasında 21.02.2019 tarihinde yayınlanan *"*Apiterapi, bağışıklık sistemi için şifa kaynağı oluyor*"* başlıklı yazıda;

*“Son yıllarda tüm dünyada hızla gelişen arı ürünleri, doğal şifa kaynağı oluyor… Uzmanlar, bal arısının ürünlerinin tedavi amaçlı kullanıldığı “apiterapi” yöntemiyle özellikle bağışıklığın güçlendirilerek, birçok hastalığın önüne geçilebileceğinin altını çiziyor.Binlerce yıldır farklı kültürlerde kullanılan bal, polen, propolis, perga, bal mumu, arı sütü gibi arı ürünleriyle gerçekleştirilen apiterapi tedavi yöntemini Türkiye’ye yeniden kazandırma amacıyla bu alana yatırım yaptıklarını bildiren Orka Group, İstanbul’da bir otelde vermiş olduğu davette Apivital ürünlerinin lansmanı gerçekleştirdi. Lansmanda konuşan Orka Vitals Genel Koordinatörü Ahu Orakçıoğlu, ekolojik arıcılığı desteklediklerini ifade etti.Ulusal Apiterapi Derneği ve Uluslararası Apiterapi Federasyonu Başkanı Dr. A. Timuçin Atayoğlu’nun da katıldığı lansmanda, Orkavitals Apiterapi ürünlerinin proje yürütücüsü Prof. Dr. Mehmet Rüştü Karaman’a Apivital marka ürünleri için “Üstün Kalite Ödülü” takdim edildi.Davette konuşan Ahu Orakçıoğlu, şu ifadelerde bulundu: “Arılar tüm dünyadaki yaşamın kaynağı. Olağanüstü olan bu canlıların ürettiği ürünler de insan sağlığı ve insan bağışıklığı için çok önemli. Bu alanda kullanılan ‘apiterepi’ tedavi yöntemi binlerce yıldır insanoğlunun bildiği, kullandığı bir yöntemdir. Geçmişin bu alandaki bilgileriyle aramıza maalesef bir duvar örülmüş. O duvarı aşmanın zamanı geldi. Çünkü endüstriyelleşme bağışıklık sorunlarına yer açtı. Böylece bağışıklığımızı yeniden güçlendirmek için arayışlar içine girdik. Bu alanda akademik çalışmalar çok önemli. Çünkü piyasada bu alanda çok fazla bilgi kirliliği var. Dolayısıyla endüstrinin akademiyle işbirliği içinde olması çok önemli. Bu açıdan Ankara Üniversitesi başta olmak üzere 20’ye yakın üniversiteden çok sayıda uzman bilim insanı ile yakın işbirliği içerisindeyiz.”Dr. A.Timuçin Atayoğlu, “Apiterapi şifa kaynağıdır”Apiterapi tedavi yöntemini anlatan Apiterapi Federasyonu Başkanı Dr. A. Timuçin Atayoğlu, “ Apiterepi yeni bir terim olmakla birlikte yüzlerce yıldır değişik kültürlerde uygulanan bir tedavi yöntemidir. Bu tedavi bir şifa yöntemidir. Bu yöntem bal arısının ürünlerinin şifa amaçlı kullanılmasıdır. Bu ürünler başta bal olmak üzere; polen, arı sütü, bal mumu ve hatta arı zehri gibi ürünleri kapsıyor. Şifa için arının kovanı için de çalışmalar yapılmaktadır. Bu tedavi yönteminde vurguladığımız nokta şu ki; öncelikli amaç sağlığı korumaktır. Bu bakımdan apiterapi arı ürünleriyle bağışıklık sistemini düzenleyerek, birçok hastalığın önüne geçmek mümkün” dedi.“Dünya Türkiye’yi ilgiyle izliyor”Geleneksel ve tamamlayıcı tıp üzerine Sağlık Bakanlığı’nın 2014 yılında yayınladığı bir mevzuat olduğunu da kaydeden Atayoğlu, bu kapsamda apiterapinin de yer aldığını söyleyerek, “Ülkemiz için bu alanda yankı uyandıran bir durum söz konusu. Dünya bu alanda Türkiye’nin çok önemli bir adım attığına şahit oluyor ve ilgiyle takip ediyor” diye konuştu.Orka Vitals proje yürütücüsü Prof. Dr. Mehmet Rüştü Karaman ise, “Eşsiz bir şifa kaynağı olan arı ürünleri, vücut direncinin artırılması ve sağlıklı bir yaşam için gereken antioksidanları içermenin yanı sıra, doğal antibiyotik görevi görüyor” dedi. Lansmanda Belgesel yapımcısı Emrullah Şentürk’e yaptığı apiterapi belgeseli için plaket takdim edildi.”*

şeklinde ifadelere ve Orka Vitals (Apivital) firması yöneticilerinin plaket aldığı ve arka planda Apivital markasının görüldüğü bir fotoğrafa yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Anılan yazı okunduğunda Apivital markasının ön plana çıkarıldığı, ayrıca fotoğraf arka planında Apivital markasının yer aldığı ve Orka Vitals yöneticilerine "üstün kalite ödülü" verildiği gibi hususlar da dikkate alındığında, bahsi geçen yazıda yazıda haber verme amacının dışına çıkıldığı ve Apivital markalı ürünlerin satın alınmasının dolaylı olarak teşvik edildiği kanaatine varıldığı, böylelikle Apivital markasının örtülü reklamının yapıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**12)**

**Dosya No: 2019/3042**

**Şikayet Edilen: Gün Medya Hizmetleri Yayıncılık Reklamcılık San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.ogunhaber.com adresli internet sitesinde yayınlanan *"*Apiterapi, bağışıklık sistemi için şifa kaynağı oluyor*"* başlıklı yazı

**Reklam Yayın Tarihi:** 21.02.2019

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.ogunhaber.com adresli internet sitesinde https://www.ogunhaber.com/saglik/apiterapi-bagisiklik-sistemi-icin-sifa-kaynagi-oluyor-1013685h.html sayfasında 21.02.2019 tarihinde yayınlanan *"*Apiterapi, bağışıklık sistemi için şifa kaynağı oluyor*"* başlıklı yazıda;

*“Son yıllarda tüm dünyada hızla gelişen arı ürünleri, doğal şifa kaynağı oluyor… Uzmanlar, bal arısının ürünlerinin tedavi amaçlı kullanıldığı “apiterapi” yöntemiyle özellikle bağışıklığın güçlendirilerek, birçok hastalığın önüne geçilebileceğinin altını çiziyor. Binlerce yıldır farklı kültürlerde kullanılan bal, polen, propolis, perga, bal mumu, arı sütü gibi arı ürünleriyle gerçekleştirilen apiterapi tedavi yöntemini Türkiye’ye yeniden kazandırma amacıyla bu alana yatırım yaptıklarını bildiren Orka Group, İstanbul’da bir otelde vermiş olduğu davette Apivital ürünlerinin lansmanı gerçekleştirdi. Lansmanda konuşan Orka Vitals Genel Koordinatörü Ahu Orakçıoğlu, ekolojik arıcılığı desteklediklerini ifade etti.Ulusal Apiterapi Derneği ve Uluslararası Apiterapi Federasyonu Başkanı Dr. A. Timuçin Atayoğlu’nun da katıldığı lansmanda, Orkavitals Apiterapi ürünlerinin proje yürütücüsü Prof. Dr. Mehmet Rüştü Karaman’a Apivital marka ürünleri için “Üstün Kalite Ödülü” takdim edildi.Davette konuşan Ahu Orakçıoğlu, şu ifadelerde bulundu: “Arılar tüm dünyadaki yaşamın kaynağı. Olağanüstü olan bu canlıların ürettiği ürünler de insan sağlığı ve insan bağışıklığı için çok önemli. Bu alanda kullanılan ‘apiterepi’ tedavi yöntemi binlerce yıldır insanoğlunun bildiği, kullandığı bir yöntemdir. Geçmişin bu alandaki bilgileriyle aramıza maalesef bir duvar örülmüş. O duvarı aşmanın zamanı geldi. Çünkü endüstriyelleşme bağışıklık sorunlarına yer açtı. Böylece bağışıklığımızı yeniden güçlendirmek için arayışlar içine girdik. Bu alanda akademik çalışmalar çok önemli. Çünkü piyasada bu alanda çok fazla bilgi kirliliği var. Dolayısıyla endüstrinin akademiyle işbirliği içinde olması çok önemli. Bu açıdan Ankara Üniversitesi başta olmak üzere 20’ye yakın üniversiteden çok sayıda uzman bilim insanı ile yakın işbirliği içerisindeyiz.”Dr. A.Timuçin Atayoğlu, “Apiterapi şifa kaynağıdır”Apiterapi tedavi yöntemini anlatan Apiterapi Federasyonu Başkanı Dr. A. Timuçin Atayoğlu, “ Apiterepi yeni bir terim olmakla birlikte yüzlerce yıldır değişik kültürlerde uygulanan bir tedavi yöntemidir. Bu tedavi bir şifa yöntemidir. Bu yöntem bal arısının ürünlerinin şifa amaçlı kullanılmasıdır. Bu ürünler başta bal olmak üzere; polen, arı sütü, bal mumu ve hatta arı zehri gibi ürünleri kapsıyor. Şifa için arının kovanı için de çalışmalar yapılmaktadır. Bu tedavi yönteminde vurguladığımız nokta şu ki; öncelikli amaç sağlığı korumaktır. Bu bakımdan apiterapi arı ürünleriyle bağışıklık sistemini düzenleyerek, birçok hastalığın önüne geçmek mümkün” dedi.“Dünya Türkiye’yi ilgiyle izliyor”Geleneksel ve tamamlayıcı tıp üzerine Sağlık Bakanlığı’nın 2014 yılında yayınladığı bir mevzuat olduğunu da kaydeden Atayoğlu, bu kapsamda apiterapinin de yer aldığını söyleyerek, “Ülkemiz için bu alanda yankı uyandıran bir durum söz konusu. Dünya bu alanda Türkiye’nin çok önemli bir adım attığına şahit oluyor ve ilgiyle takip ediyor” diye konuştu.Orka Vitals proje yürütücüsü Prof. Dr. Mehmet Rüştü Karaman ise, “Eşsiz bir şifa kaynağı olan arı ürünleri, vücut direncinin artırılması ve sağlıklı bir yaşam için gereken antioksidanları içermenin yanı sıra, doğal antibiyotik görevi görüyor” dedi. Lansmanda Belgesel yapımcısı Emrullah Şentürk’e yaptığı apiterapi belgeseli için plaket takdim edildi.”*

şeklinde ifadelere ve Orka Vitals (Apivital) firması yöneticilerinin plaket aldığı ve arka planda Apivital markasının görüldüğü bir fotoğrafa yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Anılan yazı okunduğunda Apivital markasının ön plana çıkarıldığı, ayrıca fotoğraf arka planında Apivital markasının yer aldığı ve Orka Vitals yöneticilerine "üstün kalite ödülü" verildiği gibi hususlar da dikkate alındığında, bahsi geçen yazıda yazıda haber verme amacının dışına çıkıldığı ve Apivital markalı ürünlerin satın alınmasının dolaylı olarak teşvik edildiği kanaatine varıldığı, böylelikle Apivital markasının örtülü reklamının yapıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, mecra kuruluşu **Gün Medya Hizmetleri Yayıncılık Reklamcılık San. ve Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**13)**

**Dosya No: 2019/3045**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** www.mynet.com adresli internet sitesinde yayınlanan *"*Apiterapi, bağışıklık sistemi için şifa kaynağı oluyor*"* başlıklı yazı

**Reklam Yayın Tarihi:** 21.02.2019

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.mynet.com adresli internet sitesinde https://www.mynet.com/apiterapi-bagisiklik-sistemi-icin-sifa-kaynagi-oluyor-110104932683 sayfasında 21.02.2019 tarihinde yayınlanan *"*Apiterapi, bağışıklık sistemi için şifa kaynağı oluyor*"* başlıklı yazıda;

*“Son yıllarda tüm dünyada hızla gelişen arı ürünleri, doğal şifa kaynağı oluyor… Uzmanlar, bal arısının ürünlerinin tedavi amaçlı kullanıldığı “apiterapi” yöntemiyle özellikle bağışıklığın güçlendirilerek, birçok hastalığın önüne geçilebileceğinin altını çiziyor.Binlerce yıldır farklı kültürlerde kullanılan bal, polen, propolis, perga, bal mumu, arı sütü gibi arı ürünleriyle gerçekleştirilen apiterapi tedavi yöntemini Türkiye’ye yeniden kazandırma amacıyla bu alana yatırım yaptıklarını bildiren Orka Group, İstanbul’da bir otelde vermiş olduğu davette Apivital ürünlerinin lansmanı gerçekleştirdi. Lansmanda konuşan Orka Vitals Genel Koordinatörü Ahu Orakçıoğlu, ekolojik arıcılığı desteklediklerini ifade etti.Ulusal Apiterapi Derneği ve Uluslararası Apiterapi Federasyonu Başkanı Dr. A. Timuçin Atayoğlu’nun da katıldığı lansmanda, Orkavitals Apiterapi ürünlerinin proje yürütücüsü Prof. Dr. Mehmet Rüştü Karaman’a Apivital marka ürünleri için “Üstün Kalite Ödülü” takdim edildi.Davette konuşan Ahu Orakçıoğlu, şu ifadelerde bulundu: “Arılar tüm dünyadaki yaşamın kaynağı. Olağanüstü olan bu canlıların ürettiği ürünler de insan sağlığı ve insan bağışıklığı için çok önemli. Bu alanda kullanılan ‘apiterepi’ tedavi yöntemi binlerce yıldır insanoğlunun bildiği, kullandığı bir yöntemdir. Geçmişin bu alandaki bilgileriyle aramıza maalesef bir duvar örülmüş. O duvarı aşmanın zamanı geldi. Çünkü endüstriyelleşme bağışıklık sorunlarına yer açtı. Böylece bağışıklığımızı yeniden güçlendirmek için arayışlar içine girdik. Bu alanda akademik çalışmalar çok önemli. Çünkü piyasada bu alanda çok fazla bilgi kirliliği var. Dolayısıyla endüstrinin akademiyle işbirliği içinde olması çok önemli. Bu açıdan Ankara Üniversitesi başta olmak üzere 20’ye yakın üniversiteden çok sayıda uzman bilim insanı ile yakın işbirliği içerisindeyiz.”Dr. A.Timuçin Atayoğlu, “Apiterapi şifa kaynağıdır”Apiterapi tedavi yöntemini anlatan Apiterapi Federasyonu Başkanı Dr. A. Timuçin Atayoğlu, “ Apiterepi yeni bir terim olmakla birlikte yüzlerce yıldır değişik kültürlerde uygulanan bir tedavi yöntemidir. Bu tedavi bir şifa yöntemidir. Bu yöntem bal arısının ürünlerinin şifa amaçlı kullanılmasıdır. Bu ürünler başta bal olmak üzere; polen, arı sütü, bal mumu ve hatta arı zehri gibi ürünleri kapsıyor. Şifa için arının kovanı için de çalışmalar yapılmaktadır. Bu tedavi yönteminde vurguladığımız nokta şu ki; öncelikli amaç sağlığı korumaktır. Bu bakımdan apiterapi arı ürünleriyle bağışıklık sistemini düzenleyerek, birçok hastalığın önüne geçmek mümkün” dedi.“Dünya Türkiye’yi ilgiyle izliyor”Geleneksel ve tamamlayıcı tıp üzerine Sağlık Bakanlığı’nın 2014 yılında yayınladığı bir mevzuat olduğunu da kaydeden Atayoğlu, bu kapsamda apiterapinin de yer aldığını söyleyerek, “Ülkemiz için bu alanda yankı uyandıran bir durum söz konusu. Dünya bu alanda Türkiye’nin çok önemli bir adım attığına şahit oluyor ve ilgiyle takip ediyor” diye konuştu.Orka Vitals proje yürütücüsü Prof. Dr. Mehmet Rüştü Karaman ise, “Eşsiz bir şifa kaynağı olan arı ürünleri, vücut direncinin artırılması ve sağlıklı bir yaşam için gereken antioksidanları içermenin yanı sıra, doğal antibiyotik görevi görüyor” dedi. Lansmanda Belgesel yapımcısı Emrullah Şentürk’e yaptığı apiterapi belgeseli için plaket takdim edildi.”*

şeklinde ifadelere ve Orka Vitals (Apivital) firması yöneticilerinin plaket aldığı ve arka planda Apivital markasının görüldüğü fotoğraflara yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Anılan yazı okunduğunda Apivital markasının ön plana çıkarıldığı, diğer taraftan fotoğraf arka planlarında Apivital markasının yer aldığı ve Orka Vitals yöneticilerine "üstün kalite ödülü" verildiği gibi hususlar da dikkate alındığında, bahsi geçen yazıda yazıda haber verme amacının dışına çıkıldığı ve Apivital markalı ürünlerin satın alınmasının dolaylı olarak teşvik edildiği kanaatine varıldığı, böylelikle Apivital markasının örtülü reklamının yapıldığı, değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**14)**

**Dosya No: 2019/3046**

**Şikayet Edilen: Uğurlu Gazetecilik Basın Yayın Matbaacılık Reklamcılık Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.yeniakit.com.tr adresli internet sitesinde yayınlanan *"*Apiterapi, bağışıklık sistemi için şifa kaynağı oluyor*"* başlıklı yazı

**Reklam Yayın Tarihi:** 21.02.2019

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.yeniakit.com.tr adresli internet sitesinde https://www.yeniakit.com.tr/haber/apiterapi-bagisiklik-sistemi-icin-sifa-kaynagi-oluyor-622230.html sayfasında 21.02.2019 tarihinde yayınlanan *"*Apiterapi, bağışıklık sistemi için şifa kaynağı oluyor*"* başlıklı yazıda;

*“Son yıllarda tüm dünyada hızla gelişen arı ürünleri, doğal şifa kaynağı oluyor… Uzmanlar, bal arısının ürünlerinin tedavi amaçlı kullanıldığı “apiterapi” yöntemiyle özellikle bağışıklığın güçlendirilerek, birçok hastalığın önüne geçilebileceğinin altını çiziyor.Binlerce yıldır farklı kültürlerde kullanılan bal, polen, propolis, perga, bal mumu, arı sütü gibi arı ürünleriyle gerçekleştirilen apiterapi tedavi yöntemini Türkiye’ye yeniden kazandırma amacıyla bu alana yatırım yaptıklarını bildiren Orka Group, İstanbul’da bir otelde vermiş olduğu davette Apivital ürünlerinin lansmanı gerçekleştirdi. Lansmanda konuşan Orka Vitals Genel Koordinatörü Ahu Orakçıoğlu, ekolojik arıcılığı desteklediklerini ifade etti.Ulusal Apiterapi Derneği ve Uluslararası Apiterapi Federasyonu Başkanı Dr. A. Timuçin Atayoğlu’nun da katıldığı lansmanda, Orkavitals Apiterapi ürünlerinin proje yürütücüsü Prof. Dr. Mehmet Rüştü Karaman’a Apivital marka ürünleri için “Üstün Kalite Ödülü” takdim edildi.Davette konuşan Ahu Orakçıoğlu, şu ifadelerde bulundu: “Arılar tüm dünyadaki yaşamın kaynağı. Olağanüstü olan bu canlıların ürettiği ürünler de insan sağlığı ve insan bağışıklığı için çok önemli. Bu alanda kullanılan ‘apiterepi’ tedavi yöntemi binlerce yıldır insanoğlunun bildiği, kullandığı bir yöntemdir. Geçmişin bu alandaki bilgileriyle aramıza maalesef bir duvar örülmüş. O duvarı aşmanın zamanı geldi. Çünkü endüstriyelleşme bağışıklık sorunlarına yer açtı. Böylece bağışıklığımızı yeniden güçlendirmek için arayışlar içine girdik. Bu alanda akademik çalışmalar çok önemli. Çünkü piyasada bu alanda çok fazla bilgi kirliliği var. Dolayısıyla endüstrinin akademiyle işbirliği içinde olması çok önemli. Bu açıdan Ankara Üniversitesi başta olmak üzere 20’ye yakın üniversiteden çok sayıda uzman bilim insanı ile yakın işbirliği içerisindeyiz.”Dr. A.Timuçin Atayoğlu, “Apiterapi şifa kaynağıdır”Apiterapi tedavi yöntemini anlatan Apiterapi Federasyonu Başkanı Dr. A. Timuçin Atayoğlu, “ Apiterepi yeni bir terim olmakla birlikte yüzlerce yıldır değişik kültürlerde uygulanan bir tedavi yöntemidir. Bu tedavi bir şifa yöntemidir. Bu yöntem bal arısının ürünlerinin şifa amaçlı kullanılmasıdır. Bu ürünler başta bal olmak üzere; polen, arı sütü, bal mumu ve hatta arı zehri gibi ürünleri kapsıyor. Şifa için arının kovanı için de çalışmalar yapılmaktadır. Bu tedavi yönteminde vurguladığımız nokta şu ki; öncelikli amaç sağlığı korumaktır. Bu bakımdan apiterapi arı ürünleriyle bağışıklık sistemini düzenleyerek, birçok hastalığın önüne geçmek mümkün” dedi.“Dünya Türkiye’yi ilgiyle izliyor”Geleneksel ve tamamlayıcı tıp üzerine Sağlık Bakanlığı’nın 2014 yılında yayınladığı bir mevzuat olduğunu da kaydeden Atayoğlu, bu kapsamda apiterapinin de yer aldığını söyleyerek, “Ülkemiz için bu alanda yankı uyandıran bir durum söz konusu. Dünya bu alanda Türkiye’nin çok önemli bir adım attığına şahit oluyor ve ilgiyle takip ediyor” diye konuştu.Orka Vitals proje yürütücüsü Prof. Dr. Mehmet Rüştü Karaman ise, “Eşsiz bir şifa kaynağı olan arı ürünleri, vücut direncinin artırılması ve sağlıklı bir yaşam için gereken antioksidanları içermenin yanı sıra, doğal antibiyotik görevi görüyor” dedi. Lansmanda Belgesel yapımcısı Emrullah Şentürk’e yaptığı apiterapi belgeseli için plaket takdim edildi.”*

şeklinde ifadelere ve Orka Vitals (Apivital) firması yöneticilerinin plaket aldığı ve arka planda Apivital markasının görüldüğü bir fotoğrafa yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Anılan yazı okunduğunda Apivital markasının ön plana çıkarıldığı, ayrıca fotoğraf arka planında Apivital markasının yer aldığı ve Orka Vitals yöneticilerine "üstün kalite ödülü" verildiği gibi hususlar da dikkate alındığında, bahsi geçen yazıda haber verme amacının dışına çıkıldığı ve dolaylı olarak Apivital markalı ürünlerin satın alınmasının teşvik edildiği kanaatine varıldığı, böylelikle Apivital markasının örtülü reklamının yapıldığı, değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, mecra kuruluşu **Uğurlu Gazetecilik Basın Yayın Matbaacılık Reklamcılık Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**15)**

**Dosya No: 2019/3049**

**Şikayet Edilen: CNC Bilişim Hizmetleri İnşaat Sanayi ve Ticaret Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.habersitesi.com adresli internet sitesinde yayınlanan "Apiterapi, bağışıklık sistemi için şifa kaynağı oluyor" başlıklı yazı

**Reklam Yayın Tarihi:** 21.02.2019

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.habersitesi.com adresli internet sitesinde http://www.habersitesi.com/apiterapi-bagisiklik-sistemi-icin-sifa-kaynagi-oluyor-407753h.htm sayfasında 21.02.2019 tarihinde yayınlanan *"*Apiterapi, bağışıklık sistemi için şifa kaynağı oluyor*"* başlıklı yazıda;

*“Son yıllarda tüm dünyada hızla gelişen arı ürünleri, doğal şifa kaynağı oluyor… Uzmanlar, bal arısının ürünlerinin tedavi amaçlı kullanıldığı “apiterapi” yöntemiyle özellikle bağışıklığın güçlendirilerek, birçok hastalığın önüne geçilebileceğinin altını çiziyor.Binlerce yıldır farklı kültürlerde kullanılan bal, polen, propolis, perga, bal mumu, arı sütü gibi arı ürünleriyle gerçekleştirilen apiterapi tedavi yöntemini Türkiye’ye yeniden kazandırma amacıyla bu alana yatırım yaptıklarını bildiren Orka Group, İstanbul’da bir otelde vermiş olduğu davette Apivital ürünlerinin lansmanı gerçekleştirdi. Lansmanda konuşan Orka Vitals Genel Koordinatörü Ahu Orakçıoğlu, ekolojik arıcılığı desteklediklerini ifade etti.Ulusal Apiterapi Derneği ve Uluslararası Apiterapi Federasyonu Başkanı Dr. A. Timuçin Atayoğlu’nun da katıldığı lansmanda, Orkavitals Apiterapi ürünlerinin proje yürütücüsü Prof. Dr. Mehmet Rüştü Karaman’a Apivital marka ürünleri için “Üstün Kalite Ödülü” takdim edildi.Davette konuşan Ahu Orakçıoğlu, şu ifadelerde bulundu: “Arılar tüm dünyadaki yaşamın kaynağı. Olağanüstü olan bu canlıların ürettiği ürünler de insan sağlığı ve insan bağışıklığı için çok önemli. Bu alanda kullanılan ‘apiterepi’ tedavi yöntemi binlerce yıldır insanoğlunun bildiği, kullandığı bir yöntemdir. Geçmişin bu alandaki bilgileriyle aramıza maalesef bir duvar örülmüş. O duvarı aşmanın zamanı geldi. Çünkü endüstriyelleşme bağışıklık sorunlarına yer açtı. Böylece bağışıklığımızı yeniden güçlendirmek için arayışlar içine girdik. Bu alanda akademik çalışmalar çok önemli. Çünkü piyasada bu alanda çok fazla bilgi kirliliği var. Dolayısıyla endüstrinin akademiyle işbirliği içinde olması çok önemli. Bu açıdan Ankara Üniversitesi başta olmak üzere 20’ye yakın üniversiteden çok sayıda uzman bilim insanı ile yakın işbirliği içerisindeyiz.”Dr. A.Timuçin Atayoğlu, “Apiterapi şifa kaynağıdır”Apiterapi tedavi yöntemini anlatan Apiterapi Federasyonu Başkanı Dr. A. Timuçin Atayoğlu, “ Apiterepi yeni bir terim olmakla birlikte yüzlerce yıldır değişik kültürlerde uygulanan bir tedavi yöntemidir. Bu tedavi bir şifa yöntemidir. Bu yöntem bal arısının ürünlerinin şifa amaçlı kullanılmasıdır. Bu ürünler başta bal olmak üzere; polen, arı sütü, bal mumu ve hatta arı zehri gibi ürünleri kapsıyor. Şifa için arının kovanı için de çalışmalar yapılmaktadır. Bu tedavi yönteminde vurguladığımız nokta şu ki; öncelikli amaç sağlığı korumaktır. Bu bakımdan apiterapi arı ürünleriyle bağışıklık sistemini düzenleyerek, birçok hastalığın önüne geçmek mümkün” dedi.“Dünya Türkiye’yi ilgiyle izliyor”Geleneksel ve tamamlayıcı tıp üzerine Sağlık Bakanlığı’nın 2014 yılında yayınladığı bir mevzuat olduğunu da kaydeden Atayoğlu, bu kapsamda apiterapinin de yer aldığını söyleyerek, “Ülkemiz için bu alanda yankı uyandıran bir durum söz konusu. Dünya bu alanda Türkiye’nin çok önemli bir adım attığına şahit oluyor ve ilgiyle takip ediyor” diye konuştu.Orka Vitals proje yürütücüsü Prof. Dr. Mehmet Rüştü Karaman ise, “Eşsiz bir şifa kaynağı olan arı ürünleri, vücut direncinin artırılması ve sağlıklı bir yaşam için gereken antioksidanları içermenin yanı sıra, doğal antibiyotik görevi görüyor” dedi. Lansmanda Belgesel yapımcısı Emrullah Şentürk’e yaptığı apiterapi belgeseli için plaket takdim edildi.”*

şeklinde ifadelere ve Orka Vitals (Apivital) firması yöneticilerinin plaket aldığı ve arka planda Apivital markasının görüldüğü bir fotoğrafa yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Anılan yazı okunduğunda Apivital markasının ön plana çıkarıldığı, ayrıca fotoğraf arka planında Apivital markasının görüldüğü ve yazıda yer alan Orka Vitals yöneticilerine "üstün kalite ödülü" verildiği gibi hususlar da dikkate alındığında, bahsi geçen yazıda haber verme amacının dışına çıkıldığı ve dolaylı olarak Apivital markalı ürünlerin satın alınmasının teşvik edildiği kanaatine varıldığı, böylelikle Apivital markasının örtülü reklamının yapıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, mecra kuruluşu **CNC Bilişim Hizmetleri İnşaat Sanayi ve Ticaret Limited Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**16)**

**Dosya No: 2019/3053**

**Şikayet Edilen: EA Medya Dijital Yayıncılık Sanayi ve Ticaret Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.enbursa.com adresli internet sitesinde yayınlanan "Apiterapi: Bağışıklık sisteminin şifa kaynağı" başlıklı yazı

**Reklam Yayın Tarihi:** 21.02.2019

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.enbursa.com adresli internet sitesinde https://enbursa.com/haber/apiterapi-bagisiklik-sisteminin-sifa-kaynagi-50906.html sayfasında 21.02.2019 tarihinde yayınlanan *"*Apiterapi: Bağışıklık sisteminin şifa kaynağı*"* başlıklı yazıda;

*“Son yıllarda tüm dünyada hızla gelişen arı ürünleri, doğal şifa kaynağı oluyor… Uzmanlar, bal arısının ürünlerinin tedavi amaçlı kullanıldığı “apiterapi” yöntemiyle özellikle bağışıklığın güçlendirilerek, birçok hastalığın önüne geçilebileceğinin altını çiziyor.Binlerce yıldır farklı kültürlerde kullanılan bal, polen, propolis, perga, bal mumu, arı sütü gibi arı ürünleriyle gerçekleştirilen apiterapi tedavi yöntemini Türkiye’ye yeniden kazandırma amacıyla bu alana yatırım yaptıklarını bildiren Orka Group, İstanbul’da bir otelde vermiş olduğu davette Apivital ürünlerinin lansmanı gerçekleştirdi. Lansmanda konuşan Orka Vitals Genel Koordinatörü Ahu Orakçıoğlu, ekolojik arıcılığı desteklediklerini ifade etti.Ulusal Apiterapi Derneği ve Uluslararası Apiterapi Federasyonu Başkanı Dr. A. Timuçin Atayoğlu’nun da katıldığı lansmanda, Orkavitals Apiterapi ürünlerinin proje yürütücüsü Prof. Dr. Mehmet Rüştü Karaman’a Apivital marka ürünleri için “Üstün Kalite Ödülü” takdim edildi.Davette konuşan Ahu Orakçıoğlu, şu ifadelerde bulundu: “Arılar tüm dünyadaki yaşamın kaynağı. Olağanüstü olan bu canlıların ürettiği ürünler de insan sağlığı ve insan bağışıklığı için çok önemli. Bu alanda kullanılan ‘apiterepi’ tedavi yöntemi binlerce yıldır insanoğlunun bildiği, kullandığı bir yöntemdir. Geçmişin bu alandaki bilgileriyle aramıza maalesef bir duvar örülmüş. O duvarı aşmanın zamanı geldi. Çünkü endüstriyelleşme bağışıklık sorunlarına yer açtı. Böylece bağışıklığımızı yeniden güçlendirmek için arayışlar içine girdik. Bu alanda akademik çalışmalar çok önemli. Çünkü piyasada bu alanda çok fazla bilgi kirliliği var. Dolayısıyla endüstrinin akademiyle işbirliği içinde olması çok önemli. Bu açıdan Ankara Üniversitesi başta olmak üzere 20’ye yakın üniversiteden çok sayıda uzman bilim insanı ile yakın işbirliği içerisindeyiz.”Dr. A.Timuçin Atayoğlu, “Apiterapi şifa kaynağıdır”Apiterapi tedavi yöntemini anlatan Apiterapi Federasyonu Başkanı Dr. A. Timuçin Atayoğlu, “ Apiterepi yeni bir terim olmakla birlikte yüzlerce yıldır değişik kültürlerde uygulanan bir tedavi yöntemidir. Bu tedavi bir şifa yöntemidir. Bu yöntem bal arısının ürünlerinin şifa amaçlı kullanılmasıdır. Bu ürünler başta bal olmak üzere; polen, arı sütü, bal mumu ve hatta arı zehri gibi ürünleri kapsıyor. Şifa için arının kovanı için de çalışmalar yapılmaktadır. Bu tedavi yönteminde vurguladığımız nokta şu ki; öncelikli amaç sağlığı korumaktır. Bu bakımdan apiterapi arı ürünleriyle bağışıklık sistemini düzenleyerek, birçok hastalığın önüne geçmek mümkün” dedi.“Dünya Türkiye’yi ilgiyle izliyor”Geleneksel ve tamamlayıcı tıp üzerine Sağlık Bakanlığı’nın 2014 yılında yayınladığı bir mevzuat olduğunu da kaydeden Atayoğlu, bu kapsamda apiterapinin de yer aldığını söyleyerek, “Ülkemiz için bu alanda yankı uyandıran bir durum söz konusu. Dünya bu alanda Türkiye’nin çok önemli bir adım attığına şahit oluyor ve ilgiyle takip ediyor” diye konuştu.Orka Vitals proje yürütücüsü Prof. Dr. Mehmet Rüştü Karaman ise, “Eşsiz bir şifa kaynağı olan arı ürünleri, vücut direncinin artırılması ve sağlıklı bir yaşam için gereken antioksidanları içermenin yanı sıra, doğal antibiyotik görevi görüyor” dedi.”*

şeklinde ifadelere ve Orka Vitals (Apivital) firması yöneticilerinin plaket aldığı ve arka planda Apivital markasının görüldüğü bir fotoğrafa yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Anılan yazı okunduğunda Apivital markasının ön plana çıkarıldığı, ayrıca fotoğraf arka planında Apivital markasının görüldüğü ve yazıda yer alan Orka Vitals yöneticilerine "üstün kalite ödülü" verildiği gibi hususlar da dikkate alındığında, bahsi geçen yazıda haber verme amacının dışına çıkıldığı ve dolaylı olarak Apivital markalı ürünlerin satın alınmasının teşvik edildiği kanaatine varıldığı, böylelikle Apivital markasının örtülü reklamının yapıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**17)**

**Dosya No: 2019/3054**

**Şikayet Edilen: İhlas Haber Ajansı Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.iha.com.tr adresli internet sitesinde yayınlanan “Apiterapi, bağışıklık sistemi için şifa kaynağı oluyor” başlıklı yazı

**Reklam Yayın Tarihi:** 21.02.2019

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.iha.com.tr adresli internet sitesinde https://www.iha.com.tr/istanbul-haberleri/apiterapi-bagisiklik-sistemi-icin-sifa-kaynagi-oluyor-2235897 sayfasında 21.02.2019 tarihinde yayınlanan ve muhtelif haber sitelerine servis edilen *"*Apiterapi, bağışıklık sistemi için şifa kaynağı oluyor*"* başlıklı yazıda;

*“Son yıllarda tüm dünyada hızla gelişen arı ürünleri, doğal şifa kaynağı oluyor… Uzmanlar, bal arısının ürünlerinin tedavi amaçlı kullanıldığı “apiterapi” yöntemiyle özellikle bağışıklığın güçlendirilerek, birçok hastalığın önüne geçilebileceğinin altını çiziyor.Binlerce yıldır farklı kültürlerde kullanılan bal, polen, propolis, perga, bal mumu, arı sütü gibi arı ürünleriyle gerçekleştirilen apiterapi tedavi yöntemini Türkiye’ye yeniden kazandırma amacıyla bu alana yatırım yaptıklarını bildiren Orka Group, İstanbul’da bir otelde vermiş olduğu davette Apivital ürünlerinin lansmanı gerçekleştirdi. Lansmanda konuşan Orka Vitals Genel Koordinatörü Ahu Orakçıoğlu, ekolojik arıcılığı desteklediklerini ifade etti.Ulusal Apiterapi Derneği ve Uluslararası Apiterapi Federasyonu Başkanı Dr. A. Timuçin Atayoğlu’nun da katıldığı lansmanda, Orkavitals Apiterapi ürünlerinin proje yürütücüsü Prof. Dr. Mehmet Rüştü Karaman’a Apivital marka ürünleri için “Üstün Kalite Ödülü” takdim edildi.Davette konuşan Ahu Orakçıoğlu, şu ifadelerde bulundu: “Arılar tüm dünyadaki yaşamın kaynağı. Olağanüstü olan bu canlıların ürettiği ürünler de insan sağlığı ve insan bağışıklığı için çok önemli. Bu alanda kullanılan ‘apiterepi’ tedavi yöntemi binlerce yıldır insanoğlunun bildiği, kullandığı bir yöntemdir. Geçmişin bu alandaki bilgileriyle aramıza maalesef bir duvar örülmüş. O duvarı aşmanın zamanı geldi. Çünkü endüstriyelleşme bağışıklık sorunlarına yer açtı. Böylece bağışıklığımızı yeniden güçlendirmek için arayışlar içine girdik. Bu alanda akademik çalışmalar çok önemli. Çünkü piyasada bu alanda çok fazla bilgi kirliliği var. Dolayısıyla endüstrinin akademiyle işbirliği içinde olması çok önemli. Bu açıdan Ankara Üniversitesi başta olmak üzere 20’ye yakın üniversiteden çok sayıda uzman bilim insanı ile yakın işbirliği içerisindeyiz.”Dr. A.Timuçin Atayoğlu, “Apiterapi şifa kaynağıdır”Apiterapi tedavi yöntemini anlatan Apiterapi Federasyonu Başkanı Dr. A. Timuçin Atayoğlu, “ Apiterepi yeni bir terim olmakla birlikte yüzlerce yıldır değişik kültürlerde uygulanan bir tedavi yöntemidir. Bu tedavi bir şifa yöntemidir. Bu yöntem bal arısının ürünlerinin şifa amaçlı kullanılmasıdır. Bu ürünler başta bal olmak üzere; polen, arı sütü, bal mumu ve hatta arı zehri gibi ürünleri kapsıyor. Şifa için arının kovanı için de çalışmalar yapılmaktadır. Bu tedavi yönteminde vurguladığımız nokta şu ki; öncelikli amaç sağlığı korumaktır. Bu bakımdan apiterapi arı ürünleriyle bağışıklık sistemini düzenleyerek, birçok hastalığın önüne geçmek mümkün” dedi.“Dünya Türkiye’yi ilgiyle izliyor”Geleneksel ve tamamlayıcı tıp üzerine Sağlık Bakanlığı’nın 2014 yılında yayınladığı bir mevzuat olduğunu da kaydeden Atayoğlu, bu kapsamda apiterapinin de yer aldığını söyleyerek, “Ülkemiz için bu alanda yankı uyandıran bir durum söz konusu. Dünya bu alanda Türkiye’nin çok önemli bir adım attığına şahit oluyor ve ilgiyle takip ediyor” diye konuştu.Orka Vitals proje yürütücüsü Prof. Dr. Mehmet Rüştü Karaman ise, “Eşsiz bir şifa kaynağı olan arı ürünleri, vücut direncinin artırılması ve sağlıklı bir yaşam için gereken antioksidanları içermenin yanı sıra, doğal antibiyotik görevi görüyor” dedi.”*

şeklinde ifadelere ve Orka Vitals (Apivital) firması yöneticilerinin plaket aldığı ve arka planda Apivital markasının görüldüğü bir fotoğrafa yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Anılan yazı okunduğunda Apivital markasının ön plana çıkarıldığı, ayrıca fotoğraf arka planında Apivital markasının görüldüğü ve yazıda yer alan Orka Vitals yöneticilerine "üstün kalite ödülü" verildiği gibi hususlar da dikkate alındığında, bahsi geçen yazıda haber verme amacının dışına çıkıldığı ve dolaylı olarak Apivital markalı ürünlerin satın alınmasının teşvik edildiği kanaatine varıldığı, böylelikle Apivital markasının örtülü reklamının yapıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, mecra kuruluşu **İhlas Haber Ajansı Anonim Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**18)**

**Dosya No: 2019/3056**

**Şikayet Edilen: R.M.B. Radyo Televizyon Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.bursatv.com.tr adresli internet sitesinde yayınlanan “Apiterapi, bağışıklık sistemi için şifa kaynağı oluyor” başlıklı yazı

**Reklam Yayın Tarihi:** 21.02.2019

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.bursatv.com.tr adresli internet sitesinde https://www.bursatv.com.tr/saglik/apiterapi-bagisiklik-sistemi-icin-sifa-kaynagi-oluyor-h332439.html sayfasında 21.02.2019 tarihinde yayınlanan “Apiterapi, bağışıklık sistemi için şifa kaynağı oluyor” başlıklı yazıda;

*“Son yıllarda tüm dünyada hızla gelişen arı ürünleri, doğal şifa kaynağı oluyor… Uzmanlar, bal arısının ürünlerinin tedavi amaçlı kullanıldığı “apiterapi” yöntemiyle özellikle bağışıklığın güçlendirilerek, birçok hastalığın önüne geçilebileceğinin altını çiziyor.Binlerce yıldır farklı kültürlerde kullanılan bal, polen, propolis, perga, bal mumu, arı sütü gibi arı ürünleriyle gerçekleştirilen apiterapi tedavi yöntemini Türkiye’ye yeniden kazandırma amacıyla bu alana yatırım yaptıklarını bildiren Orka Group, İstanbul’da bir otelde vermiş olduğu davette Apivital ürünlerinin lansmanı gerçekleştirdi. Lansmanda konuşan Orka Vitals Genel Koordinatörü Ahu Orakçıoğlu, ekolojik arıcılığı desteklediklerini ifade etti.Ulusal Apiterapi Derneği ve Uluslararası Apiterapi Federasyonu Başkanı Dr. A. Timuçin Atayoğlu’nun da katıldığı lansmanda, Orkavitals Apiterapi ürünlerinin proje yürütücüsü Prof. Dr. Mehmet Rüştü Karaman’a Apivital marka ürünleri için “Üstün Kalite Ödülü” takdim edildi.Davette konuşan Ahu Orakçıoğlu, şu ifadelerde bulundu: “Arılar tüm dünyadaki yaşamın kaynağı. Olağanüstü olan bu canlıların ürettiği ürünler de insan sağlığı ve insan bağışıklığı için çok önemli. Bu alanda kullanılan ‘apiterepi’ tedavi yöntemi binlerce yıldır insanoğlunun bildiği, kullandığı bir yöntemdir. Geçmişin bu alandaki bilgileriyle aramıza maalesef bir duvar örülmüş. O duvarı aşmanın zamanı geldi. Çünkü endüstriyelleşme bağışıklık sorunlarına yer açtı. Böylece bağışıklığımızı yeniden güçlendirmek için arayışlar içine girdik. Bu alanda akademik çalışmalar çok önemli. Çünkü piyasada bu alanda çok fazla bilgi kirliliği var. Dolayısıyla endüstrinin akademiyle işbirliği içinde olması çok önemli. Bu açıdan Ankara Üniversitesi başta olmak üzere 20’ye yakın üniversiteden çok sayıda uzman bilim insanı ile yakın işbirliği içerisindeyiz.”Dr. A.Timuçin Atayoğlu, “Apiterapi şifa kaynağıdır”Apiterapi tedavi yöntemini anlatan Apiterapi Federasyonu Başkanı Dr. A. Timuçin Atayoğlu, “ Apiterepi yeni bir terim olmakla birlikte yüzlerce yıldır değişik kültürlerde uygulanan bir tedavi yöntemidir. Bu tedavi bir şifa yöntemidir. Bu yöntem bal arısının ürünlerinin şifa amaçlı kullanılmasıdır. Bu ürünler başta bal olmak üzere; polen, arı sütü, bal mumu ve hatta arı zehri gibi ürünleri kapsıyor. Şifa için arının kovanı için de çalışmalar yapılmaktadır. Bu tedavi yönteminde vurguladığımız nokta şu ki; öncelikli amaç sağlığı korumaktır. Bu bakımdan apiterapi arı ürünleriyle bağışıklık sistemini düzenleyerek, birçok hastalığın önüne geçmek mümkün” dedi.“Dünya Türkiye’yi ilgiyle izliyor”Geleneksel ve tamamlayıcı tıp üzerine Sağlık Bakanlığı’nın 2014 yılında yayınladığı bir mevzuat olduğunu da kaydeden Atayoğlu, bu kapsamda apiterapinin de yer aldığını söyleyerek, “Ülkemiz için bu alanda yankı uyandıran bir durum söz konusu. Dünya bu alanda Türkiye’nin çok önemli bir adım attığına şahit oluyor ve ilgiyle takip ediyor” diye konuştu.Orka Vitals proje yürütücüsü Prof. Dr. Mehmet Rüştü Karaman ise, “Eşsiz bir şifa kaynağı olan arı ürünleri, vücut direncinin artırılması ve sağlıklı bir yaşam için gereken antioksidanları içermenin yanı sıra, doğal antibiyotik görevi görüyor” dedi. Lansmanda Belgesel yapımcısı Emrullah Şentürk’e yaptığı apiterapi belgeseli için plaket takdim edildi.”*

şeklinde ifadelere ve Orka Vitals (Apivital) firması yöneticilerinin plaket aldığı ve arka planda Apivital markasının görüldüğü bir fotoğrafa yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Anılan yazı okunduğunda Apivital markasının ön plana çıkarıldığı, ayrıca fotoğraf arka planında Apivital markasının görüldüğü ve yazıda yer alan Orka Vitals yöneticilerine "üstün kalite ödülü" verildiği gibi hususlar da dikkate alındığında, bahsi geçen yazıda haber verme amacının dışına çıkıldığı ve dolaylı olarak Apivital markalı ürünlerin satın alınmasının teşvik edildiği kanaatine varıldığı, böylelikle Apivital markasının örtülü reklamının yapıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, mecra kuruluşu **R.M.B. Radyo Televizyon Anonim Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**19)**

**Dosya No: 2019/3059**

**Şikayet Edilen: Merhaba İletişim Yayıncılık Sanayi ve Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.merhabahaber.com adresli internet sitesinde yayınlanan “Apiterapi, bağışıklık sistemi için şifa kaynağı oluyor” başlıklı yazı

**Reklam Yayın Tarihi:** 21.02.2019

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.merhabahaber.com adresli internet sitesinde https://www.merhabahaber.com/apiterapi-bagisiklik-sistemi-icin-sifa-kaynagi-oluyor-1621018h.htm sayfasında 21.02.2019 tarihinde yayınlanan ve halihazırda erişilebilen “Apiterapi, bağışıklık sistemi için şifa kaynağı oluyor” başlıklı yazıda;

*“Son yıllarda tüm dünyada hızla gelişen arı ürünleri, doğal şifa kaynağı oluyor… Uzmanlar, bal arısının ürünlerinin tedavi amaçlı kullanıldığı “apiterapi” yöntemiyle özellikle bağışıklığın güçlendirilerek, birçok hastalığın önüne geçilebileceğinin altını çiziyor.Binlerce yıldır farklı kültürlerde kullanılan bal, polen, propolis, perga, bal mumu, arı sütü gibi arı ürünleriyle gerçekleştirilen apiterapi tedavi yöntemini Türkiye’ye yeniden kazandırma amacıyla bu alana yatırım yaptıklarını bildiren Orka Group, İstanbul’da bir otelde vermiş olduğu davette Apivital ürünlerinin lansmanı gerçekleştirdi. Lansmanda konuşan Orka Vitals Genel Koordinatörü Ahu Orakçıoğlu, ekolojik arıcılığı desteklediklerini ifade etti.Ulusal Apiterapi Derneği ve Uluslararası Apiterapi Federasyonu Başkanı Dr. A. Timuçin Atayoğlu’nun da katıldığı lansmanda, Orkavitals Apiterapi ürünlerinin proje yürütücüsü Prof. Dr. Mehmet Rüştü Karaman’a Apivital marka ürünleri için “Üstün Kalite Ödülü” takdim edildi.Davette konuşan Ahu Orakçıoğlu, şu ifadelerde bulundu: “Arılar tüm dünyadaki yaşamın kaynağı. Olağanüstü olan bu canlıların ürettiği ürünler de insan sağlığı ve insan bağışıklığı için çok önemli. Bu alanda kullanılan ‘apiterepi’ tedavi yöntemi binlerce yıldır insanoğlunun bildiği, kullandığı bir yöntemdir. Geçmişin bu alandaki bilgileriyle aramıza maalesef bir duvar örülmüş. O duvarı aşmanın zamanı geldi. Çünkü endüstriyelleşme bağışıklık sorunlarına yer açtı. Böylece bağışıklığımızı yeniden güçlendirmek için arayışlar içine girdik. Bu alanda akademik çalışmalar çok önemli. Çünkü piyasada bu alanda çok fazla bilgi kirliliği var. Dolayısıyla endüstrinin akademiyle işbirliği içinde olması çok önemli. Bu açıdan Ankara Üniversitesi başta olmak üzere 20’ye yakın üniversiteden çok sayıda uzman bilim insanı ile yakın işbirliği içerisindeyiz.”Dr. A.Timuçin Atayoğlu, “Apiterapi şifa kaynağıdır”Apiterapi tedavi yöntemini anlatan Apiterapi Federasyonu Başkanı Dr. A. Timuçin Atayoğlu, “ Apiterepi yeni bir terim olmakla birlikte yüzlerce yıldır değişik kültürlerde uygulanan bir tedavi yöntemidir. Bu tedavi bir şifa yöntemidir. Bu yöntem bal arısının ürünlerinin şifa amaçlı kullanılmasıdır. Bu ürünler başta bal olmak üzere; polen, arı sütü, bal mumu ve hatta arı zehri gibi ürünleri kapsıyor. Şifa için arının kovanı için de çalışmalar yapılmaktadır. Bu tedavi yönteminde vurguladığımız nokta şu ki; öncelikli amaç sağlığı korumaktır. Bu bakımdan apiterapi arı ürünleriyle bağışıklık sistemini düzenleyerek, birçok hastalığın önüne geçmek mümkün” dedi.“Dünya Türkiye’yi ilgiyle izliyor”Geleneksel ve tamamlayıcı tıp üzerine Sağlık Bakanlığı’nın 2014 yılında yayınladığı bir mevzuat olduğunu da kaydeden Atayoğlu, bu kapsamda apiterapinin de yer aldığını söyleyerek, “Ülkemiz için bu alanda yankı uyandıran bir durum söz konusu. Dünya bu alanda Türkiye’nin çok önemli bir adım attığına şahit oluyor ve ilgiyle takip ediyor” diye konuştu.Orka Vitals proje yürütücüsü Prof. Dr. Mehmet Rüştü Karaman ise, “Eşsiz bir şifa kaynağı olan arı ürünleri, vücut direncinin artırılması ve sağlıklı bir yaşam için gereken antioksidanları içermenin yanı sıra, doğal antibiyotik görevi görüyor” dedi. Lansmanda Belgesel yapımcısı Emrullah Şentürk’e yaptığı apiterapi belgeseli için plaket takdim edildi.”*

şeklinde ifadelere ve Orka Vitals (Apivital) firması yöneticilerinin plaket aldığı ve arka planda Apivital markasının görüldüğü bir fotoğrafa yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Anılan yazı okunduğunda Apivital markasının ön plana çıkarıldığı, ayrıca fotoğraf arka planında Apivital markasının görüldüğü ve yazıda yer alan Orka Vitals yöneticilerine "üstün kalite ödülü" verildiği gibi hususlar da dikkate alındığında, bahsi geçen yazıda haber verme amacının dışına çıkıldığı ve dolaylı olarak Apivital markalı ürünlerin satın alınmasının teşvik edildiği kanaatine varıldığı, böylelikle Apivital markasının örtülü reklamının yapıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, mecra kuruluşu **Merhaba İletişim Yayıncılık Sanayi ve Ticaret A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**FİNANSAL HİZMETLER**

**20)**

**Dosya No: 2021/1749**

**Şikayet Edilen: Anadolu Hayat Emeklilik A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam**: "FonMatik ROBO" isimli hizmete ilişkin yayınlanan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi**: 09.10.2019- 15.02.2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet, Gazete

**Tespitler:** Firmaya aitresmi Youtube hesabında "FonMatik ROBO" hizmetine ilişkin yayınlanan reklamda ve Instagram hesabından 09.10.2019 tarihinde yapılan paylaşımda; *" Türkiye’de bir ilk"* ifadesine yer verildiği,

"Posta" gazetesinin 15.02.2021 tarihli basılı nüshasında yayınlanan "*45 bin kişi FonMatik Robo’yu tercih etti"* başlıklı yazı içerisinde; "(...) *Toplantıya, Anadolu Hayat Emeklilik Genel Müdürü Yılmaz Ertürk’ün " robotlar tarafından yönetilen varlıklar" ve Anadolu Hayat Emekliliğin 2019 yılında müşterilerine yönelik sunduğu ve sektördeki ilk bireysel emeklilik fon robotu olan " FonMatik ROBO" hakkındaki açıklamaları damga vurdu ."* yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar**: Yapılan inceleme sonucunda, 01.01.2018 tarihi itibariyle yürürlüğe girmiş bulunan 2017/21 sayılı "Fon Tercihi, Fon Dağılımı Değişikliği ile Bu Hakların Devrine İlişkin Genelge" ile fon dağılım değişikliğinin portföy yönetim şirketine devriyle ilgili detaylı düzenleme yapıldığı, bu Genelge'den önce bireysel emeklilik şirketleri tarafından fon dağılım önerilerinin katılımcıların inisiyatifine bırakıldığı, 2009 yılından beri bu içerikte bir uygulamanın firma tarafından tüketicilere sunulduğu, ancak bu Genelge kapsamında katılımcıların fon değişikliğinin yapay zeka robotu tarafından otomatik olarak yapılmasına imkan verildiği ve bunun ilk defa 2019 yılında FonMatik Robo ile yapılmaya başlandığı anlaşılmış olup anılan tanıtımların 6502 sayılı Kanun'un 61 inci maddesine **aykırı olmadığına**karar verilmiştir.

**KOZMETİK VE TEMİZLİK ÜRÜNLERİ**

**21)**

**Dosya No: 2019/12079**

**Şikayet Edilen: Elmas İlaçlama-Dilek KARAKUŞ**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 06.07.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.elmasilaclama.com/ adresli internet sitesinin 06.07.2020 tarihli görünümünde yer alan tanıtımlarda;*“2004 yılından bu yana halk sağlığı alanında haşere ve kemirgen mücadelesi konusunda hizmet veren şirketimiz, İstanbul genelinde 40 şubeye ulaşarak siz değerli müşterilerimize hizmet vermektedir. Elmas İlaçlama şirketi olarak daha hızlı hizmet verebilmek için her semtte şube sayımızı arttırmaktayız. Her semtte şubelerimiz olduğu için siz müşterilerimize daha hızlı ve ekonomik hizmet vermekteyiz. Kalite politikamız müşteri memnuniyeti üzerine kuruludur. Elmas ilaçlama şirketi olarak 7 gün 24 saat kesintisiz olarak hizmetinizdeyiz. Profesyonel olarak eğitilmiş, ziraat mühendislerimiz, ziraat teknikerlerimiz, halkla ilişkiler sorumlularımız, operasyon müdürlerimiz ve çağrı merkezimizle kesintisiz olarak müşteri memnuniyeti odaklı olarak hizmetlerimizi sürdürmekteyiz. Biliyoruz ki sağlık çok önemlidir. Haşere ve kemirgenler de sağlığımız açısında büyük tehlike arz etmektedir. Bu nedenle daha iyi hizmet verebilmek için gelişen teknolojiyi çok yakından takip etmekte ve bu teknolojik gelişmeleri ivedilikle kullanmaktayız. Elmas İlaçlama şirketi kuruluşundan bu yana HALK SAĞLIĞI ALANINDA, HAŞERE VE KEMİRGENLERE KARŞI İLAÇLAMA USUL VE ESASLARI HAKKINDA YÖNETMELİK kurallarına uygun olarak hizmet vermektedir. Kullandığımız tüm ilaçlar Sağlık Bakanlığı ve WHO (Dünya Sağlık Örgütü) onaylıdır. Biliyoruz ki ilaçlama ciddi bir iştir. Önemli olan sağlıktır. İlaçlama adı altında oldukça fazla firma hizmet vermektedir. İlaçlama ihtiyaçlarınızda iyi bir araştırma yapmanız gerekmektedir. Yanlış bir tercih kötü sonuçlara neden olabilir. Bu nedenle sağlığınızı ön planda tutan ELMAS İLAÇLAMA ŞİRKETİNE her türlü sorununuz ve sorularınızla 7 gün 24 saat kesintisiz olarak ulaşabilirsiniz. UNUTMAYIN; SAĞLIĞINIZ BİZİM İÇİN ÖNEMLİDİR. NEDEN ELMAS İLAÇLAMA? Firmamız uzun yıllardır tercih edilebilirliğini profesyonel hizmetlerinden almaktadır. Yasal tüm yükümlülükleri zamanında yerine getiren ve uygulamalarında garantili çözümler sunan Elmas İlaçlama Şirketi mücadele ettiği zararlının hangi yöntemler ile yok edilmesi gerektiğini çok iyi bilir. Verdiği mücadele içerisinde ana amacı ise haşerelerden kurtulmanızı sağlarken diğer canlıların zarar görmemesi ilkesi ile çalışır. Bunu başarmak için de en doğru yöntem Sağlık Bakanlığı onaylanmış ilaçların kullanılması gerekliliğidir. Sıradan ilaçlama yöntemlerinin kişilere veya diğer canlılara ne gibi zararlar verebileceği konusunda eğitimli personelimiz sizlere en doğru ilaçlama yöntemini en cazip bedellerle karşılamaktadır. Üstelik de İstanbul’un tamamına ve İzmit iline de tercih edilen bu hizmeti sağlamaktadır. Böcek ilaçlama işleminde kullanılan ekipmanların standartlara uygun olması zaten ulaşılması zor alanlarda konuşlanan haşerelerin yok edilmesi için çok önemlidir. Elmas İlaçlama kullandığı endüstriyel tim malzemeleri ile sadece zararlının görüldüğü alanlarda değil aynı zamanda da olası yuvalarında yok etmektedir. Bunu başarmak için de mücadele edilen canlıyı iyi tanımak gerekir. Profesyonel ve tecrübeli olmayan işletmeler bu konuda yetersiz kalabilmektedir. Çünkü her haşere veya kemirgen için farklı bir yöntem kullanmak gerekebilir. Genellikle sıvı içerikli ilaçlardan yararlanılıyor olsa da bazen toz veya jel tipi ilaçlama gereksinimi de doğabilecektir. Bu ince ayrımı ise uzman ilaçlama firması olarak faaliyet gösteren işletmeler yapabilir. İlaçlama aşamalarında eğer uygulama bir işyerinde hatta fabrikada yapılıyor ise, işlem süresi ve uygulama zamanı çok önemlidir. Faaliyet durmalarına veya yavaşlamalarına neden olmayacak saatlerde yapılması gerekir. Böylece de ticari faaliyet devamlılık kazanır. Elmas İlaçlama günün 24 saati hizmet veriyor olması nedeniyle bu yöndeki eksikliği de gidererek farkındalık yaratmayı başarmıştır. İşletmelere özel ilaçlama saati belirlenmekte ve en kaliteli hizmet en doğru zamanda verilmektedir. Üstelik de tamamen arınma garantisi ile. Böcekler, haşereler, kemirgenler artık korkulu rüyanız olmaktan çıkıyor. Doğru uygulamalarla sadece görüldükleri ortamlarda değil aynı zamanda çevresinde de mutlak temizlik sağlanacaktır. Sıradan tarım ilaçları ile yapılan ilaçlamalarda hem bu beladan kurtulmak sağlanamayacak hem de sağlık açısından daha kötü sonuçlarla karşılaşılabilecektir. Elmas İlaçlama Şirketi olarak bizlere günün her saatinde ulaşabilir ve bilgi talebinde bulunabilirsiniz. Sizlerin talebi doğrultusunda ilaçlama yapılmasını istediğiniz alanda gerekli incelemeler yapılacak, görülen veya muhtemel haşere türlerine bağlı olarak bir ilaçlama tekniği belirlenecektir. Bölgede bulunan insanların veya diğer hayvanların zarar görmeyeceği bu yöntem sayesinde zararlılardan tamamen kurtulma sağlanacaktır. Bu işlem esnasında mekanın ticari faaliyetleri veya yaşam koşulları da değerlendirilerek en doğru zaman seçilecektir. İstanbul’da hiçbir ilçe ayrımı yapmayan Elmas İlaçlama aynı zamanda İzmit ilinde de aynı kaliteli hizmeti vermektedir. Sağlığınızı tehdit eden zararlılardan korunmak uğruna daha kötü sonuçlara maruz kalmayın. Tek yapmanız gereken ise bizi aramanız.”* ifadelerine yer verilmek suretiyle, böcek, haşere, kemirgen vb. zararlılara yönelik ilaçlama hizmetine ilişkin tanıtımlara yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Şikayete konu iddialar ve ispata muhtaç hususlarda söz konusu firma tarafından sunulan açıklamalar göz önüne alınarak, anılan reklamların Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin ilgili hükümleri ile 6502 sayılı Kanun’un 61 ve 62 nci maddesi hükümlerine **aykırı olmadığına** karar verilmiştir.

**22)**

**Dosya No: 2020/4569**

**Şikayet Edilen: Ahsen Kimya-Yusuf SERT**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.facebook.com/AhsenKimya adresli "Ahsen Kimya " başlıklı Facebook hesabında yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 18.01.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmanın"Ahsen Kimya" başlıklı Facebook hesabının 18.01.2021 tarihli görünümünde; "İşyeri, ofis, ev, araç ve ortam dezenfekte işlemleri. Gerekli bütün yerler ustalıkla itinalı bir şekilde sağlık bakanlığı onaylı ilaçlarla dezenfekte edilmektedir. Sertifikalı ürünler ve profesyonel çalışanlarımızla virüse bakteriye karşı ev ve işyerlerinizin dezenfekte işleri için hizmetinizdeyiz." ifadelerine yer verilmek suretiyle, dezenfekte hizmetine ilişkin tanıtımlara yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; Biyosidal Ürünlerin Kullanım Usul ve Esasları Hakkında Yönetmeliğin “İzin alma ve bildirim zorunluluğu” başlıklı 5 inci maddesine göre, biyosidal ürün kullanarak zararlılar ile mücadele etmek isteyen gerçek ve tüzel kişilerin söz konusu Yönetmelikte öngörülen bilgi ve belgeleri tamamlayarak faaliyet gösterecekleri ilin İl Sağlık Müdürlüğü’nden izin alması gerektiği, bu nedenle tanıtımını yaptığınız ilaçlama hizmetine ilişkin olarak söz konusu hizmet için gerekli izin alınmadan reklam ve tanıtım yapılmasının ilgili mevzuata ve dolayısıyla ticari reklam mevzuatına aykırı olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**23)**

**Dosya No: 2021/1590**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** Beauty House White Jasmine Cedar Vücut Losyonu 450 Ml” isimli ürüne ilişkin olarak www.a101.com.tr adresinde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 05.03.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.a101.com.tr adresli internet sayfasında https://www.a101.com.tr/kozmetik- kisisel-bakim/beauty-house-white-jasmine-cedar-vucut-losyonu-450-ml/?recommended\_by=instant\_search&personaclick\_search\_query=beauty linkli "Beauty House White Jasmine Cedar Vücut Losyonu 450 ml ürününe ilişkin 05.03.2021 tarihinde yapılan tanıtımlarda, ürünün Vücut Losyonu olarak satışa sunulduğu ancak ürünün görselinde Body Wash ifadesinin yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; www.a101.com.tr adresli internet sayfasında https://www.a101.com.tr/kozmetik- kisisel-bakim/beauty-house-white-jasmine-cedar-vucut-losyonu-450-ml/?recommended\_by=instant\_search&personaclick\_search\_query=beauty linkli "Beauty House White Jasmine Cedar Vücut Losyonu 450 ml ürününe ilişkin 05.03.2021 tarihinde yapılan tanıtımlarda, ürünün Vücut Losyonu olarak satışa sunulduğu ancak ürünün görselinde Body Wash ifadesinin yer aldığı, bu durumun tüketicileri yanıltıcı olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**24)**

**Dosya No: 2021/1745**

**Şikayet Edilen: Şentürk E-Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.ciceksepeti.com adresli internet sitesinde ŞENTÜRK E-TİCARET mağaza adıyla yapılan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 11.05.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.ciceksepeti.com/madeleb-cilt-yenileyici-krem-40-ml-kc7397456 adresli internet sayfasının 11.05.2021 tarihli görünümünde;

"Madeleb Krem" ürünü ile ilgili "Yaraları iyileştiren etkiye sahip medikal onarıcı bir kremdir." şeklinde;

https://www.ciceksepeti.com/w-lab-collagen-peptide-cream-50ml-skt102023-kc4293492 URL adresinde "Kolajen Peptit Krem" ürünü ile ilgili " (...) kolajen sentezini arttırarak kırışıklıkları giderir ve oluşmasını önler.Cildinize lifting ektisi yaparak sarkmış cildi toparlar. Cilt hücrelerinizi yeniler ve dış etkenlere karşı koruma kalkanı oluşturur. Cilt tonunuzu eşitler." şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 üncü ve 10 uncu maddeleri,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Şentürk E-Ticaret Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**25)**

**Dosya No: 2021/953**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Orkid Ultra Extra”* ve *“Orkid Gece Extra”* isimli ürün ambalajlarında ve www.kadinlarbilir.com/markalar/orkid adresli internet sitesinde yer alan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 19.04.2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj, İnternet

**Tespitler:** *“Orkid Ultra Extra”* ve *“Orkid Gece Extra”* isimli ürün ambalajlarında *“%100’e kadar sızıntılara karşı koruma”* ifadesine ve www.kadinlarbilir.com/markalar/orkid adresli internet sitesinin 19.04.2021 tarihli görsellerinde *“… sızıntılara karşı %100’e varan koruma sunar”* ifadesine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** *“Orkid Ultra Extra”* ve *“Orkid Gece Extra”* isimli ürün ambalajlarında yer alan *“%100’e kadar sızıntılara karşı koruma”* ifadesi ve söz konusu ürünlerin yer aldığı firmaya ait www.kadinlarbilir.com/markalar/orkid adresli internet sitesinin 19.04.2021 tarihli görsellerinde yer alan *“… sızıntılara karşı %100’e varan koruma sunar”* ifadesinin Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin “İspat külfeti” başlıklı 9 uncu maddesinde yer alan esaslar çerçevesinde ispatlandığı kanaatine varıldığından, inceleme konusu reklamların 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesine **aykırı olmadığına**karar verilmiştir.

**26)**

**Dosya No: 2021/1746**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** “Lysol Dezenfektan Sprey” isimli ürüne ilişkin çeşitli mecralarda yayınlanan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Televizyon, İnternet

**Tespitler:** “Lysol Dezenfektan Sprey” isimli ürüne ilişkin yayınlanan alt bantlarda ve televizyon reklamlarında *“Virüs ve bakterileri öldürmek için hijyen yetmez! Dezenfeksiyon gerekir!”* ifadelerine,

FOX TV logolu televizyon kanalında Çağla Şıkel isimli oyuncunun sunduğu *“Osman Müftüoğlu ile 30 Dakikada Sağlık”* isimli program aralarında yayınlanan reklamlarda Çağla Şıkel tarafından; *“Evet sevgili seyirciler 1 yıldır pandemi ile birlikte yaşıyoruz. Ve artık tedbirlerimizi önlemlerimizi standart hale getirdik ve asla taviz vermiyoruz. Evde, iş yerinde, toplu taşımada veya okulda fark etmez şunu çok iyi anladık ki sadece hijyenik olmak yetmiyor. Dezenfeksiyon olmadan maalesef tam koruma sağlayamıyoruz ve güvendeyiz diyemiyoruz. Artık birçoğumuzda bu görevi 130 yıllık uzmanına, Sağlık Bakanlığı Ruhsatlı Dezenfektan Lysol’a bırakıyoruz. Lysol koat? ve etanol içeren ikili aktif mekanizması sayesinde hastalıklara sebep olan virüs ve bakterilerin %99,9 unu öldürüyor. Küflenmeyi 1 haftaya kadar önlüyor. Üstelik çamaşır suyu içermediğinden 100’den fazla yüzey ve kumaşta silmeye gerek kalmadan güvenle kullanabilirsiniz. Lysol’un hijyen ürünleri ile karıştırılmaması adına sağlık bakanlığı ruhsatlı bir dezenfektan spreyi olduğunu unutmayın… Pratik ve etkili bir çözüm arayan ebeveyneler için işi uzmanına bırakmak en iyisi. Merak etmeyin enfeksiyon varsa dezenfeksiyon var; Lysol var.”* şeklinde ve benzer ifadelere,

FOX TV logolu televizyon kanalında “Temizlik Benim İşim” isimli yarışma programı aralarında yayınlanan reklamlarda; *“Görüyorsunuz ya bunca zamandır bu işi yapıyorum ama her gün de yeni bir şey öğreniyorum. Mesela yüzeyleri sadece temizlemek yetmiyormuş. Esas bir de dezenfekte etmek lazımmış. Mesela bu tertemiz duran mutfak tezgahı, yalnız nasıl temizlemişiz, pırıl pırıl görünüyor değil mi? Ama işte görüntü yanıltıcı olabiliyormuş. Bu temiz görünen yüzey milyonlarca virüs ve bakteriye ev sahipliği yapabiliyormuş… Virüs ve bakterileri gözle de göremiyoruz, nasıl emin olacağız derken imdadıma Lysol yetişti. Lysola güvenmeyeceğim de kime güveneceğim? … hastalıklara sebep olan virüs ve bakterilerin %99,9 unu öldürüyor. Hem de içinde klor olmadığı için ister tuvalete ister koltuk çanta gibi kumaşlara sıkın gitsin…”* şeklinde ve benzer ifadelere,

Reklam filmlerinde “*Sağlık Bakanlığı Ruhsatlı Dezenfektan*” ifadesine, 12.04.2121 tarihli firmaya ait www.lysol.com.tr adresli internet sitesi görselinde *“Sağlık Bakanlığı Ruhsat Tarih ve Numarası: 02/06/2020 – 20202/101”* ifadesine ve aynı tarihli firmanın instagram hesabında *“Lysol Dezenfektan Sprey Sağlık Bakanlığı tarafından ruhsatlandırılmıştır.”* ifadesine,

Reklam filmlerinde *“Hastalıklara sebep olan virüs ve bakterilerin %99,9 unu öldürür. Dünyanın 1 numaralı dezenfektan markası.”*ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** “Lysol Dezenfektan Sprey”isimli ürüne ilişkin yayınlanan alt bantlarda ve televizyon reklamlarında *“Virüs ve bakterileri öldürmek için hijyen yetmez! Dezenfeksiyon gerekir!”* ifadelerine yer verildiği,

FOX TV logolu televizyon kanalında yayınlanan, Çağla Şıkel isimli oyuncunun sunduğu *“Osman Müftüoğlu ile 30 Dakikada Sağlık”* isimli program aralarında yayınlanan reklamlarda Çağla Şıkel tarafından; *“Evet sevgili seyirciler 1 yıldır pandemi ile birlikte yaşıyoruz. Ve* *artık tedbirlerimizi önlemlerimizi standart hale getirdik ve asla taviz vermiyoruz. Evde, iş yerinde, toplu* *taşımada veya okulda fark etmez şunu çok iyi anladık ki sadece hijyenik olmak yetmiyor. Dezenfeksiyon* *olmadan maalesef tam koruma sağlayamıyoruz ve güvendeyiz diyemiyoruz. Artık birçoğumuzda bu görevi* *130 yıllık uzmanına, Sağlık Bakanlığı Ruhsatlı Dezenfektan Lysol’a bırakıyoruz. … Lysol’un hijyen ürünleri ile* *karıştırılmaması adına sağlık bakanlığı ruhsatlı bir dezenfektan spreyi olduğunu unutmayın…”* şeklinde ve benzer ifadelere,

FOX TV logolu televizyon kanalında “Temizlik Benim İşim” isimli yarışma programı aralarında yayınlanan reklamlarda; *“Görüyorsunuz ya bunca zamandır bu işi yapıyorum ama her gün de yeni bir şey* *öğreniyorum. Mesela yüzeyleri sadece temizlemek yetmiyormuş. Esas bir de dezenfekte etmek lazımmış.* *Mesela bu tertemiz duran mutfak tezgahı, yalnız nasıl temizlemişiz, pırıl pırıl görünüyor değil mi? Ama* *işte görüntü yanıltıcı olabiliyormuş. Bu temiz görünen yüzey milyonlarca virüs ve bakteriye ev sahipliği* *yapabiliyormuş… Virüs ve bakterileri gözle de göremiyoruz, nasıl emin olacağız derken imdadıma Lysol* *yetişti. Lysola güvenmeyeceğim de kime güveneceğim? …”* şeklinde ve benzer ifadelere yer verildiği;

Bir yıldan daha uzun süredir tüm dünyayı etkisi altına alan pandemi koşulları göz önüne alındığında, insanların temizlik ve hijyen kurallarına göstermesi gereken özenin, maske ve mesafe kadar önemli bir yere sahip olduğu bilinmektedir. Salgının ülkemizde yayılmasına karşı alınan tedbirler arasında yer alan; vatandaşların kendilerini korumaya yönelik önlemler konusunda doğru bilgilendirilmesi hususu önem arz etmektedir. Bu konuda Sağlık Bakanlığı tarafından hijyenin ve temizliğin önemine vurgu yapılmasına rağmen söz konusu reklamlarda temizliğin, hijyenik olmanın yetmediği, dezenfeksiyon olmadan tam korunmanın sağlanamadığı gibi ifadelerin kullanılmasının tüketiciler nezdinde temizlik ürünlerinin hijyen etkisinin olmadığı, koruma sağlamadığı ve virüsten korunmak için yetersiz olduğu algısı yarattığı, ayrıca ürünün kullanılmasının tek başına hijyen, temizlik için gerekli faaliyetlerin önüne geçtiği algısı yaratarak dezenfeksiyon ürünlerinin aşırı kullanımına neden olduğu,

Bununla birlikte reklam filmlerinde “*Sağlık Bakanlığı Ruhsatlı Dezenfektan*” ifadesine, 12.04.2121 tarihli firmaya ait www.lysol.com.tr adresli internet sitesi görselinde *“Sağlık Bakanlığı Ruhsat Tarih ve Numarası: 02/06/2020 – 20202/101”* ifadesine ve aynı tarihli firmanın instagram hesabında *“Lysol Dezenfektan Sprey Sağlık Bakanlığı tarafından ruhsatlandırılmıştır.”* ifadesine yer verildiği,ancak söz konusu ürün biyosidal bir ürün olduğu ve piyasaya arz edilebilmesinin ön koşulu olarak Sağlık Bakanlığı tarafından ruhsatlandırılması gerektiğinden, tanıtımlarda bu ifadelerin kullanılması tüketiciler nezdinde reklamı yapılan ürüne özel bir onay verildiği algısı yarattığı ve bu hususun Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin “Doğruluk ve dürüstlük” başlıklı 7 nci maddesinin *“(6) İlgili mevzuatı gereği bir mal veya hizmete ilişkin olarak düzenlenmesi zorunlu ruhsat, izin, onay, kayıt gibi belgeler ile uyulması gereken diğer yasal süreçler, o mal veya hizmetin diğerlerinden farklı ya da daha üstün olduğu algısı oluşturacak biçimde reklamlarda kullanılamaz.”* hükmüne aykırı olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Biyosidal Ürünler Yöentmeliği’nin 5. ve 38 inci maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**27)**

**Dosya No: 2020/4391**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** “La Roche Posay Laboratorie Dermatologique” markalı ürünlere yönelik “*Dermatologların En Çok Tavsiye Ettiği Marka\*”* ibareli tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 21.10.2020, 11.03.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.laroche-posay.com.tradresli internet sitesinin 21.10.2020 ve 11.03.2021 tarihli görünümlerinde“*La Roche Posay Laboratorie Dermatologique – Anthelios Invisible Fluid SPF50+”* ve 11.03.2021 tarihli görünümlerinde *“La Roche Posay Laboratorie Dermatologique - Anthelios Invisible Fluid Tinted SPF 50+”* markalı ürünlere ilişkin tanıtımlarda *“Dermatologların En Çok Tavsiye Ettiği Marka\*”* ifadesine ve (\*) ile yapılan açıklama kısmında; *“Ipsos tarafından Ocak 2020 - Mart 2020 tarihleri arasında gerçekleştirilen bağımsız araştırma sonuçları esas alınmıştır.”* ifadesine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, “La Roche Posay Laboratorie Dermatologique” markalı ürünlere yönelik [www.laroche-posay.com.tr](http://www.laroche-posay.com.tr) adresli internet sitesinde yer alan *“Dermatologların En Çok Tavsiye Ettiği Marka\*”* ibareli tanıtımlarla ilgili olarak, söz konusu tanıtımlarda yer alan anılan iddianın ispatlanmış olduğu ve reklam mevzuatına aykırı bir hususun bulunmadığı kanaatine varıldığından, inceleme konusu reklamların 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 inci maddesi hükmüne **aykırı olmadığına** karar verilmiştir.

**28)**

**Dosya No: 2019/9530**

**Bayer Türk Kimya San. Ltd. Şti.** unvanlı firmaya ait “Bepanthol Anti-Scar Jel Masaj Topu ile” isimli ürün tanıtımlarına ilişkin dosya hakkında yapılan görüşmeler neticesinde, konu ile ilgili olarak ilave araştırma yapılması istemiyle, dosyanın **ertelenmesine** karar verilmiştir.

**29)**

**Dosya No: 2020/985**

**Şikayet Edilen: Beb Kozmetik Ürünleri İmalat Sanayi Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.anticovid.com.tr adresli internet sitesinde yer alan “AntiCovid El ve Cilt Temizleme Solüsyonu” isimli ürün tanıtımları

**Reklam Yayın Tarihi:** 01.09.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.anticovid.com.tr adresli internet sitesinin 01.09.2020 tarihli görünümünde yer alan “AntiCovid El ve Cilt Temizleme Solüsyonu” isimli ürün tanıtımlarında; *“AntiCovid. Sık kullanıma uygun el ve cilt temizleme solüsyonu. (…)Anticovid alkol bazlı el ve cilt temizleme solüsyonudur. Su kullanmadan hijyen sağlar. (…)Sağlık Bakanlığı TİTCK Bildirimli. (…)El ve cilt temizleme solüsyonu- Etanol %70(V/V)”* ifadelerine ve Korona virüs görseline yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; söz konusu tanıtımlarda “Anticovid” ifadesi ile Korona virüs görseline yer verilerek söz konusu ürünlerin biyosidal etki gösterdiği iddiasında bulunulduğu,ancak bahsi geçen ürünlerin Biyosidal Ürünler Yönetmeliği gereğince alınması zorunlu biyosidal ürün ruhsatı bulunduğunun ve “Sağlık Bakanlığı TİTCK Bildirimli” olduğu iddialarının ispat edilemediği,

Diğer taraftan, “Anticovid” şeklinde isimlendirilen söz konusu ürünlerin özel olarak Coronavirüsü yok etmeye yönelik bir ürün olduğu algısı yaratılmasının tüketiciler nezdinde yanıltıcı olduğu ve söz konusu ürünün hastalıktan korunma amaçlı aşırı kullanımına yol açacağı değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Biyosidal Ürünler Yönetmeliğinin 5 ve 38 inci maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**30)**

**Dosya No: 2020/986**

**Şikayet Edilen: Ayer Kozmetik Tekstil Elektrik Elektronik İthalat İhracat Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.instagram.com/whitegell adresli internet sitesinde yer alan “White Gel Antibakteriyel El Jeli” isimli ürün tanıtımları

**Reklam Yayın Tarihi:** 01.09.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.instagram.com/whitegell adresli internet sitesinin 01.09.2020 tarihli görünümünde yer alan "White Gel Antibakteriyel El Jeli" isimli ürün tanıtımlarında;“*5 farklı çeşit el dezenfektanlarımızdan sipariş verebilirsiniz.(...)#eldezenfektanı (...)#virüslerekarşı(...)Sevimli karakterli el dezenfekte jelleri(...)Şu günlerde en çok ihtiyacımız olan el dezenfektanı çizgi film kahramanlarıyla şimdi daha eğlenceli(...)#güvenli”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; biyosidal ürünlerin virüs, bakteri, mikrop gibi zararlı organizmaları yok etmek, etkisiz hale getirmek veya uzaklaştırmak amacı ile kullanılan ürünler olduğu, diğer taraftan biyosidal ürünlerin insan sağlığına zararlı olabilecek içeriklerinden dolayı ilgili mevzuatları gereği güvenli kullanımına yönelik etiketleme ve tanıtım yapılması gerektiği, bu bağlamda inceleme konusu tanıtımlarda yer alan *“virüslere karşı”* ifadesi ile söz konusu ürünlerin virüsleri yok etmeye yönelik bir ürün olduğu algısı yaratılmasının tüketiciler nezdinde yanıltıcı olacağı ve söz konusu ürünün hastalıktan korunma amaçlı aşırı kullanımına yol açacağı,

Bununla birlikte, biyosidal ürünlerin reklamlarında *“Biyositleri güvenli kullanınız”* ve *“Kullanmadan önce her zaman ürün etiketini ve kullanım talimatlarını okuyunuz”* ifadelerine yer verilmesi zorunlu olmasına rağmen, biyosidal ürün ruhsatı alınmış olan anılan ürün reklamlarında söz konusu ifadelere yer verilmeyerek ilgili mevzuat hükümlerine aykırı hareket edildiği değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Biyosidal Ürünler Yönetmeliğinin 38 inci maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Ayer Kozmetik Tekstil Elektrik Elektronik İthalat İhracat 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.

**31)**

**Dosya No: 2020/2849**

**Şikayet Edilen:** **Omeb Grup Bilgisayar Bilişim Yazılım Elektronik Güvenlik Sistemleri Tekstil Turizm Doğal Gıda ve Sağlık Ürünleri Pazarlama İthalat İhracat Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://libiensacserumu.com adresli internet sitesinde yer alan “Libien Saç Serumu”isimli ürün tanıtımları

**Reklam Yayın Tarihi:** 25.12.2020, 20.02.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://libiensacserumu.com adresli internet sitesinin 20.02.2021 tarihli görünümünde; *“Saç dökülmesi ve kellik giderici. (…)Dermatologlarca önerilen serum. (…)Yapılan araştırmalarda; DHT oluşumunu engelleyerek genetik dökülmeyi durdurmaya, saç hücrelerini uyararak yeniden saç üretimi başlatmaya(…)1.Genetik saç dökülmesini durdurarak saç kaybının önüne geçmeye (…)3. Saç hücrelerini yeni saç oluşumu için uyarmaya 4. Saçı besleyen kılcal damarlarda kan dolaşımını hızlandırmaya (...)*” şeklinde ifadelere, 25.12.2020 tarihli görünümünde ise; *“Prof. Dr. Elif Loğoğlu başkanlığındaki bilim heyeti tarafından formüle edildi. (…)Türk bilim insanları tarafından geliştirildi.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Diğer taraftan, anılan internet sitesinin 20.02.2021 tarihli görünümünde yer alan; *“Dermatologlarca önerilen serum”* ifadeleri ile 25.12.2020 tarihli görünümünde yer alan; *“Prof. Dr. Elif Loğoğlu başkanlığındaki bilim heyeti tarafından formüle edildi. (…)Türk bilim insanları tarafından geliştirildi.”* ifadelerinin ise ispatlanamadığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 ve 10 uncu maddeleri,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Omeb Grup Bilgisayar Bilişim Yazılım Elektronik Güvenlik Sistemleri Tekstil Turizm Doğal Gıda ve Sağlık Ürünleri Pazarlama İthalat İhracat Ticaret Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**32)**

**Dosya No: 2021/1309**

**Şikayet Edilen:** **Freudenberg Household Products Eviçi Kullanım Araçları Sanayi ve Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Muhtelif televizyon kanallarında 01.02.2021-28.02.2021 tarihleri arasında yayınlanan "Vileda Turbo" isimli ürün reklamları

**Reklam Yayın Tarihi:** 01.02.2021-28.02.2021

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** Muhtelif televizyon kanallarında 01.02.2021-28.02.2021 tarihleri arasında yayınlanan “Vileda Turbo” isimli ürüne ilişkin reklamlarda; *“Neden mi Vileda? Çünkü kızımla yerde timsah yürüyüşü yapmaya bayılıyoruz. Vileda Turbo bakterilerin %99’unu yüzeyden söker atar. Pedallı sistemi suyu ve kiri kovaya bırakır. (…)Şimdi Vileda mikro fiber çözümleriyle de bakterilerin %99’unu yüzeylerden söküp atıyor”* ifadeleri ile *“Bakterilerin %99’unu yüzeyden söker atar. Yalnızca su ile kullanımında bile\*”* ve *“Ahşap ve seramik yüzeylerdeki E.coli ve S.aureus bakterilerini söküp attığı bağımsız mikrobiyoloji enstitüsünce onaylanmıştır.”* ibarelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, biyosidal ürünlerin virüs, bakteri, mikrop gibi zararlı organizmaları yok etmek, etkisiz hale getirmek veya uzaklaştırmak amacı ile kullanılan ürünler olduğu, inceleme konusu "Vileda Turbo" ve "Vileda Mikro Fiber Bez" isimli ürünlerin bakteri kontaminasyonu olan yüzeyleri temizlerken bakterileri yüzeyden kaldırdığı ve su ile durulama esnasında bakterilerin ürünlerin üzerinden arındırılarak atıldığına ilişkin ifadelerin ispatlandığı,

Ancak söz konusu Vileda ürünlerinin biyosidal ürün niteliği taşımadığı, bu bağlamda anılan ürünlerin fiziksel veya mekanik yollarla sağladığı ürün faydasının biyosidal işleve sahip olduğunu ima edecek biçimde “*Bakterilerin %99’unu yüzeyden söker atar”* ifadelerine yer verilmesinin tüketiciler nezdinde yanıltıcı olduğu ve ürünün biyosidal etki gösterdiği algısı yaratıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Biyosidal Ürünler Yönetmeliğinin 4 üncü maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**SAĞLIK**

**33)**

**Dosya No: 2020/1565**

**Şikayet Edilen:** **Rana Güzellik Salonu (Berat Kandil MERDİBAN)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 22.10.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com ve www.facebook.com adresli sosyal paylaşım sitelerinin 07.01.2021 tarihli görünümünde kuruluşa ait “*ranaguzelliksalonu*” ile "*Rana Saç Ekim Merkezi Van"* kullanıcı isimli sayfalarda yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak*; "...Sefer Demirel 4700 Greft ! Saç ekim estetik ünitemiz hakında tüm merak etdiklerinizi sorabilir randevu & bilgi için bize ulaşabilirsiniz...Sait göl 5.ay 5.500 greft!...Randevunuzu hemen oluşturun sizde saçlarınıza kavuşun. Ömür boyu garantili saç ekim.Saç ekim hakında tüm merak etdiklerinizi sorabilir randevu için bize ulaşabilirsiniz..%100 doğallık garantisi..Akdeniz bölgesinin en büyük saç ekim estetik merkezi 05.ekim 2020 tarihinde hizmetenize iki şubesi ile açılıyor..Pişman olduğunuz dövmenizden bir iz kalmasın...P.R.P; ⭐Hem saç kökleri beslenir, hem de saçlı deri, yeni saç köklerinin mevcut alana tutunmasını ve kılcal damarlar vasıtasıyla derhal beslenmesini destekler. Prp solüsyonun içerisindeki EGF hormonu, saç köklerinin çevresinde yeni ve camlı kan damarlarının oluşmasını sağlayarak bu etkiyi çifte katlamış olur. ⭐Saçlarınızdaki kırılmayı ve dökülmeyi minimuma indirir ⭐Cılız olan saç köküne doğal takviye olan PrP saça canlılık katar. ⭐Uzmanlar tarafından senede en az 4-5 defa yapılması tavsiye edilir. \* ÖMÜR BOYU GARANTİLİ \*ACISIZ AĞRISIZ LOKAL ANESTEZİ \*10 GÜNLÜK BAKIM..."* gibi tanıtımlara ve ifadelere, hastaların öncesi ve sonrası görsellerine yer verildiği tespit edilmiştir.

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

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

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair 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 **Rana Güzellik Salonu - (Berat Kandil MERDİBAN)** 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.

**34)**

**Dosya No: 2020/1567**

**Şikayet Edilen:** **Medilife Hospital Sağ. Hiz. A.Ş. (Özel Mediline Hastanesi)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 22.12.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.medilinehastanesi.com adresli internet adresinin 22.12.2020 tarihli görünümünde örnek olarak*; "...‘Yaşam için Sağlık’ felsefesiyle Doğu Anadolu’ nun dört bir yanında yüksek standartlarda sağlık hizmetleri sunan bir hastane olarak sağlık hizmeti veriyoruz. Alanında uzman ve deneyimli çalışanları, hasta odaklı üstün hizmet anlayışı ve multidisipliner çalışmayı bir araya getiren hastanemiz de kaliteli tanı ve tedavi hizmetleri sunuyoruz. "Sağlıklı yaşamak, sağlık hizmetlerinden eşit derecede en üst seviyeden faydalanmak herkesin en temel hakkıdır” ilkesiyle yola çıkan, tıbbi etik ilkelerden ödün vermeden, gelişmiş teknolojimizle sağlık standartlarını yükseltmek konusunda emin adımlarla ilerlemekteyiz...Mediline Hastanesi Acil Servis Bölümü uzman doktorları, deneyimli hemşire*

*ve sağlık personellerinden oluşan dinamik bir kadro ile tüm acil vakalara 7 gün 24 saat hizmet*

*sunuyor...Hastanemizin hekimleri, hemşireleri ve diğer sağlık personeli sağlık durumu kritik olan hastalara, yaralanma vakalarına ve aynı zamanda daha basit sağlık sorunları olan hastalara müdahale etme konusunda eğitimlidirler. Acil Servis Bölümümüz hızlı müdahaleye göre tasarlandı. Bu nedenle gereğinde yoğun bakım ünitesine dönüşebiliyor. Müdahale sonrasında laboratuvar, tanı, takip ve tedavi hastaya özel bir yaklaşımla yapılıyor...İleri Teknoloji: Hastanemizde yer alan Acil Servis Bölümünde 24 saat boyunca manyetik rezonans, bilgisayarlı tomografi, ultrasonografi gibi görüntüleme olanakları sunuyor...Mediline Hastanesi olarak anlaşmalı olduğumuz kurumlar aşağıdaki gibidir....Halkbank Şekerbank T.A.Ş Vakıfbank Ziraat Bankası Anlaşmalı Kurumlar Anlaşmalı Kurumlar Bankalar Özel Sağlık Sigortaları Tamamlayıcı Sağlık Sigortaları....Sağlığın Yeni Adresi Mediline Hospital..."* gibi ifadelere yer verildiği;

www.facebook.com ile www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitelerinde kuruluşa ait "*elazigmedilinehospital*" adlı sayfaların 22.12.2020 görünümünde örnek olarak; *"...hafta içi ve hafta sonu 7/24 saat güleryüzlü personelimizle hizmet vermekteyiz...ACİL SERVİSİMİZ İLE 7/24 YANINIZDAYIZ...LAZER EPİLASYON Açılışa Özel İndirim..."* gibi tıbbi hizmetlere ilişkin ifadelere; kampanya bilgilerine ve *"..Temiz güzel ilgi ve alakalı başarılı bir kadro...Sağlığnızın yeni adresi, Uzman Hekim Kadrosuyla hizmetinizde, temiz, güleryüzlü ekip, nezih, teknolojik bir hastane....."* şeklinde hasta değerlendirmelerine yer verildiği;

Diğer taraftan, *"..Yurtdışı seyahat öncesi PCR Testleri hastanemizde yapılabilmektedir…Covid-19 ön tanı testinizi hastanemizde yaptırabilirsiniz... Covid-19 PCR Tseti için Hafta İçi ve Hafta Sonu 7/24 Hizmetinizdeyiz..."* şeklinde PCR testi ile ilgili ifadelere yer verildiği;

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Bu doğrultuda, inceleme konusu internet sitelerinde, öncelikle, COVID-19 salgını döneminde ön plana çıkan PCR testi ile ilgili yer alan ifadelerin, sadece Sağlık Bakanlığı tarafından yetkilendirilmiş sağlık kuruluşları tarafından sunulabileceği; kuruluşun bu alanda yetkili olmadığı hâlde hastalara bu hizmetin yetkili şekilde sunulduğu algısının yaratıldığı; bu nedenle, söz konusu tanıtımların halkı yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu; diğer mezkûr ifadelerin ise, sağlık alanında çalışan kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı, talep yaratıcı nitelikte olduğu ve kuruluşa yönlendirme yaparak, benzer alanda faaliyet gösteren kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açtığı, bu nedenle, söz konusu tanıtımların bilgilendirme kapsamını aşarak “reklam’’ niteliğinde olduğu 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 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 **Medilife Hospital Sağ. Hiz.A.Ş. (Özel Mediline Hastanesi)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **104,781-TL (Yüzdörtbinyediyüzseksenbir Türk Lirası) idari para ve** **anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**35)**

**Dosya No: 2020/1568**

**Şikayet Edilen:** **Erkan Kotevoğlu (www.saglikdefteri.com - Sağlık Defteri)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 11.01.2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Kuruluşa ait www.saglikdefteri.net internet adresinin 11.01.2021 tarihli görünümünde örnek olarak; *"...Gülüş Tasarımı http://saglikdefteri.net/author/dt-fethi-bayar/ Diş Hekimi http://fethibayar.com/...En önemli sözsüz iletişim araçlarından biri olan gülümseme, bireylerin yaşamını birçok yönden etkiler. http://fethibayar.com/kalitesi kişinin görünüşünde, psikolojik sağlığında, davranışlarında ve karakter özelliklerinde büyük rol oynar. Gülüş tasarımı da bu noktada devreye girmektedir. Gülüş tasarımı temel olarak görünümü bozulmuş diş ve dişetlerinin, hastaların beklentileri ve yüz şekilleri göz önünde bulundurularak güzel ve estetik hale getirilmesidir. Bu tedavi ile dişlerin, diş çevresi dokuların ve yüzün birbiriyle uyumlu olması; estetik ve sağlıklı bir görünüm oluşturulması amaçlanır. Bu tedavi sonucunda kişiye görüntüsü hoş bir gülümseme kazandırılmış olacak, yaşam kalitesi ve özgüveni artacaktır. Gülüş tasarımı tedavisinde hastaların yaşı, cinsiyeti, yüz hatları,diş ve çevre dokuların mevcut durumları çok önemlidir. Tedavi bu faktörlere göre şekillendirilir ve hastaya en çok yakışacak, beklentilerini en yüksek derecede karşılayacak sağlıklı bir gülüş dizayn edilir...BOTOKS: http://saglikdefteri.net/author/prof-dr-muhitdin-eski/ Plastik Rekonstrüktif ve Estetik Cerrahi, Ağız Yüz ve Çene Cerrahisi http://muhitdineski.com/...Kas fonksiyonunu kaybedip kasılamayınca, üzerindeki ciltte oluşan kırışıklıklar da azalır veya yok olur. Botoksun bu etkisinden yararlanılarak yüz ve alın bölgesindeki mimiklere bağlı kırışıklıkların azaltılması ve hafifletilmesi amaçlanmaktadır. İşlemde çok ince uçlu iğneler ile*

*enjeksiyon yapılmaktadır. Bu enjeksiyonlar esnasında ortaya çıkan ağrı minimal ve kısa sürelidir. Sıklıkla enjeksiyon öncesi kısa süreli sadece buz uygulaması yeterli olabilmektedir..."* gibi tanıtımlara ve ifadelere yer verildiği;

www.instagram.com ve www.facebook.com adresli sosyal paylaşım sitelerinin 11.01.2021 tarihli görünümünde kuruluşa ait “*saglikdefteri*” ile "*saglikdefteri*\_" kullanıcı isimli sayfalarda yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak*; "...Prof. Dr. Mahmut Can Yağmurdur kadınların korkulu rüyası Meme Kanserinden Korunma ile ilgili bilgilendiriyor. #MemeKanseri http://saglikdefteri.net/meme-kanserinden-korunma...Psk. Fahrettin Özçelebi Panik Atak ile ilgili bilgilendiriyor. #PanikAtak #panik #atak http://saglikdefteri.net/panik-atak-nedir-belirtileri-ve.../...Op. Dr. Mehmet Ketene Liposuction uygulaması ile ilgili bilgilendiriyor. #liposuction http://saglikdefteri.net/fazla-yaglarin-alinmasi.../...Op. Dr. Meltem Erkmen kadınların korkulu rüyası Vajinismus ile ilgili bilgilendiriyor. #vajinismus http://saglikdefteri.net/vajinismus-tedavisi/...Op. Dr. Selim Çepel Ganglion Kistleri ile ilgili bilgilendiriyor. #GanglionKisti http://saglikdefteri.net/ganglion-kistleri/...Prof. Dr. Ali Özdek,*

*İşitme Kaybı ile ilgili bilgilendiriyor. http://saglikdefteri.net/isitme-kayiplari-ameliyat-ile.../ #işitmekaybı #işitme.Op. Dr. Evren Ceylan Kısırlık ve tedavisi ile ilgili bilinmesi gereken önemli noktaları paylaştı. Öğrenmek için hemen tıklayın! #kısırlık #infertilite http://saglikdefteri.net/kisirlik/...Prof. Dr. Selçuk Onart Burun Estetiği ile ilgili bilinmesi gereken önemli noktaları sizinle paylaştı. Öğrenmek için hemen tıklayın! http://saglikdefteri.net/burun-estetik-ameliyati-rinoplasti/ #BurunEstetiği #Rinoplasti...Burun Estetiği konusunda Doç. Dr. A. Tolga Eryılmaz'ın değerlendirmesini okuyabilirsiniz. Link bio’da. Diş Eti Renginde Siyahlaşmalar ve Tedavisi konusunda bilmeniz gereken her şeyi Uzm. Dr. Dt. Güngör Karagözlü açıkladı. Web sitemizden okuyabilirsiniz..."* gibi tıbbi işlemler hakkında ifadelere yer verildiği;

Bununla birlikte; inceleme konusu internet sitelerinde; kuruluşun isminin “Sağlık Defteri” olarak nitelendirildiği ve söz konusu tanıtımlarda kuruluş türünün açıkça belirtilmediği,

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu internet sitelerinde uygulamaya yetkili olmadığınız tıbbi işlemler hakkında yapılan tanıtımlar aracılığıyla kuruluşa sağlık alanında faaliyet gösterdiği yönünde bir izlenim kazandırıldığı; dolayısıyla, inceleme konusu internet sitelerinde, aracılık faaliyetinde bulunduğu sağlık meslek mensupları lehine talep yaratmaya yönelik tanıtım yapılmasının ilgili mevzuata aykırılık teşkil ettiği ve benzer alanda faaliyet gösteren kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açtığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- 6023 sayılı Türk Tabipleri Birliği Kanununun 64 üncü maddesi,

- 3224 sayılı Türk Dişhekimleri Birliği Kanununun 45 inci maddesi,

- 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanunun 24 ve 40 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,

- Özel Hastaneler Yönetmeliğinin 60 ıncı maddesi,

- Ağız ve Diş Sağlığı Hizmeti Sunulan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin 25 inci 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 **Erkan Kotevoğlu (www.saglikdefteri.com - Sağlık Defteri)** 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.

**36)**

**Dosya No: 2020/1572**

**Şikayet Edilen:** **Dr. Ali Atakhan Yıldız**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 21.01.2021 – 22.01.2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinin 21.01.2021 ve 22.01.2021 tarihli görünümlerinde şahsa ait "*op.dr.atakhan*" kullanıcı isimli sayfada yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak*; "...#gözaltıtorbaları olan hastamıza #gözaltıışıkdolgusu uyguladık. Poliklinik şartlarında yaklaşık 10 dk süren bu ağrısız yöntem ile hastamıza daha genç ve canlı bakış kazandırdık... Hastalarımız mutlu ise biz de mutluyuz... Göz kapağı düşüklüğü ameliyatı sonrası 1. hafta 1 week after pitozis surgery...2 seans #gözaltıışıkdolgusu ve #mezoterapi uyguladığımız sevgili hastamızın göz çevresi değişimi... İleri düzeyde #kurugöz hastalarımızda gözyaşı kanal girişlerini bir tıkaç ile kapatıp, gözyaşının gözde kalmasını sağlıyor ve hasta konforunu artırabiliyoruz.Üstelik bu işlem çok kısa sürede ağrısız bir şekilde uygulanabiliyor..."* gibi ifadeler ile hasta öncesi ve sonrası görsellerine yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla, 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. Ali Atakhan Yıldız** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**37)**

**Dosya No: 2020/1647**

**Şikayet Edilen: Dr. Cem KARAS (CK Klinik)**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde şahsa ait sayfa ile www.cemkaras.com ve www.ckklinik.com adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 27.01.2021 ve 01.02.2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinin 27.01.2021 tarihli görünümlerinde şahsa ait "ckklinik" kullanıcı isimli sayfada yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *"...'Kepçe kulak' kader değil! CK Klinikte 'Kepçe kulak' sorununuz ile ilgili inceleme yapılarak; bu sorunun giderilmesi için gerekli tıbbi hizmetlerin tamamı sunulmaktadır...Ameliyat sonrası iyileşme dönemi 2. Ay burun estetiği..Göz altı ışık dolgusu...Artık kepçe kulak deformitesini de düzeltmek eskiye göre çok daha kolay. Hem de lokal anstezi ile, hastane stresi ve anestezi stresi yaşamadan bu dertten kurtulabilirsiniz. Lokal anestezi ile kulaklarınız uyuşuturlduktan sonra deformasyonun şekline göre yapılacak minik kesilerle ve sutur teknikleri ile istediğimiz görünüme kavuşuyorsunuz...20 dakikada kepçe kulak ameliyatı. Kısa saçlı erkekler, saçlarını toplamak isteyen ya da özel bir davete topuz yaparak gitmek isteyen bayanlar. Aynaya baktığınızda kulaklarınızın görüntüsü sizi rahatsız mı ediyor? Artık kepçe kulak deformitesini de düzeltmek eskiye göre çok daha kolay...Ameilyatın kolaylığı kadar, nekahat dönemi de son derece çabuk ve kolay...Bademcik* *ameliyatları KBB uzmanınızca gerekli görüldüğünde son derece yüz güldürücü girişimlerdir..."* gibi ifadeler ile hasta öncesi ve sonrası görsellerine yer verildiği;

www.cemkaras.com ile www.ckklinik.com adresli internet sitelerinin 27.01.2021 ve 01.02.2021 tarihli görünümlerinde örnek olarak; *"...Hayatınıza Yeni Bir Görünüş Kazandırın!Uzman ekibimizle insanların ciltlerindeki problemlerin, yaşlanma etkilerinin ortadan kaldırılması ve her türlü sorunun çözümü için hizmet veren CK Klinik, her zaman sağlıklı ve sterilize ortamlarla tedavi imkanları sunmaktadır. Farklı hizmetleri profesyonel olarak alabileceğiniz ve Türkiye’nin en gelişmiş imkanlarını cerrahi müdahale kullanmadan sağlayacak olan kliniğimizde, gençleşmek ve her türlü yaşlılık etkisinden kurtulmanız mümkün olacaktır. Son teknoloji aletler, Sağlık Bakanlığı onaylı ilaçlar ve serumlarla birlikte, aradığınız tedaviye kısa zamanda ulaşabilir, hayatınıza devam edebilirsiniz. En doğru sonuçlar için en iyi fırsatları CK Klinik olarak sizlere sunmaktayız..Ameliyatsız Estetik Ile Sizleri Daha Iyi Bir Görünüş Sunmayı Hedefliyoruz. Tamamen Doğal Yöntemler Ile Vücudunuza Yeni Görünüm Kazandırıyoruz....Güzel Yaşlanmak Mümkün!...Rinoloji alanında marka haline gelen ve günümüzün popüler yöntemleriyle yüzlerce operasyon gerçekleştirmiş olan Op. Dr. Cem KARAS artık her hafta sonu saat 8.30 ‘da TV8 ‘de “Çook Yaşa” programıyla sizlerle birlikte. Çook Yaşa programında sağlık alanında konusunda uzman hekimlerle sohbet edip sizleri bilgilendirecek hem de güzelliğin kapılarını sizlere aralayacak...Burun Estetk Cerrahisi İzmir : Op.Dr. Cem Karas Hollanda’da Amsterdam Üniversitesinde Prof. Dr. Gilbert TRENITE yönetiminde Estetik Burun Cerrahisi konusunda çalışmalarda bulunmuştur. Amerika’da, SanDiego’da ve Hollywood’da Amerikan Fasial Plastik Cerrahi Akademisinde; yüz güzelleştirme ve gençleştirme konusunda çalışmalar gerçekleştirmiştir. 2006 yılında Türkiye’nin ilk, Avrupa’nın en büyük KBB hastanesi EKOL KBB HASTANESİ kuruluşunda yer almış ve 11 yıl boyunca hastanenin kurucu başhekimi olarak, daha çok Rinoloji olmak üzere 25000’e yakın KBB ameliyatı gerçekleştirmiştir..Kulak Estetiği Cerrahisi İzmir: Kulak estetiği konusunda pek çok gelişme yaşanmıştır. Kepçe kulaklı olan pek çok kişi, yıllarca sıkıntılar yaşamıştır. Sosyal yaşamında ve saçlarını toplamak konusunda, diğer kişilerden eksik kalmışlardır. Söz konusu yüz güzelliği olduğunda, kişinin önce kendisiyle barışık olması gerekmektedir. Bunun içinde eğer kulaklarınızdan şikayetçiyseniz, vakit kaybetmeden kulak estetik cerrahisi ile iletişime geçmenizi tavsiye ederiz. Günümüzde bu konuda yalnızca ameliyatlı yöntemler bulunmamaktadır. Hastaların bir kısmı, ameliyat olmaya cesaret edememesi nedeniyle kepçe kulaklarla yaşamaya mahkum kalmıştır...Yüz Gençleştirme Uygulamaları: Op.Dr. Cem Karas Hollanda’da Amsterdam Üniversitesinde Prof. Dr. Gilbert TRENITE yönetiminde Estetik Burun Cerrahisi konusunda çalışmalarda bulunmuştur. Amerika’da SanDiego ve Hollywood’da Amerikan Fasial Plastik Cerrahi Akademisinde, yüz güzelleştirme ve gençleştirme konusunda çalışmalar gerçekleştirmiştir. Yüz gençleştirme uygulamaları sayesinde, daha sağlıklı ve genç görünmek mümkündür. İnsan yüzünde oluşan yaşlılık izlerini silmeyi amaçlayan bu grup ameliyatta hastanın bulunduğu yaş, ihtiyacı olan girişimlerin tespiti ve yüz analizi önem taşır. Yüz gençleştirme uygulamaları sayesinde, daha genç ve sağlıklı bir yüz yapısına kavuşmak mümkündür. Bununla birlikte kırışıklıkların gitmesi, yaşı gizlemek için bir avantajdır. Özellikle olduğundan daha yaşlı görünen kişiler için yüz gençleştirme uygulamalarını tavsiye etmekteyiz. Hiçbir yan etkisi bulunmayan bu uygulamaların, iyileşme süreci ve uygulama süreci oldukça kısadır. Kişiler uygulamanın ardından günlük yaşamlarına geri dönebilir....İzmir gamze estetiği, küçük bir operasyondur. Ağrısız geçen bu operasyon, pek çok kişinin tercih ettiği yöntemlerden birisidir. Gelişen teknolojiyle birlikte, insanların ihtiyaçlarına cevap vermek ve yüz güzelliğini arttırmak mümkün olmuştur. Bu konuda atılan adımlardan birisi de gamze oluşturmaktır. Bazı kadınların güldüğünde beliren, naif ve bir o kadar güzel görünen gamzeleri vardır. Söz konusu gamzesi olmayan kadınlar için artık gamze sahibi olmak, hayal değildir. Gamze estetiği sayesinde, gerçek bir gamze yaratmak mümkün olmuştur. Son trendler arasında yer alan gamze estetiği, hem kadınlar hem de erkekler tarafından tercih edilen bir uygulamadır. Gerek kadınlara gerekse erkeklere çok yakışan gamzeler, bu estetik ile son derece doğal bir şekilde yapılır. Estetik uygulamanın ardından kişiler, günlük hayatlarına hemen devam edebilir. Uygulama esnasında hiçbir acı veya ağrı hissedilmez. Son derece rahat bir uygulama olan bu estetik türünü, gamze sahibi olmak isteyen herkese tavsiye ederiz. Evrensel güzellik standartlarına göre, gamzeli kişiler diğer kişilerden ayrışmaktadır. Gamzesi olan kişilerin diğerlerine göre ayrıcalık sahibi olduğu bilinmektedir. Estetik sürecinin kişinin isteklerine göre şekillenmesi, yüze uygun tasarlanması, her yaşa uygun olması ise büyük bir avantajdır....Nezaketi adamlığı insana olan saygı ve hürmeti hasta ile olan ilişkisi kibarlığı ve alakası sıcak kişiliği sonsuz saygı ve sevgiyi hak ediyor...İzmir'in belki de Türkiye'nin en güleryüzlü; en modern ve en işinin ehli doktoru...Ayrıca alanında çok tecrübeli zor teşhisleriyle meşhurdur. Gönül rahatlığıyla son derece güvenerek kendinizi onun ellerine bırakabilirsiniz..."* gibi ifadeler ile hasta yorumlarına 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. Cem Karas (CK Klinik)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**38)**

**Dosya No: 2020/1654**

**İlbeyli Optik (Hülya Tecer)**’e aitvitrinde yapılan tanıtımlar hakkında, 2020/1654 no’lu dosya ile ilgili görüşme ve değerlendirmelerin **ertelenmesine** karar verilmiştir.

**39)**

**Dosya No: 2020/1665**

**Şikayet Edilen: Özel Batı Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği (Özel Erd Ağız ve Diş Sağ. Lab. Tic. Ltd. Şti.)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 08.02.2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.batidispoliklinigi.com adresli internet sitesinin 08.02.2021 tarihli görünümlerinde örnek olarak; *"...Özel Batı Diş Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği genç ve alanında deneyimli kadrosu ile, 2010 yılından beri;İzmir’in yükselen bölgesi Yeni Girne’de sizler için teşhis ve tedavi hizmeti veren polikliniğimiz hizmetinizdedir. Polikliniğimize gelen hastalarımıza, kaliteli ve sağlıklı gülüşler kazandırmayı hedeflemekteyiz. Polikliniğimiz, bilimselliği, dürüstlüğü, temizliği ve güler yüzlü hizmetiyle, hasta memnuniyetini ilke olarak benimsemiştir. Özel Batı Diş Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği ekibi olarak diş tedavisinde gösterdiğimiz titizliği tedaviniz için kullanılacak her türlü aletin dezenfeksiyonu ve sterilizasyonunda da göstermekteyiz. Sizlerin ve bizim sağlımız için zorunlu olduğuna inandığımız bu dezenfeksiyon ve sterilizasyon işlemlerine her hastamız için her tedavi seansında ayrı ayrı uygulamaktayız. Sitemiz üzerinden poliklinik resimlerine ve poliklinik ulaşım bilgileri gibi ihtiyacınız olan her şeye ulaşabilir, ihtiyacınız dahilinde online randevu alabilirsiniz. Hasta Giriş’i sayesinde polikliniğimize üye olabilir tüm randevularınız ve işlemleriniz ilgili tüm bilgilerinize erişebilirsiniz. Daha sağlıklı dişler ve daha güzel gülüşler için sizi Özel Batı Diş Ağız Ve Diş Sağlığı Polikliniği’ne bekliyoruz.."*  gibi ifadelere yer verildiği;

www.instagram.com ile www.facebook.com adresli sosyal paylaşım sitelerinin 08.02.2021 tarihli görünümlerinde kuruluşa ait "batidispoliklinigi" ile "batidispoliklinigi1" kullanıcı isimli sayfalarda yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *"...Ön bölge santral diş implant uygulaması 2. Yıl kontrolü..Hasta memnuniyeti #güleryüz #memnuniyetinizbizimiçinönemli #FransadanTürkiyeye..#Emax #lamine #gülüştasarımı #estetik #güzelgülüş #memnuniyet...#birşansdaha...Siz hala diş taşı temizliğinin zararlı olduğunu düşünenlerden misiniz ?..Postoperatif #ilkgun #memnuniyet #batidis #implant...Birkaç saat içerisinde 12 adet implant yapılan hastamız #implant #batidis #estetik #implantology #protetikdiştedavisi #restoratifdiş...Ailecek diş tedavilerimizi Batı Diş'te oluyoruz. Çok memnunuz.."* gibi ifadelere, hasta yorumları ile hasta öncesi ve sonrası görsellerine yer verildiği;

tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Özel Batı Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği (Özel Erd Ağız ve Diş Sağ. Lab. Tic. Ltd. Şti.)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**40)**

**Dosya No: 2020/1739**

**Şikayet Edilen: Muharrem ÇETİNOĞLU (Konhair Saç Ekim Merkezi)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 10.02.2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: www.facebook.com ile www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitelerinde 10.02.2021 tarihli görünümlerinde *"Konhair Saç Ekimi Ankara"* ile *"sacekimiankarakonhair"* kullanıcı isimli sayfalarda yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *"...Saç Ekimlerimiz HASTANE ORTAMINDA. Ücretsiz Saç Analizi ve Muayene ile Saç Ekiminizi Planlıyoruz! Orjinal saç çizgisinde, Maksimum greft ile sık ve doğal saçlar. +90 530 322 59 59 Kahve içmeye bekliyoruz.... Saç Ekim Merkezi KONHAİR Saç analizi ve muayenehane ücretsizdir...8 ay önce Doktor Beyin sac ekimini yapmistik bizi ziyarete gelmis , PRP sini yaptik saglikli günler dileriz...KONHAİR.COM.HASTANE ORTAMINDA Müşteri Memnuniyeti Bizim İçin Önemlidir Memnuniyetiniz memnuniyetimizdir. Sizi mutlu etmek için çabalıyoruz, müşteri memnuniyetini önemsiyoruz...Doğal saç çizgisi kişinin yüz hatlarına uyumlu,altin oran baz alınarak çizilmelidir.Saç ekimi yaptirdigimi kimse anlamadı diyen hastamıza saçları hayırlı olsun..Çalışmalarımız hızla devam ediyor.Ögretmen haftasi başlamak üzere şimdiden hayırlı olsun...10.gün kabuklar tamamen temizlenmiş...Şentürk Bey in saclarini 8 ay once ekmistik bugun kontrol icin klinigimizde bizi ziyaret etti.Yeni saclariyla saglikli gunler diliyoruz kendisine..Ücretsiz saç analizi ve muayene ile saç ekiminizi planlıyoruz...1998 yılından bugüne biriktirdiğimiz tecrübelerimizi saçlarınıza aktarıyoruz...Hastane ortamında lokal anestezi altında yaklaşık 6 saat sürmekte 3 gün çıkamıyorsunuz ve 8 günde iyileşiyorsunuz ve ömür boyu dökülmeyen kendi saçınıza kavuşursunuz..."* gibi fadeler ile hasta öncesi ve sonrası görsellerine yer verildiği;

www.sacekimikonhair.com adresli internet sitesinin 10.02.2021 tarihli görünümünde örnek olarak*; "..Biz Kimiz? Bakımlı ve sağlıklı saçlar, estetik görünümün başlıca göstergesidir. Saç ekimi aynı zamanda kişinin estetik kaygılarını da yok edip önüne geçmeyi hedeflemektedir. Eğer saç sağlığınız ve görünüşünüzle ilgili değişiklikler yapmak istiyorsanız, biz ekibimizle birlikte sizi mutlu etmek ve en iyi sonucu sağlamak için hazırız. 1998 yılından beri saç ekimi işlemlerinizi son teknolojileri kullanarak, büyük bir özenle gerçekleştiriyoruz. Ankara’daki en köklü saç ekim merkezlerinden biriyiz. Ekip olarak elde ettiğimiz deneyimlerimiz ve saç ekimindeki başarılı sonuçlarımız gurur kaynağımızdır. Binlerce danışanımız/hastamızın 1998 yılından beri süregelen memnuniyeti de bizi onurlandırmaktadır. Bizler burada sizin memnuniyetinizi sağlamak için bulunmaktayız. Saç kaybınız ya da saç sağlığınıza ilişkin bir sıkıntınızdan ötürü endişeniz var ise, ne yapacağınız hususunda ekibimize danışmadan karar*

*vermemenizi tavsiye ederiz. Sağlığınız kolayca riske atılacak bir değer değildir. Ekibimizle iken, öncelikle sağlığınızın güvende olduğu konusunda emin olabilirsiniz...."* gibi ifadeler ile hasta öncesi ve sonrası görsellerine yer verildiği;

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme 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 **Muharrem ÇETİNOĞLU (Konhair Saç Ekim Merkezi)** 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.

**41)**

**Dosya No: 2020/1741**

**Şikayet Edilen:** **Palmer & Still Fizyoterapi (Fzt. Baran ÖZBİLEN ve Mazlum AKSOY)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 27.01.2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.palmerandstill.com adresli internet sitesinin 26.02.2021 tarihli görünümünde örnek olarak; *"...Bel ağrısı herkesin hayatıboyunca bir kez olsunyaşanabileceği başlıcasorunlardandır.Vücudumuzda dik durmamızı öncelikleomurgamız sağlar.Omurganın en fazla yükaldığı bölge belbölgesidir.Bu nedenle ençok ağrı ve fıtıklar belde oluşur. Uzun süreli oturanlarda, ağır yük taşıyanmeslek gruplarında bel fıtığı daha yaygındır...Amerika ve Avrupa’da bel ağrısı ve bel fıtığı tedavisinde en etkili ve en çok başvurulan tedavi yöntemi Kayropraktik ve Osteopatidir....Kayropraktik, nöromuskuler-iskelet sistemi rahatsızlıklarını tanı, tedavi ve önlenmesinde ve bu rahatsızlıkların genel sağlık üstündeki olumsuz etkisiyle ilgilenen bir sağlık mesleğidir. Ameliyatlık boyutta olmayan eklem problemleri, kayropraktik eğitimini almış uzmanlarca kişinin uygunluğu göz önünde bulundurularak elle yapılan tekniklerle düzeltilir. Bu teknikler spesik olarak sadece etkilenen yapıya ve etkilenimin düzetlimesine uygun yönde, ağrısız bir şekilde uygulanır...Uygulamalar ve teknikler hastanın durumuna göre değişmekte olup kısa süren ve en etkili tedavi yöntemlerinden biridir....Osteopati kas iskelet ve sinir sistemi hastalıklarını dolaşımsal, sinirsel ve mekanik açıdan düzelten tamamlayıcı bir tıp mesleğidir. Osteopati, sadece hastalığı veya hastayı rahatsız eden bulguyla yetinmez tüm vücudu değerlendirir ve oluşan problemin altında başka bir yapı olup olmadığını testlerle değerlendirir ve özelleşmiş manuel (el) teknikleriyle düzeltir...Örneğin, başımız ağrıdığında omurga, organ, çene problemleri vb birçok etkilenim sonucu ortaya çıkmış olabilir. Çözüm için ikiseçeneğimiz vardır. Ya ağrıyı keseriz (ilaç vs.) ya da ağrıya sebep olanproblemi bulup çözeriz. Osteopati, hastalığa/semptoma neden olanetkenleri ayırıcı testlemelerle bulur, esas kaynağı çözmeyi öncelikli sayar ve bu doğrultuda tedavi planlar...Baş ağrısı yaşayan bir kişide öncelikle kişinin hikayesi detaylı bir şekilde dinlenilir. Baş ağrısına kaynak olan tüm yapılar Kayropraktik ve Osteopatik açıdan muayene edilir. Muayene sonucunda görülen Kayropraktik sublüksasyon(eklemde çıkık olmadan görülen eksen bozukluğu) ve Osteopatik disfonksiyonlar(biyomekanik fonksiyon bozukluğu) varsa hasta tedaviye uygundur....Kraniosakral etkilenimler ve organ disfonksiyonları Osteopati ile tedavi edilir. Hasta kısa sürede ağrılarından ve ilaçlarından kurtulur...Kayropraktik açıdan en uzunseans ve zamanlı tedavi programıdır. Skolyoz erken yaşlarda tespit edilirse tedavi edilmesi daha kolay olan bir problemdir. Bu yüzden çocukluktanileriki yaşlara kadar Kayropraktik muayenenin her yıl rutin yapılması sağlık açısından çok önemlidir...."* gibi ifadelere yer verildiği;

www.facebook.com, www.instagram.com ve www.twitter.com adresli sosyal paylaşım sitelerinde 26.02.2021 tarihli görünümlerinde kuruluşa *ait "Palmer&Still Kayropraktik ve Osteopati Kliniği"* ile "*palmerandstill*" kullanıcı isimli sayfalarda yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *"...Sağlıklı Omurga için Neler Yapılmalı? \*Fazla kilolardan kurtulun. \*Sırt çantası vücut ağırlığınızın yüzde 15’ini geçerse bel ağrısına yol açar. \*Ayaktayken, yerden ağır bir şey kaldıracak sanız eşyayı bedeninize yakın tutarak ve belinizi*

*değil, dizlerinizi bükerek kaldırın...Kayropraktik ve Schroth Yöntemiyle Skolyozda En Etkili Çözüm..Spor Yaralanmalarında KAYROPRAKTİK ve OSTEOPATİK Tedavi...Sporcuların profesyonel en azından ayda bir kez de olsa koruyucu sağlık desteği alması önemlidir. Detaylı bilgi ve randevu için 05360240048 numaralı telefonumuzdan bize ulaşabilirsiniz...BEL AĞRILARINIZ İÇİN 5 ÖNERİ. Eklem,kas ,yumuşak doku ve dolaşımsal tedaviler içeren Kayropraktik ve Osteopati ile kalıcı tedavi ediyoruz...Neden Palmer&Still’i Tercih Edelim? Kayropraktik ve Osteopati hakkındaki tüm sorularınız için bize ulaşın. https://palmerandstill.com/neden-palmerstilli-tercih-edelim/...Kayropraktik ve Osteopatik Tedaviler Kalıcı Mıdır? Tedaviler hasta odaklı ve bulgunun kaynağını çözmeye yönelik olduğundan sonuçlarda kalıcı olarak iyileşme gerçekleşir...Amerika ve Avrupa’da En çok tercih edilen bel fıtığı tedavisi (Ameliyatsız); Kayropraktik ve Osteopati ile tanışın...Tedavi sonrasında memnuniyetini bize selfie çekerek gösteren* [*https://twitter.com/kubatcomtr’e*](https://twitter.com/kubatcomtr%E2%80%99e) *teşekkür ederiz. Kendisine yeni çıkacak albümünde de başarılar dileriz...Fibromiyalji Biyopsikososyal bir problemdir ama çaresiz değildir....Dirseğin dış kısmında ağrı olarak kendini gösteren halka arasında tenisçi dirseği Osteopati tamamlayıcı bakış açısıyla kas iskelet sistemi problemleriyle beraber uyku kalitesi.."* gibi ifadelere yer verildiği;

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Bilindiği üzere, 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 hüküm altına alınmıştır.

Yine bilindiği gibi, 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, “Kayropraktik, Osteopati” başlığı altında; mezkûr işlemlere yönelik bilgilere yer verildiği; ancak, mezkur uygulamalar ile ilgili bilgilendirmelerin yalnızca Bakanlıkça tescil edilmiş sertifikaya sahip tabip ve tabip gözetiminde sertifikalı sağlık meslek mensuplarınca yapılabileceği,

Ayrıca, kuruluşta sunulan hizmetlerin tanıtımının yapıldığı *"Boyun Ağrıları ve Boyun Fıtıkları, Bel Ağrıları ve Bel Fıtıkları, Skolyoz, Fibromiyalji”* gibi başlıklar altında *“boyun fıtığı, bel fıtığı, skolyoz*” 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 sitelerinde, sağlık alanında faaliyet yetkisi bulunmayan

kuruluşun tabip tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlere yönelik tanıtım yapmasının ilgili mevzuata aykırılık teşkil ettiği ve benzer alanda faaliyet gösteren meslektaşlarınız açısından haksız rekabete yol açtığı; dolayısıyla, söz konusu tanıtımların tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

- Geleneksel ve Tamamlayıcı Tıp Uygulamaları Yönetmeliğinin 9/1, 12/1, 12/2, Ek-3’ üncü bölümün 7 ve 12 inci 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 **Palmer & Still Fizyoterapi (Fzt. Baran ÖZBİLEN ve Mazlum AKSOY)** 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.

**42)**

**Dosya No: 2020/1788**

**Şikayet Edilen:** **Elenora Güzellik Estetik İnş. İç ve Dış Tic. Ltd. Şti. (Elenora Güzellik Salonu)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 24.03.2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.elenoraguzellik.com adresli internet sitesinin 24.03.2021 tarihli görünümünde örnek olarak; *"...Lazer epilasyon istenmeyen tüylerden kurtulmanın en sağlıklı ve en hızlı yöntemidir. Lazer epilasyonun temeli cilde uygulanan lazer enerjisinin, tüy köklerine ulaşmasıdır. Kökler bu enerjiyi melanin pigmenti sayesinde emer ve tüy köklerini ısı enerjisiyle yok etme ya da uzama özelliğini kaybetmesine yol açar. Kıl oluşumu tamamlanmış ve uygulamaya engel teşkil edecek herhangi bir sağlık problemi olmayan herkes lazer epilasyon yaptırabilir...Buz Epilasyon, en iş bitirici ve en konforlu son teknoloji epilasyon yöntemlerinden biridir. Kıl kökündeki farklı yapıları hedef alan ve farklı dalga boylarına sahip yöntem, istenmeyen kıllar için kesin çözümdür. Buz epilasyon çok daha geniş yüzeyleri hedef alır ve her bir atışta çok daha fazla kıl köküne ulaşır. Bu nedenle aynı zamanda diğer epilasyon yöntemlerine kıyasla seanslar daha kısa sürer. Tüm vücut buz epilasyon seansları, ortalama 35-40 dakikadır...Koltuk Altı Lazer Epilasyonu özellikle ülkemizde en çok tercih edilen lazer epilasyon bölgelerinden biridir. Koltuk altı kıllarının temizliği sürekli yapılan bir temizlik olduğundan özellikle bayanlar tarafından çok tercih edilen lazer epilasyon bölgesidir. Koltuk altı lazer epilasyon bölgenin kendine has özelliklerinden yapılan uygulamalarda yüksek oranda başarı sağlamaktadır...Medikal Cilt Bakımı: Medikal Cilt bakımı için en doğru adres Elenora Güzellik! Sağlıklı ve ışıltılı bir cilde doğuştan sahip olsak dahi zamanla bu halini kaybederiz. Onu güzel bir şekilde muhafaza etmek ancak rutin cilt bakımıyla mümkündür. Cilt bakımı ile ilgili her yerde bilgi ve tarifler olsa da bu iş kişisel çabanın dışında, profesyonellik gerektiren bir iştir. Doğru bir cilt bakımı cildin ihtiyacına göre yapılmalıdır. Cildinizdeki sorunların temel sebebi de uzman bir kişi tarafından saptanması gerekir ki yanlış uygulamalarla cilde zarar verilmemiş olur. Medikal Cilt bakımı sağlıklı bir cilt için muhakkak rutin bir şekilde yapılması gerekir. Bu bakım sayesinde; Akne,Cilt kuruluğu, matlığı, yağlı cilt sorunu, Gözenek , Siyah nokta, Sivilce, Ciltteki renk tonu uyumsuzluğu gibi sorunlardan kurtulurken cildinize canlılık ve yenilik katacak bir dizi bakımı da yaptırabilirsiniz. Medikal Cilt bakımını evde değil güzellik merkezi gibi bu konuda eğitim almış uzmanlardan almanız da çok önemlidir...Profesyonel pürüzsüz ve sağlıklı bir cilt için Dermapen yapılması gerekir. Dermapen sayesinde; İnce çizgilerin azalması. Derinin sıkışması ve gerilmesi Akne ve diğer lekelerin azalması ve hatta yok olması Çatlak ve deri gevşemelerinin giderilmesi Ciltteki ince kırışıklıkları giderir. Çok hızlı iyileşme süreci Lazerle soyulmuş cilt de uygulanabilme güvenilirliği Her cilt tipinde ve her bölgede uygulanabilmesi Kolajen dokunun gelişmesinisağlar...http://www.elenoraguzellik.com/guzellik-merkezi-blog.html# Yeni Nesil Buz Başlıklı Lazer Epilasyon da Kampanya Tek Bölge 300 ₺ Kampanyamız 1 Ocak 2020 ile 1 Şubat 2020 Tarihleri Arasında Kayıt Yaptıran Müşterilerimiz için Geçerlidir...http://www.elenoraguzellik.com/guzellik-merkezi-blog.html# Medikal Cilt Bakımında Kampanya 100 ₺. Kampanyamız 1 Ocak 2020 ile 1 Şubat 2020 Tarihleri Arasında Kayıt Yaptıran Müşterilerimiz için Geçerlidir..."*gibi ifadeler ile kampanya ve fiyat bilgilerine yer verildiği;

www.instagram.com ile www.facebook.com adresli sosyal paylaşım sitelerinin 24.03.2021 tarihli görünümünde kuruluşa ait "*elenorakadikoy*" ile *"Elenora Güzellik Merkezi Kadıköy"* kullanıcı isimli sayfalarda yer alan paylaşımlarda örnek olarak; *"...bu kampanya kaçmaz 14 ŞUBATA ÖZEL 4 seans dermapen 1seans cilt bakımı paketi 999 TL ... 14 ŞUBATA ÖZEL iki arkadaş gelene 3 bölge 550 TL Tüm vücut 1700 TL...Güne özel fırsatı kaçırmayın sadece 5 kişi ile sınırlıdır. 12 Aşamalı Medikal Cilt Bakımı 70 TL...Erkek müşterilerimiz için de büyük kampanyalarımız başlamıştır..Lazer Epilasyon sadece kadınlar için değildir...İlk arayan 3 kişiye 3 bölge 500 TL LAZER EPİLASYONDA KAMPANYA!....Lipoliz vücuda enjekte edildiğinde yağ hücrelerinin zarının geçirgenliğini artırır ve parçalanan yağ hücreleri karaciğer tarafından yok edilir. Bu uygulama yöntemi yağ hücrelerinin sayısını azaltır ve sayısal tipte artan yağ hücresi çoğalmamalarında çok etkilidir. Bu nedenle belli bölgelerdeki yağlanma tamamen ortadan kalkar. Bu tedavi yöntemi vücuttaki bölgesel yağ birikimlerini cilt derinizde gevşemeye yol açmadan yok edebilmektedir. Lipliz doğal yollardan yağ yakımını arttırmaktadır. İgneli lipoliz 199₺ Soguk lipoliz 199₺ Bölgesel zayıflamada ve lazer de ay sonuna kadar geçerli olan kampanyalarımızı kaçırmamanız....Kilo problemi sadece bayanlara özler değildir.. Pek çok erkek müşterilerimizin de özellikle göbek ve simit bölgesi ile ilgili yoğun bir yağlanma problemi vardır .. çözüm tabiki mucize cihaz soğuklipoliz..tüm bay bayan müşterilerimizi zayıflama programlarına bekliyoruz...YAZIN en pürüzsüz vücuda sahip olun! BUZ LAZER 3 BÖLGE 750₺ 4 BÖLGE 1000₺ TÜM VÜCUT 2500₺ SİZ HALA BUZ LAZER YAPTIRMADINIZ MI ?...Buz Lazer Epilasyon Kendinizi Şımartın...Günün fırsatı; Sadece bugüne özel 3 bölge nakitte 600₺ Sadece 10 kişi ile sınırlı..."* gibi ifadeler ile kampanya ve fiyat bilgilerine yer verildiği;

tespit edilmiştir.

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

Bu bağlamda, söz konusu tanıtımlar aracılığıyla kuruluşun sağlık alanında faaliyet gösterdiği ve tabip tarafından yapılması gereken ve güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen tıbbi işlemleri uyguladığı yönünde bir algı oluşturduğu; 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 **Elenora Güzellik Estetik İnş. İç ve Dış Tic. Ltd. Şti. (Elenora 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.

**43)**

**Dosya No: 2020/1809**

**Şikayet Edilen: Özel Dentroyal Ağız ve Diş Sağlığı Poliklinik Hiz. Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Kuruluş tarafından kurulan deskte yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 03.02.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Diğer/Desk

**Tespitler:** Kuruluş tarafından 03.02.2020 tarihinde "Sports International" isimli spor salonunda kurulan deskte; *"27 YILLIK TECRÜBE ARTIK MAVİŞEHİR'DE...SPORTS INTERNATIONAL ÜYELERİNE %10 İNDİRİM ARTIK MAVİŞEHİR'DE..."* gibi ifadelere ve kampanya bilgilerine yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

- 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 **Özel Dentroyal Ağız ve Diş Sağlığı Poliklinik Hiz. Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**44)**

**Dosya No: 2020/1815**

**Şikayet Edilen: Dr. Bülent Naci KANEVETÇİ (An Esthetic Clinic)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 22.03.2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinin 22.03.2021 tarihli görünümünde kuruluşa ait "*anesthetic\_clinic*” kullanıcı isimli sayfada yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *"...Fransız Askımızın 40. Günü Öncesi Sonrası...Burun dolgusu estetiği hastalara birçok avantaj sunmaktadır. Birincisi, ameliyat olmak istemeyen ya da ameliyatı düşünen fakat henüz karara varamamış birçok hasta için iyi bir seçenektir. İkincisi, rötuşların gerçekleştirilmesi çok kolaydır, çünkü belirli bir bölgeye az miktarda dolgu eklemek*

*için basit bir enjeksiyon yapılması yeterlidir. Bu özellikleriyle, burun, enjeksiyonlarla arzu edilen sonuç elde edilinceye kadar “şekillendirilebilir”. Ve üçüncü olarak, burun dolgusu cerrahi tekniklere kıyasla çok daha ekonomiktir...Göz altı ışık dolgusu enjeksiyonu, cilt dokularının derinliğindeki hidrasyon seviyesini arttırarak, cilt rengini güzelleştirerek ve esnekliğini, sertliğini ve pürüzsüzlüğünü arttırarak ışığı daha iyi yansıtmasını sağlayan bir tedavi tekniğidir. Göz altı problemleri, genç yaşta bile kişinin olduğundan daha yorgun ve yaşlı görünmesine neden olabilir. Göz altı ışık dolgusu ile göz altı ile yanaklar arasındaki kod farkı giderilebilir...Gençlik aşısı ile zamana karşı koy ! Zamansız gelen zamanlara karşı GENÇLİK AŞISI. Kırışıklıklara elveda...Şu virüs ortamında bağışıklığımızı ozon tedavisi ile arttıralım .Bizi takip etmeyi unutmayın.4 mevsim uygulama yaptığımız Buz başlık Diode lazer epilasyon cihazımız ile bayanlarda olduğu gibi baylarda da harika sonuçlar almaktayız....Yüz Germe. Artık günümüz teknolojisi ile ameliyatsız olarak yapılan yüzde cilt gençleştirme tedavi yöntemleri birçok kişinin ilgisini çekmektedir.."* gibi ifadeler ile hasta öncesi ve sonrası görsellere yer verildiği;

www.facebook.com adresli sosyal paylaşım sitesinin 22.03.2021 tarihli görünümünde kuruluşa ait "*An-Esthetic Klinik*" kullanıcı isimli sayfada yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *"...Yüzümüz zaman içerisinde yer çekimine ve yaşlanmaya engel olamamaya başlar. Zayıflayan bağ dokusu, kolajen ve elastikiyet kaybı nedeniyle yüzümüz kırışır ve yaşımızı ele vermeye hatta olduğumuzdan daha yaşlı görünmeye başlarız. Bu kırışıklıklar bizi yorgun, sinirli ve mutsuz gösterir. Çekme, asma ve düzeltme işlemi ancak sarkmalar üzerinde etkili olur...Yüzün gençleşmesi, işlem sonrasında hemen fark edilir: %90 bütünleşmiş görüntüyü alması 1 haftayı bulur. Eğer eksiklikler varsa haftanın sonunda tamamlanmalıdır. İşlemin tam olarak yüz ile entegre olması 2 - 3 ayı bulmaktadır...Alın, göz çevresi (kaz ayakları), kaş arası, burun yan duvarı, dudak üzerinde ince çizgiler, ağız çevresindeki kırışıklar ve boyun derisindeki kırışıklıklar ve bandlar yüz ve boyundaki mimik kasların kasılması sonucu oluşur. Kaş arası ve burun yan duvardaki çizgiler kızgın yüz ifadesi, göz çevresi ve alındaki çizgiler yaşlı ve yorgun yüz ifadesi ve ağız çevresindeki çizgiler ise üzgün bir yüz ifadesine neden olur. Botoks yüzün bu bölgelerindeki mimik kasları geçiçi olarak kasılmasını bloke ederek yorgun, kızgın ve üzgün yüz ifadesini ortadan kaldırarak kırışıksız, daha genç, daha dinç bir yüz ifadesi elde edilir...Mutlu güzel hastalarımızla birlikte..PRP estetiği ayrıca kollajen üretimini tetiklediği için cilt sorunlarının önlenmesinde önemli bir rol oynamaktadır. Haliyle cildin parlak ve daha genç bir görünüme ulaşmasında son derece etkilidir..SAÇ EKTİRMEYEN KİMSE KALMASIN MAKSİMUM GREFT MAKSİMUM DOĞALLIK %100 SONUÇLAR...Kliniğimize arkadaşlarınızla gelip güzel bi türk Kahvesi içip hatta fal da bakabilirsiniz.BOTOKS; ÇENE BOTOKSU; MİGREN BOTOKSU; TERLEME BOTOKSU!!!!!!!!!! BOTOKS: Estetik işlemlerin temeli gibidir. Herkes biliyor artık, etkisi kişiye göre değişmekle beraber 4-6 ay sürer. En iddialı olduğumuz konu, klinikte en çok yaptığımız estetik prosedürdür. İşlem lokal anestezikli krem sonrası 5 dakikada yapılır..Vee yaz geldi! Peki size daha yaz gelmedi mi ? Plajlarda ki yerlerinizi ne zaman alacaksınız. Fiziğinizede yaz gelmeli.#ücretsiz ön görüşme yaparak vücudunuzun analizini yapıyoruz. Ücreti seans başı alıyoruz 30-45 gün aralıklar ile 6-8 seans öneriyoruz Seanslar bittiğinde istenmeyen tüylerden kurtulmuş oluyorsunuz.#kampanya ‘dan faydalanmak için bize ulaşabilirsiniz...ÇEKİLİŞ JBL TUNE 500 BT KABLOSUZ KULAKLIK YÜKSEK SES KALİTESİ VE MUHTEŞEM TARZI İLE DÜNYA MARKASI OLMUŞ JBL KULAKLIK HEDİYE EDİYORUZ YAPMANIZ GEREKENLER @esmekiletisimantalya sayfasını takip etmek..."* gibi ifadelere, hasta öncesi ve sonrası görsellere ve kampanya bilgilerine yer verildiği;

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu internet sitesinde yer alan ifadelerin 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 çalıştığı kuruluşa ve şahsa yönlendirme yaparak, benzer alanda faaliyet gösteren kuruluşlar ve hekimler 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. Bülent Naci KANEVETÇİ (An Esthetic Clinic)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**45)**

**Dosya No: 2020/4159**

**Şikayet Edilen:** **İstanbul Memorial Sağlık Yatırımları A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.memorial.com.tr/covid19testleri/ adresli internet adresi ile kuruluş hakkında https://www.iha.com.tr/diyarbakir-haberleri/otobuste-yolculuk-yapti-maskeyle-agzi-ve-burnu-yerine-gozlerini-kapatti-2716025/ internet adresinde ve, www.twitter.com ile www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitelerinde kuruluşa ait sayfalarda yapılan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 22.12.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.memorial.com.tr/covid19testleri/ adresli internet adresinin 22.12.2020 tarihli görünümünde örnek olarak; *"...Yurt dışına çıkmayı planlıyorsanız bazı ülkelere giriş için zorunlu olan PCR testlerinizin sonuçlarını en kısa sürede alabilirsiniz....Laboratuvarlarımızda uygulanan Elisa benzeri duyarlı ve özgüllüğü yüksek yöntemlerin PCR ile birlikte kullanılması da doğru tanı şansına katkıda bulunmaktadır....TEKNOLOJİK DONANIM: COVID-19 testlerimiz, merkezlerimizde, hassas ölçüm metotları kullanılarak duyarlı yöntemlerle yapılmaktadır. HASTA BİLGİLERİ GİZLİLİĞİ: Test sonuçlarınız, uzman doktor ve raporlama ekiplerimiz sayesinde, eksiksiz bir biçimde, hasta bilgilerinin gizliliği ve KVKK veri işleme kuralları çerçevesinde sadece tarafınıza teslim edilmektedir. HIZLI SONUÇ: Laboratuvarlarımız, 24 saat kesintisiz hizmet vermekte ve sonuçların hızlı raporlanması sağlanmaktadır. PCR ve antikor testlerinin sonuçları, İstanbul ve Ankara hastanelerimizde 12-24 saat; Antalya, Kayseri ve Diyarbakır hastanelerimizde 24-36 saat içinde teslim edilmektedir.*

*TESCİLLİ STANDARTLAR: Laboratuvarlarımız, COVID-19 testleri için Sağlık Bakanlığı tarafından yetkilendirilmiştir ve Avrupa standartlarına uygunluk (CE) belgesi bulunan Abbott antikor testleri ile hizmet verilmektedir. 7/24 ULAŞILABİLİRLİK: PCR ve antikor testleri için hastanelerimizde 7 gün 24 saat örnek alınabilmektedir... Evde Bakım Hizmetlerimizden yararlanın: Memorial Evde Bakım Hizmetleri kapsamında, evinizde ya da iş yerinizde test için örnek alınabilmektedir.. Sonuçlarınıza kolayca ulaşın: Test sonuçlarınız çıktığında tarafınıza SMS ile bilgilendirme yapılmaktadır. Sonuçlarınız web sitemizdeki e-sonuç sayfamızdan https://esonuc.memorial.com.tr/ online olarak görüntülenebilmektedir....PCR testi, herhangi bir semptomu olmasa bile COVID-19 virüsünü taşıyan kişilerin en erken evrede belirlenmesini sağlamaktadır. Çalışanlarınızın sağlığı ve güvenliği için kurumunuza özel teklifler alabilirsiniz...COVID-19 pandemi sürecinde evde çalışma sistemi uygulayan şirketler arasındaysanız, işe dönüş sürecinde PCR testi yaptırarak, yeni çalışma düzeninize karar verebilirsiniz. Sağlıklı Çalışma Ortamı: Herhangi bir hastalık belirtisi göstermeyen personelinizin PCR testi yaptırmasını sağlayarak diğer çalışanlarınız için güvenli bir çalışma ortamı oluşturabilirsiniz. Müşteri Güveni Sağlamak: Kurum olarak tüm kadrolarınıza PCR testi yaptırarak müşterilerinizin sizinle güvenle çalışabilmesini sağlayabilirsiniz....COVID-19 antikor testleri ile koronavirüsü geçirmiş ya da belirtisiz olarak atlatmış olan çalışanlarınızın bağışıklık durumunuzu öğrenebilirsiniz. Çalışanlarınızın sağlığı ve güvenliği için kurumunuza özel teklifler alabilirsiniz... Çalışanlarınızın Bağışıklık Seviyesini Kontrol Edin: COVID-19 pandemi sürecinde; iş yaşamına güvenli dönüş, sağlıklı bir çalışma ortamı ve müşteri güveni sağlamak için çalışanlarınızın antikor testlerini yaptırabilirsiniz...IgM:Hastalığı geçirmekte olan ve henüz semptomları yeni başlamış kişilerin tespit edilmesini sağlamaktadır. IgG:Hastalığa karşı bağışıklık kazanmış kişileri belirleyerek, daha sağlıklı ve güvenli bir şekilde iş ve sosyal yaşamlarına dönmelerine yardımcı olmaktadır..."* gibi ifadelere yer verildiği,

https://www.iha.com.tr/diyarbakir-haberleri/otobuste-yolculuk-yapti-maskeyle-agzi- ve burnuyerine-gozlerini-kapatti-2716025/ internet adresinin 08.10.2020 tarihli, kuruluş hakkında yapılan tanıtımlarda örnek olarak; *"...Türkiye'de ilk kez, özel bir hastane tarafından başlatılan proje kapsamında evde PCR testi uygulaması Diyarbakır'da da hayata geçirildi. Bu uygulama sayesinde toplumdaki asemptomatik korona virüs pozitif olan bireyler tespit edilerek virüsün yayılmasının önüne geçilmesi hedefleniyor. Türkiye'de ilk kez, özel bir hastane tarafından başlatılan proje kapsamında, evde PCR testi uygulaması Diyarbakır'da da hayata geçirildi. Herhangi bir nedenle hastaneye gidemeyen kişilere bulundukları ortamda test yapma imkanı sağlandı. Test, kişinin evine kutu içerisinde gönderilen bir kit sayesinde pratik bir şekilde gerçekleştirilebilirken kişi, kendisinden ya da test yaptırmak isteyen yakınından sürüntü örneğini alarak laboratuvara gönderdikten sonra sonuçlarını kısa sürede öğrenebiliyor. Test kiti, kutu içerisinde kişinin evine ya da bulunduğu yere kurye ile getiriliyor. Kişi test uygulaması için kendisi ya da test yapılması gereken bir yakınının boğaz ve burnundan, ucu pamuklu çubuk ile sürüntü örneğini alıp kutuya yerleştirerek tekrar kuryeye teslim ediyor. Bu işlemleri yaparken, kutu içerisindeki uygulama kılavuzunda gösterilen adımlardan ve kare kod uygulamasını kullanarak web sitesinden izleyebileceği uygulama videosundan yararlanabiliyor. Kuryeye teslim edilen örnek daha sonra hastaneye götürülüyor. Yapılan laboratuvar incelemesinin ardından test sonucu 1 gün içerisinde akıllı telefonlardaki e-nabız programına yansıtılıyor ve kişi test sonucunu öğrenebiliyor. "Evde PCR testi ile bulaşmaya yol açan bireylerin tespiti artar". Memorial Diyarbakır Hastanesi Kulak Burun Boğaz Bölümü'nden Prof. Dr. Ediz Yorgancılar, evde PCR testi ile asemptomatik bireylerin tespit edilerek toplumdan izolasyonunun sağlanması sayesinde korona virüsün yayılımının önüne geçilebileceğini söyledi. Prof. Dr. Yorgancılar, "PCR testi DNA'yı baz alan hassas bir testtir. PCR testi, kişinin kendinde bu tür semptomları hissetmesi veya yakın temas ettiği kişilerde taşıyıcılık veya vücudunda virüse ait partiküller olup olmadığını öğrenmek için yapılabilir. Virüsün toplumda yayılmasındaki en önemli açığımız, asemptomatik bireylerdir. Bu bireylerin tespitinde ne kadar hassas davranırsak, çevresindeki kişilere bulaştırma potansiyeli olan bireyleri yakalama oranımız o kadar artar. Bu sebeple PCR testi büyük önem taşımaktadır. Kişinin bulunduğu yerde kendi kendine ya da bir yakınına bu testi uygulayabilmesi; özellikle hastaneye gidemeyen, herhangi bir rahatsızlığı ya da ortopedik sorunları nedeniyle hareket kabiliyeti azalmış veya yatağa bağımlı kişiler için de evde test konforu sağlamaktadır. Test, aile içerisinde korona virüs olduğu belirlenen bireyler için de gerekli önlemlerin alınabilmesi açısından önemli olduğu gibi toplumun taranması açısından da yarar sağlamaktadır" dedi..."* gibi ifadelere yer verildiği;

www.twitter.com ile www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitelerinde kuruluşa ait "*memorialsaglik*" adlı sayfaların 24.12.2020 görünümünde örnek olarak; *"...Koronavirüs hastalığı ile genler arasındaki ilişkinin, hastalığın seyrinde önemli rol oynadığı yapılan bilimsel çalışmalar ile belirlendi. Hastalığı kimlerin ağır kimlerin hafif ya da belirtisiz geçireceği, Tip 1 interferon sinyal ağında rol alan ve bilinen diğer genler ile varyasyonlarının incelendiği özel bir genetik test olan “Genetik Yatkınlık Testi” ile anlaşılabilmektedir. Genetik testinizi yaptırın, riskinizi öğrenin, tedbirinizi alın. Detaylı bilgi için 444 7 888 #MemorialYanında #SağlığınıErteleme..."* gibi ifadelere yer verildiği;

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Sağlık Bakanlığınca belirlenen Vaka Takip Algoritması dışında kalan ancak PCR testi yaptırmak zorunda olan sağlıklı kişilerden, yalnızca, yurtdışı seyahati yapacak olanlar ile profesyonel sporcuların müsabakalar öncesi olası şüphe ve taramalarında ve/veya mevzuatla zorunlu tutulan hallerde söz konusu durumların belgelenmesi ve Kamu Sağlık Hizmetleri Fiyat Tarifesinde belirlenen fiyatlar dışında ücret alınmaması ve çalışılan test sonuçlarının Bakanlıkça belirlenen sistem üzerine işlenmesi kaydı ile Sağlık Bakanlığınca ruhsatlandırılmış mikrobiyoloji laboratuvarları ile gerekli şartları sağlayan genetik hastalıklar tanı/değerlendirme merkezleri tarafından çalışılabilmesi öngörülmüş olup bunun dışındaki, Vaka Takip Algoritmasına göre Olası Vaka Tanımına uyan kişilere ait PCR testlerinin ilgili Bakanlıkça https://hsgm.saglik.gov.tr/ internet adresinde yayımlanan yetkilendirilmiş tanı laboratuvarlarında ve herhangi bir test ücreti talep edilmeksizin çalışılması gerekmektedir.

Buna göre, Olası Vaka Tanımına uymayan ve yurtdışı seyahati yapacak olanlar ile profesyonel

sporcuların müsabakalar öncesi olası şüphe ve taramalarında ve/veya mevzuatla zorunlu tutulan

haller dışında ücret karşılığında tarama amaçlı kişilerden numune alınarak Covid-19 PCR testi

çalışılmasına izin veren bir düzenleme bulunmamaktadır.

Yine, Covid-19 PCR testi uygulanması uygun görülen kişilerden alınacak numunelerin bu konuda eğitim almış yetkili sağlık personeli tarafından alınması ve numune almadan önce numune alınacak kişinin kimlik doğrulaması yapılarak bilgilerinin ve test sonucunun eksiksiz bir şekilde Bakanlıkça belirlenen sisteme girilmesi gerekmektedir. Bunun dışında kimlik doğrulaması yapılmadan, ücret karşılığında kişilerin kendilerinin ve/veya başka kişilerin numune almaya yetkili olmadıkları açıktır.

Bu doğrultuda, inceleme konusu internet sitelerinde, öncelikle, COVID-19 salgını döneminde

ön plana çıkan PCR testi ile ilgili yer alan ifadelerin, sadece Sağlık Bakanlığı tarafından yetkilendirilmiş sağlık kuruluşları tarafından belirli durumlar altında sunulabileceği; kuruluş tarafından, bu durumların haricinde de, mezkur test hizmetinin yetkili şekilde sunulduğu ve hatta tüketicilerin kendilerine sağlanan hizmetle, kendileri tarafından da bu testi gerçekleştirebileceği algısının yaratıldığı; bu nedenle, söz konusu tanıtımların halkı yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu; diğer mezkur ifadelerin ise, sağlık alanında çalışan kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı, talep yaratıcı nitelikte olduğu ve kuruluşa yönlendirme yaparak, benzer alanda faaliyet gösteren kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açtığı, bu nedenle, söz konusu tanıtımların bilgilendirme kapsamını aşarak “reklam’’ niteliğinde olduğu 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 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 **İstanbul Memorial Sağlık Yatırımları A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **104,781-TL (Yüzdörtbinyediyüzseksenbir Türk Lirası) idari para ve** **anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**46)**

**Dosya No: 2020/44**

**Atasun Optik Perakende Tic. A.Ş.**’ye olup 2020 yılı Şubat ayında firmaya ait muhtelif mağazaların girişlerinde ve vitrin camlarında bulunan ve 2021 yılında ayrıca kuruluşun üyelerine kısa mesaj aracılığıyla gönderilen "Lenslerde 4 Al 3 Öde Fırsatı!" sloganlı reklamlar ile ilgili olarak firmanın yapmış olduğu savunmada belirtilen hususlara istinaden, Tıbbi Cihaz Satış, Reklam ve Tanıtım Yönetmeliği’ne İlişkin Kılavuz’un 15/15 inci maddesine göre, vitrin camlarının mecra olarak değerlendirilip değerlendirilmeyeceği ve kontakt lenslerin reklamının yapılmasının mevzuata uygun olup olmadığı konusunda Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Kurumundan görüş alınmasının ardından dosyanın yeniden gündeme alınmasına ve dolayısıyla **2020/44** numaralı dosyanın görüşülmesinin **ertelenmesine** karar verilmiştir.

**47)**

**Dosya No: 2020/5252**

**Şikayet Edilen: Universal Göz Merkezi Sağ. İnş. İth. İhr. San. A.Ş. (Özel Üniversal Göz Hastanesi)**

**Şikayet Edilen Reklam:** Kuruluşa ait <http://universalgoz.com/> adresli internet sitesinde ve Elazığ ilinde 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 reklamları.

**Reklam Yayın Tarihi:** 1/4/2021

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

**Tespitler:** - <http://universalgoz.com/> adresli internet sitesinin 01.04.2021 tarihli görünümünde, *"Kişiye Özel Smartsurface Akılı Lazer ve Mercek Teknolojisi ile Miyop ve Astigmat Tedavisi... Excimer Lazer gözün saydam tabakasının şeklini değiştirerek görme kusurlarının giderilmesi işlemidir. Kısa sürede yapılan operasyonlar ile ömür boyu kaliteli görüşe kavuşuyorsunuz... Türkiye'deki en iyi teknolojiye sahip 3 göz merkezinden biriyiz...No Touch Lazer ameliyatları ile ağrı ve acı hissetmeden gözlüklerinizden kurtulabilir ve ertesi gün sosyal hayatınıza dönebilirsiniz...Göz hastalıklarının tüm alanlarında hizmet vermekteyiz. Excimer Lazer ile akıllı mercek takılması, katarakt, şaşılık, gözyaşı kanal tıkanıklığı gibi göz alanında yaşanan her türlü rahatsızlığa karşı tedavi uygulayabilmekteyiz... Dünyanın en gelişmiş göz merkezlerinde hangi cihazlar ile tedavi sunuluyorsa Elazığ'da o hizmeti en son teknolojiyle eksiksiz veriyoruz..." , "Üniversal Göz Hastanesi 8 yaşında... Deneyim ve teknoloji, sürekli yenilenen teknolojisi ve uzman doktorlardan oluşan 4 kişilik deneyimli medikal kadrosu, 40 a yakın çalışanı ve çağdaş yönetim anlayışıyla kısa sürede bölgede yerini almayı başardı... Kalite, Üniversal Göz çalışanlarının yaptığı her işte ve tüm değerlerimizde kalite esastır. Merkezlerimizde kaliteli sağlık hizmeti sunmak en önemli amaçlarımızdan biridir.", "Akıllı lens ile ıslanan gözlüklerden kurtulun!... Astigmatı olan hastalarda torik akıllı lensler ile her mesafede net görüş elde etmek mümkündür."* gibi ifadelere,

- Elazığ İlinde sokaklarda, toplu taşıma araçlarının içerisinde, vb. yerlerde ve hastanenin faaliyet gösterdiği binanın dış cephesine giydirilen reklamlarda ise, *"SmartSurface İle 30 Saniyede Gözlüklerinizden Kurtulun!", " Akıllı Mercekler İle Uzak ve Yakın Gözlüklerinizden Sadece 10 Dakikada Kurtulmak Mümkün... Göz'lüks'süz bir hayata merhaba!", "Excimer Lazer-Akıllı Mercek... Gözlüklerinizden Kurtulun..."* ifadelerine,

yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Sağlık alanında faaliyet gösteren muayenehane, poliklinik, tıp merkezi, ağız ve diş sağlığı merkezi ve özel hastaneler gibi sağlık kuruluşlarının, tabi bulundukları mevzuat gereği, 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 verilemeyeceği ve reklam yapılamayacağı;

Bu hükümler çerçevesinde, sağlık hizmeti veren sağlık kuruluşlarının ve çalışanlarının her ne surette olursa olsun; kuruluşları, kuruluşlarının sundukları hizmet, uyguladıkları tanı ve tedavi yöntemleri ya da kullandıkları her türlü cihaz ve benzeri araçlar ile ilgili kitle iletişim araçları, elektronik ortam, görsel-işitsel araçlar, yazılı materyaller, vb. nitelikteki araçlar ile doğrudan ve dolaylı olarak tüketicilere yönelik reklam yapamayacakları; ancak, temel olarak sağlığı geliştirici ve koruyucu nitelikte, söz konusu sağlık kuruluşunun faaliyet gösterdiği alan ile ilgili sağlık sorunları, bu sorunlardan korunma veya sağlık sorunlarının kişide meydana getirdiği olumsuzlukların şahsi tedbirler aracılığıyla giderilmesi veya azaltılması hakkında bilgiler içeren yazılı veya görsel-işitsel eğitim materyalleri hazırlayabilmelerine izin verildiği;

Bu bağlamda, yapılan incelemeler sonucunda, söz konusu reklamların sağlık alanında izin verilen bilgilendirme ve tanıtım sınırını aştığı, sağlık hizmetlerine talep yarattığı, hastaları ilgili kuruluşa yönlendirdiği ve dolayısıyla "reklam" niteliğinde olduğu değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanun'un 24 üncü 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 Yönetmeliğin29 uncu maddesi,

-Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 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 **Universal Göz Merkezi Sağ. İnş. İth. İhr. San. A.Ş.(Özel Üniversal Göz Hastanesi)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesinekarar verilmiştir.

**48)**

**Dosya No: 2020/5261**

**Şikayet Edilen: Özel Ceramorium Ağız ve Diş Sağlığı Poliklinik Hiz. Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** <https://www.ceramoriumdis.com> adresli internet sitesinde yayımlanan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 24/3/2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra**: İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu internet sitesinin 24.03.2021 tarihli görünümünde, *"Modern kliniğimizle her türlü ağız ve diş sağlığı tedavi hizmetlerini vermekle birlikte hastalarımızın kliniklerimizden sağlıklı ve gülerek çıkmasını hedeflemekteyiz.", "Uzman Kadro... Her biri kendi braşında uzman ekibimizle hizmet etmekteyiz... Online Randevu... Yeni Randevu Sistemimizle Beklemeye Son... Merkezi Ulaşım...Toplu taşıma yakın konumuyla sorunsuz ulaşım... Engelli Çözümü... Engelsiz çözümlerimizle kolayca bize Ulaşabilirsiniz.", "Ceramorium Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği olarak gelişen teknolojiyi ve yenilikleri yakından izlemek, dental sektörde müşteri memnuniyetini amaç edinmek, kaliteli ve hızlı hizmet anlayışı ile ilerleyerek yolumuza devam etmek başlıca misyonumuzdur. Hizmet kalite standartlarımızı belirlerken temel aldığımız en önemli kriter; her hastanın kendine özel sağlık durumunu ön planda tutmaktır. Hastalarımızın sağlık şartlarına göre özel muayenelerle kesin ve net sonuçlar alabileceğimiz tedavi planlamaları yapmaktayız.", "Ücretsiz MuayenePolikliniğimizde verilen tüm hizmetlerimizde muayene ücretsizdir.", "İmplant Fiyatları 2020 Yılına Özel Kampanyalıdır. Açılışımıza özel implant fiyatları 2020 yılına özel kampanyalıdır. Muayene ücretsizdir.", "Kütahya da Diş Sağlığı Alanında Yeni Bir Marka:
Ceramorium Özel Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği", "Ceramorium Özel Diş Sağlığı Polikliniği uzman kadrosu ile Kütahya da diş sağlığı alanında 2019 senesinden beri hizmet vermektedir. Hizmet vermeye başladığımız andan itibaren diş sağlığı alanında kaliteli hizmetlerimiz , dijital teknolojileri kullanan hekimlerimiz, güleryüzlü personelimiz ve kendinizi mutlu hissedeceğinizi düşündüğümüz polikliniğimizde Kütahya’ya diş sağlığı alanında yeni bir soluk getiriyoruz."* gibi ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu internet sitesinde yer alan ve yukarıda belirtilen ifadelerin sağlık alanında izin verilen bilgilendirme ve tanıtım faaliyetleri sınırını aşan, talep yaratıcı nitelikte olduğu ve sağlık alanında faaliyet gösteren kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm yüklediği,

Diğer taraftan, sözü edilen tanıtımlarda, sunulan hizmetler arasında ismi geçen *"çocuk diş hekimliği, ortodonti, çene cerrahisi ve estetik diş hekimliği*" alanlarında uzman diş hekimlerinin anılan kuruluş bünyesinde çalışmadığı, dolayısıyla kuruluşun bu alanlarda hizmet verdiği yönündeki tanıtımlarının da ilgili mevzuata aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Özel Ceramorium Ağız ve Diş Sağlığı Poliklinik Hiz. Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası verilmesine** karar verilmiştir.

**49)**

**Dosya No: 2021/1110**

**Şikayet Edilen: Özel Safa Teşhis ve Tedavi Merkezi İnş. San. ve Tic. A.Ş. (Özel Sada Hastanesi)**

**Şikayet Edilen Reklam:** <https://www.sadahastanesi.com/> internet sitesinde yayımlanan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 22/3/2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <https://www.sadahastanesi.com/> adresli internet sitesinin 22/3/2021 tarihli görünümünde, *"Profesyonel kadromuz ile her zaman yanınızdayız. Sağlığınız bizim için önemli. ... İzmir’e, İzmir’liye olan sevgimiz ile başladı hikayemiz. 2004 yılında Alsancak’ta kurduğumuz İzmir’in ilk Kadın Doğum Dal Merkezi Kordon Klinik, sizlerin güveni ile ilklere imza attı. Anne karnındaki bebeği 4 boyutlu ultrason ile ailesiyle tanıştırdık. Kabımıza sığamadık, 2011 yılında Mavişehir’de açtığımız 6 katlı hizmet binamıza çocuk hastalıkları branşlarını da ekleyerek büyüdük. 2014 yılında ailemize katılan Hayat Hastanesi’nde elde ettiğimiz birikim ve başarılarla sağlık alanında bölgenin referans merkezi olabilmek adına Sada Hastanesi ile büyüyoruz. Yine, Yeni, Yeniden, Sada yanınızda! Yüksek standartlarda sağlık hizmetini halkımızın her kesimine sunmak, tam teşekkülü yapısı ve teknolojik alt yapısıyla dünya standartlarını yakalamak, hizmette güvenilir ve şefkatli yaklaşımıyla hasta memnuniyetini sürekli artırarak geliştirmek hedefiyle Sada Hastanesi yenilenerek yeniden sizlerle. ... Uzun Ömürlü Protez Eklemler ile Hareketlerinizi Modern diz, kalça ve omuz protez ameliyatları ile yaşam kalitenizi yükseltiyoruz...Bel ve Boyun Fıtığında İleri Teknoloji Cihazlar… Laparoskopi ve lazer tekniklerini kullanarak fıtık ameliyatlarını başarıyla gerçekleştiriyoruz."* gibi ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu internet sitesinde yer alan ve yukarıda belirtilen ifadelerin sağlık alanında faaliyet gösteren kuruluşun çalışmalarına ticari bir görünüm yükleyen, hastaları belirli tedavi yöntemlerine yönlendiren, tabipler tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlere yönelik talep yaratan nitelikte olduğu, dolayısıyla söz konusu tanıtımların sağlık kuruluşlarının faaliyetleriyle ilgili olarak sağlık alanında ilgili mevzuatta izin verilen bilgilendirme ve tanıtım sınırlarını aştığı ve "reklam" niteliğinde olduğu;

Diğer taraftan, kuruluşa ait <https://www.sadahastanesi.com/> adresli internet sitesinde 17/3/2020 tarihinde yayımlanan tanıtımların ve “Gastroenteroloji Kliniği” ibareli broşürlerin yürürlükte bulunan mevzuata aykırı olduğu gerekçesiyle, Reklam Kurulu’nun 13/10/2020 tarihli ve 302 sayılı toplantısında, ilgili firma hakkında 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca anılan reklamları durdurma cezasıverildiği dikkate alınarak, söz konusu firma tarafından mevzuata aykırı tanıtımlara devam edildiği değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

- 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 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Özel Safa Teşhis ve Tedavi Merkezi İnş. San. ve Tic. A.Ş. (Özel Sada Hastanesi)** 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.

**50)**

**Dosya No: 2021/1112**

**Şikayet Edilen: Hayriye PARLAK (Medeks Hair Center Saç Ekim Merkezi)**

**Şikayet Edilen Reklam:** <https://www.medekshaircenter.com/> adresli internet sitesinde ve İnstagram isimli sosyal paylaşım sitesinde "medekshaircenter" isimli hesap üzerinden yayımlanan 22/3/2021 tarihli tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 22/3/2021

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

**Tespitler:** <https://www.medekshaircenter.com/> adresli internet sitesinin 22/3/2021 tarihli görünümünde, *"Kesin Sonuç Garantisi, Sabit Fiyat...İstanbul Şişli'de bulunan merkezimizde 13 yıldan fazla süredir hizmet vermekteyiz. Bize Ücretsiz Danışın! Bize telefon, Whatsapp, Facebook ya da iletişim formumuz üzerinden istediğiniz zaman ulaşabilir, sorularınızı yöneltebilirsiniz. Bize fotoğraflarınızı gönderin, size hemen ihtiyacınız olan işleme ilişkin ayrıntılı olarakgeri dönelim! Ekim İşlemi... İşlem öncesi ve sonrası, doktorunuzla saç analiziniz yapılacak. Saç ekimi operasyonunuz, maksimum saç nakli ile doğal bir görünüm sağlamak üzere FUE tekniği ile gerçekleşecek. Tüm gerekli ilaçlar size bizler tarafından sağlanacak...İşlem Sonrası Takip...İşlem sonrası yapmanız gerekenler size ayrıntılı bir şekilde anlatılarak, yazılı olarak da iletilecek. İlerleyen aylarda göndermenizi istediğimiz fotoğraflar ile yakın takip yapılarak, size özel tavsiyelerimizi iletmeye devam edeceğiz. Her türlü sorunuz için bizimle her zaman irtibata geçebilirsiniz!", "Sınırsız kök, tek seans, sabit fiyat..."* gibi tıbbi bir işlem olan saç ekimi yöntemine yönelik talep yaratıcı ifadelerin kullanıldığı, tıbbi işlemlere ilişkin hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ilişkin görüntülere yer verildiği,

- <https://www.instagram.com/p/CMq5nm1HU9x/> uzantılı adreste kuruluşa ait "medekshaircenter" isimli hesap üzerinden yapılan paylaşımlarda, *"Kesin sonuç, sabit fiyat, 2 seans Prp"* gibi ifadeler ile hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ilişkin görüntülere yer verildiği,

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, anılan kuruluşun sağlık alanında hizmet sunmaya yetkisinin bulunmadığı ve ruhsatı da bulunmadığı halde, inceleme konusu internet sitelerinde tabip tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlar yayınlandığı, ayrıca sağlık mevzuatında “saç merkezi” olarak tanımlanan bir sağlık kuruluşu türü bulunmadığı halde, söz konusu tanıtımlarda “Medeks Hair Center” ismiyle tanıtım yapıldığı, 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 tıbbi işlemlerin doktor kontrolünde ve sağlık kuruluşları bünyesinde uygulanması gerektiği;

Diğer taraftan, kuruluşun <https://www.medekshaircenter.com/> adresli internet sitesinde 20/3/2020 tarihinde yayımlanan tanıtımlarının yürürlükte bulunan mevzuata aykırı olduğu gerekçesiyle, Reklam Kurulu’nun 10/11/2020 tarihli ve 303 sayılı toplantısında, ilgili şahıs hakkında 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca anılan reklamları durdurma cezası verildiği dikkate alınarak, söz konusu şahsa ait kuruluş tarafından mevzuata aykırı tanıtımlara devam edildiği 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 29 uncu ve Geçici 5 inci maddeleri,

- 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 **Hayriye PARLAK (Medeks Hair Center Saç Ekim Merkezi)** 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.

**51)**

**Dosya No: 2021/1113**

**Şikayet Edilen: Murat ŞATIR (Bayan-Senorita Güzellik Salonu)**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.senorita.com.tr](http://www.senorita.com.tr) adresli internet sitesinde ve İnstagram isimli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait "senoritaguzellik" isimli hesap üzerinden yayımlanan 22/3/2021 tarihli tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 22/3/2021

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

**Tespitler:** - [www.senorita.com.tr](http://www.senorita.com.tr) adresli internet sitesinin 22/3/2021 tarihli görünümünde, "Dermaroller, dermapen, kavitasyon" gibi güzellik salonlarında uygulanması yasak olan ve tabipler tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara ve bu işlemlerin uygulandığı hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ilişkin görsellere yer verildiği,

- <https://www.instagram.com> adresli internet sitesinin 22/3/2021 tarihli görünümünde "senoritaguzellik" isimli hesap üzerinden yayımlanan tanıtımlarda ise benzer şekilde, *"buz başlıklı epilasyon, lazer epilasyon"* gibi tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara ve çekiliş, kampanya gibi talep yaratıcı uygulamalara 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,

Diğer taraftan, [www.senorita.com.tr](http://www.senorita.com.tr) adresli internet sitesinde ve [www.instagram.com](http://www.instagram.com) adresli sosyal paylaşım sitesinde yayımlanan 11.12.2019 tarihli tanıtımların, yürürlükte bulunan mevzuata aykırı olduğu gerekçesiyle, Reklam Kurulunun 8/12/2020 tarihli ve 304 sayılı toplantısında, ilgili şahıs hakkında 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca anılan reklamları durdurma cezasıverildiği dikkate alınarak, söz konusu şahsa ait kuruluş tarafından mevzuata aykırı tanıtımlara devam edildiği değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

-3359 sayılı Sağlık Hizmetleri Temel Kanunu'nunEk 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 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 **Murat ŞATIR (Bayan-Senorita 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.

**52)**

**Dosya No: 2020/2850**

**Şikayet Edilen: Cosmo Park Güzellik Kozm. Tur. İlt. ve Eğit. Hizm. ve Tic. Ltd. Şti.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 16.03.2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait ‘cosmoparkbeauty’ kullanıcı isimli sayfanın 16.03.2021 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘Lazer Epilasyon, Dermapen, Diyetisyen, Saç Tedavisi, Vitiligo, Dolgu, Lazerle Dövme Silme, Akustik Dalga Tedavisi, Altın İğne, Çatlak Tedavisi, Leke Tedavisi’* gibi tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara ve tıbbi işlemlerin uygulanmasına dair görüntülere; ayrıca, hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere yer verildiği,

Bununla birlikte; inceleme konusu tanıtımlarda; kuruluşun isminin “Cosmopark Beauty” olarak nitelendirildiği tespit edilmiştir.

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

Bununla birlikte, İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğin güzellik salonlarına ilişkin (J)-Güzellik Salonları bölümünün (13.2) alt başlığının (a) alt bendi gereğince, güzellik salonlarında, epilasyon/depilasyon birimlerinde, lazer epilasyon yöntemleri hariç tıbbi cihaz kapsamına girmeyen cihazları kullanarak tıbbi amaçlı olmayan epilasyon ve depilasyon işlemlerinin yapılabileceği açıkça belirtildiği,

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

Bununla beraber; www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait ‘cosmoparkbeauty’ kullanıcı isimli sayfanın 16.03.2021 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘Lazer Epilasyon, Dermapen, Diyetisyen, Saç Tedavisi, Vitiligo, Dolgu, Lazerle Dövme Silme, Akustik Dalga Tedavisi, Altın İğne, Çatlak Tedavisi, Leke Tedavisi’* gibi güzellik salonlarında uygulanması mevzuat gereği yasak olan ve tabip tarafından uygulanması gerektiğinden tanıtımının yapılmasına da izin verilmeyen tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara ve tıbbi işlemlerin uygulanmasına dair görüntülere; ayrıca, hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere yer verildiği,

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

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Cosmo Park Güzellik Kozm. Tur. İlt. ve Eğit. Hizm. ve Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **114.326 TL (Yüzondörtbinüçyüzyirmialtı Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**53)**

**Dosya No: 2020/4420**

**Şikayet Edilen: İmplant Türkiye**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 16.12.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.implantturkiye.com adresli internet sitesinin 16.12.2020 tarihli görünümünde örnek olarak;

- Ana sayfa da; *‘…ömür boyu garantili implant…binlerce mutlu hasta…Türkiye’nin en büyük implant ve estetik diş merkezi…dünyanın en iyi implant markaları, acısız ağrısız konforlu tedaviler, %100 hasta memnuniyeti, ömür boyu garantili, lazer implant çözümleri…’*,

- ‘Hakkımızda’ başlığı altında; *‘…İmplant Türkiye, tüm diş alanlarında hizmet vermektedir. İZmir’de çoğu hastamız bize gelerek bir ömür boyu sürecek aile diş hekimini seçmişlerdir. İmplant Türkiye uzmanlarını yakınlarına, arkadaşlarına ve tanıdıklarına tavsiye ederek ne kadar güvenli ve kaliteli olduğunu kanıtlamıştır. İzmir’de özel diş klinikleri oldukça fazla olduğundan hastalar kime, nereye hangi diş hekiminin profesyonel ve tam teşekkürlü malzemeler kullandığını bilmediğinden diş hekimini seçmekteki kararı zor olmaktadır. Tecrübelerimize ve hastalarımızın bize anlatımlarındaki olumsuzlukları dinlediğimizde uzman bir diş hekiminin ne kadar önemli olduğunu daha da iyi anlamamızı sağlamıştır. İmplant Türkiye hekimleri hastalarına tedaviye başlamadan önce ne gibi aşamalardan geçeceğini ve hangi tedavi metotları uygulayacağının bilgisini verir. Uzmanlarımızın bu hizmet yöntemi, hastalarımızın sağlıklarını huzur içinde bizlere emanet etmelerine imkân sağlamaktadır…Güncel Teknoloji: Eski metotların ve kullanılan teknolojinin ne kadar ağrı verici olduğu bilinmektedir. Artık böyle metotlar çağın çok gerisinde kalmıştır. Bugünün teknoloji imkânlarını kullanan hekimlerimiz birçok diş hastalıklarını ağrısız ve kusursuz yok ederek en zor hastalıkları tedavi ederek sağlıklarına kavuşturmaktadır… Ağrısız diş tedavisi; İmplant Türkiye hekimleri için hastalarının rahatlık ve konforu açısından çok önemli olduğu bilinmektedir. Hastalarımıza hangi tedavi şekli uygulanacağı bilgisini vermenin ne kadar önemli olduğunu biliyoruz. Hekimlerimizin hastalarla konuşarak kişiye özel metotlar uygulayarak hangi malzemelerin kullanılacağı karşılıklı konuşularak sağlanır. İşimizi severek ve istekli yapıyoruz. Hastalarımız merkezimizden çok mutlu ayrılıyorlar. 2 – Her hastaya ayrı yaklaşım; İnsanlar yapı itibarı ile ne kadar benzese de aslında çok farklıdır. Diş yapıları da böyledir. Parmak izi nasılsa diş yapıları da o kadar benzersizdir. Her hastaya özel yaklaşımın ne kadar faydalı ve iyi sonuçlar verdiği kanıtlanmıştır. Protez, estetik çalışmaları, implantlar, ortodonti, vb çalışmalarda bu yöntemin ne kadar önemli olduğu bilinmektedir. Eminiz ki, merkezimizdeki uzmanları seçtiğinizde doğru karar vermiş olacaksınız… İmplant Türkiye Merkezi, hamile kadınlar için aktif gelişim sağlamaktadır. Diş hekimi hamilelik esnasında dişin tedavi özellikleri hakkında ayrıntılı bilgiler verilmektedir. Böyle kritik dönemde, kadının vücudunda meydana gelen değişiklikler için farklı yaklaşımlar, özel ürünler ve özel tedavi teknikleri kullanılmaktadır. Modern dünyada güzel gülümseme ve sağlıklı dişler, imaj yaratmanın önemli bir parçasıdır. Sağlıklı ve güzel dişler; özgüveni, mutluluğu ve pozitif enerjiyi pekiştirir. Diş merkezimizin temel amacı sağlıklı ağız yapısı sağlayarak güzel gülümsemedir. Tüm bunları söylerken demek istediğimiz şu: Çeşitli uygulama ve tedaviler sunan Merkezimiz İmplant Türkiye, size her konuda, en uygun hizmeti verebilmek için geniş hizmet yelpazesi sunmaktadır… İmplant Türkiye – İzmir ve ilçelerinde oldukça popüler bir merkezdir. Her türlü diş ile ilgili problemleri, kusurları ve hastalıkları çözebilir… İmplant Türkiye size her zaman yardımcı olacak ve tedavi ile ilgili tavsiyelerde bulunacaktır. Bunun en büyük kanıtı kliniğimizden çıkan mutlu ve güler yüzlü hastalardır. Havaalanına 25 dakika uzaklıktadır. İlgili, kibar personelimiz ve uzman doktorlarımızla sizleri beklemekteyiz. Kapımız her zaman açıktır…’*,

- ‘Estetik Diş Tedavisi’ başlığı altında; *‘…Tek Seansta Diş Estetiği: Günümüzde diş estetiğinin gelmiş olduğu boyut gerçekten oldukça ileri noktalardadır. Öyle ki, estetik amaçlı gerçekleştirilen diş tedavileri oldukça kısa süreler içerisinde yapılabilmektedir. Diş hekimliği teknolojilerinin gelmiş olduğu bu noktada tüm işlemlerin tek seansta yapılabilmesi mümkündür. Diş estetiği uygulamaları olarak; yaprak (Lamine) porselen uygulaması, tam seramik köprü kaplamalar ve uygulamaları, porselen dolgu gibi diş estetiği tedavi yöntemlerinin hepsi tek seansta tamamlanabilmektedir. İlk olarak hastanın diş ölçüsü alınır ve bunun ardından dijital kamera ile alınan görüntüler 3D olarak bilgisayar ortamına aktarılır. Bu görüntüler doktor ve hasta tarafından görüntülenerek bilgisayar ortamında beraber değerlendirilir. Bu değerlendirmenin sonucunda, yeni diş cihaz tarafından hazırlanır. Yeni dişin hazırlanması özel porselen blokların kazınarak hazırlanması şeklindedir. Tüm bu olanaklar sayesinde, günlerce prova ya da işlem süreci yaşamadan, hatta herhangi bir hassasiyet sorunu ile karşılaşmadan bir günde diş estetiğinizi tamamlayabilir ve dilediğiniz gülüşe aynı gün içerisinde kavuşabilirsiniz…tüm etkenleri etkili bir şekilde dişlerin yapısından uzaklaştırır…Bazı söylemlerin aksine diş beyazlatmanın dişlere hiçbir zararı yoktur…’,*

- ‘Zirkonyum Diş Tedavisi’ başlığı altında; *‘…Zirkonyum diş tedavisi ön dişleri oldukça doğal gösterir…zirkonyum tedavisi ile dişler gayet doğal görünür…Zirkonyum Dişlerin Avantajı: Diş eti çekilmelerinde ve diş eti hastalıkları sırasında gözlemlenen morluklar zirkonyum tedavisinde görülmez. Alerjik reaksiyonlara neden olmaz. Hastada herhangi bir yan etki göstermez. Isı yalıtıcı sayesinde dişlerde soğuk ve sıcak algısının oluşmasını engeller. Vücut ve ağız dokusu ile birlikte uyum içerisindedir. Işık geçirme özelliğinden dolayı doğal dişlere yakın bir görünüm oluşturur. Zirkonyum dişlerin çiğneme özellikleri de kuvvetlidir. Arka dişler de rahatlıkla kullanılır. Her renk de dişe uygulanır. Ekstra bir bakım gerektirmez. Zirkonyum dişin alt maddesi metal olsa da ağızda metal tadı vermez…hastaların işlemleri kısa sürede tamamlanır…’* ifadeleri ile hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülerine,

- ‘Porselen Kaplama’ başlığı altında; *‘…Hastaların her bir dişi için kişisel olarak tasarlanan üretilen porselen dişler en doğal görünümü elde eder. Dişlerin natürel görünüm ve aynı renkte olması için kullanılan porselen gülüşler de kendini daha iyi gösterir…Oldukça hassas bir yapıştırma gerektirdiği için porselen diş kaplamaları diğer kaplamalara göre daha maliyetlidir. Diş üzerinde oluşan kırıklar porselen diş tedavisi ile daha doğal bir görünüme kavuşturur. Dişlerin aralıklı olması tedavisin de başarılı bir şekilde uygulanır. Uygulanan porselen diş kullanışlı ve estetik görünüm elde eder…Porselen diş uygulaması bonding uygulama kadar başarılıdır. Daha uzun süre dayanılması ve parlak olması nedeniyle bonding uygulamasına göre daha estetik bir görüntü sağlar. Fiyat anlamında kompozit bonding daha uygun olduğu için hastalar bunu tercih eder. Dişlerin eğri olması ve açılarının bozuk olması porselen diş ile kısa sürede giderilecek bir sorundur. Ön diş bölgeler de ortaya çıkan ve estetik kaygı uyandıran çapraşıklık sadece ortodonti tedavisi ile çözülür…daha estetik bir görünüm oluşturur…’*,

- ‘Diş Teli Tedavisi’ başlığı altında; *‘…Özellikle sosyal ortamlar da sıkıntılı olan çarpık dişlerin tedavisi mümkündür…diş bozuklukları kısa süre tedavi edilmelidir…daha kolay ortodontik sorunlar, hastaların rahatlıkla takıp çıkartacağı lastik aparatlar kullanılarak çözümlenir…Doktorun vereceği bilgiye göre dişler ufak bir müdahale sonucunda da düzeltilebiliyor. İyileşme süreçleri çok genç hastalar da daha kısa olabiliyor…Biraz sabırlı olarak kısa sürede istediğiniz sonuca da ulaşabilirsiniz…’*,

- ‘Diş Dolgusu’ başlığı altında; *‘…Amalgam dolgu diğer dolgulara göre daha güçlüdür. Çiğneme kuvvetine de dayanıklıdır. Diğer dolgu çeşitlerine göre daha uygundur…estetik açısından bakıldığı zaman en sık tercih edilenler arasında gelir. Dişler de renginde ve yapısında bozulmalar meydana geldiği zaman kompozit dolgu bu anlamda oldukça etki eder…Kompozit dolgu herhangi bir hazırlık gerekmeden tek seans da yapılır. Kullanım süresi ise 10 yıla kadar değişmektedir. Direkt olarak dişle bütünleştiği için daha sağlam olur. Dolgu dışarıda sertleştiği için seramik gibi dayanıklıdır. Ancak amalgam dolguya göre daha pahalıdır…20 yıla kadar kullanılır. Diğer dolgulara göre daha pahalıdır. Altın paslanmaz ve çiğneme kuvvetine dayanacak kadar da dayanıklıdır…Lekelenmeye karşı oldukça güçlüdür…Dolgu sonrası dişleriniz eski doğallığına kavuşur…’*,

- ‘Blog’ başlığı altında; *‘…İmplant uygulamasının yapılmasının en büyük avantajı implant proteze sahip olmaktadır. Yani hastalar kaybetmiş oldukları dişlerin yerine hemen hemen aynı özellikte olan sabit dişlere sahip olunmaktadır… Kaybedilen dişler yerine yapılan doğru bir uygulama çoğu zaman kendi dişlerinizden daha iyi sonuçlar verebilir. Uzun yıllar implant dişlerin kullanımı mümkün olabilir. Ancak bunların sağlanması için implant uygulamasının uygun koşullarda yapılması gerekir. Hastalar bunlara kendi dişleri gibi bakım yapabilmekte ve sorunsuz şekilde kullanabilmektedir… Kemik erimesi azalacak ve sonra da tamamen duracaktır. Bu yüzden kemiğin korunması hastanın implant sayesine elde ettiği önemli bir avantajdır… Yani başarılı bir implant uygulaması…’* gibi ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**54)**

**Dosya No: 2020/4587**

**Şikayet Edilen: Bahar TORLAK**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 20.12.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.doktortakvimi.com adresli internet sitesinde şahsa ait sayfanın 20.12.2020 tarihli görünümünde yer alan tanıtımlarda örnek olarak; *‘Aile Terapisi, Bireysel Terapi, Bilişsel Davranışçı Terapi, Yetişkin Terapisi’* gibi yetki alanı dışındaki uygulamalarda hizmet verildiği belirtilerek, *‘Depresyon, Anksiyete, Obsesif Kompulsif Bozukluk, Panik Atak, Davranış Bozuklukları’* gibi psikiyatri ve klinik psikoloji alanına giren konularda tedavi yapıldığı izleniminin oluşturulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler neticesinde; psikologların İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmelik kapsamında sağlık beyanı dışında olmak kaydıyla, tanı ve tedaviye yönelik işlem yapılmayan kuruluşlarda, psikolog unvanını kullanarak çalışabileceklerinin düzenlendiği,

Yine, Sağlık Meslek Mensupları ile Sağlık Hizmetlerinde Çalışan Diğer Meslek Mensuplarının İş ve Görev Tanımlarına Dair Yönetmelik kapsamında, “psikolog” olan meslek mensuplarının görev alanları tanımlanarak, psikiyatri uzmanı ve/veya klinik psikolog gözetimi olmaksızın hizmet verebilecekleri alanların belirtildiği,

Bu bağlamda; inceleme konusu tanıtımlarda yetki alanında bulunmayan konularda hizmet verildiği belirtilerek tarafça tedavi yapıldığı yönünde izlenim oluşturulmasının benzer alanda faaliyet gösteren meslektaşları açısından haksız rekabete yol açtığı, tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

- Sağlık Meslek Mensupları ile Sağlık Hizmetlerinde Çalışan Diğer Meslek Mensuplarının İş ve Görev Tanımlarına Dair Yönetmeliğin 5/c ve Ek 2-Psikolog maddeleri,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/1-b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 7/5-c, 26, 29 ve 32 nci maddeleri ile ‘Haksız Ticari Uygulama Olarak Kabul Edilen Örnek Uygulamalar’ başlıklı Yönetmelik ekinin A-8 maddesi,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Bahar TORLAK** 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.

**55)**

**Dosya No: 2020/4592**

**Şikayet Edilen: Ömer BÜYÜKDURNA**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 20.12.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.doktortakvimi.com adresli internet sitesinde şahsa ait sayfanın 20.12.2020 tarihli görünümünde yer alan tanıtımlarda örnek olarak; *‘Evlilik Terapisi, Cinsel Terapi, Bilişsel Davranışçı Terapi, Çift Terapisi’* gibi yetki alanı dışındaki uygulamalarda hizmet verildiği belirtilerek, *‘Depresyon, Anksiyete, Obsesif Kompulsif Bozukluk, Panik Atak’* gibi psikiyatri ve klinik psikoloji alanına giren konularda tedavi yapıldığı izleniminin oluşturulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Bilindiği gibi; Sağlık Meslek Mensupları ile Sağlık Hizmetlerinde Çalışan Diğer Meslek Mensuplarının İş ve Görev Tanımlarına Dair Yönetmelik kapsamında, “klinik psikolog” ve “psikolog” olan meslek mensuplarının görev alanlarının tanımlandığı,

Yine anılan Yönetmeliğin “Sağlık Meslek Mensuplarının İş ve Görev Tanımları” başlıklı ek listesinde; “*Klinik psikolog; a)Uluslararası Hastalık Sınıflandırma (ICD – 10) listesinde F00 ile F99 kodları arasında yer alan hastalıklarda ilgili uzman tabibin teşhisine ve tedavi için yönlendirmesine bağlı olarak, hastalara eğitimini aldığıterapive psikolojik destek hizmetlerini verir…”* maddesi yer almakta olup, anılan kodlar arasında çeşitli fobiler, kaygı (anksiyete) gibi hastalıkların da yer aldığı dolayısıyla anılan hastalıkların tedavisinin ilgili alanda uzman tabiplerin yönlendirmesiyle klinik psikologlarca yapılması gerektiğinin belirtildiği,

Bu bağlamda; şahsın *“Psikolojik Danışmanlık ve Rehberlik”* bölümünde lisans eğitimi aldığı; ancak, *“Klinik Psikolog”* olarak hizmet sunabilmesi için herhangi bir eğitim almadığı; dolayısıyla, şahsın incelemeye konu internet sitesinde, klinik psikologların görev alanına giren hususlardahasta tedavi ettiği yönünde bir izlenim oluşturmasının ilgili mevzuata aykırılık teşkil ettiği ve benzer alanda faaliyet gösteren meslektaşları açısından haksız rekabete yol açtığı; dolayısıyla,söz konusu tanıtımların tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/1-b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 7/5-c, 26, 29 ve 32 nci maddeleri ile ‘Haksız Ticari Uygulama Olarak Kabul Edilen Örnek Uygulamalar’ başlıklı Yönetmelik ekinin A-8 maddesi,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Ömer BÜYÜKDURNA** 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.

**56)**

**Dosya No: 2021/160**

**Şikayet Edilen: Vitruvius Sağlık Hizmetleri Limited Şirketi (Hüseyin Şimşek)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 30.03.2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde şahsa ait ‘opdrhuseyinsimsek’ kullanıcı isimli sayfanın 30.03.2021 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘…1 yıl önce başka bir merkezde üst kapak blefaroplasti ameliyatı olan hastamıza, yeniden alt ve üst kapak blefaroplasti yaptık. Hastanın 3 .ay kontrolü , değişim inanılmaz…Yüksek hipermetrop astigmat nedeniyle lazer olmak isteyen hastamız lazer uygun olmadığı için iki göz trifokal ( akıllı mercek ) ameliyatı sonrası 1. Ay kontrolü . Hasta mutlu doktor mutlu…Üzgün ,yorgun ve olduğundan daha yaşlı bir ifadenin ,üst kapak blefaroplasti ameliyatının 3. ayında canlı, genç ve özgüvenli bir hale dönüşmesi…İspanya dan uzaklardan gelen alt üst kapak blefaroplasti yaptığımız hastamız 1 ay fotoğraflarını bizimle paylaştı. Kapak operasyonlarında 3 ayda yüzde 90 6 ayda tam olarak formuna kavuşur. Kesi izi kesinlikle belli olmaz Doğru planlanmış ve yapılmış kapak ameliyatıyla zamanı geriye sarmak mümkün…Erkeklerde üst kapak blefaroplasti özellik arzeder üst kapak kıvrımı daha düşük ayarlanmalıdır yoksa kadınsı (feminen ) bir görüntü oluşur. Kaş düşüklüğü de mutlaka düzeltilmelidir. Hastamıza üst kapak blefaroplasti ile beraber kaş düşüklüğü de düzeltildi. Birinci ay sonunda çok daha genç ve mutlu bir görüntü elde edince alt kapakları da planlamaya aldık…Gözünüz lazere uygunmu? 10 dakika süren işlemle gözlüklerden kurtulabilirsiniz…Yuksek derecede myopastigmatı olan hastamıza Non tauch lazer sonrası yüzde yüz tam bir görme hasta mutlu doktor mutlu…Üst kapakta kapak kıvrımı asimetrik ve alt kapakta yağ fıtıklaşmaları olan hastamıza ; üst kapak blefaroplasti . Alt kapak blefaroplasti ve medial kantoplasti ameliyatının 10.günü sütürleri aldık. Hala şişlik ve ödem olmasına rağmen hastamızı mutlu eden bir sonuç elde ettik . Hastamız artık gönül rahatlığı ile makyaj yapabilecek. Önümüzdeki 3 ay içinde çok daha iyi bir sonuç olacaktır. Kapak ameliyatlarında 3. Ayda yüzde 90 6. Ayda tam olarak doğal sonuç elde edilir…Üst kapak torbası artık kirpiklere temas eden hastamız, göz üstünde ağırlıktan dolayı devamlı kaşını kaldırarak gözünü açma ihtiyacı hissediyordu. Hastamıza üst kapak blefaroplasti ve aynı kesiden ( hastanın istediği doğrultusunda ) minimal çekik badem göz ameliyatı yaptık. Ameliyattan sonra 7 . gün sütürlerini aldık . 3 haftada geçecek hafif ödem ve kızarıklıkları olduğu halde, " artık makyaj yapabileceğim " diyen hastamızı mutlu bir şekilde almanyaya uğurladık…Erkeklerde kapak estetiği özellik arzeder . Üst kapak kıvrımı çok yukardan olursa feminen (kadınsı) bir görüntü olabailir. 6 ay önce alt üst kapak blefaroplasti ameliyatı yaptığımız hastamız oldukça genç , fit görüntüsü bizi mutlu etti…cross-linking ile keratokonus hastalığını durdurun…Göz kuruluğunda yeni bir tedavi yöntemi olan IPL ile yüzde 80 kuruluk şikayetlerin de azalmayla beraber , yüzde kollajen yapımının artışına bağlı sıkılaşma ve canlanma gözükmektedir. Ağrısız bir işlemdir İşlemden sonra günlük işlerinize devam edebilirsiniz Birer ay arayla 4 seans sonrası sene de bir kez uygulama ile yüz güldürücü sonuçlar elde etmekteyiz…Neden Blefaroplasti (Kapak Estetiği ) Ameliyatı Olmalıyım? Lokal anestezi ile kolay yapılan bir ameliyattır Doğru ellerde yapılan ameliyatta zamanın sizden çaldığını geri alırsınız ( yaşlanmayın , yaş alın) Genç ve enerjik bir bakış kazanırsınız Kendinize olan güven artar ; buda kendinizi iyi ve mutlu hissetmenizi sağlar…Akıllı Mercek İle Hayatınızı Kolaylaştırın! Akıllı Mercek (Tri-Fokal) uygulaması, uzak, yakın ve orta mesafelerde net görüşü sağlayan bir tedavi yöntemidir. Akıllı Mercek uygulamasından sonra çok daha keyifli kitap/gazete okuyacak, cep telefonu ve tablette istediğiniz kadar vakit geçirebilecek, yolda net bir görüş ile aracınızı kullanabilecek ve uzaktaki nesne ya da insanları çok rahat seçebileceksiniz. Hayatınızı kolaylaştırmak için biz buradayız…akıllı mercek uzak yakın ve orta mesafede ömür boyu net görüş…gözünüze uygun lazer yöntem ile gözlük ve kontakt lenslerinizden kurtulun…20 yaşını doldurduysanız Gözlük numaranız son bir yıldır değişmedi ise Korneanız uygun ise Gözlük takmak istemiyorsanız examer lazer sizin için iyi bir seçenek olabilir…lazer yöntem ile miyopi, hipermetrop ve astigmat şikayetlerinizden kurtulabilirsiniz…İspanya dan uzaklardan gelen alt üst kapak blefaroplasti yaptığımız hastamız 1 ay fotoğraflarını bizimle paylaştı. Kapak operasyonlarında 3 ayda yüzde 90 6 ayda tam olarak formuna kavuşur. Kesi izi kesinlikle belli olmaz Doğru planlanmış ve yapılmış kapak ameliyatıyla zamanı geriye sarmak mümkün…’* gibi ifadeler ile tıbbi işlemlerin uygulanmasına dair görüntülere; ayrıca, hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere; bununla birlikte, *‘…Allah başarılarını daim etsin. İyi ki varsın…Ellerinize sağlık Hüseyin bey çok teşekkür ediyorum…’* gibi ifadeler ile övücü nitelikteki yorumlara 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,

- 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 **Vitruvius Sağlık Hizmetleri Limited Şirketi (Hüseyin Şimşek)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**57)**

**Dosya No:** **2021/359**

**Şikayet Edilen: Ezgi Sert Estetik ve Güzellik Merkezi – Ezgi SERT**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Ezgi Sert Güzellik Estetik ve Güzellik Merkezi” isimli işyerine ait tabelada yer alan tanıtımlar

 **Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Tabela

**Tespitler:** “Ezgi Sert Güzellik Estetik ve Güzellik Merkezi” isimli işyerine ait tabelada sunulan hizmetler arasında *“Selülit tedavisi, akne tedavisi, leke tedavisi, dermapen, nd; yağ lazer(karbon peeling lazer), dövme silme”* gibi ifadelerle doktor kontrolünde uygulanması gereken ve güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara yer verildiği,

Kuruluşun “Ezgi Sert Güzellik Estetik ve Güzellik Merkezi”olarak isimlendirildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Bayraklı Belediyesi Ruhsat ve Denetim Müdürlüğü’nün 04.03.2020 tarihli tespit tutanağında yer aldığı üzere şahsa ait “Ezgi Sert Güzellik Estetik ve Güzellik Merkezi” isimli işyerine ait tabelada sunulan hizmetler arasında *“Selülit tedavisi, akne tedavisi, leke tedavisi, dermapen, nd; yağ lazer(karbon peeling lazer), dövme silme”* gibi ifadelerle doktor kontrolünde uygulanması gereken ve güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara yer verildiği,

Kuruluşun “Ezgi Sert Güzellik Estetik ve Güzellik Merkezi”olarak isimlendirildiği, ancak ilgili mevzuatta bu şekilde tanımlanan bir kuruluş türünün bulunmadığı, kuruluş şayet bir “sağlık kuruluşu” olarak faaliyet göstermekte ise, bu isimle tanıtım yapmasının ilgili mevzuata aykırı olduğu; diğer taraftan, şayet kuruluş bir “güzellik salonu” olarak faaliyet göstermekte ise bu durumda da, söz konusu tanıtımlarda kuruluşun türünün açıkça belirtilmemesi sebebiyle tüketicilerin yanıltıldığı, tespit edilmiştir.

Nitekim 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 Yönetmelik Ek-1’in “J-Güzellik Salonları” başlıklı bölümünde, "16.1-Güzellik salonlarının tanıtıcı reklam, tabela ve basılı belgelerinde güzellik merkezini çağrıştıracak ifadeler kullanılamaz ve açıkça 'güzellik salonu' ifadesi kullanılır." hükmü ile güzellik salonlarının her türlü mecrada yayınlanacak olan tanıtımlarında kuruluşlarının isimlerini açıkça "salon" olarak belirtmesi gerektiği hükme bağlanmıştır.

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 yapılabileceği açıkça belirtildiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**58)**

**Dosya No:** **2021/853**

**Şikayet Edilen: Murat KIYAN - Lookes By Esra Yurdusev Güzellik Salonu**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: https://lookesnisantasi.com/ adresli internet sitesinin 09.03.2021 tarihli görünümlerinde; “*ALIN DOLGUSU… Yaş alma beraberinde pek çok deformasyonu da getiren bir süreçtir. Özellikle yüz bölgesinde yaş alma ile birlikte birçok değişim meydana gelir. Yüz bölgesinin vücudun diğer bölgelerine göre daha hızlı deformasyona uğraması da maalesef maruz kalınan deformasyonların üzerine adeta tuz biber olur. Yüz bölgesi, pek çok cilt katmanından, kas sisteminden ve yağ yastıkçıklarından oluşur. Zamanla, cildimiz yaş aldıkça bu katmanlarda bozulmalar yaşanır ve cilt hızlıca kırışır hatta lokal olarak ciltte çöküntüler meydana gelir. Bu çöküntü ve kırışıklıklarla en çok karşılaştığımız bölgelerden biri olan alın bölgesi, yapılacak küçük bir müdahale ile eskisinden bile çok daha genç ve dinamik bir görünüme kavuşturulabilir. Alın dolgusu işlemi, klinik ortamda rahatlıkla yapılabilen ve ortalama 25 dakika süren bir ameliyatsız estetik işlemidir. Anestetik kremler sayesinde neredeyse ağrısız ve acısız diyebileceğimiz alın dolgusu işleminde amaç; alın bölgesinde yaşlanma veya travmalara bağlı oluşmuş çöküklükleri ve zamanla derinleşerek yer etmiş mimik kırışıklıklarını geride bırakmak ve genç bir görünüm sağlamaktır. Alın dolgusu işlemi oldukça konforlu bir işlemdir ve diğer botoks ve dolgu gibi ameliyatsız estetik uygulamalarla rahatlıkla kombine şekilde yapılabilir. Uygulama, sosyal hayatınızı hiçbir şekilde kesintiye uğratmaz. Alın dolgusu işleminde hyaluronik asit bazlı güvenilir dolgular kullanılmaktadır. Bu nedenle herhangi bir iyileşme süresi olmadığı gibi aynı zaman bilinen ağır bir yan etkisi de bulunmamaktadır. Bir öğle arası zamanda dahi yaptırabileceğiniz alın dolgusu uygulaması ile siz de yüzünüzde bütünsel güzelliğe ulaşabilir, yaş almanın getirdi deformasyonları geride bırakarak genç ve dinamik bir görünüme kavuşabilirsiniz. Alın dolgusu uygulaması ile ilgili detaylı bilgi ve randevu için merkezimiz her zaman ulaşabilir; uzmanlarımızdan bilgi alarak siz de randevunuzu oluşturabilirsiniz. Merkezimiz bu uygulama ile ilgili danışmanlık hizmeti vermektedir. BOTOKS… Kadın erkek fark etmeksizin kuşkusuz ki güzel yaş almak, her daim genç ve iyi görünmek hepimizin hayali. Yaş almaya bağlı olarak düşen cilt kalitemiz nedeni ile yaşımızı ele veren yerlerin başında gelen yüz bölgesi, her ne kadar çabuk deforme olmaya meyilli olsa da aynı oranda küçük müdahalelerle de iyi görünüme konforlu şekilde kavuşabileceğimiz yerlerin başında gelir. Yaş almanın yüz bölgesinde getirdiği deformasyonların başında kaz ayağı dediğimiz göz çevresinde birbirine paralel şekilde oluşan ince kırışıklıklar gelir. Göz çevresine ek olarak alın bölgesinde de kızgınlık kırışıklığı dediğimiz kaş arasında dikey ve alın bölgesinde birbirine paralel yatay kırışıklıklar ortaya çıkar. Yüz bölgesinde zamanla oluşan bu kırışıklıklara mimik kırışıklıkları denmektedir. Peki bu ne anlama geliyor? Mimik kırışıklıkları, yüz bölgesinde tekrarlayan kas hareketleri sonucu ortaya çıkan kırışıklıklardır. Güldüğümüzde gözlerimiz kısıldığı için göz çevresi, kızdığımızda kaşlarımızı çattığımız için kaş arası, şaşırdığımızda/sinirlendiğimizde kaşlarımız kalktığı için alın bölgesinde kendini gösteren bu kırışıklıklar, zamanla cildimizin kalitesi düştüğü için ciltte yer edinmeye ve müdahale edilmediği takdirde de giderek derinleşmeye daha da belirginleşmeye başlarlar. Konforlu ve güvenilir bir botoks uygulaması ile ortalama 15 dakikada bu kırışıklıklara ayrı ayrı müdahale edilebilmektedir. Herhangi bir iyileşme süresi gerektirmemesi sayesinde bir öğle arasında dahi rahatlıkla yaptırabileceğiniz botoks uygulaması sonrasında sosyal hayatınıza rahatlıkla devam edebilirsiniz. Enjeksiyon yolu ile yapılan botoks uygulaması, işlemden birkaç gün sonra tam anlamıyla kendini gösterir ve kalıcılık süresi ortalama 4 ila 6 ay arasında değişiklik gösterir. Düzenli yaptırılan botoks uygulamalarında bu sürenin uzadığı bilinmektedir. Cilt yüzeyinde kendini gösteren mimik kırışıklıklarının yanı sıra söz konusu aşırı terleme olduğunda da botoks uygulamasından fazlasıyla yararlanmaktayız. Terleme bir problem olmamakla birlikte aşırı terleme bir sorundur. Kişinin sosyal hayatını, özel hayatını, partneri olan ilişkisini etkiler. Bu olumsuz etkiler sonucunda kişi, kendini izole etmeye meyilli hale gelir ve öz güven problemleri yaşamaya başlar. Bu nedenle sağlığın yanı sıra aşırı terlemenin sosyal bir sorun olduğunu söyleyebiliriz. Koltuk altı, el ve ayak tabanına yapılacak ve aynı gün sosyal hayatınıza rahatlıkla dönebileceğiniz bir botoks uygulaması ile aşırı terleme problemini geride bırakmanız mümkündür. Tüm botoks uygulamalarında olduğu gibi ortalama 4 ila 6 ay kalıcılığı olan botoks ile aşırı terleme tedavisi sonrası, kıyafetlerinizdeki sarı lekelerden ve aşırı terlemenin yarattığı rahatsız edici ıslaklıktan kurtulabilirsiniz. Botoks ile aşırı terleme tedavisinde, botoks uygulaması eğer düzenli şekilde yaptırılırsa tıpkı kırışıklık tedavisinde olduğu gibi kalıcılık süresi artmaktadır. Merkezimiz bu uygulama ile ilgili danışmanlık hizmeti vermektedir..*. *DUDAK DOLGUSU… Yüz ile uyumlu, kendi içerisinde altın orana sahip dolgun ve doğal görünümlü dudaklar… Hayalini kurması bile güzelken bir de insan, sahip olduğunu düşününce ister istemez yüzünde bir gülümseme beliriyor. Dolgun dudaklar yıllar boyu özellikle kadınların hayalini süsleyen görünümlerin başında gelir. Öyle ya bir dönemin dudakları daha dolgun gösteren dudak konturleri, taşırarak sürülen rujlar, çeşitli anestetik özellik gösteren ürünlerle kısa süreliğine elde edilen şiş dudaklar… Günümüz medikal estetik gelişimi sayesinde artık bu yukarıda saydığımız yöntemlere gerek kalmadan siz de dolgun dudaklara sahip olabilirsiniz! Üstelik bu kadar zahmete girmeden ve doğallıktan ödün vermeden! Hyaluronik asit bazlı dolgularla rahatlıkla yapılabilen dudak dolgusu işlemi, klinik ortamda birkaç dakikada yaptırabileceğiniz basit ancak uzmanlık gerektiren bir işlemdir. Bir öğle arasında dahi yaptırabileceğiniz dudak dolgusu işlemi, ortalama 12 ila 18 arasında kalıcılık göstermektedir. Dudak dolgusu işleminin bilinen bir yan etkisi olmamakla birlikte uygulamayı takriben ilk 24 saat danışanlarımızın çok sıcak içecekler tüketmemesi önemlidir. Bu, dudaklarda olası bir topaklanmanın önüne geçmek içindir. İlk 24 saatten sonra kişi, her zamanki yeme/içme rutinine dönebilir. Dudak dolgusu işlemi, yüz güldüren sonuçlar alınan oldukça pratik ve konforlu bir uygulamadır. İşlemden hemen önce dudaklara uygulanan anestetik kremler sayesinde neredeyse acısız bir uygulama olan dudak dolgusu işlemi, diğer dolgu ve botoks işlemleri ile kombine şekilde yapılabilmektedir. Hyaluronik asit bazlı dolgular sayesinde doğal görünümden ödün vermeden siz de yüzünüz ile uyumlu dolgun dudaklara kavuşabilir; makyaj hilelerini ve sadece anlık çözüm sunan günün sonunda dudakların yine ince görünümüne dönmesine neden olan yöntemleri geride bırakabilirsiniz. Unutmayın! Dudak dolgusu, yaş almaya bağlı olarak zamanla volümünü yitiren dudaklar için ideal ve etkin yöntemlerin başında gelmektedir. Merkezimiz bu uygulama ile ilgili danışmanlık hizmeti vermektedir...”* ifadelerine yer verildiğitespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** https://lookesnisantasi.com/ adresli internet sitesinin 09.03.2021 tarihli görünümlerinde;

-“ *ALIN DOLGUSU… Yaş alma beraberinde pek çok deformasyonu da getiren bir süreçtir. Özellikle yüz bölgesinde yaş alma ile birlikte birçok değişim meydana gelir. Yüz bölgesinin vücudun diğer bölgelerine göre daha hızlı deformasyona uğraması da maalesef maruz kalınan deformasyonların üzerine adeta tuz biber olur. Yüz bölgesi, pek çok cilt katmanından, kas sisteminden ve yağ yastıkçıklarından oluşur. Zamanla, cildimiz yaş aldıkça bu katmanlarda bozulmalar yaşanır ve cilt hızlıca kırışır hatta lokal olarak ciltte çöküntüler meydana gelir. Bu çöküntü ve kırışıklıklarla en çok karşılaştığımız bölgelerden biri olan alın bölgesi, yapılacak küçük bir müdahale ile eskisinden bile çok daha genç ve dinamik bir görünüme kavuşturulabilir. Alın dolgusu işlemi, klinik ortamda rahatlıkla yapılabilen ve ortalama 25 dakika süren bir ameliyatsız estetik işlemidir. Anestetik kremler sayesinde neredeyse ağrısız ve acısız diyebileceğimiz alın dolgusu işleminde amaç; alın bölgesinde yaşlanma veya travmalara bağlı oluşmuş çöküklükleri ve zamanla derinleşerek yer etmiş mimik kırışıklıklarını geride bırakmak ve genç bir görünüm sağlamaktır. Alın dolgusu işlemi oldukça konforlu bir işlemdir ve diğer botoks ve dolgu gibi ameliyatsız estetik uygulamalarla rahatlıkla kombine şekilde yapılabilir. Uygulama, sosyal hayatınızı hiçbir şekilde kesintiye uğratmaz. Alın dolgusu işleminde hyaluronik asit bazlı güvenilir dolgular kullanılmaktadır. Bu nedenle herhangi bir iyileşme süresi olmadığı gibi aynı zaman bilinen ağır bir yan etkisi de bulunmamaktadır. Bir öğle arası zamanda dahi yaptırabileceğiniz alın dolgusu uygulaması ile siz de yüzünüzde bütünsel güzelliğe ulaşabilir, yaş almanın getirdi deformasyonları geride bırakarak genç ve dinamik bir görünüme kavuşabilirsiniz. Alın dolgusu uygulaması ile ilgili detaylı bilgi ve randevu için merkezimiz her zaman ulaşabilir; uzmanlarımızdan bilgi alarak siz de randevunuzu oluşturabilirsiniz. Merkezimiz bu uygulama ile ilgili danışmanlık hizmeti vermektedir.”,*

- “*BOTOKS… Kadın erkek fark etmeksizin kuşkusuz ki güzel yaş almak, her daim genç ve iyi görünmek hepimizin hayali. Yaş almaya bağlı olarak düşen cilt kalitemiz nedeni ile yaşımızı ele veren yerlerin başında gelen yüz bölgesi, her ne kadar çabuk deforme olmaya meyilli olsa da aynı oranda küçük müdahalelerle de iyi görünüme konforlu şekilde kavuşabileceğimiz yerlerin başında gelir. Yaş almanın yüz bölgesinde getirdiği deformasyonların başında kaz ayağı dediğimiz göz çevresinde birbirine paralel şekilde oluşan ince kırışıklıklar gelir. Göz çevresine ek olarak alın bölgesinde de kızgınlık kırışıklığı dediğimiz kaş arasında dikey ve alın bölgesinde birbirine paralel yatay kırışıklıklar ortaya çıkar. Yüz bölgesinde zamanla oluşan bu kırışıklıklara mimik kırışıklıkları denmektedir. Peki bu ne anlama geliyor? Mimik kırışıklıkları, yüz bölgesinde tekrarlayan kas hareketleri sonucu ortaya çıkan kırışıklıklardır. Güldüğümüzde gözlerimiz kısıldığı için göz çevresi, kızdığımızda kaşlarımızı çattığımız için kaş arası, şaşırdığımızda/sinirlendiğimizde kaşlarımız kalktığı için alın bölgesinde kendini gösteren bu kırışıklıklar, zamanla cildimizin kalitesi düştüğü için ciltte yer edinmeye ve müdahale edilmediği takdirde de giderek derinleşmeye daha da belirginleşmeye başlarlar. Konforlu ve güvenilir bir botoks uygulaması ile ortalama 15 dakikada bu kırışıklıklara ayrı ayrı müdahale edilebilmektedir. Herhangi bir iyileşme süresi gerektirmemesi sayesinde bir öğle arasında dahi rahatlıkla yaptırabileceğiniz botoks uygulaması sonrasında sosyal hayatınıza rahatlıkla devam edebilirsiniz. Enjeksiyon yolu ile yapılan botoks uygulaması, işlemden birkaç gün sonra tam anlamıyla kendini gösterir ve kalıcılık süresi ortalama 4 ila 6 ay arasında değişiklik gösterir. Düzenli yaptırılan botoks uygulamalarında bu sürenin uzadığı bilinmektedir. Cilt yüzeyinde kendini gösteren mimik kırışıklıklarının yanı sıra söz konusu aşırı terleme olduğunda da botoks uygulamasından fazlasıyla yararlanmaktayız. Terleme bir problem olmamakla birlikte aşırı terleme bir sorundur. Kişinin sosyal hayatını, özel hayatını, partneri olan ilişkisini etkiler. Bu olumsuz etkiler sonucunda kişi, kendini izole etmeye meyilli hale gelir ve öz güven problemleri yaşamaya başlar. Bu nedenle sağlığın yanı sıra aşırı terlemenin sosyal bir sorun olduğunu söyleyebiliriz. Koltuk altı, el ve ayak tabanına yapılacak ve aynı gün sosyal hayatınıza rahatlıkla dönebileceğiniz bir botoks uygulaması ile aşırı terleme problemini geride bırakmanız mümkündür. Tüm botoks uygulamalarında olduğu gibi ortalama 4 ila 6 ay kalıcılığı olan botoks ile aşırı terleme tedavisi sonrası, kıyafetlerinizdeki sarı lekelerden ve aşırı terlemenin yarattığı rahatsız edici ıslaklıktan kurtulabilirsiniz. Botoks ile aşırı terleme tedavisinde, botoks uygulaması eğer düzenli şekilde yaptırılırsa tıpkı kırışıklık tedavisinde olduğu gibi kalıcılık süresi artmaktadır. Merkezimiz bu uygulama ile ilgili danışmanlık hizmeti vermektedir..*.”

-“*DUDAK DOLGUSU… Yüz ile uyumlu, kendi içerisinde altın orana sahip dolgun ve doğal görünümlü dudaklar… Hayalini kurması bile güzelken bir de insan, sahip olduğunu düşününce ister istemez yüzünde bir gülümseme beliriyor. Dolgun dudaklar yıllar boyu özellikle kadınların hayalini süsleyen görünümlerin başında gelir. Öyle ya bir dönemin dudakları daha dolgun gösteren dudak konturleri, taşırarak sürülen rujlar, çeşitli anestetik özellik gösteren ürünlerle kısa süreliğine elde edilen şiş dudaklar… Günümüz medikal estetik gelişimi sayesinde artık bu yukarıda saydığımız yöntemlere gerek kalmadan siz de dolgun dudaklara sahip olabilirsiniz! Üstelik bu kadar zahmete girmeden ve doğallıktan ödün vermeden! Hyaluronik asit bazlı dolgularla rahatlıkla yapılabilen dudak dolgusu işlemi, klinik ortamda birkaç dakikada yaptırabileceğiniz basit ancak uzmanlık gerektiren bir işlemdir. Bir öğle arasında dahi yaptırabileceğiniz dudak dolgusu işlemi, ortalama 12 ila 18 arasında kalıcılık göstermektedir. Dudak dolgusu işleminin bilinen bir yan etkisi olmamakla birlikte uygulamayı takriben ilk 24 saat danışanlarımızın çok sıcak içecekler tüketmemesi önemlidir. Bu, dudaklarda olası bir topaklanmanın önüne geçmek içindir. İlk 24 saatten sonra kişi, her zamanki yeme/içme rutinine dönebilir. Dudak dolgusu işlemi, yüz güldüren sonuçlar alınan oldukça pratik ve konforlu bir uygulamadır. İşlemden hemen önce dudaklara uygulanan anestetik kremler sayesinde neredeyse acısız bir uygulama olan dudak dolgusu işlemi, diğer dolgu ve botoks işlemleri ile kombine şekilde yapılabilmektedir. Hyaluronik asit bazlı dolgular sayesinde doğal görünümden ödün vermeden siz de yüzünüz ile uyumlu dolgun dudaklara kavuşabilir; makyaj hilelerini ve sadece anlık çözüm sunan günün sonunda dudakların yine ince görünümüne dönmesine neden olan yöntemleri geride bırakabilirsiniz. Unutmayın! Dudak dolgusu, yaş almaya bağlı olarak zamanla volümünü yitiren dudaklar için ideal ve etkin yöntemlerin başında gelmektedir. Merkezimiz bu uygulama ile ilgili danışmanlık hizmeti vermektedir...”* gibi güzellik salonlarında uygulanması yasak olan tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara yer verildiği, tespit edilmiştir.

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

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

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 yapılabileceği açıkça belirtilmektedir.

Bu bağlamda; sağlık alanında faaliyeti olmayan kuruluşun inceleme konusu internet sitelerinde yapılan tanıtımlar aracılığıyla sağlık alanında faaliyet gösterdiği ve tabip tarafından yapılması gereken ve güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen tıbbi işlemleri uyguladığı yönünde bir algı oluşturduğu; 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 inci, 8 inci ve 24 üncü maddeleri,

- 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/ğ, 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 **Murat KIYAN - Lookes By Esra Yurdusev Güzellik Salonu** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**59)**

**Dosya No:** **2021/854**

**Şikayet Edilen: Dr. Hamdi TURHAN**

**Şikayet Edilen Reklam:** <http://www.estetikeskisehir.com> ve <https://www.instagram.com/estetikeskisehir/?hl=tr> adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** http://www.estetikeskisehir.com adresli internet sitesinin 09.03.2021 tarihli görünümünde; “*Başka bir klinikte yaşadığım sorun sonucu özlem hanım ve hamdi beyi buldum, iyi ki de bulmuşum. Beklentim çok düşükken bana hayal ettiğimden de güzel inanılmaz dudaklar yaptılar:) Çok memnun kalınca masseter botox ve gıdı lipoliz uygulamaları da yaptırdım ve inanılmaz memnunum, özellikle gıdı lipolizin farkına siz bile inanamazsınız. Hiç başka yer aramaya gerek yok Eskişehir’de tek adres, gereksiz tek bir işlem yapmazlar memnuniyetiniz ön plandadır. Başta doktorlarım sonra da tüm ekibe teşekkür ederim… Küçük dokunuşlar büyük sonuçlar… Zarif hatlara kavuşun… Genç bir cilt sizin de hakkınız… Yaşlanma etkilerinden kurtulun… Kusursuz olmak elinizde… Değişime hazır olun. Botoks + Dudak dolgusu 2000 TL… Kampanyayı kaçırma.”* ifadelerineyer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** <http://www.estetikeskisehir.com> adresli internet sitesinin 09.03.2021 tarihli görünümünde; “*Başka bir klinikte yaşadığım sorun sonucu özlem hanım ve hamdi beyi buldum, iyi ki de bulmuşum. Beklentim çok düşükken bana hayal ettiğimden de güzel inanılmaz dudaklar yaptılar:) Çok memnun kalınca masseter botox ve gıdı lipoliz uygulamaları da yaptırdım ve inanılmaz memnunum, özellikle gıdı lipolizin farkına siz bile inanamazsınız. Hiç başka yer aramaya gerek yok Eskişehir’de tek adres, gereksiz tek bir işlem yapmazlar memnuniyetiniz ön plandadır. Başta doktorlarım sonra da tüm ekibe teşekkür ederim…”* gibi bahse konu kişiyi övücü hasta yorumlarına yer verildiği,

<https://www.instagram.com/estetikeskisehir/?hl=tr> adresli internet sitesinin 09.03.2021 tarihli görünümünde; *“Botoks, dudak dolgusu, burun dolgusu”* gibi tıbbi işlemlere yönelik hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine ve tıbbi işlemlerin uygulama görüntülerine yer verildiği,

- “*Küçük dokunuşlar büyük sonuçlar… Zarif hatlara kavuşun… Genç bir cilt sizin de hakkınız… Yaşlanma etkilerinden kurtulun… Kusursuz olmak elinizde… Değişime hazır olun…”* gibi ifadelere yer verildiği,

Diğer taraftan, <https://www.instagram.com/estetikeskisehir/?hl=tr> adresli internet sitesinin 03.02.2021 tarihli Eskişehir İl Sağlık Müdürlüğü tarafından tutanakla tespit edilen görünümünde;

-“*Botoks + Dudak dolgusu 2000 TL… Kampanyayı kaçırma…”* gibi ifadelerle tıbbi işlemlere ilişkin fiyat bilgisi verilerek kampanya düzenlendiği,

- Özlem TURHAN isimli şahıs tarafından yetkisiz şekilde “*Dr. Özlem TURHAN*” unvanının kullanıldığı,

[http://www.mayaestetik.com/hizmet…/epilasyon/lazer-epilasyon](http://www.mayaestetik.com/hizmetler/epilasyon/lazer-epilasyon%22%20%5Ct%20%22_blank)

Bu bağlamda; inceleme konusu tanıtımlarda yer alan ifade ve görüntülerin, tıbbi işlemlerle ilgili ve talep yaratıcı nitelikte olduğu, 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 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,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/ğ, 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. Hamdi TURHAN** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**60)**

**Dosya No:** **2021/931**

**Şikayet Edilen: Dr. Yavuz MACİT**

**Şikayet Edilen Reklam:** [https://www.instagram.com/dr.yavuzmacit /](https://www.instagram.com/dr.yavuzmacit%20/) adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.instagram.com/dr.yavuzmacit/ adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda;*“Botoks, dudak dolgusu, gıdı estetiği*, *Botoks, migren botoksu, dudak dolgusu, gıdı estetiği*” ifadelerine yer verilmiştir.[http://www.mayaestetik.com/hizmet…/epilasyon/lazer-epilasyon](http://www.mayaestetik.com/hizmetler/epilasyon/lazer-epilasyon)

**Değerlendirme/Karar:** https://www.instagram.com/dr.yavuzmacit/ adresli internet sitesinin 26.02.2021 ve 09.03.2021 tarihli görünümlerinde örnek olarak;

-*“* *Botoks, dudak dolgusu, gıdı estetiği”* gibi tıbbi işlemlere ilişkin hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği,

-“*Botoks, migren botoksu, dudak dolgusu, gıdı estetiği*” gibi tıbbi işlemlere ilişkin uygulama görüntülerine yer verildiği,

- 15/2/2008 tarih ve 26788 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin 39 uncu maddesi ile “Güzellik ve Estetik Amaçlı Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmelik” yürürlükten 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. Ancak, şahıs tarafından “*CZ MATMAZEL GÜZELLİK SALONU”* unvanlı kuruluş bünyesinde, güzellik salonlarında ilgili mevzuatında da ifade edilen uygulanması yasak olan botoks, dolgu gibi tıbbi işlemlerin uyguladığı iddia edilmekte,

Bu bağlamda; inceleme konusu tanıtımlarda yer alan ifade ve görüntülerin, tıbbi işlemlerle ilgili ve talep yaratıcı nitelikte olduğu, 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 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;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/ğ, 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. Yavuz MACİT hakkında**, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**61)**

**Dosya No: 2021/954**

**Şikayet Edilen: Dr. Mehtap KARAMEŞE**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 26.03.2021 ve 31.03.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Instagram sosyal medya platformunun “Mehtap Karameşe, @doc.dr.mehtapkaramese” hesabının 26.03.2021 ve 31.03.2021 tarihli görünümlerinde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; “ *(…) En güzel çeyiz Silikon – Arkadaşlar bu hastamıza çeyiz yaptık … çeyizlerini taktırdı ve gidiyor (…) Çirkin kadın yoktur, Mehtap Karameşe ile tanışmamış kadın vardır (…) Çoğu Karın Germe Ameliyatı ile birlikte Liposuction daha güzel bir görüntü sağlar, karından fazla deri ve yağ çıkarılarak karın gerilir, daha sıkı bir karın profili sağlanır … hastamız daha önce bir karın germesi olmuş, ön bölgesi elden geçirilmediği için çok kötü kalmış, onu düzelteceğiz (…) Hastanın karnından birazcık yağ aldım, diz bölgesindeki kırışıklıklardan çok rahatsızdı, oraya yağ veriyorum, böylece daha güzel dizler olacak (…) El dolgusu da çok sorduğunuz bir şey … burada yağ ile yapacağım, böylece parıl parıl parlayan ellerimiz olacak (…) Klinikte Bu Hafta - Karın Liposakşın, Karın Germe, Silikon, Yağ Enjeksiyonu, Göz kapağı, Detaylı Bilgi :0533 429 60 01 – Silikon Ameliyatı: Before-After, çizgiyi üst göz kapağı çizgisine denk getiriyoruz … fazlalıklarınızdan kurtulun (…) En Sevilen Cerrahi – Karın Germe & Liposuction - İŞLEM: Karın Germe ve Liposuction NEDİR?: En çok merak edilen konulardan biridir. Bu iki işlem aynı anda kombine yapılabilen işlemlerdir. İstemediğiniz fazla yağlardan kurtulabileceğiniz tek çözüm yoludur. Ayrıntılı Bilgi İçin; 0533 429 60 01 (…) Göz Kapağı Estetiği ~ (Blefaroplasti) … Ameliyat izinin görünmemesi için göz kapağı katlanma çizgisinden kesi yapılır. Lokal anestezi ile gerçekleştirilen bu işlem esnasında hastamız herhangi bir ağrı, acı hissetmez. (…) Meme büyütme ameliyatları, kadınların en çok tercih ettiği estetik operasyonlar arasında ilk sıralarda yer alıyor. ! Meme Protezi Fiziksel Ölçülere Uygun Seçilmeli ! Kullanılacak Malzeme Hastaya Özel Olmalı \_En çok merak edilen konulardan bir tanesi ise Silikon Uygulaması Emzirmeye Engel Değil Ve Yara İzleri 1 Yıl İçinde Tamamen Kaybolur #plastikcerrahi #estetikcerrahi #plasticsurgery #aestheticsurgery #memeprotezi #memebüyütme #konyaplastikcerrahi #konyasilikonmemeameliyatı #konyaplastikcerrahi #göğüsestetiği #göğüsbüyütme #göğüsestetiği #meram #konya #docdrmehtapkarameseklinigi (…) Sevgili Danışanlarımız, 14 Şubat Sevgililer Gününe Özel Botox, Dolgu, Cilt Bakım ve Karbon Peeling Uygulamalarımızda %15 indirim kampanyamız başlamıştır. (…) 8 Mart Dünya Kadınlar Gününe Özel Mart Ayı Boyunca Geçerli Cilt Bakım ve Karbon Peeling Uygulamalarında 3 AL 2 ÖDE kampanyamız başlamıştır. PRP Uygulamasında ise Sürpriz İndirim sizleri bekliyor.. (…) Doç. Dr. Mehtap Karameşe Klinik'ten Anneler Günü'ne Özel kampanya! 3 AL 2 ÖDE 31 Mayıs 2019’a kadar 3 al 2 öde indirim kampanyamız sizleri bekliyor. Uygulamalarımız hakkında bilgi almak için 0533 429 60 01 no'lu telefondan bizi arayabilirsiniz. Altın iğne (3 Seans): 1.000 TL Karbon Peeling (3 Seans): 400TL Prp+Dermapen: 600TL (Prp uygulaması alan ananelerimize dermapen hediye) Adım Adım Cilt Bakım Programımızla Kısa Sürede Sağlıklı Cilde Kavuşun. (…) El Dolgusu – Before and after, öncesi sonrası, hep soruyorsunuz ya bana (…) Tatlı hastamıza üst göz kapağı çukurluğu, yüzde volüm eksikliği sebebiyle yağ dolgu uyguladık - Hastamız üst kapağındaki çukurdan rahatsızdı, şuraya dolgu yaptık … şimdi buna da yapacağız (…) Ben bugün yağ dokusu tercih ettim ... ellerdeki kırışıklıkları, volüm kaybını düzelttik (…) (…) Göğüs Estetiği - silikon candır (…) Göğüs Estetiği - 3-2-1 günlerden silikon (…) Liposuction - bahar geliyor yağlardan kurtulma zamanı (…) Liposuction - güne yağları emmekle başladık (…) Liposuction - gıdı yağları bye (…) Liposuction - bugün de karın yağları gidiyor (…) Gençlik Aşısı - Jalupro ile nemini ve parlaklığını yitirmiş ciltlere karşı savaş açıyoruz (…) Genital Estetik - Labioplasti - İç dudaklardaki fazla deri hem kir toplar hem enfeksiyon yapar hem de estetiği bozar (…) Genital Estetik - daha dar daha sıkı (…) Genital Estetik - gün geçmiyor ki daha küçük dudaklar yapmayayım (…) Işık Dolgusu - Göz altı çukurlarını dolduralım göz altı morluklarını tedavi edelim (…) Burun Dolgusu - Daha güzel selfieler için (…) Gıdı Liposuction - gıdı liposakşın Gıdı yağlarınızdan liposakşın yöntemi ile kurtulabilirsiniz. Yağ alımı çene hattınızı ortaya çıkarır (…) Karın Germe - gitsin yağlar (…) Karın Germe - yorulduk ama değdi (…) Kepçe kulak – Sonucumuz (…) PRP ile destekleyelim (…)”* gibi ifadelerle birlikte hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntüleri ile tıbbi işlem uygulandığı esnada çekildiği anlaşılan şahsa ait görüntülere ve tıbbi işlemlere yönelik kampanyalar ile fiyat bilgilerine 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 **Dr. Mehtap KARAMEŞE** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**62)**

**Dosya No: 2021/1733**

**Şikayet Edilen: Rıdvan CEYLAN**

**Şikayet Edilen Reklam:** Instagram sosyal medya platformunun; “Ameliyatsız Çene Düzeltimi (@kamuflaj\_tedavisi\_uzmani)”, “Hızlı Ortodontik Tedavi (@hizli\_ortodontik\_tedavi)” ve “Ortodonti Uzmanı Rıdvan Ceylan (@dr.ridvanceylan)” hesaplarında yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 21.04.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Instagram sosyal medya platformunun; “Ameliyatsız Çene Düzeltimi (@kamuflaj\_tedavisi\_uzmani)” hesabının 21.04.2021 tarihli görünümlerinde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *“ (…) Öncesi – 5 ay sonrası, Alt çenesi önde olduğu için ameliyatsız düzelmez denilen hastamızın 5 aylık değişimi. Hastamızın önceden yapılan estetik dolguları tedavi sonunda yenilenecek. Kaliteli malzeme(American Orthodontics) - Hızlı sonuç. (…) Öncesi – 3 ay sonrası, Çene ameliyatı olmadan düzelmez denilen hastamızı sadece tellerle 3 ayda ameliyattan kurtardık. Kaliteli malzeme(American Orthodontics) - Hızlı sonuç (…) Öncesi – Sonrası, Hastamıza ön açık kapanışı olduğu için gittiği yerlerde ameliyat olması gerektiği hatta ameliyatla bile tam düzelmeyeceği söylenmiş. Hastamızın ön açık kapanışını (openbite) sadece tellerle düzelttik. Kaliteli malzeme(American Orthodontics)- Hızlı sonuç (...) Öncesi – Sonrası, Çene ameliyatı olmadan düzelmez denilen hastamızın AMELİYATSIZ telle değişimi. Hastamızın alt dişleri için karanlık üçgen çalışılacaktır. Ortodontik tedaviyle hastalara mükemmel bir ısırma ve çiğneme fonksiyonu kazandırıyoruz. Kaliteli malzeme(American Orthodontics) - Hızlı sonuç (…) Öncesi – Sonrası,Laterognati (alt çene kayıklığı) ve openbite (açık kapanış)‘ı olan İstanbuldan gelen hastamıza ameliyat denilmişti. Ameliyatsız sadece telle düzelttik. Video için kaydırabilirsiniz. Kaliteli malzeme(American Orthodontics) - Hızlı sonuç … ‘ Ben İstanbul’dan geliyorum, Rıdvan Bey için geldim tedavi olmaya. Daha önce başka bir yerde 8-9 ay bir tedavi sürecim oldu ama memnun kalmadım. Ameliyat dendi bana … Şu an bitti tedavim ve çok memnunum. Rıdvan Bey’e teşekkür ediyorum’ (…) Tedavi öncesi ön açık kapanışa (openbite) sahip olan hastamıza birkaç doktor ameliyatsız düzelemeyeceğini söylemiş. Yaklaşık 10 ayda ameliyatsız düzelttik. Öncesi hali için tel takıldığı gün fotoğrafını çeken annesine teşekkürler … ‘Kızımın ön dişleri birleşmiyordu. Pek çok doktora gidip, görüştüğümüzde ameliyatsız, çene ameliyatı olmadan düzelemeyeceğini söylediler … daha sonra Rıdvan Bey’e ulaştığımızda bu dişlerin tellerle tedavi olabileceğini, ameliyatsız da düzelebileceğini söyledi, ben o zaman kendisine hatta bunu beklemediğimi … söylemiştim. Tedaviye başladıktan sonra, 10. ayda dişler tamamen birleşti … kızımın dişleri çok güzel oldu …’ (…) KAMUFLAJ TEDAVİSİ - Bir hastamızı daha çene ameliyatı olmaktan kurtardık … ‘Rıdvan Hocam’a gelmeden önce iki doktor alt çenem önde olduğu için ameliyat demişti … Rıdvan Hocam dişlerime baktı ve ameliyatsız en geç 10 ay içerisinde düzeleceğini söyledi. Tabii ki başta biraz inanmak zor olsa da, 2 ayda bariz farkı görünce … daha önceki hastaları da incelediğimde direk farkı gördüm. 2 ay içerisinde alt çenem geriye gitmeye başladı … Ve doktorların ve buradaki asistanların ilgisi ve alakası inanılmaz insanı motive ediyor, yaşınız kaç olursa olsun kesinlikle tavsiye ediyorum’ (…) Öncesi – Sonrası, Tekrarlanan başarı tesadüf değildir. Çene ameliyatı olmadan düzelmez denilen hastamızın AMELİYATSIZ telle değişimi. Hastada üst çene darlığı ve açık kapanış mevcuttu. Bitime yaklaştık. Ortodontik tedaviyle hastalara mükemmel bir ısırma ve çiğneme fonksiyonu kazandırıyoruz. Kaliteli malzeme(American Orthodontics)- Hızlı sonuç (…)*” gibi,

Instagram sosyal medya platformunun; “Hızlı Ortodontik Tedavi (@hizli\_ortodontik\_tedavi)” hesabının 21.04.2021 tarihli görünümlerinde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *“ (…) Öncesi - 1 ay sonrası, Hastamızın 1 aylık değişimi Kaliteli malzeme(American Orthodontics)- Hızlı sonuç (…) Öncesi – 8 ay sonrası, 20 yaşındaki hastamızın sadece üst tel tedavisini 8 ayda bitirdik. Kaliteli malzeme(American Orthodontics) - Hızlı sonuç (…) Öncesi – 2 ay sonrası, Hastalarımızı şaşırtmaya devam ediyoruz. Bazı vakalar beni de şaşırtıyor (…) Öncesi – 2 ay sonrası, Görmeden ya da yaşamadan inanmakta zorlanılan işlere devam ediyoruz. Hastamızın 2 aylık değişimi Kaliteli malzeme(American Orthodontics)- Hızlı sonuç (…) Öncesi – 6 ay sonrası, Kısa sürede kendi dişlerinizle Gülüş Tasarımı, Hastamızı 6 ayda mükemmel bir gülüşe kavuşturduk (…) Öncesi – 3 ay sonrası, Hastalarımızı şaşırtmaya devam ediyoruz. Hastamızın 3 aylık değişimi (…) Hastamızın sadece üst çene tedavisi 8 ayda bitirdik. Kaliteli malzeme(American Orthodontics)- Hızlı sonuç … ‘Hastamızın tedavisi böyleydi … - Beğendin mi dişlerini? – Çok memnunum. – 100 üzerinden kaç veriyorsun? – 100! …’ (…)*” gibi,

Instagram sosyal medya platformunun; “Ortodonti Uzmanı Rıdvan Ceylan (@dr.ridvanceylan)” hesabının 21.04.2021 tarihli görünümlerinde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *“ (…) Öncesi – 2 ay sonrası, 29 yaşındaki hastamızın 2 aylık değişimi, Kaliteli malzeme(American Orthodontics)- Hızlı sonuç (…) Hastamız tedavi sonunda muhteşem bir gülüşe kavuştu. Öncesi fotoğrafı için kendisine teşekkür ederiz. Kaliteli malzeme(American Orthodontics)- Hızlı sonuç (…) Hastamızın tedavi sonu mutluluğu … ‘ Bakalım beğenecek miyiz? … Çok güzel duruyor … 10 verdim bu arada …’ (…) Öncesi – 6 ay sonrası, Kısa sürede kendi dişlerinizle Gülüş Tasarımı Hastamızı 6 ayda mükemmel bir gülüşe kavuşturduk (…) Hastamız Ortodontik tedavi sonrası mükemmel bir gülüşe kavuştu … ‘ Beğendin mi? Biz de bakalım şöyle bir, gülümse … Kaç veriyorsun 100 üzerinden? – 100 üzerinden 100! …’ (…) Öncesi – Sonrası, Hastamızın kapanışını ameliyat olmadan sadece tellerle düzelttik. Kaliteli malzeme(American Orthodontics)- Hızlı sonuç (…) Öncesi – Sonrası, Hastamızın sadece üst çene tedavisini bitirdik. Damak görüntüsü için lütfen yana kaydırınız (…) Öncesi – 3 ay sonrası, Hastalarımızı şaşırtmaya devam ediyoruz. Hastamızın 3 aylık değişimi Kaliteli malzeme(American Orthodontics)- Hızlı sonuç (…)”* gibi ifadelerle birlikte hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait ifade ve görüntüler ile anılan şahıs tarafından yapılan tıbbi işlemleri övücü nitelikte ifade ve hasta yorumlarının yer aldığı videolara yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; inceleme 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 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 40 ıncı maddesi,

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

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

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/1-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 **Rıdvan CEYLAN** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**63)**

**Dosya No: 2021/1735**

**Şikayet Edilen: Op. Dr. Meltem ERKMEN**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 26.04.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu Instagram sosyal medya platformunun “Dr. Meltem Erkmen, @op.dr.meltemerkmen” hesabının 26.04.2021 tarihli görünümlerinde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; “ *(…) MonaLisa Touch Malatya’da Tek – Ameliyatsız Genital Bölge Gençleştirme – Op. Dr. Meltem Erkmen – Genital estetikte lazer uygulamaları; kadın sağlığı ile ilgili çeşitli sorunlara karşılık hızlı, güvenli ve oldukça etkili çözümler sunar. Ayakta tedavi esaslı, anestezi gerektirmeyen bir uygulamadır. Sizlerde dakikalar içerisinde ameliyatsız çözüm için bizlere ulaşabilirsiniz. ... Op. Dr. Meltem Erkmen +90530 147 5151 (…)Malatya’da Tek Monalisa Touch – Ameliyatsız Genital Estetik – Monalisa Touch Lazerle Vajinal Daraltma ve Gençleştirme Mümkün (…)Malatya’da Tek – Vücudunuza küsmekten vazgeçin – Lazerle Genital Bölge Beyazlatma: Genital bölge beyazlatma, renk açma tedavilerinde Monalisa Touch Lazerler oldukça başarılıdır. İşlem anesteziye gerek olmadan yapılabilir ve ortalama 4-5 dakika sürer. Arzu edilen etki ortalama 3-4 hafta sonra ortaya çıkmaktadır- Monalisa Touch genital bölge renk açma, labial ya da vulva bleaching olarak da adlandırılmaktadır. Monalisa Touch ile yapılan işlem lokal anestezi gerektirmeyecek kadar hafif ağrısı olan bir işlemdir. Yaklaşık 25-30 dakika sürmektedir. Lazer ışınları ile cildin üst tabakası soyularak alttan taze ve parlak cildin çıkarılması hedeflenmektedir (…) CO2 LAZER Genital bölge fizyolojiyi düzenleyip, yaşadığınız sorunların yok olması sayesinde yeni bir denge sağlamaktadır. Vajinal kuruluk, Vajina daraltma, İdrar kaçırma, Cinsel ilişkide ağrı, Mantar, enfeksiyon tedavisi, Kan akışının artması, Genital bölge beyazlatma - Genital bölgenin mukoza dokusu üzerindeki kollajen üretimini uyarır ve tedavi edilen bölgenin işlevliğini arttırmaktadır. Şikayetlerinize son vermek için MALATYA'DA TEK Randevu için: +90 530 147 51 51 numaradan bizlere ulaşabilirsiniz. (…) İdrar Kaçırma Tedavisinde 3 Seansta Etkin Çözüm - Monalisa touch “vajinal atrofiye bağlı tüm semptomlarla birlikte vajinal lazer uygulaması ile idrar kaçırma sorunum da bitti.” Hastalar uygulamadan sonra beklenmedik güzel sürprizlerle karşılaştılar (…) …Hayalinizdeki Özgürlüğe Kavuşmak İçin…Genital Estetikle İlgili Her Şey…-Genital estetik cerrahi yöntemlerle olabileceği gibi ayakta tedavi şeklinde de olabilmektedir. Anestezi gerektirmeyen, ayakta tedavi esaslı uygulamalarda dakikalar içerisinde çözüm üretilebilmektedir. (…) 2000. Takipçi için kliniğimizde muayene ve özel bir uygulama ücretsiz (…) Karbondioksit fraksiyonel lazer ile genital siğiller, tedaviye dirençli vajinal enfeksiyonlar, Rahim ağzı yaraları da vajinal yenileme, daraltma ve idrar kaçırma tedavisiyle başarılı sonuçlar elde edilmektedir. Bilgi ve randevu için arayınız 05301475151 (…) Hormonsuz Uzun Süreli Koruma GyneFix Koruma – Etkili %99 – Gynefix Avantajı: Gebeliği engellemede %99.9 etki, 5 yıl güvenilir koruma, Yan etkisiz koruma, %100 hormonsuz Op. Dr. Meltem Erkmen - Gynefix rahmin yapısına uyum sağlayarak,küçük ve esnek yapısıyla rahat bir kullanım sağlar. Çercevesi olmadığından rahim duvarına hiç bir şekilde zarar vermez hissedilmez. Küçük yapısından dolayı doğum yapmamış olanlar için de uygundur. @gynefixturkiye #gynefix #boncukluspiral #jinekologmalatya (…) Gynfix – Vücutla tamamen uyum sağlayan yan etkisi olmayan kaymayan rahim içi araç teknolojisi kliniğimizde. Bilgi almak için lütfen arayınız (…) Jinekolojik sağlığınızı Lazer terapi ile ödüllendirmeye ne dersiniz? (…) Monolisa Touch Malatya’da – Monalisa Touch sık tekrarlayan, ilaç tedavisi almış ancak geçmemiş, akıntı, kaşıntı veya yanmaya neden olan vajinal enfeksiyonlarda çok etkili bir tedavidir. Detaylı bilgi için: +90 530 147 5151 ... #malatya #malatyakadındoğum #kadındoğumalatya #opdrmeltemerkmen #kadındoğum #monalisatouch #mantartedavisi #vajinalenfeksiyon (...) Sağlıklı Yaşamın Sırrı – Kliniğimizde Glutatyon tedavisi yapılmaktadır … Glutatyon, hücrelere zarar verebilen reaktif oksijen moleküllerini ve serbest radikalleri hedef alıp onları yok ederek vücudu koruyan çok güçlü bir antioksidandır. Kliniğimizde Glutatyon uygulaması mevcuttur. Sizlerde güçlü bir bağışıklık sistemine sahip olmak için bizleri arayabilirsiniz... Op. Dr. Meltem ERKMEN (…) Sihirli 10 Dakika – Vajinal Bakım sağlıklı ve mutlu bir hayat yaşamanıza yardımcı olur – MonaLisa Touch (…) ”* gibi ifadelerle birlikte tıbbi işlem uygulandığı esnada çekildiği anlaşılan şahsa ait görüntülere ve tıbbi işlemlere yönelik kampanyalara 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 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. Meltem ERKMEN** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**64)**

**Dosya No: 2021/1798**

**Şikayet Edilen: EYMEN OPTİK Burak GÜNDAR**

**Şikayet Edilen Reklam:** Instagram sosyal medya platformunun “eymenoptik\_sivas” isimli hesabında yer alan *"Eymen Optik 10. Yılımıza Özel %50+%20 Büyük İndirim"* ibareli tanıtım

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, Diğer

**Tespitler:** Instagram sosyal medya platformunun “eymenoptik\_sivas” isimli hesabının 06.05.2021 tarihli görünümünde; *"Eymen Optik 10. Yılımıza Özel %50+%20 Büyük İndirim"* ibareli tanıtıma yer verildiği ve afiş tanıtımlarında *"Eymen Optik 10. Yılımıza Özel %50+%20 Büyük İndirim"* ibareli tanıtımlarda *"Seçili Güneş Gözlüklerinde"* ibaresinin ekli olduğu 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 Instagram hesabında bulunan tanıtımda yer alan ifadeler ile 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, indirimli olarak satışa sunulacağı belirtilen ürünlerin (varsa) stok miktarları gibi indirimli satış reklamlarında yer verilmesi gereken bilgilere yer verilmediği,

"Eymen Optik 10. Yılımıza Özel %50+%20 Büyük İndirim" ibareli tanıtımların "Seçili Güneş

Gözlüklerinde" ibaresinin ekli olduğu afiş tanıtımlarında da indirimli satış reklamlarında yer verilmesi gereken bilgilere yer verilmediği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla söz 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 **EYMEN OPTİK Burak GÜNDAR** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**65)**

**Dosya No: 2019/12583**

**Şikayet Edilen:** **Mira Psikoloji & Psikoterapi (Dr. Pınar ARSLANTÜRK ve Dr. Fiona FARACİ)**

**Şikayet Edilen Reklam:** İşyerine ait tabela ve www.mirapsikoterapi.com adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 08.10.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, tabela

**Tespitler:** wwv.mirapsikoterapi.com adresli internet sitesinin 08.10.2020 tarihli görünümünde örnek olarak; *“Mira Psikoterapi Merkezi - Mira Psikoterapi çocuk, ergen, yetişkin psikolojisi ve hamilelik süreçleri konusunda uzmanlaşmış, doktora yapmış bir ekibin Fransızca ve Türkçe danışmanlık hizmeti sunduğu Nişantaşı'nda bulunan bir psikoterapi ve eğitim merkezidir. Eğitimini Fransa'da tamamlayan ekibimiz size anadilinizde köklü, bireysel yaklaşımlarla psikoterapi ve psikanaliz imkanı sunmaktadır...(...) Dr. Pınar Arslantürk ... Şimdi ise aynı okuldan mezun olduğum değerli arkadaşımla beraber çalışmak adına kurucusu olduğum Mira Psikoloji Merkezi'nde çalışmalarıma devam etmekteyim. ... Uzmanlık alanlarım Aşk, ilişkiler ve sanatın psikanalitik bakış açısıyla incelenmesi uzmanlık alanlarım olmakla beraber çocuklarla oyun aracılığıyla psikolojik danışmanlık ve yetişkinlerle analitik yönelimli çalışmaktayım. (...) Dr. Fiona Faraci - Eğitim Lisans eğitimimi Sosyoloji ve Psikoloji alanlarında çift anadalyaparak tamamladım. ... Yüksek Lisans ve Doktora eğitimlerimi Université d'Aix- Marseille I, Fransa’da tamamladım. ... İki yılı aşkın bir süredir kurucusu olduğum Mira Psikoloji ve Psikoterapi Merkezinde çocuk ve yetişkinlerle çalışıyorum. (...) Mira Psikoterapi/ Merkezimizde Uygulanan Terapiler - Danışmanlıklar - Çocuklarla Oyunla Danışmanlık. Bireysel Danışmanlık. Gebelik (...) Mira Psikoterapi I Çocuklarla Oyun Terapisi - Çocuk Psikoterapisi - Oyun terapisi ... Kliniğimizde Dr. Fiona Faraci& Dr. Pınar Arslantürk tarafından çocuklarla oyun terapisi uygulanmaktadır. (...) Mira Psikoterapi I Bireysel Psikoterapi, Psikanaliz - Bireysel Danışmanlık - Ergen ve yetişkin danışanlarla uygulanan ve sözel ifadeyi esas alan bireysel çalışmalara yön veren, çerçevedir. (...) Mira Psikoterapi I Gebelik Sürecinde Bireysel Terapiler&Grup Terapisi - Gebelikte Psikoterapiler - Fransa'daki ünlü psikanalist Françoise Dolto'nun kurduğu anne ve bebek akıl sağlığı ünitelerinden ve gebeliğe destek gruplarından yola çıkarak Psikolog Doktor Pınar Arslantürk ve Psikolog Doktor Fiona Faraci geleceğin annelerine yönelik 1 yıl süren terapi grupları sunmaktadır. Bu terapiler 6 ila 12 danışan gebe kadının katılımı ve 2 terapistin eşliğinde gerçekleşmektedir. Grup terapileri haftanın bir günü bir buçuk saat olarak düşünülmüştür. Anne adaylarının grup terapilerine katılım amaçları değişiklik gösterebilir; kimi zaman başedilmesi güç olan ruhsal bir sıkıntıyı gidermek adına, kimi zaman ise, gebeliğin harekete geçirdiği düşünceleri paylaşmak ve diğer gebe annelerin yaşamakta oldukları benzer duyguları duymak adına katılım gösterilebilir. (...)”* şeklinde ifadelere,

Bununla birlikte, kuruluşa ait tabelada *“Mira Psikoloji & Psikoterapi”* ibarelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanunun; Ek 13 üncü maddesinde yer alan, *“a) Klinik psikolog; psikoloji veya psikolojik danışma ve rehberlik lisans eğitimi üzerine klinik ortamlarda gerekli pratik uygulamaları içeren klinik psikoloji yüksek lisansı veya diğer lisans eğitimleri üzerine psikoloji veya klinik psikoloji yüksek lisansına ilaveten klinik psikoloji doktorası yapan sağlık meslek mensubudur. Klinik psikolog, nesnel ve yansıtmalı ölçüm araçları, gözlem ve görüşme teknikleri kullanarak psikolojik değerlendirme ile uluslararası teşhis ve sınıflama sistemlerinde hastalık olarak tanımlanmayan ve Sağlık Bakanlığının da uygun bulduğu durumlarda psikoterapi işlemleri yapar. Hastalık durumlarında ise ancak ilgili uzman tabibin teşhisine ve tedavi için yönlendirmesine başlı olarak psikoterapi uygulamalarını gerçekleştirir. Psikoloji lisans eğitimi üzerine ilgili mevzuatına göre Sağlık Bakanlığınca uygun görülen psikolojinin tıbbi uygulamalarıyla ilgili sertifikalı eğitim almış ve yeterliliğini belgelemiş psikologlar sertifika alanlarındaki tıbbi uygulamalarda mesleki uygulamalar, bu bentteki prensipler çerçevesinde Sağlık Bakanlığınca çıkarılacak yönetmelikle belirlenir”* hükmü ile “Klinik Psikolog” tanımlaması yapıldığı ve Klinik Psikologların hangi durumlarda psikoterapi işlemleri yapabileceğinin belirtildiği,

22.05.2014 tarihli ve 29007 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanan Sağlık Meslek Mensupları ile Sağlık Hizmetlerinde Çalışan Diğer Meslek Mensuplarının İş ve Görev Tanımlarına Dair Yönetmeliğin “İş ve görev tanımları” başlıklı 6 ncı maddesinde; *“(1) Sağlık meslek mensuplarının unvanlara göre iş ve görev tanımları Ek-l'de düzenlenmiştir. (...)”* hükmü yer almaktadır. Bu doğrultuda, sağlık meslek mensuplarının iş ve görev tanımlarının düzenlendiği Yönetmelik Ek-l’inde yer alan; *“Klinik psikolog, a) Uluslararası Hastalık Sınıflandırma (ÎCD -10) listesinde F00 ile F99 kodları arasında yer alan hastalıklarda ilgili uzman tabibin teşhisine ve tedavi için yönlendirmesine başlı olarak, hastalara eğitimini aldığı terapi ve psikolojik destek hizmetlerini verir, b) Gözlem ve görüşme teknikleri kullanır; eğitimini almış olmak kaydı ile zeka, kişilik, gelişim, nöropsikolojik testler, ilgi, tutum ve uyum envanterleri gibi araçları uygular ve yorumlar, c) Kullandığı ölçme, değerlendirme yöntemlerinin psikometrik özelliklerine, verdiği psikolojik hizmetlerin ya da eğitim programlarının etkinliğinin değerlendirilmesine yönelik çalışmalar/araştırmalar yapar, ç) Eğitimini almış olduğu alanlarda hastalara, hasta yakınlarına, ekipteki tüm elemanlara insan ve davranışları hakkında kuramsal ve uygulamalı eğitimler verir, d) Toplum ruh sağlığını korumaya yönelik faaliyetlere katılır, katkı sağlar, e) Psikolojik değerlendirme ile hastalık olarak tanımlanmayan ve Ek-l/A de yer alan durumlarda eğitimini aldığı psikoterapi uvsulamalarını yapar, f) Gerekli durumlarda bireyler ya da aileleri için krize müdahale, travma ve afetlerde bireysel/grup psikolojik yardım ya da eğitimini aldığı psikoterapi uygulamalarım yapar ve/veya yapılmasını önerir.’’* hükümleri ile “klinik psikolog” olan meslek mensuplarının görev alanlarının tanımlandığı,

İnceleme konusu www.mirapsikoterapi.com adresli internet sitesinde “Danışmanlıklar” sekmesinde yer alan “Uzmanlık Alanlarımız” başlığı altında; "Çocuklarla Oyunlarla Danışmanlık”, “Bireysel Danışmanlık”, ve “Gebelik” başlıkları ile belirtilen alanlarda Yönetmeliğin Ek-l/A kapsamında, Klinik Psikologların ilgili uzman tabibin teşhisine ve tedavi için yönlendirmesine bağlı olmadan psikoterapi yapabileceği,

Öte yandan, www.mirapsikoterapi.com adresli internet sitesinde; “Mira Psikoloji & Psikoterapi”, “Mira Psikoterapi Merkezi” gibi isimlerle tanıtım yapıldığı ve Pınar ARSLANTÜRK ve Fiona FARACİ isimli şahısların faaliyet gösterdiği iş yeri tabelasında “Mira Psikoloji & Psikoterapi” isminin yer aldığı, dolayısıyla“Mira Psikoloji & Psikoterapi” adında bir sağlık kuruluşu olduğu algısı oluşturularak tüketicilerin aldatıldığı,

Ayrıca, anılan tanıtımlarda Fiona Faraci’nin “doktor” unvanını kullanmasına olanak sağlayacak bir “doktora” ya da “doktora denklik” belgesini haiz olduğu ispatlanamadığından anılan şahsın “doktor” unvanını kullanılmasının aldatıcı ve yanıltıcı olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

-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 31 inci maddesi,

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

-“Haksız Ticari Uygulama Olarak Kabul Edilen Örnek Uygulamalar” başlıklı Ek’te yer alan “A - Aldatıcı Ticari Uygulamalar” bölümünün 4 ve 8 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Mira Psikoloji & Psikoterapi (Dr. Pınar ARSLANTÜRK ve Dr. Fiona FARACİ)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**66)**

**Dosya No: 2020/4753**

**Şikayet Edilen:** **Cebeci Klinik Sağlık Hizmetleri Ağız ve Diş Merkezi Polikliniği Turizm İmalat Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti. (Cebeci Dent Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 27.12.2019, 29.12.2020, 23.02.2021, 25.02.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.cebecident.com adresli internet sitesinin 23.02.2021 ile 25.02.2021 tarihli görünümlerinde örnek olarak; *“Cebeci Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği resmi web sayfasına hoşgeldiniz. Burada olduğunuz için şanslısınız! Güleryüzlü Hizmet Her daim güler yüzlü hizmet vermekten gurur duyduk. Müşteri Memnuniyeti Cebeci Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği müşteri memnuniyetine ve güvene önem verir...Polikliniğimiz uzun yıllardır uzman kadrosuyla Ankara’nın merkezi noktalarından Cebeci bölgesinde hizmet vermektedir. Kurucu hekimlerimiz uzman oldukları alanlarda bilim ve sanatı birleştirerek bu adreste bilgi ve deneyimlerini sizlerle paylaşmaktadır. Ağız ve diş sağlığında doğru teşhis, planlama ve tedavinin önemine olan inancımızla polikliniğimizde mesleğimizden ve sevgili hastalarımızdan aldığımız mutluluk ve keyifle çalışıyoruz.Ortodontinin en önemli tedavi şekli olan diş teli %100 oranında bir başarıya sahiptir...Diş teli günlük hayatınıza müdahele etmeden istediğiniz diş yapısına ve gülüşe kavuşmanızı sağlayan bir tedavi yöntemidir...Gülüşün Önemi: Gülme, yüz kaslarının kasılması ile meydana gelen bir yüz ifadesidir. Sıcak ve güzel bir gülüş her dilde aynı anlama gelir. Gülümseme bulaşıcıdır. Gülüş, bireyin kendisine güven duygusunun ilk anahtarıdır. İçten gelen, etkileyici ve samimi bir gülüş, toplumda kişiler arası ilişkilerde kabul ettirici bir rol oynar. Gülümseme esnasında beyin endorfin salgılar. Bireyi rahatlatır. Bununla birlikte, bir çok kişi rahat gülemez, gülme konusunda kendini sınırlar. Gülme ile diş ve diş etleri ön plana çıkar. Bireylerin, gülmekten kaçınmalarının en önemli nedeni, ağız ve diş sağlığı sorunları ile dişlerdeki renk, şekil ve kapanış bozukluklarıdır...Dişlerdeki renk, şekil ve kapanış bozuklukları, psikolojik rahatsızlıklara kadar varan problemlere yol açabilmektedir ...Gülüş İfadeleri ve Tasarımı 1-Çekici Gülüş (Sexy Smile) Genç bireylerde, ön dişler yan dişlere göre daha uzundur. Bu durum, bireyi genç gösteren etmenlerdendir. Ancak, bazen kalıtsal nedenlerle ön dişlerin boyu kısa olduğu gibi, bazen de yıllara sari aşınma nedeniyle, ön dişler yıpranır ve boyları kısalır. Bu durum, bireyde yaşlı bir görüntüye neden olur. Oysa, bireyin çekici bir görüntüye sahip olabilmesi için ön dişlerin diğer dişlere göre daha uzun olması gerekir. Çekici gülüş katagorisinin karekteristik özelliği, ön dişlerin yan dişlere göre fark edilir derecede uzun tasarlanmasıdır. Çekici gülüşte dişler, doğala göre biraz daha beyazdır. Genellikle bayanlar tarafından tercih edilen bu tarz tasarlama ve uygulamayla bireye genç, dinamik ve çekici bir görünüm kazandırılması amaçlanır. 2-Entellektüel Gülüş (Sophisticadet Smile) Genç bireylerde, dişler ilk sürdüğünde dişlerin uzunlukları birbirinden faklıdır. Ancak, zamanla dişlerde meydana gelen aşınma sonucu dişler aynı boya gelir, düz ve keskin hatlı olur, yuvarlık hat yoktur. Bu durum, bireye yaşlı bir görünüm verir. Entelektüel gülüş dizaynı ile dişlere yeni bir form verilerek, yüze olgun, bilgili ve entelektüel bir ifade kazandırılır. 3-Sportif Gülümseme (Sporty Smile) Çekici gülüş tasarımı ile çocuksu ve genç bir ifade kazandırılması, entellektüel gülüş tasarımı ile de bireye ciddi bir ifade kazandırılması hedeflenir. Sportif gülümseme ise, bu iki tarzın arasında bir tasarlamadır....Sportif gülümsemede, orta kesici dişler, yan kesici dişlerden biraz daha uzun tutularak, bireye içten, samimi ve sıcak bir ifade kazandırılması amaçlanır. Özellikle orta yaş grubu bireyler için uygun bir gülümseme şekli ve tasarımıdır...Aşağıdaki görseller diş taşı temizliği öncesinde ve sonrasında dişlerdeki değişimi ve temizliği göstermektedir.”* şeklinde ifadeler ile hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği,

Bununla birlikte, Google arama motoru üzerinden “Cebeci diş” ibaresi ile yapılan 27.12.2019 tarihli arama sonuçlarında “Reklam” ibaresiyle yer alan http://www.cebecident.com/ adresli internet sitesine ait başlıkta; *“Cebeci Dent|Ücretsiz Muayene|cebecident.com. Ankara’da implant, gülüş estetiği, diş teli(…)diş sıkma tedavisi için doğru adres”* ifadelerine, 29.12.2020 tarihli arama sonuçlarında ise *“Ankara'nın en ucuz fiyatlı implant, gülüş estetiği(…)”* ifadelerine yer verildiği,

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; sağlık alanında yürürlükte bulunan mevzuat gereği, sağlık alanında faaliyet gösteren kuruluşların, yalnızca açılış bilgileri, hizmet alanları ve sunduğu hizmetler ile ilgili konularda toplumu bilgilendirmek amacıyla tanıtım yapabilecekleri ve ilan verebilecekleri, bunların dışında, talep yaratmaya yönelik açıklamalara ve yanıltıcı, abartılı, doğruluğu bilimsel olarak kanıtlanmamış bilgilere yer veremeyecekleri,

Bu bağlamda; inceleme konusu internet sitesinde yer alan ifade ve görüntüler ile anılan internet sitesine ilişkin olarak “Google” arama sayfasında kullanılan söz konusu 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 Kanunun 40 ıncı maddesi,

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Cebeci Klinik Sağlık Hizmetleri Ağız ve Diş Merkezi Polikliniği Turizm İmalat Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti. (Cebeci Dent Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**67)**

**Dosya No: 2020/4756**

**Şikayet Edilen: Doç. Dr. Tuğrul MARAL**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 29.12.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.instagram.com/maralhairklinik/ adresli internet sitesinin 29.12.2020 tarihli görünümünde örnek olarak; *“Saç ekimi sonucunuzu şansa bırakmayın, doktorunuza güvenin! Güvenilir ellerde saç ekimi! 16 yıllık tecrübe 25.000'den fazla mutlu hasta!”*şeklinde ifadeler ile birlikte hastaların tedavi öncesi ve sonrası görsellerine ve tıbbi işlem görüntülerine yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**68)**

**Dosya No: 2020/4760**

**Şikayet Edilen:** **Seldent Özel Sağlık Hizmetleri Ağız ve Diş Sağlığı Medikal İnşaat Turizm Ticaret Ltd. Şti. (Özel As Klinik Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 29.12.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.instagram.com/asklinik/ adresli internet sitesinin 29.12.2020 tarihli görünümünde hastaların tedavi öncesine ve sonrasına ilişkin görüntülerine yer verildiği,

http://asklinik.com.tr/ adresli internet sitesinin 29.12.2020 tarihli görünümünde örnek olarak; *“Selhan Beye buradaki tavsiyeleri okuyarak gittim. İki tane yirmilik dişimin çekilmesi gerekiyordu. Dişçiden korkan biri olarak iki dişimi aynı anda çekmeye beni ikna etti. İğneleri hiç hissettirmeden yaptı ve iki dişi toplamda 6-7 dak kadar kısa bir sürede dikişsiz ağrısız çekti. Çok güler yüzlü, profesyonel ve pozitif bir hekim. Çok memnun kaldım herkese tavsiye ederim. Nil.”* ifadelerine yer verildiği,

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; söz konusu tanıtımların, tabip tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlerle ilgili, talep yaratıcı ve kuruluşa yönlendirme yapan nitelikte olduğu ve sağlık alanında çalışan kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm vererek diğer kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açtığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Seldent Özel Sağlık Hizmetleri Ağız ve Diş Sağlığı Medikal İnşaat Turizm Ticaret Ltd. Şti. (Özel As Klinik Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**69)**

**Dosya No: 2020/1864**

**Şikayet Edilen:** **Abdülkadir GÖKSEL**

**Şikayet Edilen Reklam:** “www.drgoksel.com” adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan incelemeler sonucunda söz konusu internet sitesinde; *"Dr. Göksel'i seçmenin 10 nedeni, Op. Dr. Göksel'in Revizyon Rinoplasti'deki deneyimleri standartların üzerindedir ... Revizyon Rinoplasti birincil ameliyattan daha çok bilgi, deneyim ve planlama gerektiren zor bir operasyondur ... " Hasta Yorumları"* başlığı altında*; " 2 yıl önce geçirmiş olduğum burun ameliyatı sonrasında çöken burnumu tecrübeniz ve maharetli elleriniz sayesinde hem sağlığıma hem de yüzüme yakışan görünüme kavuşturduğunuz için çok teşekkür ederim ...* "şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda internet sitesinde yer alan; *"Dr. Göksel'i seçmenin 10 nedeni, Op. Dr. Göksel'in Revizyon Rinoplasti'deki deneyimleri standartların üzerindedir ... Revizyon Rinoplasti birincil ameliyattan daha çok bilgi, deneyim ve planlama gerektiren zor bir operasyondur ... " Hasta Yorumları"* başlığı altında*; " 2 yıl önce geçirmiş olduğum burun ameliyatı sonrasında çöken burnumu tecrübeniz ve maharetli elleriniz sayesinde hem sağlığıma hem de yüzüme yakışan görünüme kavuşturduğunuz için çok teşekkür ederim* ..” şeklinde ifadeler ile hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ilişkin görüntülere yer verilerek, doktor kontrolünde uygulanması gereken tıbbi işlemlere yönelik talep oluşturulduğu, bu ve benzeri tanıtımların sağlık hizmetlerine ticari bir görünüm yüklediği ve dolayısıyla mevzuata aykırı olduğu ve bu sebeple tüketicilerin yanıltıldığı değerlendirilmiş olup;

 Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5,7, 9 ve 26 ncı maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**70)**

**Dosya No: 2021/1759**

**Şikayet Edilen**: **Özel Dent Ordu Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan incelemeler sonucunda; www.facebook.com/dentordu adresli internet sitesinde*; " Dişlerinizde eksiklik varsa bu fırsatı kaçırmayın. Full steril acısız 5 dakikada implant, sadece 1500 TL"* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda www.facebook.com/dentordu adresli internet sitesinde; *" Dişlerinizde eksiklik varsa bu fırsatı kaçırmayın. Full steril acısız 5 dakikada implant, sadece 1500 TL "* şeklinde ifadelere yer verildiği ve bu ve benzeri tanıtımların; sağlık hizmetlerine ticari bir görünüm yüklediği, bu sebeple tüketicilerin yanıltıldığı değerlendirilmiş olup;

 Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanunun, 40 ıncı 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 Yönetmeliği’nin 5 inci maddesi,

**-** Ağız ve Diş Sağlığı Hizmeti Sunulan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliği’nin 25 inci maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Özel Dent Ordu Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği** hakkında,6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**71)**

**Dosya No: 2020/4241**

**Şikayet Edilen: Dr. Hüseyin NAZLIKUL**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 11.12.2019

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.huseyinnazlikul.com/ adresli internet sitesinin 11.12.2019 tarihli görünümünde; şahsın herhangi bir ihtisas alanında uzmanlığının bulunmadığı halde "*Prof. Dr. Hüseyin NAZLIKUL*" şeklinde tanıtıldığı, faaliyette bulunduğunu muayenehanesinde bulunan sertifikaların ise ülkemizde denkliğinin bulunmadığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu tanıtımların bilgilendirme kapsamını aşarak “reklam’’ niteliğinde değerlendirildiği ve tüketicileri yanıltıcı, aldatıcı nitelikte olduğu, sağlık alanında çalışan şahsın faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı, talep yaratıcı nitelikte olduğu ve kuruluşa yönlendirme yaparak, diğer kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açtığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla söz konusu tanıtımların;

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

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Dr. Hüseyin NAZLIKUL** 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.

**72)**

**Dosya No: 2020/4248**

**Şikayet Edilen: Dr. Özgül AKDEMİR ERDEM**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.instagram.com/drozgulakdemir/ adresli internet sitesinde ve şahsa ait "Youtube" kanalında yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 16.09.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.instagram.com/drozgulakdemir/ adresli internet sitesinin 16.09.2020 tarihli görünümünde; “*Dudak dolgusu, burun dolgusu, kadife dolgu, plazma tedavisi, PRP, mezoterapi, botoks*” gibi tıbbi işlemlere ilişkin hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği, “*Işık dolgusu, gençlik aşısı*” gibi tıbbi işlemlere ilişkin uygulama görüntülerine yer verildiği, "*Mezoterapi ve dermapen kampanyası... Tüm vücut lazer epilasyon... 6 Seans özel kampanya paketi..."* gibi tıbbi işlemlere ilişkin kampanyaların düzenlendiği,

https://www.youtube.com/c/%C3%96zg%C3%BClAKDEM%C4%B0RERDEM/videos adresli internet sitesinin 16.09.2020 tarihli görünümünde örnek olarak; “*Botoks, dermapen, PRP*” gibi tıbbi işlemlere ilişkin uygulama görüntülerine ve hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla söz konusu tanıtımların;

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

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**73)**

**Dosya No: 2020/4249**

**Şikayet Edilen: Dermaclinic Lazer Estetik Özel Sağ. Hiz. San. Tic. Ltd. Şti.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 23.09.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.instagram.com/dermaclinic\_bursa/ adresli internet sitesinin 23.09.2020 tarihli görünümünde; *“Küçük bir dokunuşla gıdı sarkmalarından kurtulun! Lazer lipoliz ile gıdı fazlalığı ve sarkmasından kurtulmak mümkün. Lokal anestezi ile yapılan işlem 30 dk sürüyor...”* gibi ifadelere yer verildiği, “*İple yüz germe, HİFU ameliyatsız yüz germe, gıdı estetiği, dudak dolgusu*” gibi tıbbi işlemlere yönelik "*Gıdı fazlalığı ile gelen hastama 1 seans lazer lipoliz uygulamamdan 1 hafta sonrası görüntüler. Hala hafif ödem olmasına rağmen belirgin fark var. 1 Ay sonra daha iyi olacak... Danışanımıza hyaluronik asit dudak dolgusu yaptım... Sonuç güzeldi...*" gibi ifadelerle hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği, “*Gıdı lazer lipoliz*” gibi tıbbi bir işleme ilişkin uygulama görüntülerine yer verildiği, tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla söz konusu tanıtımların;

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

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Dermaclinic Lazer Estetik Özel Sağ. Hiz. San. Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**74)**

**Dosya No: 2020/4250**

**Şikayet Edilen: Dr. Nedim BAKIRCI**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.instagram.com/drnedimbakirci\_/ ve https://www.facebook.com/drnedimbakirciclinic/ adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 22.09.2020, 28.08.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.instagram.com/drnedimbakirci\_/ adresli internet sitesinin 22.09.2020, 28.08.2020 tarihli görünümlerinde örnek olarak; "Medikal estetik işlemleri ileri düzey anatomi bilgisi ve uygulama becerisi gerektirir... Medikal estetik işlemler yaptırırken doğru tercihler yapın. Bunu yaparken profesyonelleri tercih edin ve kaliteden ödün vermeyin. Çünkü siz çok özelsiniz. Bunu hatırlayın daha estetik, daha güzel olma yolunda güvenle ilerleyin.", "Dudak dolgusu ile daha dolgun daha çekici...", “Her gülüş özeldir. Bu yöntem sayesinde daha dolgun daha hacimli daha çekici görünüm elde edebilirsiniz" gibi ifadelere yer verildiği, “Hocam merhabalar. Size çok teşekkür ederim. Tam doğru noktalara doğru ürünlerle doğru atışlar yaptınız... Yıllarca gittiğim yerler hep deneme tahtası şeklinde, yanlış tedavi ve ürünler. Çok memnun kaldım yaptığınız her şeyden..." gibi şahsa yönelik övgü, teşekkür ifadelerine yer verilerek şahsa yönlendirme yapıldığı, "Küçük bir dokunuşla yüzdeki altın oranı yakalamak herkesin hayali... Ameliyatsız burun estetiği mümkün mü? Evet... Oldukça kısa süren, konforlu ve pratik bir uygulama sonrasında sosyal hayatınıza kaldığınız yerden devam edebilirsiniz..." gibi ifadelerle "Burun estetiği" gibi tıbbi işlemlere yönelik hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği, "İple yapılan sanat sayesinde zamanı askıya alarak ameliyatsız, pratik ve konforlu bir şekilde genç kalabilirsiniz..." gibi ifadelerle "İp askı yöntemi" gibi tıbbi işlemlere yönelik hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği, https://www.facebook.com/drnedimbakirciclinic/ adresli internet sitesinin 28.08.2020 tarihli görünümünde; “Burun dolgusu” gibi tıbbi bir işleme ilişkin uygulama görüntülerine ve hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla söz konusu tanıtımların;

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

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**75)**

**Dosya No: 2020/4254**

**Şikayet Edilen: İlker ÖNCEL (Shaumblue Meditation Healing Resort)**

**Şikayet Edilen Reklam**: www.ilkeroncel.com adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 16.01.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.ilkeroncel.com adresli internet sitesinin 16.01.2020 görünümünde;

-*“…Türkiye'de insanları Nirvanaya çıkartabilecek tek üstad olarak yetişmiştir. Eğitimlerden edindiği bilgileri, uyumlu olduğu enerjileri, şifacılık yönünü, bio enerji ve solfej frekanslarını kullanarak uyguladığı seanslarla ağır ruh hastalarını ve felç vak'alarını iyileştirebilmektedir…”,*

-*"Çeşitli şifa çalışmaları uygulanarak baş ağrısı migren tedavisi yapılmakatadır...",*

-*“...Kayropraktik tedavi, Dünya Sağlık Örgütü tarafından kabul edilmiş “bilimsel” bir tedavi yöntemidir. Ayrıca, Amerikan Tabipler Birliği bel ve boyun ağrıları tedavisinde ilk seçenek olarak kayropraktik tedaviyi öneriyor… Randevu 05419555773...”* gibi tıbbi işlemlere ilişkin ifadelere yer verildiği,

- Sunulan hizmetler arasında; “*Bel Ağrısı, Baş Ağrısı Migren Tedavisi, Panik Atak Anksiyete Vb. Ruhsal Rahatsızlıkların Tedavisi…”* gibi hastalıklara yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu tanıtımlar aracılığıyla bahsi geçen şahıs tarafından yetkisiz ve izinsiz şekilde sağlık hizmeti verdiği yönünde bir algı oluşturulduğu; dolayısıyla, söz konusu tanıtımların tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı ve kamu sağlığını bozucu nitelikte olduğu, şahsa yönlendirme yaparak, diğer kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açtığı; ayrıca, bahsi geçen tıbbi işlemleri uygulama yetkisine sahip olunsa bile anılan tıbbi işlemleri övücü ve talep yaratıcı nitelikteki reklamının yapılması husususun ilgili mevzuat gereği yasak olması sebebiyle söz konusu tanıtımların her halükarda mevzuata aykırı olduğu değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla söz konusu tanıtımların;

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

- Geleneksel ve Tamamlayıcı Tıp Uygulamaları Yönetmeliğinin 9/1, 12/1, 12/2, 13/1, Ek-3 üncü bölümünün 7 nci maddeleri,

- Sağlık Bakanlığı Sertifikalı Eğitimler Yönetmeliğinin 6/1, 6/2, 6/3 maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **İlker ÖNCEL (Shaumblue Meditation Healing Resort)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **104.781-TL (Yüzdörtbinyediyüzseksenbir Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**76)**

**Dosya No: 2020/4260**

**Şikayet Edilen: Eyyüp TÜTÜNCÜ (Data Hair Clinic)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 05.11.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.instagram.com/datahairclinic/ adresli internet sitesinin 05.11.2020 tarihli görünümünde örnek olarak; “*Saç ekim sonrası 18. ayında olan hastamızın görünümü... Hastamızın saç ekimi sonrası 5. ay görünümü...*” gibi ifadelerle "*Saç ekimi*" gibi tıbbi işlemlere ilişkin hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği, kuruluşun “Data Hair Clinic Saç Ekim Merkezi” olarak isimlendirildiği, tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu tanıtımlar aracılığıyla bahsi geçen şahıs tarafından yetkisiz ve izinsiz şekilde sağlık hizmeti verdiği yönünde bir algı oluşturulduğu; dolayısıyla, söz konusu tanıtımların tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı ve kamu sağlığını bozucu nitelikte olduğu, kuruluşa yönlendirme yaparak, diğer kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açtığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla söz konusu tanıtımların;

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

- Geleneksel ve Tamamlayıcı Tıp Uygulamaları Yönetmeliğinin 9/1, 12/1, 12/2, 13/1, Ek-3 üncü bölümünün 7 nci maddeleri,

- Sağlık Bakanlığı Sertifikalı Eğitimler Yönetmeliğinin 6/1, 6/2, 6/3 maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Eyyüp TÜTÜNCÜ (Data Hair Clinic)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**77)**

**Dosya No: 2020/4686**

**Şikayet Edilen: Dr. Sinan AKYÜREK**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 08.12.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.instagram.com/britishesthetic/ adresli internet sitesinin 08.12.2020 tarihli görünümünde örnek olarak; “*Çene ile dudak dolgusu uygulaması ve memnuniyet.... British Ponytail Lift İp Askı 4000 TL*” gibi ifadelerle "*Dudak dolgusu, çene dolgusu, ip askı" gibi tıbbi işlemlere ilişkin hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği, "British İp Askı 4000 TL...",* "*Vaserliposuction 11000 TL...", "Meme büyütme estetik ameliyatı 11.000 TL...", "Botoks 500 TL...",* "*Çene dolgusu 1000 TL... 1ml çene dolgu...", "Dudak dolgusu 1000 TL...", "Tüm kampanyalarımız son hız devam ediyor... KAÇIRMAYIN..." gibi ifadelerle tıbbi işlemlere ilişkin fiyat bilgisi verilerek kampanyalar düzenlendiği, "Erkeğe erkekçe estetik... Hep hanımlar olur mu? Erkekler de pek ala kendilerini iyi gösterecek uygulamalar isterler..."* gibi ifadelere yer verildiği, kuruluşun “*British Esthetic*” olarak isimlendirildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu tanıtımların bilgilendirme kapsamını aşarak “reklam’’ niteliğinde değerlendirildiği ve sağlık alanında çalışan kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı, talep yaratıcı nitelikte olduğu ve kuruluşa yönlendirme yaparak, diğer kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açtığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla söz konusu tanıtımların;

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

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**78)**

**Dosya No: 2020/4969**

**Şikayet Edilen: Dr. Berke ÖZÜCER**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 25.12.2019

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.instagram.com/drberkeozucer/?hl=tr adresli internet sitesinin 25.12.2019 tarihli görünümünde; “*Sizce iki hasta arasında kaç yaş fark var? Göz kapağı estetiğinde hedeflediğim bakışlardaki yorgunluğu ve uykulu görüntüyü azaltmak, görüntüyü tazelemek ve bunu ifadenizi bozmadan yapmak...”* gibi ifadelere yer verildiği, “*Göz kapağı, dudak dolgusu*” gibi tıbbi işlemlere ilişkin hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine ve tıbbi işlemlerin uygulama görüntülerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu tanıtımların bilgilendirme kapsamını aşarak “reklam’’ niteliğinde değerlendirildiği ve sağlık alanında çalışan kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı, talep yaratıcı nitelikte olduğu ve kuruluşa yönlendirme yaparak, diğer kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açtığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla söz konusu tanıtımların;

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

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**79)**

**Dosya No: 2021/636**

**Şikayet Edilen: Ekol Baz Özel Sağlık Hiz. Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** "*İzmir Ekol Hastanesi*" ibareli broşürlerde ve https://www.facebook.com/ekolgozizmir/ adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 27.01.2021, 12.03.2021, 2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Kuruluşa ait söz konusu geçen broşürün 2021 yılı görünümünde yer alan tanıtımlarda; "*Göz hastalıkları kliniği... İkisi profesör, biri doçent, on bir göz hekimi ile hizmetinizdeyiz... Hizmetlerimiz (Gözlük Atma Ameliyatları)... Katarakt, kornea hastalıkları tedavisi...*" gibi ifadelerle tıbbi işlemlere tanıtımlara yer verildiği,

Kuruluşa ait https://www.facebook.com/ekolgozizmir/ adresli internet sitesinin 12.03.2021 tarihli görünümünde örnek olarak; "*İzmir Ekol Hastanesi... Bu bahar dünyayı tüm netliğiyle görün. Göz numaranızı sıfıra indirmek için. İzmir Ekol Hastanesi Göz Kliniği'ne gelin ve bahara merhaba deyin...*", "*Hayatı çerçevelerin arkasından izlemeye son! Uzak, yakın ve astigmat gibi göz kusurlarınızdan femtosaniye excimer lazer ile kurtulun...*", "*Ekol Hastanesi Göz Kliniği'nde değişim zamanı!*", "*Değişim zamanı... Uzak-Yakın-Astigmat... Göz kusurlarınızdan femtosaniye excimer lazer ile kurtulun...*", "*Değişim zamanı... Femtosaniye excimer lazer ile tüm mesafelerde daha net bir görüşe sahip olun...*", "*Değişim zamanı... Femtosaniye excimer lazer ile gözlüklerinizden kurtulun...*", "*Değişim zamanı... Femtosaniye excimer lazer ile tüm problemlerinizden kurtulun...*", "*Göz numaranızı sıfıra indirin...*", gibi ifadelerle tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla söz konusu tanıtımların;

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

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

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

-Özel Hastaneler Yönetmeliği’nin 60 ıncı maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**80)**

**Dosya No: 2021/943**

**Şikayet Edilen: Büyük Ortadoğu Sağlık Eğitim Turizm San. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Ankara’da bulunan çeşitli reklam/tanıtım panolarında; "*Kadın doğum... Tüp Bebek Tedavisi*" başlıklı tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 17.11.2020

**Yayınlandığı Mecra:** Tabela

**Tespitler:** Kuruluş tarafından 17.11.2020 tarihinde tespiti yapılan Ankara ilindeki çeşitli reklam/tanıtım panolarında; "*Kadın doğum... Tüp Bebek Tedavi Uygulamalarımız ile Hizmetinizdeyiz! Özel Ortadoğu Hastanesi... 0 312 315 55 45..."* gibi ifadelerle tanıtımlar yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu tanıtımların tıbbi işlemlerle ilgili ve talep yaratıcı nitelikte olduğu, kuruluşa yönlendirme yaparak, sağlık alanında çalışan ancak tüp bebek tedavisi uygulama yetkisi bulunmayan kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı ve diğer kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açtığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla söz konusu tanıtımların;

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

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

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

-Özel Hastaneler Yönetmeliği’nin 60 ıncı maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Büyük Ortadoğu Sağlık Eğitim Turizm San. ve Tic. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **10.475-TL (Onbindörtyüzyetmişbeş Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**GIDA**

**81)**

**Dosya No: 2020/5830**

**Şikayet Edilen: Carmed İlaç Denizcilik Hayvancılık San. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından www.carmedilac.com.tr adresli internet sitesi ile "carmedilac" isimli Instagram sayfasında "Vacrol", "Omevaq" ve "S-Mix" isimli takviye edici gıdalara ilişkin olarak yayınlanan reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 26.11.2020, 12.04.2021, 01.06.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan inceleme sonucunda, firmaya ait www.carmedilac.com.tr adresli internet sitesinin 12.04.2021 tarihli görünümünde "Merak Ettikleriniz" üst başlığı altında yer verilen reklam ve tanıtımlarda, *“Vacrol Nedir? 22 farklı tıbbi aromatik yağdan elde edilen 49 farklı aktif bileşenlerden oluşan dünyada ilk ve tek standardize üründür. Başlıca Origanum Yağı, Cinnamomum Yağı, Myrteum Yağı, Roris Yağı, Sinüs Yağı, Okalüptus Yağı ve Tıbbi Nane Yağı gibi farklı yağlardan elde edilen fenolik bir monoterpenoidlerden oluşan gıda takviyesidir. Aktif bileşenler, antimikrobiyal, antioksidan ve antikanser aktiviteler gibi klinik uygulamalar için pratik olarak yararlı olan çok çeşitli biyoaktivitelere sahiptir. 49 aktif bileşenin 41 adeti antibakteriyel etki, 31 adeti antienflamatuar etki, 26 adeti antiviral etki, 26 adeti antifungal etki, 6 adeti antiparaziter etki, 22 adeti antiseptik etki gösterdiği yapılan çalışmalarda belirtilmiştir. Bunlara ek olarak da hastalıkların önlenmesi konusunda önemli etkileri olan 28 adet antioksidan, 6 adet immünostimülan element ve beyin fonksiyonu için antienflamatuar etkiye sahip 4 adet COX-2 inhibitör bulunmaktadır. Ayrıntılı bilgiyi eczacınızdan ve sağlık profesyonellerinden alabilirsiniz… Neden Vacrol Kullanmalıyım? Vacrol’ ün içeriğinde bulunan bileşenler ile yapılan birçok çalışmada bakteriyel, viral, fungal ve paraziter etkenleri etkisiz hale getirdiği, bu etkenlere karşı kullanılan ilaçlarla birlikte kullanıldığında; ilaçların etkinliğini arttırdığı, antibiyotiklere olan direnci azalttığı ve dirençli bakteri oluşmasını önlediği belirtilmiştir. Ayrıca içerdiği tıbbi aromatik yağların bileşenleri oral ve inhaler yolla alındığında sitokinleri ( IL-1, IL-6, TNF-α vb. ) azaltarak ve araşidonik asit metabolizması üzerinden kronik hastalıklarda enflamasyonu önlediği gösterilmiştir. Lipooksijenaz ve kaspas sistemi üzerinden antioksidan özelliği vurgulanmıştır.”* şeklinde ifadelere yer verildiği, benzer ifadelerin https://carmedilac.com.tr/hakkimizda/ URL adresinde de yayınlandığı, ayrıca "Tıbbi Yağlar" üst başlığı altında tanıtımı yapılan *"Kekik yağı, Ardınç yağı, Avakado yağı, Biberiye yağı, Çam terebenti yağı, Çörekotu yağı, Defne yağı, Karanfil yağı, Limon yağı, Nane yağı"* adlı ürünlerin tanıtım sayfalarında hastalıkların tedavi edilmesine yönelik endikasyon belirten çok çeşitli sağlık beyanlarına verildiği,

Yine firmaya ait www.carmedilac.com.tr adresli internet sitesinde "Vacrol Pastil" adlı ürüne ilişkin olarak yayınlanan tanıtımlarda, *“C vitamini, Nane (Mentha piperita) esansiyel yağı, Karanfil (Eugenia caryophyllus) esansiyel yağı ve Kekik (Origanum onites) esansiyel yağı içeren boğaz ağrısı şikâyetlerinde rahatlama sağlayan aromatik yağlardan oluşan doğal bir gıda takviyesidir. VACROL PASTİL, emme yoluyla ağız içinde çözünebilir özelliği sahiptir. Bitkisel özlü bu formül sayesinde boğazı nemlendirmeye ve bağışıklığı güçlendirerek üst solunum yolu enfeksiyonları sonrasında oluşan boğaz ağrılarını ve tahrişini rahatlatmaya yardımcı olur. İçerdiği doğal bitkisel bileşenler sayesinde bağışıklık sisteminin desteklenmesine yardımcı olur.”* şeklinde ifadelere; "Vacrol-C" adlı ürüne ilişkin olarak yayınlanan tanıtımlarda, *“C vitamini; antioksidan görevi gören ve kan damarlarının, kemiklerin, kıkırdağın ve cilt dahil olmak üzere vücutta bağ dokunun sağlığının korunmasında etkili olan bir vitamindir. C vitamini, bağ dokusunun temel bir bileşeni olan kolajenin sentezi için gerekliyken aynı zamanda yara iyileşmesinde de önemli bir rol oynamaktadır. C vitamini, vücuda giren yabancı organizmaları yok etmede görevli olan akyuvar hücrelerinin yanıt ve işlevini artırarak bağışıklık sistemini desteklemektedir. Güçlü bir antioksidan kaynağı olan C vitamini, bağışıklık sistemini güçlendirerek, grip, soğuk algınlığı gibi hastalıklardan korunmaya yardımcı olmaktadır. C vitamini bağışıklık sistemini güçlendirmekle kalmaz, cilde parlaklık verir, diş eti sağlığına iyi gelir, kalp ve damar sistemini güçlendirmeye yardımcı olur. Ayrıca C vitamini, enerji oluşum metabolizmasına, yorgunluk ve bitkinliğin azalmasına katkı sağlamakla birlikte demir emilimini arttırmaya yardımcı olmaktadır.”* şeklinde ifadelere; "Vacrol-Nigra" adlı ürüne ilişkin olarak yayınlanan tanıtımlarda ise, *“Bağışıklık sisteminin güçlenmesinde kara mürver özütü önemli bir role sahiptir. Grip ve soğuk algınlığına karşı oldukça güçlü bir etkiye sahip olan kara mürver, hastalıklardan korunmaya yardımcı olur. Kara mürver özütünden elde edilen VACROL-NIGRA, solunum yolu enfeksiyonlarının baskılanmasında görev almaktadır. Kara mürverin içerisinde bulunan antioksidan sayesinde VACROL-NIGRA efervesan tablet, oldukça sık rağbet gören takviye edici gıdalar arasında bulunmaktadır. Siz de bu ürünleri tercih ederek hastalıklara karşı bir önlem alabilirsiniz.”* şeklinde ifadelere yer verildiği, ayrıca anılan internet sayfasında, *"Korunmak tedavi olmaktan kolaydır"* şeklinde bir reklam sloganının yer aldığı,

Bu hususlara ek olarak, firmaya ait olup https://www.instagram.com/carmedilac/ URL adresinde yer alan "carmedilac" isimli Instagram sayfasının 26.11.2020 tarihli görünümüne ait tanıtımlarda, "Vacrol", "Omevaq" ve "S-Mix" isimli takviye edici gıdaların; *“Covid19’a yakalandım ilk günden itibaren karvakrol kullandım virüsü ciğerlerime inmeden atlattım, Virüs kapıda vacrol yanında, #altveüstsolunumyollarıenfeksiyonları, #spazmgiderici, #balgamsökücü, #antimikrobiyal, #iştahaçıcı, #sindirimkolaylaştırıcı, #antiseptik, #antibakteriyel, #koronavirüs, #Covid19, #halsizlik, #yorgunluk... Enfeksiyonlara karşı yalnız değilsin... Vacrol bronşit, sinüzit boğaz ağrısı, burun akıntısı, farenjit, üst solunum yolları enfeksiyonları ile kulak, burun ve boğaz enfeksiyonlarından kurtulmada yardımcı oluyor. Bağışıklık sistemini güçlendirici anti-viral özelliğe de sahip olan Vacrol, ayrıca antibakteriyel ve antioksidan özelliğe de sahip. #bağışıklıksistemi, #bronşit, #sinüzit, #boğazağrısı, #burunakıntısı, #farenjit, #üstsolunumyollarıenfeksiyonları, #kulakburunboğazenfeksiyonları öksürük, ateş, boğaz ağrısı, sinüzit, farenjit ve üst solunum yolları enfeksiyonlarına karşı bağışıklığı güçlendirici etkisine, bronşit, sinüzit, boğaz ağrısı, burun akıntısı, farenjit, üst solunum yolları ile kulak, burun ve boğaz enfeksiyonları ve halsizlik ile yorgunluk hallerinde toparlamaya yardımcı olduğuna, Virüslere karşı Korona virüsten korunmak için gıda takviyelerine de talep artarken kekik bitkisi içinde bulunan karvakrol isimli bir maddenin de korona virüse karşı koruyucu olabileceği iddia edildi. Koronavirüs'e milli sağlık hamlesi, bağışıklık sisteminizi güçlendirmeniz için Avrupa İlaç Ajansı’nın (EMA) solunum yolu hastalıklarında kullanımını onayladığı ve Anadolu’nun kadim bitkisi olarak tanınan kekiğin ana etken maddesi karvakroldür. Karvakrol, hazımsızlık ve gastrit gibi sindirim sistemi rahatsızlıklarında; akciğer kökenli öksürüklerde, bronşitte, alt ve üst solumun yolu enfeksiyonlarında, ağız ve diş rahatsızlıklarında antiseptik ve anti bakteriyel olarak kullanılıyor. Sakinleştirici ve ateş düşürücü olarak da tercih edilen karvakrol, adet dönemi ile ilişkili krampları kontrol etmede ve egzama tedavisinde de öne çıkıyor. Spazm çözücü, balgam sökücü ve mantar enfeksiyonlarında anti bakteriyel olduğu kabul edilen karvakrolün coronavirüsler, Covid-19’a karşı da bağışıklık sistemini güçlendirerek, Karvakrolün en önemli faydası anti-viral özelliği ile bağışıklık sistemini virüslere karşı desteklemesidir. Üst solunum yolları rahatsızlıklarının yansıra spazm giderici, balgam söküvü, antimikrobiyal, iştah açıcı ve sindirim kolaylaştırıcı... Nefessiz kaldığın her anda Vacrol Damla. Vacrol Damla'nın içerisinde yüzde 86 oranında bulunan karvakrolun, öksürük, ateş, boğaz ağrısı, sinüzit, farenjit ve üüst solunum yolları enfeksiyonlarına karşı bağışıklığı güçlendirici etkisine bilimsel makalelerde sıkça yer veriliyor... ”* şeklinde ifadelerle tanıtımının yapıldığı hususları tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, firmaya ait Vacrol, S-Mix ve Omevaq3 adlı ürünlere ilişkin inceleme konusu reklamlarda yer alan ve insan sağlığına atıf yapan tüm ifadelerin birer sağlık beyanı olduğu, endikasyon belirten bu beyanlarla takviye edici gıda olarak satışı yapılan söz konusu ürünlerin birçok hastalığın ve çeşitli sağlık sorunlarının tedavisinde, iyileştirilmesinde veya önlenmesinde etkili olduğu şeklinde yanıltıcı bir izlenim oluşturularak anılan ürünlerin sanki bir ilaç veya beşeri tıbbi ürün gibi tanıtıldığı, yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre takviye edici gıdalar için bu tür sağlık beyanlarının kullanılmasının kesinlikle yasak olduğu, bir ürüne ilişkin olarak her hangi bir sağlık beyanında bulunulabilmesi için ilgili idari otoriteden (Sağlık Bakanlığı Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Kurumu) izin alınması gerektiği, kullanılan bu beyanlar için ilgili otoriteden izin alınmadığından söz konusu beyanların doğruluğunun bilimsel olarak ispat edilmiş sayılamayacağı, dolayısıyla doğruluğu bilimsel olarak ispat edilmemiş bu beyanlarla tüketicilerin aldatılıp yanıltıldığı,

Öte yandan, *"Virüs kapıda vacrol yanında, #koronavirüs, #Covid19", "Karvakrolün coronavirüsler, Covid-19’a karşı bağışıklık sistemini güçlendirerek, Karvakrolün en önemli faydası anti-viral özelliği ile bağışıklık sistemini virüslere karşı desteklemesidir."* ve *"Virüs kapınızda Carmed Karvakrol 5'lisi yanınızda"* gibi ifadelere yer verilen reklamlarla, söz konusu ürünlerin bağışıklık sistemini güçlendirdiği ve başta Covid-19 olmak üzere her türlü viral enfeksiyona karşı koruyucu, önleyici ve tedavi edici bir özelliğe sahip olduğu izleniminin uyandırıldığı, ayrıca *"Virüs kapıda Vacrol yanında"* ifadeleri ile Covid-19 hastalığına atıf yapılan söz konusu reklamların, Covid-19 adlı hastalığın ülkemizde ve dünyada salgın halinde seyrettiği ve anılan hastalığın ilacının ve bilinen bir tedavisinin dahi bulunamadığı bir dönemde yayınlanması suretiyle, insanların bilgi ve tecrübe eksikliği ile korku ve endişelerinin istismar edilerek ticari rant elde edilmeye çalışıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu reklamların;

- 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, 13/1 ve 13/2 maddeleri,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/1-g, 5/1-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 **Carmed İlaç Denizcilik Hayvancılık San. ve Tic. A.Ş.** hakkında, söz konusu reklamlar ile ilgili olarak, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **114.326 TL (Yüzondörtbinüçyüzyirmialtı Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**82)**

**Dosya No: 2021/930**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait "Umkaimun" isimli takviye edici gıdaya ilişkin olarak televizyon kanallarında, www.umkaturkiye.com adresli internet sitesinde, "Umka Türkiye" isimli Youtube kanalında ve "umkaturkiye" isimli Instagram sayfasında yayınlanan reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon, İnternet

**Tespitler:** Yapılan incelemelerde, firma tarafından "Umkaimun" adlı ürüne ilişkin olarak www.umkaturkiye.com adresli internet sitesinin 05.05.2021 tarihli görünümünde yayınlanan tanıtımlarda, *"Bağışıklık sistemini desteklemeye yardımcı yeni Umkaimun ile tedbiri elden bırakma. Yeni Umkaimun ile Tanışın! Bağışıklık sisteminin normal fonksiyonunu desteklemeye yardımcı C vitamini, D vitamini, Pelargonium sidoides, kara mürver, ekinezya, çinko, selenyum gibi birçok seçkin içerik, yeni Umkaimun ile bir arada, bu kutuda! Sadece Eczanelerde."* şeklinde ifadelere yer verildiği,

https://umkaturkiye.com/umkaimun URL adresinde "Umkaimun nedir?" başlığı altında yayınlanan tanıtımlarda, *"Bağışıklık sisteminin normal fonksiyonunu desteklemeye yardımcı C vitamini, D vitamini, Pelargonium sidoides, kara mürver, ekinezya, çinko, selenyum gibi birçok seçkin içerik, yeni Umkaimun ile bir arada, bu kutuda! ... Pelargonium Sidoides - ‘Afrika sardunyası’na Güney Afrika’nın yerli halkı olan Zulu’lar tarafından çeşitli yöresel adlar verirler ki bunlar arasında ‘öksürüğe iyi gelir’ anlamındaki ‘Umckaloabo’ sözcüğü ilgi çekicidir. Batı tıbbının ‘umckaloabo’ ile tanışması İngiliz Charles Henry Stevens (1880-1942) sayesinde olmuştur. Birmingham’da 17 yaşındayken tüberküloz teşhisi konan Stevens, yaşadığı yerin nemli ve kirli havasının hastalığı için uygun olmadığını söyleyen doktorunun önerisiyle Güney Afrika’ya gider ve orada yerlilerin kendisine verdiği sonradan P. sidioides veya P. reniforme türüne ait olduğu belirlenecek bazı köklerle 3 ayda tüberkülozu yener... . 1907 de ‘British Medical Journal’in ‘Secret Remedies’ serisinde ‘Stevens Cure’ başlığı altında Stevens’in getirttiği ve tüberkülozu tedavi ettiğini söylediği kökler hakkında bilgiye yer verilir. Hekimler Stevens’in belirttiği bitkiler hakkında bilinmezlikler olduğu gerekçesiyle tedavi ettiği söylenen bitkilerin etkisine de şüpheyle yaklaşırlar. Ancak o dönem için çok önemli bir hastalık olan tüberkülozu tedavi eden bir bitkinin ortaya çıkmış olması, üstelik bu bitkinin daha sonra bazı hekimler tarafından da başarıyla kullanılması ‘umckaloba’nın o tarihten itibaren Batı tıbbında kendine yer edinmesine neden olur... Kara mürver (Sambucus Nigra) - Eski zamanlarda insanlar bazı bitkilerin insan vücudu üzerinde etkileri olduğunu biliyorlardı. Ama bitkilerin bu etkilerini açıklayamadıkları için onlara doğaüstü güçler atfetmişlerdi. Kara mürver de bu tür bitkilerden biridir... Hipokrat, kara mürver meyvelerine özel bir ilgi göstermiş ve Dioscorides, yılan ısırması için bir çare olarak kara mürver köklerinden yapılan içeceği tavsiye etmiştir. Orta Çağ'da kara mürver istenmeyen şeylere karşı koruma olarak kullanılmıştır... Kara mürver, modern fitoterapistler arasında popüler şifalı bitkilerdendir... C Vitamini - C vitamininin varlığının ve öneminin fark edilmesi, denizci hastalığı olarak da bilinen eski bir kan hastalığı olan iskorpit hastalığına dayanır. Uzun deniz yolculuğuna çıkan denizcilerde yorgunluk, iyileşmeyen yaralar, kolay kırılan kemikler, diş etlerinde çekilme ve diş çekilmesi gibi çok ciddi sağlık sorunlarının aslında C vitamini eksikliği kaynaklı olduğu uzun bir süreçte keşfedilmiştir. Vücudun kan damarları, cilt, dişler, kemikler, eklemler gibi neredeyse tüm bölgelerindeki dokuların işlevsellik için gerek duydukları kolajen proteinin oluşumuna C vitamini katkıda bulunur. Ayrıca E vitamini gibi diğer vitaminlerin ve demir gibi minerallerin vücutta daha kolay etki gösterebilecekleri forma dönüşmelerini destekler."* şeklinde ifadelere yer verildiği, ayrıca bir takviye edici gıda olan ürünün tanıtımının yapıldığı anılan internet sitesinde "Bağışıklık Köşesi" başlığı altında bağımsız bir tanıtım sayfası oluşturulduğu;

01.03.2021 tarihinde "Umka Türkiye" isimli Youtube kanalında ve televizyon kanallarında yayınlanan ve bir eczanede geçen reklam filminde, "Ecz. Alev Özkan" ismiyle tanıtılan bir eczacı ile eczaneye gelen bir müşterinin karşılıklı konuşmasının yer aldığı, eczanede ikili arasında geçen konuşmada, *"Ben bir Pelargonium sidoides, bir kara mürver, bir C vitamini bir de D, bir çinko, ekinezya, selenyum, A, B ve E vitamini istiyorum... Buyrun, ister sıcak için ister soğuk... Nasıl yani? Hepsi bir kutuda mı? ... Evet bir kutuda"* şeklinde ifadelere, dış tarafından yapılan seslendirmede ve ekranda durağan yazı olarak, *"Bağışıklık sistemini desteklemeye yardımcı yeni Umkaimun ile tedbiri elden bırakma. Abdi İbrahim'den."* şeklinde ifadelere ve ayrıca *"Sadece Eczanelerde"* şeklinde bir beyana yer verildiği, aynı reklamda altyazı olarak ise, *"Umkaimun Afrika Sardunyası (Pelargonium Sidoides) Kökü Ekstresi, Kara mürver (Sambucus nigra), Ekinezya, Vitamin ve Mineral içeren takviye edici gıdadır. İlaç değildir"* şeklinde ifadelerin yer aldığı, diğer yandan, alt yazı metninin opak tek renkli bir blok üstüne yerleştirilmediği,

12.03.2021 tarihinde Fox TV'de yayınlanan altbant reklamda, *"Bağışıklık sistemini desteklemeye yardımcı... Yeni Umkaimun ile tedbiri elden bırakma"* şeklinde ifadelere yer verildiği,

18.03.2021 tarihinde TV 8'de yayınlanan reklam filminde, *"Umkaimun ile bağışıklık sisteminizi desteklemeye ve korumaya yardımcı birçok seçkin içerik bir arada bu kutuda. Yeni Umkaimun, tedbiri elden bırakma"* şeklinde ifadelere, ekranda durağan yazı olarak, *"Bağışıklık sistemini desteklemeye yardımcı yeni Umkaimun ile tedbiri elden bırakma. Abdi İbrahim'den. Sadece Eczanelerde"* şeklinde ifadelere ve aynı reklamda altyazı olarak ise, *"Umkaimun Afrika Sardunyası (Pelargonium Sidoides) Kökü Ekstresi, Kara mürver (Sambucus nigra), Ekinezya, Vitamin ve Mineral içeren takviye edici gıdadır. İlaç değildir"* şeklinde ifadelere yer verildiği, diğer yandan, alt yazı metninin opak tek renkli bir blok üstüne yerleştirilmediği,

21.04.2021 tarihinde Fox TV'de yayınlanan ve Çağla ŞİKEL isimli program sunucusu tarafından ürünle ilgili tanıtıcı bilgilerin açıklandığı reklamda, *"Sevgili hanımlar ve beyler. Kendimizi korumaya daha çok dikkat ettiğimiz bu günlerde bağışıklık üzerine konuşalım istedim ve bu yüzden size Umkaimun'den bahsedeceğim... Umkaimun sayesinde bağışıklık sisteminizi desteklemeye yardımcı olabilirsiniz... Siz de bağışıklık sistemini desteklemeye yardımcı Umkaimun'la tedbiri elden bırakmayın."* şeklinde beyanlarda bulunulduğu,

03.05.2021 tarihinde TV 8'de yayınlanan Survivor isimli programın içinde yer verilen reklamda ise, *"... Buradan sevgili seyircilerimiz için de hemen bu bilgiyi verelim. Hayatın yoğun temposunda en önem verdiğimiz şeylerin başında elbette kendimizi daha iyi hissetmek geliyor... Sizler de takviye edici gıda Umkaimun'la tedbiri elden bırakmayın diyoruz..."* şeklinde ifadelere yer verildiği,

Diğer yandan, firmaya ait "umkaturkiye" isimli Instagram hesabının https://www.instagram.com/p/CNJ2ZYuKJom/ URL adresinde 02.04.2021 tarihinde yayınlanan videolu reklam paylaşımında, *"Solunum yoluyla bulaşan virüslere karşı tedbiri elden bırakmayın. Yeni Umkaimun ile tedbiri elden bırakma"* şeklinde ifadelere, video tanıtımın içeriğinde ise Covid-19 hastalığına yol açan koronavirüs görsellerine ve ürünün kullanımıyla ortamdan yok olan koronavirüsler ile koruma altına altına giren insan şeklinde bir çizgi karaktere yer verildiği, ayrıca reklam paylaşımının açıklama bölümünde ise, *"Virüsler canlı değildir, ancak insana bulaştıklarında onları hasta edebilecek güce sahip olurlar. Virüslere karşı #TedbiriEldenBırakma, bağışıklığını güçlendirerek hastalıklardan korun. #Umkaimun"* şeklinde yazılı ifadelerin yer aldığı, yine https://www.instagram.com/p/CLModFeqe6F/ URL adresinde 12.02.2021 tarihinde yayınlanan reklamda ise, koronavirüsü sembolize eden virüs görsellerine ve *"Tedbiri elden bırakma, önerilerimize göz at... Hayatımızın odağındaki Covid-19 virüsünden korunmak için #TedbiriEldenBırakma Önerilerimize göz at... Virüs ve bakterilerden korunmak için hijyenine dikkat et, ellerini sık sık yıka. Dışarı çıkarken mutlaka maskeni tak, 3-4 saatte bir değiştir. Bağışıklığını destekle, Umkaimmun ile tedbiri elden bırakma. "* şeklinde ifadelere yer verildiği,

Ayrıca anılan Instagram sayfasında muhtelif tarihlerde yayınlanan reklamlarda ise, *"Bağışıklık sistemini desteklemeye yardımcı... Yeni Umkaimun ile tedbiri elden bırakma... Afrika sardunyasına Güney Afrika’nın yerli halkı olan Zulu’lar tarafından çeşitli yöresel adlar verilir ki bunlar arasında ‘öksürüğe iyi gelir’ anlamındaki ‘Umckaloabo’ sözcüğü ilgi çekicidir... Kış aylarında tedbiri elden bırakma. Bağışıklığını güçlendirecek besinler tüket. Günde 30 dakika yürüyerek aktif kal. Sosyal mesafe kurallarına uygun hareket et. Yeni Umkaimun ile bağışıklığını destekle! #TedbiriEldenBırakma #Umkaimun #Karamürver #Sambucusnigra #Pelargoniumsidoides #AfrikaSardunyasi... Yeni Umkaimmun ile bağışıklığını desteklemek çok pratik... C Vitamin ne işe yarar? Bağışıklığın güçlü kalabilmesine, cildin kolajen üretebilmesine, kıkırdak, kemik ve dişlerin onarılmasına, yaraların iyileşmesine destek olur... Umkaimun, soğuk kış günlerini geride bırakmaya hazırlanan insanların ihtiyaç duyabilecekleri, bağışıklıklarını destekleyecek birçok gıda takviyesi içerir..."* şeklinde ifadelere yer verildiği hususları tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu reklam ve tanıtımlarda “Umkaimun” adlı ürünü insan sağlığıyla ilişkilendiren muhtelif sağlık beyanlarına yer verildiği, 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, inceleme konusu reklamlarda yer alan beyanlarla sadece bir takviye edici gıda olan söz konusu ürünün bağışıklık sistemini güçlendirerek hastalıklara ve özellikle Covid-19 hastalığına karşı koruma sağladığı, hastalık riskini azalttığı, ürünün başlı başına hastalık yapan veya bağışıklık sistemini tehdit eden dış etmenlere karşı bir tedbir olduğu ve hastalıklara yakalanmayı önlediği gibi yanıltıcı bir izlenim oluşturularak mevzuatta sağlık beyanlarına ilişkin olarak 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 herhangi bir sağlık beyanında bulunabilmesi için ilgili idari otoriteden (Sağlık Bakanlığı Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Kurumu) izin alınması gerektiği, kullanılan bu beyanlar için ilgili otoriteden izin alınmadığından söz konusu beyanların doğruluğunun bilimsel olarak ispat edilmiş sayılamayacağı, dolayısıyla doğruluğu bilimsel olarak ispat edilmemiş bu beyanlarla tüketicilerin aldatılıp yanıltıldığı,

Diğer yandan, yürürlükte olan mevzuat hükümlerine göre, kullanımına izin verilen sağlık beyanlarının gıdanın/ürünün kendisine değil gıdanın/ürünün içeriğinde bulunan bileşene atıf yapması ve doğrudan ilgili bileşenle birlikte kullanılması gerektiği, bununla birlikte, anılan tanıtımlarda yer alan bağışıklık sistemine ilişkin sağlık beyanlarının doğrudan firmaya ait "Umkaimun" adlı ürüne atıf yapacak ve beyanlarda belirtilen etkilerin ürünün kendisi tarafından sağlandığını öne sürecek şekilde kullanıldığı, ayrıca ilgili mevzuatta Kara Mürver Ekstresi, Afrika Sardunyası ve Ekinezya için kullanımına izin verilen bir sağlık beyanı bulunmamakla birlikte inceleme konusu tanıtımlarda söz konusu gıda maddelerine/bitkisel ürünlere ilişkin olarak yer verilen sağlık beyanlarının açıkça mevzuata aykırı olduğu,

Bu hususlara ek olarak, televizyon kanallarında yayınlanan ve eczanede geçen reklam filminde, "Ecz. Alev Özkan" ismiyle tanıtılan eczacı tarafından Umkaimun adlı ürünün tavsiye edildiği şeklinde bir izlenim oluşturulduğu, bununla birlikte, eczacılar gibi sağlık meslek mensuplarının tüketicilerde sahip olduğu güven algısı kullanılarak takviye edici gıda niteliğindeki bir ürüne ilişkin olarak ürünün bir eczacı tarafından tavsiyesini belirten tanıtımlara yer verilmesinin, Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 5/1-i maddesi maddesi hükmüne aykırı olarak değerlendirildiği,

Öte yandan, ürünün Instagram reklamlarında Covid-19 hastalığına yol açan koronavirüs görsellerine ve *"Solunum yoluyla bulaşan virüslere karşı tedbiri elden bırakmayın. Yeni Umkaimun ile tedbiri elden bırakma... Virüsler canlı değildir, ancak insana bulaştıklarında onları hasta edebilecek güce sahip olurlar. Virüslere karşı #TedbiriEldenBırakma, bağışıklığını güçlendirerek hastalıklardan korun. #Umkaimun... Tedbiri elden bırakma, önerilerimize göz at. Virüs ve bakterilerden korunmak için hijyenine dikkat et, ellerini sık sık yıka. Dışarı çıkarken mutlaka maskeni tak, 3-4 saatte bir değiştir. Bağışıklığını destekle, Umkaimmun ile tedbiri elden bırakma. Hayatımızın odağındaki Covid-19 virüsünden korunmak için #TedbiriEldenBırakma"* şeklinde ifadelere yer verilerek söz konusu ürünün başta Covid-19 olmak üzere her türlü viral enfeksiyona karşı koruyucu bir özelliğe sahip olduğu izleniminin uyandırıldığı, ayrıca koronavirüs görselleri ve *"Hayatımızın odağındaki Covid-19 virüsünden korunmak için #TedbiriEldenBırakma"* gibi ifadelerle Covid-19 hastalığına atıf yapılan söz konusu reklamların, Covid-19 adlı hastalığın ülkemizde ve dünyada salgın halinde seyrettiği ve anılan hastalığın ilacının ve bilinen bir tedavisinin dahi bulunamadığı bir dönemde yayınlanması suretiyle, insanların bilgi ve tecrübe eksikliği ile korku ve endişelerinin istismar edilerek ticari rant elde edilmeye çalışıldığı,

Diğer taraftan, ürünün televizyon reklamlarında, *"Umkaimun Afrika Sardunyası (Pelargonium Sidoides) Kökü Ekstresi, Kara mürver (Sambucus nigra), Ekinezya, Vitamin ve Mineral içeren takviye edici gıdadır. İlaç değildir"* ifadelerinin yer aldığı alt yazıların, metin ve hareketli arka plan arasındaki kontrast ve nispi parlaklık bakımından metnin kolaylıkla okunmasına imkan vermediği, ayrıca alt yazı metninin mevzuatın gerektirdiği şekilde, opak tek renkli bir blok üstüne yerleştirilmediği, dolayısıyla söz konusu alt yazıların bu haliyle Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin ilgili hükümlerine aykırılık teşkil ettiği,

Son olarak, inceleme konusu reklamlarda yer alan "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 olduğu 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, 5/d ve 5/i 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, 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, 21/1-a, 21/1-b, 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.

**83)**

**Dosya No: 2021/1762**

**Şikayet Edilen: Tahsin YILDIZ**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şahıs tarafından "ozlexteaile\_zayifla" isimli Instagram sayfasında "Özlex Tea" adlı ürüne yönelik olarak yayınlanan reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 22.03.2021, 02.04.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan inceleme sonucunda, https://www.instagram.com/ozlexteaile\_zayifla/ URL adresinde yer alan "ozlexteaile\_zayifla" isimli Intagram sayfasında "Özlex Tea" adlı ürüne yönelik olarak yayınlanan reklamlarda; *“Çayımız zayıflama garantilidir. Zayıflamak istiyorum, kilo ver, bölgesel incelme, zayıflama çayı... Verilen kilolar geri gelmesin diyorsanız doğru yerdesiniz. Gün boyu tokluk... Bitmeyen enerji... Ayda 4 ile 12 kilo... #zayifla, #zayiflamak, #zayifliyorum #zayiflamakistiyorum, #bölgeselincelme, #kilover, #zayiflamacayi”* şeklinde ifadelere ve ürünü kullandığı iddia edilen şahısların kilo bilgileri ile birlikte kullanım öncesi ve sonrası fotoğraflarına ve yine ürünü kullandığı iddia edilen kişilerin tavsiye içeren yorum ve değerlendirme mesajlarına yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu reklamlarda yer alan *"zayıflatma", "kilo verdirme", "bölgesel incelme", "gün boyu tokluk", "zayıflama garantili", "ayda 4 ile 12 kilo"* ve *"bitmeyen enerji"* gibi beyanların birer sağlık beyanı olduğu, bu tür beyanlarla bitki çayı adı altında satışı yapılan söz konusu ürünün tok tuttuğu, kilo verdirdiği, zayıflatma garantili olduğu, bölgesel incelme sağladığı ve bitmeyen enerji verdiği gibi yanıltıcı bir izlenim oluşturularak anılan 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 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, 9, 16, 26 ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**84)**

**Dosya No: 2021/1783**

**Şikayet Edilen: Vadi Kelkit Radyo Televizyon Yayıncılık Organizasyon A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait Vadim TV adlı televizyon kanalında "Çörek Otu Macunu" adlı ürüne yönelik olarak yayınlanan tele-alışveriş reklamları.

**Reklam Yayın Tarihi:** 30.12.2020

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** Yapılan inceleme sonucunda, firmaya ait Vadim TV adlı televizyon kanalında "Çörek Otu Macunu" adlı ürüne yönelik olarak 30.12.2020 tarihinde saat 10:40:25'te yayınlanan tele alışveriş reklamında; *“(...) Kanser, ülser, ağrı, romatizma aklınıza ne gelirse. Şifası işte... Bakın romatizma hastaları olanlar, romatizma hastası, dizleri ağrıyanlar, ayakta duramayanlar, yürürken zorluk çekenler bizleri arasınlar. Şifanız burada diyoruz... Bitti mi, bitmedi: prostat hastalarımız var, prostat hastalarımız var, idrar zorluğu yaşayanlar var, ağrı çekenler var. Bakın bin derdin devasından bahsediyoruz... Bin derdin devasından bahsediyoruz. Deri hastalığı olanlar, derisinde istenmeyen hastalık görünenler; lekeler, sivilceler, akneler... Ölümden başka her derde devadır... Sütten kesilen anneler, sütü az akan anneler, yavrusunu doyurmakta zorlanan anneler bunu uyguladıklarında onlar kendileri şahit oldu, bebeklerinin doyduğunu, sütünün yettiğini gördüler. Adet döneminde, kadın hastalıklarında birebir şifadır denildi. Tıp söylüyor bunu... Nefes darlığına da birebir. Nefes darlığı şikayeti olanlar bir ay içerisinde anadan doğmuş misali rahat rahat nefes alıp verecek... Kalp hastalığı olanlar, böbrek yetmezliği olanlar, böbrek taşı olanlar, prostat hastaları, diyabet yani şeker hastaları, hemoroid, bakın çok önemli, basur hastalığı, basur, basur hastaları... Basuru on beş gün içerisinde günde iki tatlı kaşığı kullanmakla birlikte tamamen bitiriyor... Sevgili kardeşlerim prostat hastası olanlar, eklem ve kemik ağrıları olanlar bununla birlikte kalp ve damar tıkanıklığı olanlar daha önce kalp krizi geçirmiş damar tıkanıklığından dolayı ve yine kalp krizi geçirme riski olanlar tıkalı olan damarlar en geç bir hafta içerisinde açılıyor. Sizlere 6 kavanoz bol bol gönderiyoruz...”, "Çörek Otu Macunu", "6 Kavanoz, 99 TL, Uykusuzluk Sorunu, Sütü Az Olan Anneler, Romatizma Hastalığı, Resürullah'ın Övgüsü, Hastalık Çekenlere, Şifa Arayanlara, Çocuğu Olmayanlara, Ağrıları Olanlara, Prostat Olanlara, Nefes Darlığına, Akciğer Hastaları, Karaciğer Hastaları, Yüksek Tansiyon, Diyabet Hastaları, 0 216 277 73..."* şeklinde sözlü ve yazılı yer verildiği,

Ayrıca, Prof. Dr. Nihat HATİPOĞLU tarafından çörek otunun İslam dinindeki yeri ve tedavi edici etkisine ilişkin olarak muhtelif televizyon programlarında yapılan açıklamalar ile anılan şahsa ait görüntülerin montajlama yoluyla inceleme konusu reklam filmine uyarlandığı hususları tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu reklamda tanıtımı yapılan "Çörek Otu Macunu" adlı ürünün *"kalp-damar hastalıkları, kadın hastalıkları, romatizma, eklem rahatsızlıkları, deri hastalıkları, eklem ve kemik ağrıları, şeker, prostat, hemoroid, kanser, böbrek hastalıkları"* gibi birçok rahatsızlığa iyi geldiğini iddia eden beyanların birer sağlık beyanı olduğu, endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç bu tür beyanlarla takviye edici gıda niteliğinde olan ürünün birçok hastalığı veya sağlık sorununu iyileştirdiği, tedavi ettiği veya önlediği şeklinde bir izlenim oluşturularak söz konusu ürünün sanki bir ilaç veya beşeri tıbbi ürün gibi tanıtıldığı, yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre gıdalar/takviye edici gıdalar için bu tür sağlık beyanlarının kullanılmasının kesinlikle yasak olduğu, bir ürüne ilişkin olarak herhangi bir sağlık beyanında bulunulabilmesi için ilgili idari otoriteden (Sağlık Bakanlığı Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Kurumu) izin alınması gerektiği, kullanılan bu beyanlar için ilgili otoriteden izin de alınmadığından söz konusu beyanların doğruluğunun bilimsel olarak ispat edilmiş sayılamayacağı, dolayısıyla doğruluğu bilimsel olarak ispat edilmemiş bu beyanlarla tüketicilerin aldatılıp yanıltıldığı,

Diğer taraftan, Prof. Dr. Nihat HATİPOĞLU tarafından çörek otunun İslam dinindeki yeri ve tedavi edici etkisine ilişkin olarak muhtelif televizyon programlarında yapılan açıklamalar ile anılan şahsa ait görüntülerin montajlama yoluyla inceleme konusu reklam filmine uyarlandığı, ayrıca dış ses tarafından yapılan tanıtımlarda İslam dininin ve toplumun dini duygu ve hassasiyetlerinin istismarına yönelik aldatıcı beyan ve ifadelere yer verildiği ve tanıtımı yapılan ürünün Prof. Dr. Nihat HATİPOĞLU tarafından tavsiye edildiği gibi yanıltıcı bir izlenim oluşturulduğu, bu itibarla, söz konusu reklam filminde yer alan Prof. Dr. Nihat HATİPOĞLU'na ait olmayan ve gerçekleri yansıtmayan tanıklık ve tavsiye belirten ifadelerin tüketicileri aldatıcı-yanıltıcı, tüketici güveni ile tüketicilerin tecrübe ve bilgi noksanlıklarını istismar edici ve Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin “Tanıklı reklamlar” başlıklı 16 ncı maddesi hükümlerine aykırı olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- 5996 sayılı Veteriner Hizmetleri, Bitki Sağlığı, Gıda ve Yem Kanununun 24/3 maddesi,

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

- Türk Gıda Kodeksi Gıda Etiketleme ve Tüketicileri Bilgilendirme Yönetmeliği’nin 7 nci maddesi,

- Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği’nin 5/1, 5/2, 8/2, 9/1, 9/2 ve 13/1 ve 13/2 maddeleri,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/1-b, 5/1-d, 5/1-f, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 9, 11, 16, 26 ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**85)**

**Dosya No: 2021/1785**

**Şikayet Edilen: Zirvepark Radyo Televizyon Yayıncılık A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait PARK TV adlı televizyon kanalında "Çörek Otu Macunu" adlı ürüne yönelik olarak yayınlanan tele-alışveriş reklamları.

**Reklam Yayın Tarihi:** 08.02.2021

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** Yapılan inceleme sonucunda, firmaya ait PARK TV adlı televizyon kanalında "Çörek Otu Macunu" adlı ürüne yönelik olarak 08.02.2021 tarihinde saat 08:54:21'de yayınlanan tele alışveriş reklamında; *“(...) Kanser, ülser, ağrı, romatizma aklınıza ne gelirse. Şifası işte... Bakın romatizma hastaları olanlar, romatizma hastası, dizleri ağrıyanlar, ayakta duramayanlar, yürürken zorluk çekenler bizleri arasınlar. Şifanız burada diyoruz... Bitti mi, bitmedi: prostat hastalarımız var, prostat hastalarımız var, idrar zorluğu yaşayanlar var, ağrı çekenler var. Bakın bin derdin devasından bahsediyoruz... Bin derdin devasından bahsediyoruz. Deri hastalığı olanlar, derisinde istenmeyen hastalık görünenler; lekeler, sivilceler, akneler... Ölümden başka her derde devadır... Sütten kesilen anneler, sütü az akan anneler, yavrusunu doyurmakta zorlanan anneler bunu uyguladıklarında onlar kendileri şahit oldu, bebeklerinin doyduğunu, sütünün yettiğini gördüler. Adet döneminde, kadın hastalıklarında birebir şifadır denildi. Tıp söylüyor bunu... Nefes darlığına da birebir. Nefes darlığı şikayeti olanlar bir ay içerisinde anadan doğmuş misali rahat rahat nefes alıp verecek... Kalp hastalığı olanlar, böbrek yetmezliği olanlar, böbrek taşı olanlar, prostat hastaları, diyabet yani şeker hastaları, hemoroid, bakın çok önemli, basur hastalığı, basur, basur hastaları... Basuru on beş gün içerisinde günde iki tatlı kaşığı kullanmakla birlikte tamamen bitiriyor... Sevgili kardeşlerim prostat hastası olanlar, eklem ve kemik ağrıları olanlar bununla birlikte kalp ve damar tıkanıklığı olanlar daha önce kalp krizi geçirmiş damar tıkanıklığından dolayı ve yine kalp krizi geçirme riski olanlar tıkalı olan damarlar en geç bir hafta içerisinde açılıyor. Sizlere 6 kavanoz bol bol gönderiyoruz...”, "Çörek Otu Macunu", "6 Kavanoz, 99 TL, Uykusuzluk Sorunu, Sütü Az Olan Anneler, Romatizma Hastalığı, Resürullah'ın Övgüsü, Hastalık Çekenlere, Şifa Arayanlara, Çocuğu Olmayanlara, Ağrıları Olanlara, Prostat Olanlara, Nefes Darlığına, Akciğer Hastaları, Karaciğer Hastaları, Yüksek Tansiyon, Diyabet Hastaları, 0 216 277 73..."* şeklinde sözlü ve yazılı yer verildiği,

Ayrıca, Prof. Dr. Nihat HATİPOĞLU tarafından çörek otunun İslam dinindeki yeri ve tedavi edici etkisine ilişkin olarak muhtelif televizyon programlarında yapılan açıklamalar ile anılan şahsa ait görüntülerin montajlama yoluyla inceleme konusu reklam filmine uyarlandığı hususları tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu reklamda tanıtımı yapılan "Çörek Otu Macunu" adlı ürünün *"kalp-damar hastalıkları, kadın hastalıkları, romatizma, eklem rahatsızlıkları, deri hastalıkları, eklem ve kemik ağrıları, şeker, prostat, hemoroid, kanser, böbrek hastalıkları"* gibi birçok rahatsızlığa iyi geldiğini iddia eden beyanların birer sağlık beyanı olduğu, endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç bu tür beyanlarla takviye edici gıda niteliğinde olan ürünün birçok hastalığı veya sağlık sorununu iyileştirdiği, tedavi ettiği veya önlediği şeklinde bir izlenim oluşturularak söz konusu ürünün sanki bir ilaç veya beşeri tıbbi ürün gibi tanıtıldığı, yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre gıdalar/takviye edici gıdalar için bu tür sağlık beyanlarının kullanılmasının kesinlikle yasak olduğu, bir ürüne ilişkin olarak herhangi bir sağlık beyanında bulunulabilmesi için ilgili idari otoriteden (Sağlık Bakanlığı Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Kurumu) izin alınması gerektiği, kullanılan bu beyanlar için ilgili otoriteden izin de alınmadığından söz konusu beyanların doğruluğunun bilimsel olarak ispat edilmiş sayılamayacağı, dolayısıyla doğruluğu bilimsel olarak ispat edilmemiş bu beyanlarla tüketicilerin aldatılıp yanıltıldığı,

Diğer taraftan, Prof. Dr. Nihat HATİPOĞLU tarafından çörek otunun İslam dinindeki yeri ve tedavi edici etkisine ilişkin olarak muhtelif televizyon programlarında yapılan açıklamalar ile anılan şahsa ait görüntülerin montajlama yoluyla inceleme konusu reklam filmine uyarlandığı, ayrıca dış ses tarafından yapılan tanıtımlarda İslam dininin ve toplumun dini duygu ve hassasiyetlerinin istismarına yönelik aldatıcı beyan ve ifadelere yer verildiği ve tanıtımı yapılan ürünün Prof. Dr. Nihat HATİPOĞLU tarafından tavsiye edildiği gibi yanıltıcı bir izlenim oluşturulduğu, bu itibarla, söz konusu reklam filminde yer alan Prof. Dr. Nihat HATİPOĞLU'na ait olmayan ve gerçekleri yansıtmayan tanıklık ve tavsiye belirten ifadelerin tüketicileri aldatıcı-yanıltıcı, tüketici güveni ile tüketicilerin tecrübe ve bilgi noksanlıklarını istismar edici ve Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin “Tanıklı reklamlar” başlıklı 16 ncı maddesi hükümlerine aykırı olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- 5996 sayılı Veteriner Hizmetleri, Bitki Sağlığı, Gıda ve Yem Kanununun 24/3 maddesi,

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

- Türk Gıda Kodeksi Gıda Etiketleme ve Tüketicileri Bilgilendirme Yönetmeliği’nin 7 nci maddesi,

- Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği’nin 5/1, 5/2, 8/2, 9/1, 9/2 ve 13/1 ve 13/2 maddeleri,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/1-b, 5/1-d, 5/1-f, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 9, 11, 16, 26 ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, mecra kuruluşu **Zirvepark Radyo Televizyon Yayıncılık A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **22.861 TL (Yirmiikibinsekizyüzaltmışbir Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**86)**

**Dosya No: 2019/11548**

**Şikayet Edilen:** **Çakırmelikoğlu Maden Suyu İşletmesi Sanayi ve Ticaret Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam**: İnişdibi Maden Suyunda Limon isimli ürünün ambalajında yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj

**Tespitler:** “İnişdibi Maden Suyunda Limon” adlı ürüne ilişkin ambalaj üzerinde “Şeker Yok Tatlandırıcı Yok” ifadeleri ile birlikte “Maden Suyu+Limon=Maden Suyunda Limon” beyanına yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, “İnişdibi Maden Suyunda Limon” adlı ürününün ambalaj üzerinde yer verilen “Şeker Yok Tatlandırıcı Yok” ve “Maden Suyu+Limon=Maden Suyunda Limon” ifadelerinin tüketiciler nezdinde ürünün yalnızca maden suyu ve limon ürünlerinden oluştuğu şeklinde algılanmasına yol açtığı ve bu suretle anılan reklamın ortalama tüketicinin algılama düzeyi ile tüketici üzerindeki olası etkisini göz önünde bulundurmayarak aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu reklamların;

- Türk Gıda Kodeksi Gıda Etiketleme ve Tüketicileri Bilgilendirme Yönetmeliği’nin 7/1-a, 7/1-c, 7/2 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, 9/5, 26/1 ve 32’nci 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 **Çakırmelikoğlu Maden Suyu İşletmesi 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.

**87)**

**Dosya No: 2021/441**

**Şikâyet Edilen: Yemek Sepeti Elektronik İletişim Perakende Gıda Lojistik Anonim Şirketi**

**Şikâyet Edilen Reklam:** Firma tarafından yemeksepeti.com adresli internet sitesinde tüketicilere ait yorumların yayımlanmasına ilişkin ticari uygulamalar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** yemeksepeti.com adresli internet sitesi üzerinden verdiği siparişin üzerinden gıda dışında bir maddenin çıktığını iddia eden tüketicinin ilgili restoranın değerlendirildiği bölümde bu duruma ilişkin gönderdiği yorumun yayınlanmadığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, firma tarafından yapılan açıklamalar ve sunulan belgeler göz önüne alınarak inceleme konusu iddiaların Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin “İspat külfeti” başlıklı 9 uncu maddesinde yer alan esaslar çerçevesinde ispatlandığından herhangi bir aldatıcı/yanıltıcı reklam veya haksız ticari uygulamada bulunulmadığı anlaşılmış ve dolayısıyla anılan reklamların 6502 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanuna ve ilgili Yönetmeliğe **aykırı olmadığına** karar verilmiştir.

**88)**

**Dosya No: 2021/1053**

**Şikâyet Edilen: Yemek Sepeti Elektronik İletişim Perakende Gıda Lojistik Anonim Şirketi**

**Şikâyet Edilen Reklam:** “yemeksepeti.com” adlı internet sitesi ve mobil uygulamasında yapılan indirimli satış reklamları

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Bahsi geçen firma tarafından “İndirim Yağmuru” adı altında indirimli satış kampanyasının gerçekleştirildiği, indirimli satışlara ilişkin fiyat bilgilerinin, indirim oranı ve günleri ile birlikte restoranlar tarafından belirlendiği, şikâyet konusu restoranların menü fiyatları, Yemeksepeti’nde geçerli olan fiyatları ve rakip firma fiyatları arasında fark olduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, firmanın 6563 sayılı Elektronik Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun’da tanımlandığı üzere “aracı hizmet sağlayıcı” niteliği nedeniyle hizmet sundukları elektronik ortamı kullanan gerçek ve tüzel kişiler tarafından sağlanan içerikleri kontrol etmekle, bu içerik ve içeriğe konu mal veya hizmetle ilgili hukuka aykırı bir faaliyetin ya da durumun söz konusu olup olmadığını araştırmakla yükümlü olmadığı ve firma tarafından yapılan açıklamalar ve sunulan belgelerde de ispatlandığı üzere gerçeği yansıtmayan indirim iddialarına delil olarak sunulan fiyat bilgilerinin Yemeksepeti tarafından değil hizmet sundukları restoranlar tarafından oluşturulduğu hususları göz önüne alınarak yapılan indirimli satış tanıtımlarında firma tarafından herhangi bir aldatıcı/yanıltıcı ifadeye yer verilmediği anlaşılmış olduğundan anılan reklamların 6502 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanuna ve ilgili Yönetmeliğe **aykırı olmadığına** **OY** karar verilmiştir.

**89)**

**Dosya No: 2021/1668**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.a101.com.tr/ internet sitesinde yayımlanan “14 Şubat’a Özel İndirimler” başlıklı indirimli satış kampanyasına ilişkin reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** Şubat 2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** a) https://www.a101.com.tr/14-subat-ozel-hediyeler URL adresi altında “North Face ve Tommy Hilfiger Markalı Ürünlerde % 35’e Varan İndirim!” ifadesine yer verilmesine rağmen https://www.a101.com.tr/kampanya/mont-5ocak/?sorter=-price URL adresindeki “Mont” kategorisinde yer alan ürünlere en fazla % 27 oranında indirim uygulandığı,

b) https://www.a101.com.tr/14-subat-ozel-hediyeler URL adresi altında “Seçili Elektrikli Ev Aletlerinde % 30’a Varan İndirim!” ifadesine yer verilmesine rağmen https://www.a101.com.tr/kampanya/elektrikli-ev-aletleri-5ocak/?sorter=-price URL adresindeki “Elektrikli ev aletleri” kategorisinde yer alan ürünlere en fazla % 25 oranında indirim uygulandığı,

c) https://www.a101.com.tr/14-subat-ozel-hediyeler URL adresi altında “Seçili Çikolatalarda % 55’e Varan İndirim!” ifadesine yer verilmesine rağmen https://www.a101.com.tr/kampanya/cikolata-urunlerinde-indirimler-26-ocak/?sorter=-price URL adresindeki “Çikolata” kategorisinde yer alan ürünlere en fazla % 21 oranında indirim uygulandığı,

d) https://www.a101.com.tr/14-subat-ozel-hediyeler URL adresi altında; “Seçili Parfümlerde % 70’e Varan İndirim!” ifadesine yer verilmesine rağmen https://www.a101.com.tr/kampanya/parfumlerde-sepette-ek-yuzde-5-indirim-26-ocak/?sorter=-salepercentage URL adresinde % 75 indirimle, “Seçili Saatlerde % 35’e Varan İndirim!” ifadesine yer verilmesine rağmen https://www.a101.com.tr/kampanya/saat-5ocak/?sorter=-salepercentage URL adresinde % 37 indirimle, “Seçili Elektronik Aksesuar Ürünlerinde % 40’a Varan İndirim!” ifadesine yer verilmesine rağmen https://www.a101.com.tr/kampanya/elektronik-aksesuar-5ocak/?sorter=-salepercentage URL adresinde % 44 indirimle satışa sunulan ürünler olduğu;

e)https://www.a101.com.tr/kampanya/parfumlerde-sepette-ek-yuzde-5-indirim-26-ocak/?sorter=in\_stock, https://www.a101.com.tr/kampanya/saat-5ocak/?sorter=in\_stock,

https://www.a101.com.tr/kampanya/kisisel-bakim-5ocak/?sorter=in\_stock, https://www.a101.com.tr/kampanya/mont-5ocak/?sorter=in\_stock, https://www.a101.com.tr/kampanya/marka-ayakkabi-terlikler-aralik-2020, https://www.a101.com.tr/kampanya/elektrikli-ev-aletleri-5ocak/?sorter=in\_stock, https://www.a101.com.tr/kampanya/elektronik-aksesuar-5ocak/?sorter=in\_stock, https://www.a101.com.tr/kampanya/evyap-urunlerinde-indirimler-26-ocak/?sorter=in\_stock ve https://www.a101.com.tr/kampanya/cikolata-urunlerinde-indirimler-26-ocak/?sorter=in\_stock URL adreslerinde listelenen ürünler için herhangi bir stok bilgisi belirtilmediği ve indirimli satış kampanyasının başlangıç ve bitiş tarihlerine yer verilmediği,

f) https://www.a101.com.tr/kampanya/new-balance-urunlerinde-indirimler-aralik-2020/? sorter=-salepercentage URL adresindeki “New Balance Wl574suo Gri Kadın, Gri, 38” ve “New Balance Ml574spo Laciv, Lacivert, 44” adlı ürünler ile “Crocs Crocband Çocuk Terlik” adlı ürünlerin mavi, turkuaz ve kırmızı renkleri için; https://www.a101.com.tr/ev-yasam/casio-mtp-v005l-7b2udf-erkek-kol-saati/ URL adresindeki “Casio MTP-V005L-7B2UDF Erkek Kol Saati” adlı ürünün; https://www.a101.com.tr/elektronik/braun-tiras-makinesi-s6-60-b1000s/ URL adresindeki “Braun Tıraş Makinesı S6 60-b1000s” adlı ürünün indirimden önceki ve sonraki fiyat bilgisi ile indirim oranına yer verilmeyerek yalnızca indirimli fiyat izlenimi oluşturan kırmızı renkli fiyat bilgisi sunulduğu,

g) https://www.a101.com.tr/kozmetik-kisisel-bakim/agatha-paris-l-amour-200-ml-kadin-deod orant/ URL adresinde yer alan “Agatha Paris L'amour 200 ml Kadın Deodorant” adlı ürünün % 75 indirimli olarak 99,99 TL yerine 24,95 TL’ye (sepette +% 5 indirimle 23,70 TL’ye) satışa sunulduğu,

h) https://www.a101.com.tr/ev-yasam/casio-mtp-vd01l-2bvudf-erkek-kol-saati/ URL adresinde yer alan “Casio MTP-VD01L-2BVUDF Erkek Kol Saati” adlı ürünün % 35 indirimli olarak 429,95 TL yerine 279 TL’ye (sepette +% 5 indirimle 265,05 TL’ye) satışa sunulduğu,

i) https://www.a101.com.tr/elektronik/medisana-88585-ipl-845-lazer-epilasyon-cihazi/ URL adresinde yer alan “Medisana 88585 IPL 845 Lazer Epilasyon Cihazı” adlı ürünün % 8 indirimli olarak 1.199,00 TL yerine 1.099 TL’ye (sepette +% 5 indirimle 1.044,05 TL’ye) satışa sunulduğu,

j) https://www.a101.com.tr/ev-yasam/tommy-hilfiger-155an231-erkek-mont-kirmizi-lacivert-s/ URL adresinde yer alan “Tommy Hilfiger 155AN231 Erkek Mont - Kırmızı/Lacivert S” adlı ürünün % 27 indirimli olarak 1.299,00 TL yerine 949,00 TL’ye (sepette +100 TL indirimle 849 TL’ye) satışa sunulduğu,

k) https://www.a101.com.tr/ev-yasam/skechers-52766-bkw-gri-erkek-ay-gri-43/ URL adresinde yer alan “Skechers 52766-bkw Gri Erkek Ay, Gri, 43” adlı ürünün % 9 indirimli olarak 399,95 TL yerine 365,00 TL’ye (sepette +10 TL indirimle 355 TL’ye) satışa sunulduğu,

l)https://www.a101.com.tr/elektronik/deerma-dem-f-235-katlanabilir-ultrasonik-hava-nemlendirici/ URL adresinde yer alan “Deerma DEM F-235 Katlanabilir Ultrasonik Hava Nemlendirici” adlı ürünün % 22 indirimli olarak 549,00 TL yerine 429,00 TL’ye satışa sunulduğu,

m) https://www.a101.com.tr/elektronik/honor-bluetooth-hoparlor/ URL adresinde yer alan “Honor Bluetooth Hoparlör” adlı ürünün % 44 indirimli olarak 169,00 TL yerine 94,95 TL’ye satışa sunulduğu,

n)https://www.a101.com.tr/kozmetik-kisisel-bakim/privacy-gold-woman-edt-kadinparfum-100ml-deodorant-150-ml/ URL adresinde yer alan “Privacy Gold Woman Edt KadınParfüm 100ml + deodorant 150 Ml” adlı ürünün % 40 indirimli olarak 109,90 TL yerine 65,95 TL’ye satışa sunulduğu,

o) https://www.a101.com.tr/market/vince-findik-krema-dolgulu-pralin-cikolata-240-g/ URL

adresinde yer alan “Vince Fındık Krema Dolgulu Pralin Çikolata 240 G” adlı ürünün % 21 indirimli olarak 12,95 TL yerine 10,25 TL’ye satışa sunulduğu,

p) https://www.a101.com.tr/market/vince-cikolata-beyaz-20-fistikli-65g/ URL adresinde yer alan “Vince Çikolata Beyaz %20 Fıstıklı 65g” adlı ürünün % 15 indirimli olarak 5,95 TL yerine 5,05 TL’ye satışa sunulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, indirimli satış oran, miktar ve tutarlarına yönelik iddiaların log kaydı ve fatura bilgileriyle ispatlandığı, dolayısıyla ilgili mevzuata uygun olduğu ancak https://www.a101.com.tr/kampanya/ parfumlerde-sepette-ek-yuzde-5-indirim-26-ocak/?sorter=in\_stock, https://www.a101. com.tr/ kampanya/saat-5ocak/?sorter=in\_stock, https://www.a101.com.tr/kampanya/kisisel-bakim-5ocak/?sorter=in\_stock, https://www.a101.com.tr/kampanya/mont-5ocak/?sorter=in\_stock, https://www.a101.com.tr/kampanya/marka-ayakkabi-terlikler-aralik-2020, https://www.a101. com.tr/kampanya/elektrikli-ev-aletleri-5ocak/?sorter=in\_stock, https://www.a101.com.tr/ kampanya/elektronik-aksesuar-5ocak/?sorter=in\_stock, https://www.a101.com.tr/ kampanya/evyap-urunlerinde-indirimler-26-ocak/?sorter=in\_stock ve https://www.a101. com.tr/kampanya/cikolata-urunlerinde-indirimler-26-ocak/?sorter=in\_ stock URL adreslerinde indirimli satış kampanyasının başlangıç ve bitiş tarihlerine yer verilmediği; https://www.a101.com.tr/kampanya/new-balance-urunlerinde-indirimler-aralik-2020/?sorter= -salepercentage URL adresindeki “New Balance Wl574suo Gri Kadın, Gri, 38” ve “New Balance Ml574spo Laciv, Lacivert, 44” adlı ürünler ile “Crocs Crocband Çocuk Terlik” adlı ürünlerin mavi, turkuaz ve kırmızı renklerinin; https://www.a101.com.tr/ev-yasam/casio-mtp-v005l-7b2udf-erkek-kol-saati/ URL adresindeki “Casio MTP-V005L-7B2UDF Erkek Kol Saati” adlı ürünün; https://www.a101.com.tr/elektronik/braun-tiras-makinesi-s6-60-b1000s/ URL adresindeki “Braun Tıraş Makinesi S6 60-b1000s” adlı ürünün indirimden önceki ve sonraki fiyat bilgisi ile indirim oranına yer verilmediği, bu ürünlere herhangi bir indirim uygulanmadığı ve yalnızca indirimli fiyat izlenimi oluşturan kırmızı renkli fiyat bilgisi sunulduğundan söz konusu tanıtımların tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu reklamların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 9/1, 9/5, 13/1, 13/9, 14/1 ve 32/1 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 **Yeni Mağazacılık A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**90)**

**Dosya No: 2021/1312**

**Şikayet Edilen: Eczacıbaşı İlaç Pazarlama A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Dynavit Türkiye” isimli Facebook kullanıcı hesabında yer alan “Dynavit Vitamin C + Sambucus Nigra” ve “Dynavit Vitamin B12” isimli gıda takviyesi ürünlerine ilişkin tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 03.03.2021, 23.03.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: Yapılan incelemede, “Dynavit Türkiye” isimli Facebook hesabında yer alan “Dynavit Vitamin C + Sambucus Nigra” isimli gıda takviyesine ilişkin 03.03.2021 tarihli tanıtımlarda; “Bağışıklık sisteminiz normalleşmeye hazır mı? Aradığınız destek Vitamin C + Sambucus Nigra ile bağışıklığınızı destekleyin ve dışarıda bulunan mikroorganizmalara karşı direncinizi artırın! #GüçlüBirliktelik #Cvitamini #BağışıklıkSistemi ” ifadelerine ve “Dynavit Vitamin B12” isimli gıda takviyesine ilişkin 23.03.2021 tarihli tanıtımlarda; “Yemekten sonra günde 1 adet alacağınız dil altı hapı Dynavit Vitamin B12, bağışıklık sisteminin normal fonksiyonunda çalışmasına ve yorgunluğun azalmasına katkıda bulunur. #AradığınDestek #Dynavit” ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu tanıtımlarda yer verilen *“Bağışıklık sisteminiz normalleşmeye hazır mı? Aradığınız destek Vitamin C + Sambucus Nigra ile bağışıklığınızı destekleyin ve dışarıda bulunan mikroorganizmalara karşı direncinizi artırın!”* 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 direnci 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,

Öte yandan, 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, “Dynavit Vitamin B12” isimli gıda takviyesine ilişkin tanıtımlarda kullanılan *“Dynavit Vitamin B12, bağışıklık sisteminin normal fonksiyonunda çalışmasına ve yorgunluğun azalmasına katkıda bulunur.”*  ifadesinin doğrudan firmaya ait " Dynavit Vitamin B12" adlı ürüne atıf yapacak ve beyanda belirtilen etkinin ürünün kendisi tarafından sağlandığını öne sürecek şekilde kullanıldığı 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 5/1-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 nci maddesi,

- Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği’nin 5/1, 5/2, 7/1, 7/2, 8/1, 8/2, 8/3, 8/4, 9/1, 9/2 ve 13/1, 13/2, 13/3, 17/1 ve 17/3 maddeleri,

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**91)**

**Dosya No: 2021/1405**

**Şikayet Edilen: Dardanel - Önentaş Gıda Sanayi Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** "Dardanel Saroz Uskumru Fileto" adlı ürüne ait ambalaj üzerinde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj

**Tespitler:** Yapılan incelemede, "Dardanel Saroz Uskumru Fileto" adlı ürünün ambalajının ön yüzünde yer alan ürün isminde *“Saroz”* ifadesine yer verildiği, ancak söz konusu ürüne ait ambalajın arka yüzünde *“İthal edilen balıklardan Türkiye’de üretilmiştir.”* bilgisine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, "Dardanel Saroz Uskumru Fileto" adlı ürünün ambalajının ön yüzünde yer alan ürün isminde *“Saroz”* ifadesine yer verildiği, ancak söz konusu ürüne ait ambalajın arka yüzünde *“İthal edilen balıklardan Türkiye’de üretilmiştir.”* bilgisine yer verildiği, böylece ithal balıklardan üretilen söz konusu ürünün Çanakkale Saroz Körfezi’nden elde edilen balıklardan üretildiği izleniminin oluşturulduğu, bu durumun 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, 7/5-a ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**92)**

**Dosya No: 2021/1753**

**Şikayet Edilen: Nutral Terapi Besinsel Tedavi Araştırma Geliştirme San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.nutraltherapy.com adresli internet sitesinin 30/03/2021 ve 19/04/2021 tarihli görünümleri ile Instagram, Facebook ve Twitter kullanıcı hesaplarının 20/04/2021 tarihli görünümlerinde yer alan “Nutraltherapy Zeytinyağı Bazlı Propolis” ve “Nutraltherapy Propolis Kapsül” isimli gıda takviyesi ürünlerine ilişkin tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 30/03/2021, 19/04/2021 ve 20/04/2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan incelemede, www.nutraltherapy.com adresli internet sitesinde yer alan “Nutraltherapy Zeytinyağı Bazlı Propolis”isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Doktorumuzun önerisi ile bir süredir kullanıyoruz…”, “Doktor tavsiyesi ile kullanmaya başladık…”* ve *“… Allah razı olsun sayenizde babam toparladı ayağa kalktı. dualarımız sizinle…”,* “Nutraltherapy Propolis Kapsül” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Gücümde sağlığımda net artış var…”* ve *“7 yıldır spor eğitmenliği yapıyorum ve sağlığım için ekstra özen gösteriyorum. Kullandığım supplementler güç verdiği kadar vücut direncimi de bir taraftan bir hayli düşürüyor. Ne kadar dikkat etsem de çabuk hastalanıyordum. İki ay kadardır ürününüzü kullanıyorum. Çok çok daha iyi hissediyor ve öğrencilerime öneriyorum.”* ve Instagram, Facebook ve Twitter isimli sosyal paylaşım sitelerinde firmaya ait kullanıcı hesaplarında yer alan tanıtımlarda; *“Kar geliyor! Hazır mısın? Nutral Therapy ürünleri ile bu kış da #kendineiyibak”* ifadelerine yer verildiği,

Ayrıca, [www.nutraltherapy.com](http://www.nutraltherapy.com)adresli internet sitesinde “Nutraltherapy Zeytinyağı Bazlı Propolis” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Ürünün en önemli özelliği; su, alkol, glikol, kimyasal madde, katkı maddesi içermemesi, yani tümüyle doğal olmasıdır.”* ifadelerine ve “İnceleme” başlığı altındaki yorumlarda; *“Alkollü propolisler rahatsız ediyordu. inanın çok sevindim… Bir süredir başka bir markanın ürünlerini kullanıyordum. Alkollü mü diye sorduğumda ‘buğday alkolü’ cevabı alıyordum. Şarap da üzüm alkolü o zaman diyince de verecek cevap bulamıyorlardı… Daha önce çocuklarım için bir kaç markanın alkollü ürünlerini kullandım. Zararları hakkında bilgi sahibi olunca zeytinyağlı propolisi buldum”* ifadelerine ve *“Diğer ürünlerin ağızdan gitmeyen o zehir tadı sizinkinde yok mis gibi zeytinyağı kokuyor…”* ifadelerine,

Bunun yanında, www.nutraltherapy.com adresli internet sitesinde yer alan “Nutraltherapy Propolis Kapsül” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda *“Supradyn de denedim, Pharmaton da. Kesinlikle ikisinden de iyi. Tavsiye ederim”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, www.nutraltherapy.com adresli internet sitesinde yer alan “Nutraltherapy Zeytinyağı Bazlı Propolis”isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; *“Doktorumuzun önerisi ile bir süredir kullanıyoruz…”, “Doktor tavsiyesi ile kullanmaya başladık…”* ve *“… Allah razı olsun sayenizde babam toparladı ayağa kalktı. dualarımız sizinle…”,* “Nutraltherapy Propolis Kapsül” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; *“Gücümde sağlığımda net artış var…”* ve *“7 yıldır spor eğitmenliği yapıyorum ve sağlığım için ekstra özen gösteriyorum. Kullandığım supplementler güç verdiği kadar vücut direncimi de bir taraftan bir hayli düşürüyor. Ne kadar dikkat etsem de çabuk hastalanıyordum. İki ay kadardır ürününüzü kullanıyorum. Çok çok daha iyi hissediyor ve öğrencilerime öneriyorum.”* ve Instagram, Facebook ve Twitter isimli sosyal paylaşım sitelerinde firmaya ait kullanıcı hesaplarında yer alan tanıtımlarda yer verilen; *“Kar geliyor! Hazır mısın? Nutral Therapy ürünleri ile bu kış da #kendineiyibak”* 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 hastalıklara karşı koruduğu, hastalık riskini azalttığı, dokunulmazlık sağladığı, kullananları güçlü ve sağlıklı kıldığı ve insan sağlığını koruduğu 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,

Ayrıca, [www.nutraltherapy.com](http://www.nutraltherapy.com)adresli internet sitesinde yer alan“Nutraltherapy Zeytinyağı Bazlı Propolis” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Ürünün en önemli özelliği; su, alkol, glikol, kimyasal madde, katkı maddesi içermemesi, yani tümüyle doğal olmasıdır.”* ifadelerine ve “İnceleme” başlığı altındaki yorumlarda; *“Alkollü propolisler rahatsız ediyordu. inanın çok sevindim… Bir süredir başka bir markanın ürünlerini kullanıyordum. Alkollü mü diye sorduğumda ‘buğday alkolü’ cevabı alıyordum. Şarap da üzüm alkolü o zaman diyince de verecek cevap bulamıyorlardı… Daha önce çocuklarım için bir kaç markanın alkollü ürünlerini kullandım. Zararları hakkında bilgi sahibi olunca zeytinyağlı propolisi buldum”* ifadelerine yer verilmesinin, mevzuata uygun glikol, alkol vb. içerik ile piyasaya arz edilen benzer gıda takviyesi ürünlerine yönelik kötüleme içerdiği, aynı zaman da bu ifadelerin Türk Gıda Kodeksi Gıda Etiketleme ve Tüketicileri Bilgilendirme Yönetmeliği’nin “Doğru bilgilendirmeye ilişkin kurallar” başlıklı 7 nci maddesinin *“(1) Gıda hakkında bilgilendirme, özellikle; (…) c) Tüm benzer gıdalar aynı niteliklere sahip olduğu halde, belli bir gıdanın özel niteliklere sahip olduğunu ileri sürerek ve özellikle belirli bileşenler ve/veya besin öğelerinin varlığını veya yokluğunu özel olarak vurgulayarak, (…)yanıltıcı biçimde olamaz.”* hükmüne de aykırı olduğu,

İlaveten, www.nutraltherapy.com adresli internet sitesinde yer alan “Nutraltherapy Zeytinyağı Bazlı Propolis” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; *“Diğer ürünlerin ağızdan gitmeyen o zehir tadı sizinkinde yok mis gibi zeytinyağı kokuyor…”* ifadelerinin benzer ürünlere yönelik kötüleyici ifadeler olduğu,

Bunun yanında, www.nutraltherapy.com adresli internet sitesinde yer alan “Nutraltherapy Propolis Kapsül” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen *“Supradyn de denedim, Pharmaton da. Kesinlikle ikisinden de iyi. Tavsiye ederim”* ifadelerinin Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin “Karşılaştırmalı Reklamlar” başlıklı “Karşılaştırmalı Reklamlar” başlıklı 8/3 maddesinin *“(3) (Değişik:RG-4/1/2017-29938) Gıda reklamlarında, ilgili mevzuata göre sağlık beyanı kapsamına giren hususlar karşılaştırmaya konu edilemez. Beslenme beyanı kapsamındaki hususların reklamlarda karşılaştırma unsuru olarak kullanılması ilgili mevzuat hükümlerine göre yapılır. Takviye edici gıdaların karşılaştırmalı reklamı ise hiçbir şekilde yapılamaz."* hükümlerine aykırı olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- 5996 sayılı Veteriner Hizmetleri, Bitki Sağlığı, Gıda ve Yem Kanununun 24/3 maddesi,

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 5/1-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 nci maddesi,

- Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği’nin 5/1, 5/2, 8/2, 9/1, 9/2 ve 13/1 ve 13/2 maddeleri,

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Nutral Terapi Besinsel Tedavi Araştırma Geliştirme San. ve Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **114.326-TL (Yüzondörtbinüçyüzyirmialtı Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**93)**

**Dosya No: 2021/1786**

**Şikayet Edilen: Emre KARADEVELİ**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şahsa ait “lavetinnnn” isimli Instagram hesabında yer alan “Laventin Fit Tea” isimli gıda ürününe ilişkin tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 29.03.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan inceleme sonucunda, reklam veren şahsa ait olduğu tespit edilen “lavetinnnn” isimli Instagram hesabında yer alan “Laventin Fit Tea” isimli gıda ürününe ilişkin tanıtımlarda;

*“Bir Çayla Nasıl Zayıflanır Okuyun! Bir çay nasıl olurda böyle zayıflatır diyet spor yapmadan diye düşünüyorsunuz çayımız iştah keser tok tutar normal yediğinizin yarısını yedirir, bu yüzden diyete gerek yoktur, susatır, su içmenizi sağla,r metabolizmanızı hızlandırır, yağ yakar ve ödem atar, sarkma yapma,z sıklaştırır, bu sayede spor yapmadan sağlıklı bir şekilde sağlığınız hiç bir şekilde zarar gelmeden kilo vermenizi sağlar, tek kavanozda net iki beden incelme görülür, ortalama normal bir bünyede kullanım süreci içerisinde 4/9/12 kilo arası verim sağlar, yanı sıra ödemden ve yağdan gittiği için de en az 4 kilo bile gitse daha fazlası verilmiş gibi durur, çünkü önemli olan yağdan ve ödemden kayıptı,r bir çayla işte tüm bunlar oluyor, ön yargılarınızı ve çevrenizi bir kenara bırakıp kendinize bir iyilik yapın ve bizimle beraber sağlıklı yaşama evet deyin, unutmayın ki kaybedeceğiniz tek şey kilolarınız olacak. 1 ayda 7-10 kilo verin.*

*İştah keser, tok tutar. Bağırsak hareketlerinizi artırır, düzenler. Metabolizmanızı ve yağ yakımını hızlandırır. Metabolizmayı çalıştırır. Vücuttaki toksinleri atar. Bölgesel yağları parçalar. İştahıi keser. İsteseniz de yiyemezsiniz Sabahları dinç bir şekilde uyanmanızı sağlar. Rahat bir şekilde tuvalete çıkmanızı sağlar. Kilo verirken sıkılaşmanızı sağlar. Midenizi küçültür. Enerji ve güç verir. Sinir ve stres problemini minimuma indirir.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Reklam veren şahsa ait olduğu tespit edilen “lavetinnnn” isimli Instagram hesabında yer alan “Laventin Fit Tea” isimli gıda ürününe ilişkin tanıtımlarda yer verilen; *“Bir Çayla Nasıl Zayıflanır Okuyun! Bir çay nasıl olurda böyle zayıflatır diyet spor yapmadan diye düşünüyorsunuz çayımız iştah keser tok tutar normal yediğinizin yarısını yedirir, bu yüzden diyete gerek yoktur, susatır, su içmenizi sağla,r metabolizmanızı hızlandırır, yağ yakar ve ödem atar, sarkma yapma,z sıklaştırır, bu sayede spor yapmadan sağlıklı bir şekilde sağlığınız hiç bir şekilde zarar gelmeden kilo vermenizi sağlar, tek kavanozda net iki beden incelme görülür, ortalama normal bir bünyede kullanım süreci içerisinde 4/9/12 kilo arası verim sağlar, yanı sıra ödemden ve yağdan gittiği için de en az 4 kilo bile gitse daha fazlası verilmiş gibi durur, çünkü önemli olan yağdan ve ödemden kayıptı,r bir çayla işte tüm bunlar oluyor, ön yargılarınızı ve çevrenizi bir kenara bırakıp kendinize bir iyilik yapın ve bizimle beraber sağlıklı yaşama evet deyin, unutmayın ki kaybedeceğiniz tek şey kilolarınız olacak. 1 ayda 7-10 kilo verin.İştah keser, tok tutar. Bağırsak hareketlerinizi artırır, düzenler. Metabolizmanızı ve yağ yakımını hızlandırır. Metabolizmayı çalıştırır. Vücuttaki toksinleri atar. Bölgesel yağları parçalar. İştahıi keser. İsteseniz de yiyemezsiniz Sabahları dinç bir şekilde uyanmanızı sağlar. Rahat bir şekilde tuvalete çıkmanızı sağlar. Kilo verirken sıkılaşmanızı sağlar. Midenizi küçültür. Enerji ve güç verir. Sinir ve stres problemini minimuma indirir.”*  ifadelerinin tanıtımı yapılan ürünü sağlıkla ilişkilendiren sağlık beyanları olduğu, 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 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, 7/8-ç, 9 uncu, 26 ncı ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**94)**

**Dosya No: 2021/1788**

**Şikayet Edilen: Sultan Aydın Arco Sağlık**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait www.arcosaglik.com ve www.hylora.com adresli internet siteleri ile “ARCO Sağlık” isimli Facebook sosyal paylaşım sitesi kullanıcı hesabında yer alan “Hyalora” isimli gıda takviyesine ilişkin reklamlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 02.05.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan inceleme sonucunda, www.arcosaglik.com ve www.hylora.com adresli internet siteleri ile “ARCO Sağlık” isimli Facebook sosyal paylaşım sitesi kullanıcı hesabında yer alan *“Hyalora”* isimli gıda takviyesine ilişkin 02.05.2021 tarihli tanıtımlarda; *“HYALORA eklem ağrılarında iyileşmeye ve rahat uyumaya yardımcı bakanlık onaylı gıda takviyesidir.”, “Kas ve eklem ağrılarınızı gidererek, daha sağlıklı bir uyku uyumanız için bakanlık onaylı HYALORA gıda takviyesini denediniz mi?”* ve *“ “Sizi geceleri uykunuzdan uyandıran ve sağlıklı bir uyku uyumanıza engel olan kas ve eklem ağrılarınıza son!”* ifadelerine,

Bunun yanında, www.arcosaglik.com adresli internet sitesinde yer alan “Sorularla Hyalora” başlığı altında; *“İlacı yaklaşık ne kadar süre kullanmalıyım? (…) İlacı kullanırken beraberinde ağrı kesici almalı mıyım? İlacın içinde şeytan pençesi isimli ve bitkisi güney Afrika’da yetişen çok güçlü bir ağrı kesici olduğu için, çok zorunlu kalmadıkça fazladan ağrı kesici önermiyoruz.(…)”* şeklinde ifadelere,

Ayrıca, www.arcosaglik.com adresli internet sitesinde *“PANDEMİ SEBEBİ İLE HASTANEYE GİDEMİYORSANIZ! Ücretsiz olarak WhatsApp üzerinden bize danışabilirsiniz. Peşin Fiyatına Taksitle”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firmaya ait www.arcosaglik.com ve www.hylora.com adresli internet siteleri ile “ARCO Sağlık” isimli Facebook sosyal paylaşım sitesi kullanıcı hesabında yer alan *“Hyalora”* isimli gıda takviyesine ilişkin 02.05.2021 tarihli tanıtımlarda yer verilen; *“HYALORA eklem ağrılarında iyileşmeye ve rahat uyumaya yardımcı bakanlık onaylı gıda takviyesidir.”, “Kas ve eklem ağrılarınızı gidererek, daha sağlıklı bir uyku uyumanız için bakanlık onaylı HYALORA gıda takviyesini denediniz mi?”* ve *“ “Sizi geceleri uykunuzdan uyandıran ve sağlıklı bir uyku uyumanıza engel olan kas ve eklem ağrılarınıza son!”* ifadelerinin tanıtımı yapılan ürünü sağlıkla ilişkilendiren sağlık beyanları olduğu, 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,

Bunun yanında, www.arcosaglik.com adresli internet sitesinde yer alan “Sorularla Hyalora” başlığı altında; *“İlacı yaklaşık ne kadar süre kullanmalıyım? (…) İlacı kullanırken beraberinde ağrı kesici almalı mıyım? İlacın içinde şeytan pençesi isimli ve bitkisi güney Afrika’da yetişen çok güçlü bir ağrı kesici olduğu için, çok zorunlu kalmadıkça fazladan ağrı kesici önermiyoruz.(…)”* şeklinde ifadelere yer verildiği, ancak anılan ürün “ilaç” olarak ruhsatlandırılmış bir ürün ise, “ilaç” kapsamında değerlendirilen ürünlerin reklamının yapılmasının ilgili mevzuat gereği yasak olduğu,

Diğer taraftan, www.arcosaglik.com adresli internet sitesinde *“PANDEMİ SEBEBİ İLE HASTANEYE GİDEMİYORSANIZ! Ücretsiz olarak WhatsApp üzerinden bize danışabilirsiniz. Peşin Fiyatına Taksitle”* ifadelerine yer verilerek ruhsatlı sağlık kuruluşları bünyesinde verilmesi gereken sağlık hizmetinin telefon hattı üzerinden verilebileceğine dair tanıtım yapılmasının kamu sağlığını bozucu ve tüketicileri 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,

- İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanununun 13 üncü maddesi,

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Sultan Aydın Arco Sağlık** 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.

**95)**

**Dosya No: 2021/1791**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait *“Probest”* markalı gıda takviyesi ürünlerine ilişkin olarak www.probest.com.tr adresli internet sitesinde ve Instagram isimli sosyal paylaşım sitesinde firmaya ait “probestturkiye” isimli kullanıcı hesabında yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 22.02.2021, 17.04.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: Yapılan incelemede, *“Probest”* markalı gıda takviyesi ürünlerine ilişkin olarak www.probest.com.tr adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda;

*“Hangi Probiyotiğe İhtiyacınız Olduğunu Söylüyoruz. Sizin için en doğru probiyotik: Probest Defense. İçinde toplam 1 milyar mikroorganizma bulunduran Probest Defense vücut direncinizi arttırarak daha seyrek soğuk algınlığı geçirmenize yardımcı olur. Ayrıca içeriğindeki benzersiz 2 suş sayesinde hastalık süresinin kısalmasına ve boğaz ağrısı, yutma güçlüğü, ses kısıklığı, burun akıntısı, burun tıkanıklığı, öksürük gibi semptomların hafiflemesinde etkilidir. Gluten ve laktoz içermez. Diyabet hastaları için de kullanıma uygundur. Probest Defense sayesinde; Üst solunum yolu enfeksiyonlarına karşı daha bilinçli korunabilir. Hasta geçirilen gün sayısının azalmasını ve şiddetinin hafiflemesini sağlayabilirsiniz. GDO içermediği gibi doğal içeriği sayesinde kreş ve okul çağından itibaren çocuklar da kullanabilir.”* Ve *“Hangi Probiyotiğe İhtiyacınız Olduğunu Söylüyoruz. Sizin için en doğru probiyotik: Probest Digestive İçinde toplam 10 milyar probiyotik mikroorganizma bulunduran Probest Defense, modern hayatta sık karşılaşılan ve tekrarlayan gaz, şişkinlik, karın ağrısı, düzensiz tuvalet alışkanlığı gibi sindirim sorunlarının tedavisinde etkilidir. Klavuzlarda da önerilen L.plantarum 299 V suşunu içeren Protest Defense ile günde 1 kapsül olmak üzere 3 aylık bir kür uygulayarak sindirim sisteminizin düzenli çalışmasına destek verebilirsiniz. Gluten ve laktoz içermediği için hassasiyet gösteren bünyeler için de uygundur. Probest Digestive sayesinde; gaz oluşumu, şişkinlik ve/veya karın ağrılarınızın azalmasına, dışkılama alışkanlığında düzelmesine, IBS semptomlarınızda iyileşmesine ve sindirim sisteminizin daha düzenli çalışmasına yardımcı olabilirsiniz. Diyabet hastaları da kullanabilir.”* ifadelerine yer verildiği,

Söz konusu ifadelere ilişkin olarak, Reklam Kurulu'nun 10.11.2020 tarih ve 303 sayılı toplantısında firma hakkında idari yaptırım kararı uygulandığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Reklam Kurulu'nun 10.11.2020 tarih ve 303 sayılı toplantısında *“Probest”* markalı gıda takviyesi ürünlerine ilişkin olarak www.probest.com.tr adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar hakkında gerçekleştirilen görüşme ve değerlendirmeler neticesinde; *“Probest”* markalı gıda takviyesi ürünlerine ilişkin olarak www.probest.com.tr adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda; *“Probest Defense vücut direncinizi arttırarak daha seyrek soğuk algınlığı geçirmenize yardımcı olur. Ayrıca içeriğindeki benzersiz 2 suş sayesinde hastalık süresinin kısalmasına ve boğaz ağrısı, yutma güçlüğü, ses kısıklığı, burun akıntısı, burun tıkanıklığı, öksürük gibi semptomların hafiflemesinde etkilidir. Probest Defense sayesinde; Üst solunum yolu enfeksiyonlarına karşı daha bilinçli korunabilir. Hasta geçirilen gün sayısının azalmasını ve şiddetinin hafiflemesini sağlayabilirsiniz."* ve *"Probest Defense, modern hayatta sık karşılaşılan ve tekrarlayan gaz, şişkinlik, karın ağrısı, düzensiz tuvalet alışkanlığı gibi sindirim sorunlarının tedavisinde etkilidir. Probest Digestive sayesinde; gaz oluşumu, şişkinlik ve/veya karın ağrılarınızın azalmasına, dışkılama alışkanlığında düzelmesine, IBS semptomlarınızda iyileşmesine ve sindirim sisteminizin daha düzenli çalışmasına yardımcı olabilirsiniz.”* şeklinde ifadelere yer verilmekle birlikte, probiyotik mikroorganizma içeren gıdaların tanıtımında, Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği’nde yer alan “Sağlık Beyanları” başlığı altında belirtilen ifadelerin dışına çıkılmasının yasak olduğu, buna göre aynı Yönetmeliğin Ek’inde yer alan hükümler uyarınca probiyotik mikroorganizma içeren gıdaların tanıtımının yalnızca; *“Probiyotik mikroorganizmalar, sindirim sistemini düzenlemeye ve bağışıklık sistemini desteklemeye yardımcı olur.”* şeklinde yapılabileceği, ancak inceleme konusu tanıtımlarda yer alan söz konusu ifadeler ile mevzuatta izin verilen sağlık beyanlarının dışına çıkıldığı görüş ve kanaatine varılarak anılan firma hakkında 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca idari para ve anılan reklamları durdurma cezası verilmesine karar verildiği,

Ancak, yapılan inceleme ve değerlendirme neticesinde anılan firma hakkında uygulanan idari yaptırım kararı ile her türlü mecrada yayını durdurulan ifade, reklam ve tanıtımların yayınına devam edilmesinin mevzuata aykırı olduğu,

Diğer taraftan, firmaya ait “probestturkiye” isimli Instagram hesabında; *“Araştırmacılar, tekrarlayan karın ağrısının okul çağındaki çocukların %10 ila %15'ini etkilediğini söylüyor ve çocuklar için çok az tedavi seçeneği olduğunu ekliyor. Araştırmalarda, kronik tekrarlayan karın ağrısı olan çocukların sorunlarını hafifletmede, bazı probiyotiklerin yardımcı olabildiği gösterilmiştir. Ancak kullanım öncesi mutlaka doktora danışmak gerekiyor.”* ifadeleri ile tanıtımı yapılan gıda ürününün bir hastalığı önleme, tedavi etme veya iyileştirme özelliğine atıfta bulunulmasının ilgili mevzuata aykırı olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- 5996 sayılı Veteriner Hizmetleri, Bitki Sağlığı, Gıda ve Yem Kanununun 24/3 maddesi,

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 5/1-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 nci maddesi,

- Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği’nin 5/1, 5/2, 7/1, 7/2, 8/1, 8/2, 8/3, 8/4, 9/1, 9/2 ve 13/1, 13/2, 13/3, 17/1 ve 17/3 maddeleri,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/1-b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/8-ç, 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 **114.326-TL (Yüzondörtbinüçyüzyirmialtı Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**96)**

**Dosya No: 2021/1782**

**Şikayet Edilen: Fanus Gıda Ve Organik Ürünler San. Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** "Fanus Organik Su Bazlı Propolis" adlı ürüne ilişkin olarak; www.organikari.com adlı internet sitesinde yer alan reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020-2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Başvuru ekinde yer alan reklam görsellerinde, Covid-19 Virüsü ile özdeşleşmiş virüs görseli ile birlikte, "Virüslere Geçiş Yok. Propolis ile Bağışıklık Sistemini Güçlendirin.", "Propolis ile Virüslere Dur De!"şeklinde doğruluğu ispata muhtaç ve sağlık beyanı anlamına gelen ifadelere yer verildiği görülmüş ancak söz konusu reklam ve tanıtımın tam olarak hangi tarihlerde ve hangi mecralarda yayınlandığı belirlenememiştir.

Diğer taraftan; www.organikari.com adlı sitenin Mart-Nisan 2021 tarihli görünümünde; "Diğer Su Bazlımsı Propolisler...." başlığı altında "*Fanusun patentli ürünü Su Bazlı Organik Propolistir, Alkollü Propolis, Suda Çözünür Propolis, Sıvı Propolis ya da Damla Propolis değildir. Su Bazlı Propolis bizim patentli ürünümüz. Su haricinde hiçbir alkol gliserin vb. çözücü kullanmadan patentli bir yöntemle propolisi ekstrakte ediyoruz. Tam 14 yıllık Bilimsel araştırma ve geliştirme çalışması sonrasında elde edilmiş özel bir yöntem bu. Hem öyle yaptık deyip kenara da çekilmedik, onlarca bilimsel çalışmayı da destekleyip finanse ederek faydalarının keşfedilmesi ve ürünün her geçen gün gelişmesine de katkıda bulunduk.*" şeklinde ve ‘Alkollü Propolis mi? Yoksa Su Bazlı Propolis mi?" başlığı altında, "*Açıkcası bu konuda sonuçlanmış net bir çalışma yok. Bizler Propolisi suda çözene kadar tüm dünya etil alkollü çözeltiyi biliyordu. Bizler Propolisi Suda çözmeyi başardıktan sonra katıldığımız uluslararası konferanslarda Su Bazlı Propolisi “TÜRK PROPOLİSİ” deyimiyle uluslararası bilim camiasında telaffuz ettirmeye başladık ve bizden sonra Dünya da Su bazlı Propolise yöneldi. Şunu iyi biliyoruz ki Propolis’in suda çözünen bileşenleri ile alkolde çözünenler tamamen farklı ürünler. Hangisinin daha iyi ya da etkili olduğuna dair bir çalışma yok. Konu hakkında çalışmalarımız K.T.Ü. Tıbbii Biyokimya Anabölüm Dalı Başkanlığında devam ediyor. Ancak şunu iyi biliyoruz ki toplam Flavonoid içeriği Su Bazlı Propolis de daha fazla ve yine iyi biliyoruz ki hiçbir ebeveyn içeriği %96’lik etil alkol olan ve sağlıklı hücrelere dahi zarar veren bir çözeltiyi çocuklarına vermek istemez ki zaten bakanlık alkollü propolislerin kutularına çocuklara verilmesinin yasak olduğunu yazmak zorunda olduklarına ilişkin yönetmeliği çıkardı... ve yine iyi biliyoruz ki su bazlı propolisi kullanan müşterilerimiz çok memnun"*  şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda başvuru ekinde yer alan reklam görsellerinde, Covid-19 Virüsü ile özdeşleşmiş virüs görseli ile birlikte, "Virüslere Geçiş Yok. Propolis ile Bağışıklık Sistemini Güçlendirin.", "Propolis ile Virüslere Dur De!" şeklinde doğruluğu ispata muhtaç ifadelere yer verildiği, bu ifade ve görsellerin birer sağlık beyanı olduğu, bu tür beyanlarla takviye edici bir gıda niteliğinde olan söz konusu ürünün, Covid-19 gibi virüs kaynaklı çeşitli sağlık sorunlarına karşı iyi geldiği veya bu tür sağlık sorunlarına karşı koruduğu 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, herhangi bir ürüne ilişkin olarak herhangi bir sağlık beyanında bulunabilmesi için ilgili idari otoriteden (Sağlık Bakanlığı Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Kurumu) izin alınması gerektiği, kullanılan bu beyanlar için ilgili otoriteden izin alınmadığı ve reklamda yer alan beyanların doğruluğu bilimsel olarak ispat edilemediği, dolayısıyla doğruluğu bilimsel olarak ispat edilmemiş bu beyanlarla tüketicilerin aldatılıp yanıltıldığı,

Diğer taraftan www.organikari.com adlı sitenin Mart-Nisan 2021 tarihli görünümünde; "Diğer Su Bazlımsı Propolisler...." başlığı altında "*Fanusun patentli ürünü Su Bazlı Organik Propolistir, Alkollü Propolis, Suda Çözünür Propolis, Sıvı Propolis ya da Damla Propolis değildir. Su Bazlı Propolis bizim patentli ürünümüz. Su haricinde hiçbir alkol gliserin vb. çözücü kullanmadan patentli bir yöntemle propolisi ekstrakte ediyoruz. Tam 14 yıllık Bilimsel araştırma ve geliştirme çalışması sonrasında elde edilmiş özel bir yöntem bu. Hem öyle yaptık deyip kenara da çekilmedik, onlarca bilimsel çalışmayı da destekleyip finanse ederek faydalarının keşfedilmesi ve ürünün her geçen gün gelişmesine de katkıda bulunduk.*" şeklinde ve buna benzer ifadelerle su bazlı propolislerin ve dolayısıyla reklam ve tanıtımı yapılan ürünün, piyasada bulunan benzer ürünlerden çok daha üstün olduğu izleniminin oluşturulduğu, diğer taraftan "Alkollü Propolis mi? Yoksa Su Bazlı Propolis mi?" başlığı altında yer alan "*Açıkcası bu konuda sonuçlanmış net bir çalışma yok. Bizler Propolisi suda çözene kadar tüm dünya etil alkollü çözeltiyi biliyordu. Bizler Propolisi Suda çözmeyi başardıktan sonra katıldığımız uluslararası konferanslarda Su Bazlı Propolisi “TÜRK PROPOLİSİ” deyimiyle uluslar arası bilim camiasında telaffuz ettirmeye başladık ve bizden sonra Dünya da Su bazlı Propolise yöneldi. Şunu iyi biliyoruz ki Propolis’in suda çözünen bileşenleri ile alkolde çözünenler tamamen farklı ürünler. Hangisinin daha iyi ya da etkili olduğuna dair bir çalışma yok. Konu hakkında çalışmalarımız K.T.Ü. Tıbbii Biyokimya Anabölüm Dalı Başkanlığında devam ediyor. Ancak şunu iyi biliyoruz ki toplam Flavonoid içeriği Su Bazlı Propolis de daha fazla ve yine iyi biliyoruz ki hiçbir ebeveyn içeriği %96’lik etil alkol olan ve sağlıklı hücrelere dahi zarar veren bir çözeltiyi çocuklarına vermek istemez ki zaten bakanlık alkollü propolislerin kutularına çocuklara verilmesinin yasak olduğunu yazmak zorunda olduklarına ilişkin yönetmeliği çıkardı... ve yine iyi biliyoruz ki su bazlı propolisi kullanan müşterilerimiz çok memnun"* şeklindeki ifadeler ve yine alkolde çözünmüş propolisleri kötüleyen tüketici yorumları ile, su bazlı propolislerle alkollü propolislerin etkinliği ve faydaları konusunda birbiriyle tutarsız ve kavram kargaşası yaratacak bilgilerin verildiği, bu bilgilerle takviye edici gıda niteliğinde olan propolisler arasında dolaylı bir karşılaştırmanınyapıldığı,

Tüm bu hususlar dikkate alındığında, aldatıcı-yanıltıcı ve 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 üncü maddesi,

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Fanus Gıda Ve Organik Ürünler San. 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: 2021/1532**

**Şikayet Edilen: Lions Reklam Güvenlik Malzemeleri Temizlik Kozmetik İnşaat Malzemeleri Organizasyon Sanayi Ticaret Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** 16.12.2020 tarihinde 13:13-13:45, 18.12.2020 tarihinde 09:19-10:03, 21.12.2020 tarihinde 10:00-10:44 saatleri arasında “ŞU TV” logosuyla uydu üzerinden yayın yapan televizyon kanalında, “Anadolu Doğal Yöresel Antibiyotix” markalı takviye edici gıda mahiyetindeki ürün reklamı

**Reklam Yayın Tarihi:** 16.12.2020, 18.12.2020, 21.12.2020

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** 16.12.2020 tarihinde 13:13-13:45, 18.12.2020 tarihinde 09:19-10:03, 21.12.2020 tarihinde 10:00-10:44 saatleri arasında “ŞU TV” logosuyla uydu üzerinden yayın yapan televizyon kanalında, “Anadolu Doğal Yöresel Antibiyotix” markalı takviye edici gıda mahiyetindeki ürün reklamında mevzuata aykırı sağlık beyanı kullanılarak tanıtım yapıldığıtespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Reklam Kurulu’nun 09.06.2021 tarihli ve 310 sayılı toplantısında konu ile ilgili olarak yapılan görüşme ve değerlendirmeler sonucunda;

16.12.2020 tarihinde 13:13-13:45, 18.12.2020 tarihinde 09:19-10:03, 21.12.2020 tarihinde 10:00-10:44 saatleri arasında “ŞU TV” logosuyla uydu üzerinden yayın yapan televizyon kanalında, “Anadolu Doğal Yöresel Antibiyotix” markalı takviye edici gıda mahiyetindeki ürün reklamında *“Çocuklarınıza her sabah akşam, gençlerinize okula giden herkese birer kaşık bunlardan yedirin bakın o çocuğunuz hastalanmayacak.”, “Doğal bir antibiyotik olarak bunu yediğinizde 21 gün devam edin bu anlattığım karışımı kullanmaya her öksürdüğünüzde kapkara böyle balgam atacaklar bu akciğerleri temizlenecek ve inanın sağlığına kavuşacaklardır.”, “Mide bağırsak sıkıntısı olanlar muhakkak kullansınlar, çocuk gelişimi için hocamız zaten Maranki hocamız ısrarla kullanılmasını tavsiye etti. Virüslerden kurtulmak için parazitlerden kurtulmak için muhakkak ama muhakkak kullanın dedi yine Maranki hocamız.”* 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, bu suretle, 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, 13/2-c ve 13/2-ç maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Lions Reklam Güvenlik Malzemeleri Temizlik Kozmetik İnşaat Malzemeleri Organizasyon Sanayi Ticaret Limited Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü maddesi ile 77 nci maddesinin (12) numaralı fıkrası uyarınca **20.953,00-TL (Yirmibindokuzyüzelliüç Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**98)**

**Dosya No: 2021/1533**

**Şikayet Edilen: HEDEF TV Radyo Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** 19.12.2020 tarihinde 11:11-11:55 ve 19:53-20:37, 20.12.2020 tarihinde 10:23-11:07 ve 21:34-22:18, 21.12.2020 tarihinde 20:31-21:15, 22.12.2020 tarihinde 11:40-12:24, 23.12.2020 tarihinde 11:42-12:26, 24.12.2020 tarihinde 13:10-13:55 saatleri arasında “ŞU TV” logosuyla uydu üzerinden yayın yapan televizyon kanalında, “Anadolu Doğal Yöresel Antibiyotix” markalı takviye edici gıda mahiyetindeki ürün reklamı

**Reklam Yayın Tarihi:** 19.12.2020, 20.12.2020, 21.12.2020, 22.12.2020, 23.12.2020, 24.12.2020

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** 19.12.2020 tarihinde 11:11-11:55 ve 19:53-20:37, 20.12.2020 tarihinde 10:23-11:07 ve 21:34-22:18, 21.12.2020 tarihinde 20:31-21:15, 22.12.2020 tarihinde 11:40-12:24, 23.12.2020 tarihinde 11:42-12:26, 24.12.2020 tarihinde 13:10-13:55 saatleri arasında “ŞU TV” logosuyla uydu üzerinden yayın yapan televizyon kanalında, “Anadolu Doğal Yöresel Antibiyotix” markalı takviye edici gıda mahiyetindeki ürün reklamında mevzuata aykırı sağlık beyanı kullanılarak tanıtım yapıldığıtespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Reklam Kurulu’nun 09.06.2021 tarihli ve 310 sayılı toplantısında konu ile ilgili olarak yapılan görüşme ve değerlendirmeler sonucunda;

19.12.2020 tarihinde 11:11-11:55 ve 19:53-20:37, 20.12.2020 tarihinde 10:23-11:07 ve 21:34-22:18, 21.12.2020 tarihinde 20:31-21:15, 22.12.2020 tarihinde 11:40-12:24, 23.12.2020 tarihinde 11:42-12:26, 24.12.2020 tarihinde 13:10-13:55 saatleri arasında “ŞU TV” logosuyla uydu üzerinden yayın yapan televizyon kanalında, “Anadolu Doğal Yöresel Antibiyotix” markalı takviye edici gıda mahiyetindeki ürün reklamında *“Çocuklarınıza her sabah akşam, gençlerinize okula giden herkese birer kaşık bunlardan yedirin bakın o çocuğunuz hastalanmayacak.”, “Doğal bir antibiyotik olarak bunu yediğinizde 21 gün devam edin bu anlattığım karışımı kullanmaya her öksürdüğünüzde kapkara böyle balgam atacaklar bu akciğerleri temizlenecek ve inanın sağlığına kavuşacaklardır.”, “Mide bağırsak sıkıntısı olanlar muhakkak kullansınlar, çocuk gelişimi için hocamız zaten Maranki hocamız ısrarla kullanılmasını tavsiye etti. Virüslerden kurtulmak için parazitlerden kurtulmak için muhakkak ama muhakkak kullanın dedi yine Maranki hocamız.”* 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, bu suretle, 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, 13/2-c ve 13/2-ç maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **HEDEF TV Radyo Anonim Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü maddesi ile 77 nci maddesinin (12) numaralı fıkrası uyarınca **20.953,00-TL (Yirmibindokuzyüzelliüç Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**99)**

**Dosya No: 2021/1535**

**Şikayet Edilen: ŞU Televizyon ve Yayıncılık Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** 16.12.2020 tarihinde 13:13-13:45, 18.12.2020 tarihinde 09:19-10:03 ve 21:41-22:25, 19.12.2020 tarihinde 11:11-11:55 ve 19:53-20:37, 20.12.2020 tarihinde 10:23-11:07 ve 21:34-22:18, 21.12.2020 tarihinde 20:31-21:15 ve 10:00-10:44, 22.12.2020 tarihinde 11:40-12:24, 23.12.2020 tarihinde 11:42-12:26, 24.12.2020 tarihinde 13:10-13:55 saatleri arasında “ŞU TV” logosuyla uydu üzerinden yayın yapan televizyon kanalında, “Anadolu Doğal Yöresel Antibiyotix” markalı takviye edici gıda mahiyetindeki ürün reklamı

**Reklam Yayın Tarihi:** 19.12.2020, 20.12.2020, 21.12.2020, 22.12.2020, 23.12.2020, 24.12.2020

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler: :** 16.12.2020 tarihinde 13:13-13:45, 18.12.2020 tarihinde 09:19-10:03 ve 21:41-22:25, 19.12.2020 tarihinde 11:11-11:55 ve 19:53-20:37, 20.12.2020 tarihinde 10:23-11:07 ve 21:34-22:18, 21.12.2020 tarihinde 20:31-21:15 ve 10:00-10:44, 22.12.2020 tarihinde 11:40-12:24, 23.12.2020 tarihinde 11:42-12:26, 24.12.2020 tarihinde 13:10-13:55 saatleri arasında “ŞU TV” logosuyla uydu üzerinden yayın yapan televizyon kanalında, “Anadolu Doğal Yöresel Antibiyotix” markalı takviye edici gıda mahiyetindeki ürün reklamında mevzuata aykırı sağlık beyanı kullanılarak tanıtım yapıldığı tespit edilmiştir.

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

**Değerlendirme/Karar:** Reklam Kurulu’nun 09.06.2021 tarihli ve 310 sayılı toplantısında konu ile ilgili olarak yapılan görüşme ve değerlendirmeler sonucunda;

16.12.2020 tarihinde 13:13-13:45, 18.12.2020 tarihinde 09:19-10:03 ve 21:41-22:25, 19.12.2020 tarihinde 11:11-11:55 ve 19:53-20:37, 20.12.2020 tarihinde 10:23-11:07 ve 21:34-22:18, 21.12.2020 tarihinde 20:31-21:15 ve 10:00-10:44, 22.12.2020 tarihinde 11:40-12:24, 23.12.2020 tarihinde 11:42-12:26, 24.12.2020 tarihinde 13:10-13:55 saatleri arasında “ŞU TV” logosuyla uydu üzerinden yayın yapan televizyon kanalında, “Anadolu Doğal Yöresel Antibiyotix” markalı takviye edici gıda mahiyetindeki ürün reklamında *“Çocuklarınıza her sabah akşam, gençlerinize okula giden herkese birer kaşık bunlardan yedirin bakın o çocuğunuz hastalanmayacak.”, “Doğal bir antibiyotik olarak bunu yediğinizde 21 gün devam edin bu anlattığım karışımı kullanmaya her öksürdüğünüzde kapkara böyle balgam atacaklar bu akciğerleri temizlenecek ve inanın sağlığına kavuşacaklardır.”, “Mide bağırsak sıkıntısı olanlar muhakkak kullansınlar, çocuk gelişimi için hocamız zaten Maranki hocamız ısrarla kullanılmasını tavsiye etti. Virüslerden kurtulmak için parazitlerden kurtulmak için muhakkak ama muhakkak kullanın dedi yine Maranki hocamız.”* 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, bu suretle, 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, 13/2-c ve 13/2-ç maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, mecra kuruluşu **ŞU Televizyon ve Yayıncılık Anonim Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü maddesi ile 77 nci maddesinin (12) numaralı fıkrası uyarınca **20.953,00-TL (Yirmibindokuzyüzelliüç Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**100)**

**Dosya No: 2021/1536**

**Şikayet Edilen: Lions Reklam Güvenlik Malzemeleri Temizlik Kozmetik İnşaat Malzemeleri Organizasyon Sanayi Ticaret Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** 04.01.2021 tarihinde 16:01-16:45 saatleri arasında “NİSA TV” logosuyla uydu üzerinden yayın yapan televizyon kanalında, “Anadolu Doğal Yöresel Antibiyotix” markalı takviye edici gıda mahiyetindeki ürün reklamı

**Reklam Yayın Tarihi:** 04.01.2021

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** 04.01.2021 tarihinde 16:01-16:45 saatleri arasında “NİSA TV” logosuyla uydu üzerinden yayın yapan televizyon kanalında, “Anadolu Doğal Yöresel Antibiyotix” markalı takviye edici gıda mahiyetindeki ürün reklamında mevzuata aykırı sağlık beyanı kullanılarak tanıtım yapıldığıtespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Reklam Kurulu’nun 09.06.2021 tarihli ve 310 sayılı toplantısında konu ile ilgili olarak yapılan görüşme ve değerlendirmeler sonucunda;

04.01.2021 tarihinde 16:01-16:45 saatleri arasında “NİSA TV” logosuyla uydu üzerinden yayın yapan televizyon kanalında, “Anadolu Doğal Yöresel Antibiyotix” markalı takviye edici gıda mahiyetindeki ürün reklamında *“Çocuklarınıza her sabah akşam, gençlerinize okula giden herkese birer kaşık bunlardan yedirin bakın o çocuğunuz hastalanmayacak.”, “Doğal bir antibiyotik olarak bunu yediğinizde 21 gün devam edin bu anlattığım karışımı kullanmaya her öksürdüğünüzde kapkara böyle balgam atacaklar bu akciğerleri temizlenecek ve inanın sağlığına kavuşacaklardır.”, “Mide bağırsak sıkıntısı olanlar muhakkak kullansınlar, çocuk gelişimi için hocamız zaten Maranki hocamız ısrarla kullanılmasını tavsiye etti. Virüslerden kurtulmak için parazitlerden kurtulmak için muhakkak ama muhakkak kullanın dedi yine Maranki hocamız.”* 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, bu suretle, 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, 13/2-c ve 13/2-ç maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Lions Reklam Güvenlik Malzemeleri Temizlik Kozmetik İnşaat Malzemeleri Organizasyon Sanayi Ticaret Limited Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü maddesi ile 77 nci maddesinin (12) numaralı fıkrası uyarınca **22.861,00-TL (Yirmiikibinsekizyüzaltmışbir Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**101)**

**Dosya No: 2021/1537**

**Şikayet Edilen: Nisa Radyo Televizyon Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** 04.01.2021 tarihinde 16:01-16:45 saatleri arasında “NİSA TV” logosuyla uydu üzerinden yayın yapan televizyon kanalında, “Anadolu Doğal Yöresel Antibiyotix” markalı takviye edici gıda mahiyetindeki ürün reklamı

**Reklam Yayın Tarihi:** 04.01.2021

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** 04.01.2021 tarihinde 16:01-16:45 saatleri arasında “NİSA TV” logosuyla uydu üzerinden yayın yapan televizyon kanalında, “Anadolu Doğal Yöresel Antibiyotix” markalı takviye edici gıda mahiyetindeki ürün reklamında mevzuata aykırı sağlık beyanı kullanılarak tanıtım yapıldığıtespit edilmiştir.

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

**Değerlendirme/Karar:** Reklam Kurulu’nun 09.06.2021 tarihli ve 310 sayılı toplantısında konu ile ilgili olarak yapılan görüşme ve değerlendirmeler sonucunda;

04.01.2021 tarihinde 16:01-16:45 saatleri arasında “NİSA TV” logosuyla uydu üzerinden yayın yapan televizyon kanalında, “Anadolu Doğal Yöresel Antibiyotix” markalı takviye edici gıda mahiyetindeki ürün reklamında *“Çocuklarınıza her sabah akşam, gençlerinize okula giden herkese birer kaşık bunlardan yedirin bakın o çocuğunuz hastalanmayacak.”, “Doğal bir antibiyotik olarak bunu yediğinizde 21 gün devam edin bu anlattığım karışımı kullanmaya her öksürdüğünüzde kapkara böyle balgam atacaklar bu akciğerleri temizlenecek ve inanın sağlığına kavuşacaklardır.”, “Mide bağırsak sıkıntısı olanlar muhakkak kullansınlar, çocuk gelişimi için hocamız zaten Maranki hocamız ısrarla kullanılmasını tavsiye etti. Virüslerden kurtulmak için parazitlerden kurtulmak için muhakkak ama muhakkak kullanın dedi yine Maranki hocamız.”* 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, bu suretle, 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, 13/2-c ve 13/2-ç maddeleri,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/1-b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 9/1, 9/2, 9/5 ve 26/1 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 **Nisa Radyo Televizyon Anonim Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü maddesi ile 77 nci maddesinin (12) numaralı fıkrası uyarınca **22.861,00-TL (Yirmiikibinsekizyüzaltmışbir Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**102)**

**Dosya No: 2021/1538**

**Şikayet Edilen: Lions Reklam Güvenlik Malzemeleri Temizlik Kozmetik İnşaat Malzemeleri Organizasyon Sanayi Ticaret Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** 02.01.2021 tarihinde 12:37-13:21, 03.01.2021 tarihinde 14:17-15:01, 04.01.2021 tarihinde 14:16-15:00, 07.01.2021 tarihinde 11:17-22:01, 06.01.2021 tarihinde 11:09-11:53, 05.01.2021 tarihinde 14:54-15:38, 08.01.2021 tarihinde 10:38-11:22, 09.01.2021 tarihinde 11:44-13:03, 10.01.2021 tarihinde 14:18-15:27, 11.01.2021 tarihinde 11:58-12:42, 12.01.2021 tarihinde 15:58-16:42, 13.01.2021 tarihinde 13.02-13:59 saatleri arasında “ŞU TV” logosuyla uydu üzerinden yayın yapan televizyon kanalında, “Anadolu Doğal Yöresel Antibiyotix” markalı takviye edici gıda mahiyetindeki ürün reklamı

**Reklam Yayın Tarihi:** 02.01.2021, 03.01.2021, 04.01.2021, 07.01.2021, 06.01.2021, 05.01.2021, 08.01.2021, 09.01.2021, 10.01.2021, 11.01.2021, 12.01.2021, 13.01.2021

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** 02.01.2021 tarihinde 12:37-13:21, 03.01.2021 tarihinde 14:17-15:01, 04.01.2021 tarihinde 14:16-15:00, 07.01.2021 tarihinde 11:17-22:01, 06.01.2021 tarihinde 11:09-11:53, 05.01.2021 tarihinde 14:54-15:38, 08.01.2021 tarihinde 10:38-11:22, 09.01.2021 tarihinde 11:44-13:03, 10.01.2021 tarihinde 14:18-15:27, 11.01.2021 tarihinde 11:58-12:42, 12.01.2021 tarihinde 15:58-16:42, 13.01.2021 tarihinde 13.02-13:59 saatleri arasında yer alan “ŞU TV” logosuyla uydu üzerinden yayın yapan televizyon kanalında, “Anadolu Doğal Yöresel Antibiyotix” markalı takviye edici gıda mahiyetindeki ürün reklamında mevzuata aykırı sağlık beyanı kullanılarak tanıtım yapıldığıtespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Reklam Kurulu’nun 09.06.2021 tarihli ve 310 sayılı toplantısında konu ile ilgili olarak yapılan görüşme ve değerlendirmeler sonucunda;

02.01.2021 tarihinde 12:37-13:21, 03.01.2021 tarihinde 14:17-15:01, 04.01.2021 tarihinde 14:16-15:00, 07.01.2021 tarihinde 11:17-22:01, 06.01.2021 tarihinde 11:09-11:53, 05.01.2021 tarihinde 14:54-15:38, 08.01.2021 tarihinde 10:38-11:22, 09.01.2021 tarihinde 11:44-13:03, 10.01.2021 tarihinde 14:18-15:27, 11.01.2021 tarihinde 11:58-12:42, 12.01.2021 tarihinde 15:58-16:42, 13.01.2021 tarihinde 13.02-13:59 saatleri arasında yer alan “ŞU TV” logosuyla uydu üzerinden yayın yapan televizyon kanalında, “Anadolu Doğal Yöresel Antibiyotix” markalı takviye edici gıda mahiyetindeki ürün reklamında *“Çocuklarınıza her sabah akşam, gençlerinize okula giden herkese birer kaşık bunlardan yedirin bakın o çocuğunuz hastalanmayacak.”, “Doğal bir antibiyotik olarak bunu yediğinizde 21 gün devam edin bu anlattığım karışımı kullanmaya her öksürdüğünüzde kapkara böyle balgam atacaklar bu akciğerleri temizlenecek ve inanın sağlığına kavuşacaklardır.”, “Mide bağırsak sıkıntısı olanlar muhakkak kullansınlar, çocuk gelişimi için hocamız zaten Maranki hocamız ısrarla kullanılmasını tavsiye etti. Virüslerden kurtulmak için parazitlerden kurtulmak için muhakkak ama muhakkak kullanın dedi yine Maranki hocamız.”* 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, bu suretle, 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, 13/2-c ve 13/2-ç maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Lions Reklam Güvenlik Malzemeleri Temizlik Kozmetik İnşaat Malzemeleri Organizasyon Sanayi Ticaret Limited Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü maddesi ile 77 nci maddesinin (12) numaralı fıkrası uyarınca **22.861,00-TL (Yirmiikibinsekizyüzaltmışbir Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**103)**

**Dosya No: 2021/1539**

**Şikayet Edilen: HEDEF TV Radyo Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** 29.12.2020 tarihinde 14:45-15:30, 30.12.2020 tarihinde 12:34-13:19, 31.12.2020 tarihinde 11:42-12:26, 01.01.2021 tarihinde 12:44-13:28, 27.12.2020 tarihinde 22:33-23:17, 24.12.2020 tarihinde 11:14-11:58, 26.12.2020 tarihinde 10:11-10:55, 25.12.2020 tarihinde 10:12-10:57, 28.12.2020 tarihinde 12:55-13:40 saatleri arasında “ŞU TV” logosuyla uydu üzerinden yayın yapan televizyon kanalında, “Anadolu Doğal Yöresel Antibiyotix” markalı takviye edici gıda mahiyetindeki ürün reklamı

**Reklam Yayın Tarihi:** 29.12.2020, 30.12.2020, 31.12.2020, 01.01.2021, 27.12.2020, 24.12.2020, 26.12.2020, 25.12.2020, 28.12.2020

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** 29.12.2020 tarihinde 14:45-15:30, 30.12.2020 tarihinde 12:34-13:19, 31.12.2020 tarihinde 11:42-12:26, 01.01.2021 tarihinde 12:44-13:28, 27.12.2020 tarihinde 22:33-23:17, 24.12.2020 tarihinde 11:14-11:58, 26.12.2020 tarihinde 10:11-10:55, 25.12.2020 tarihinde 10:12-10:57, 28.12.2020 tarihinde 12:55-13:40 saatleri arasında “ŞU TV” logosuyla uydu üzerinden yayın yapan televizyon kanalında, “Anadolu Doğal Yöresel Antibiyotix” markalı takviye edici gıda mahiyetindeki ürün reklamında mevzuata aykırı sağlık beyanı kullanılarak tanıtım yapıldığıtespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Reklam Kurulu’nun 09.06.2021 tarihli ve 310 sayılı toplantısında konu ile ilgili olarak yapılan görüşme ve değerlendirmeler sonucunda;

29.12.2020 tarihinde 14:45-15:30, 30.12.2020 tarihinde 12:34-13:19, 31.12.2020 tarihinde 11:42-12:26, 01.01.2021 tarihinde 12:44-13:28, 27.12.2020 tarihinde 22:33-23:17, 24.12.2020 tarihinde 11:14-11:58, 26.12.2020 tarihinde 10:11-10:55, 25.12.2020 tarihinde 10:12-10:57, 28.12.2020 tarihinde 12:55-13:40 saatleri arasında “ŞU TV” logosuyla uydu üzerinden yayın yapan televizyon kanalında, “Anadolu Doğal Yöresel Antibiyotix” markalı takviye edici gıda mahiyetindeki ürün reklamında *“Çocuklarınıza her sabah akşam, gençlerinize okula giden herkese birer kaşık bunlardan yedirin bakın o çocuğunuz hastalanmayacak.”, “Doğal bir antibiyotik olarak bunu yediğinizde 21 gün devam edin bu anlattığım karışımı kullanmaya her öksürdüğünüzde kapkara böyle balgam atacaklar bu akciğerleri temizlenecek ve inanın sağlığına kavuşacaklardır.”, “Mide bağırsak sıkıntısı olanlar muhakkak kullansınlar, çocuk gelişimi için hocamız zaten Maranki hocamız ısrarla kullanılmasını tavsiye etti. Virüslerden kurtulmak için parazitlerden kurtulmak için muhakkak ama muhakkak kullanın dedi yine Maranki hocamız.”* 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, bu suretle, 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, 13/2-c ve 13/2-ç maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **HEDEF TV Radyo Anonim Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü maddesi ile 77 nci maddesinin (12) numaralı fıkrası uyarınca **22.861,00-TL (Yirmiikibinsekizyüzaltmışbir Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**104)**

**Dosya No: 2021/1540**

**Şikayet Edilen: ŞU Televizyon ve Yayıncılık Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** 29.12.2020 tarihinde 14:45-15:30, 30.12.2020 tarihinde 12:34-13:19, 31.12.2020 tarihinde 11:42-12:26, 01.01.2021 tarihinde 12:44-13:28, 02.01.2021 tarihinde 12:37-13:21, 03.01.2021 tarihinde 14:17-15:01, 04.01.2021 tarihinde 14:16-15:00, 07.01.2021 tarihinde 11:17-22:01, 06.01.2021 tarihinde 11:09-11:53, 05.01.2021 tarihinde 14:54-15:38, 08.01.2021 tarihinde 10:38-11:22, 09.01.2021 tarihinde 11:44-13:03, 10.01.2021 tarihinde 14:18-15:27, 11.01.2021 tarihinde 11:58-12:42, 12.01.2021 tarihinde 15:58-16:42, 13.01.2021 tarihinde 13.02-13:59, 27.12.2020 tarihinde 22:33-23:17, 24.12.2020 tarihinde 11:14-11:58, 26.12.2020 tarihinde 10:11-10:55, 25.12.2020 tarihinde 10:12-10:57, 28.12.2020 tarihinde 12:55-13:40 saatleri arasında yer alan “ŞU TV” logosuyla uydu üzerinden yayın yapan televizyon kanalında, “Anadolu Doğal Yöresel Antibiyotix” markalı takviye edici gıda mahiyetindeki ürün reklamı

**Reklam Yayın Tarihi:** 29.12.2020, 30.12.2020, 31.12.2020, 01.01.2021, 02.01.2021, 03.01.2021, 04.01.2021, 07.01.2021, 06.01.2021, 05.01.2021, 08.01.2021, 09.01.2021, 10.01.2021, 11.01.2021, 12.01.2021, 13.01.2021, 27.12.2020, 24.12.2020, 26.12.2020, 25.12.2020, 28.12.2020

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** 29.12.2020 tarihinde 14:45-15:30, 30.12.2020 tarihinde 12:34-13:19, 31.12.2020 tarihinde 11:42-12:26, 01.01.2021 tarihinde 12:44-13:28, 02.01.2021 tarihinde 12:37-13:21, 03.01.2021 tarihinde 14:17-15:01, 04.01.2021 tarihinde 14:16-15:00, 07.01.2021 tarihinde 11:17-22:01, 06.01.2021 tarihinde 11:09-11:53, 05.01.2021 tarihinde 14:54-15:38, 08.01.2021 tarihinde 10:38-11:22, 09.01.2021 tarihinde 11:44-13:03, 10.01.2021 tarihinde 14:18-15:27, 11.01.2021 tarihinde 11:58-12:42, 12.01.2021 tarihinde 15:58-16:42, 13.01.2021 tarihinde 13.02-13:59, 27.12.2020 tarihinde 22:33-23:17, 24.12.2020 tarihinde 11:14-11:58, 26.12.2020 tarihinde 10:11-10:55, 25.12.2020 tarihinde 10:12-10:57, 28.12.2020 tarihinde 12:55-13:40 saatleri arasında yer alan “ŞU TV” logosuyla uydu üzerinden yayın yapan televizyon kanalında, “Anadolu Doğal Yöresel Antibiyotix” markalı takviye edici gıda mahiyetindeki ürün reklamında mevzuata aykırı sağlık beyanı kullanılarak tanıtım yapıldığı tespit edilmiştir.

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

**Değerlendirme/Karar:** Reklam Kurulu’nun 09.06.2021 tarihli ve 310 sayılı toplantısında konu ile ilgili olarak yapılan görüşme ve değerlendirmeler sonucunda;

29.12.2020 tarihinde 14:45-15:30, 30.12.2020 tarihinde 12:34-13:19, 31.12.2020 tarihinde 11:42-12:26, 01.01.2021 tarihinde 12:44-13:28, 02.01.2021 tarihinde 12:37-13:21, 03.01.2021 tarihinde 14:17-15:01, 04.01.2021 tarihinde 14:16-15:00, 07.01.2021 tarihinde 11:17-22:01, 06.01.2021 tarihinde 11:09-11:53, 05.01.2021 tarihinde 14:54-15:38, 08.01.2021 tarihinde 10:38-11:22, 09.01.2021 tarihinde 11:44-13:03, 10.01.2021 tarihinde 14:18-15:27, 11.01.2021 tarihinde 11:58-12:42, 12.01.2021 tarihinde 15:58-16:42, 13.01.2021 tarihinde 13.02-13:59, 27.12.2020 tarihinde 22:33-23:17, 24.12.2020 tarihinde 11:14-11:58, 26.12.2020 tarihinde 10:11-10:55, 25.12.2020 tarihinde 10:12-10:57, 28.12.2020 tarihinde 12:55-13:40 saatleri arasında yer alan “ŞU TV” logosuyla uydu üzerinden yayın yapan televizyon kanalında, “Anadolu Doğal Yöresel Antibiyotix” markalı takviye edici gıda mahiyetindeki ürün reklamında *“Çocuklarınıza her sabah akşam, gençlerinize okula giden herkese birer kaşık bunlardan yedirin bakın o çocuğunuz hastalanmayacak.”, “Doğal bir antibiyotik olarak bunu yediğinizde 21 gün devam edin bu anlattığım karışımı kullanmaya her öksürdüğünüzde kapkara böyle balgam atacaklar bu akciğerleri temizlenecek ve inanın sağlığına kavuşacaklardır.”, “Mide bağırsak sıkıntısı olanlar muhakkak kullansınlar, çocuk gelişimi için hocamız zaten Maranki hocamız ısrarla kullanılmasını tavsiye etti. Virüslerden kurtulmak için parazitlerden kurtulmak için muhakkak ama muhakkak kullanın dedi yine Maranki hocamız.”* 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, bu suretle, 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, 13/2-c ve 13/2-ç maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, mecra kuruluşu **ŞU Televizyon ve Yayıncılık Anonim Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü maddesi ile 77 nci maddesinin (12) numaralı fıkrası uyarınca **22.861,00-TL (Yirmiikibinsekizyüzaltmışbir Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**105)**

**Dosya No: 2021/1695**

**Şikayet Edilen: Markafarma Sağlık Ürünleri San. Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *https://www.markafarma.com/milupa-aptamil-1-bebek-sutu-350-gr-4-lu-avantaj-paketi\_54351.html* URL uzantılı internet sitesinde “Milupa Aptamil 1 Bebek Sütü” isimli bebek formülü mahiyetindeki ürünün “4’lü Avantaj Paketi” ifadesi ile tanıtımı yapılarak satışa sunulması

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler: :** *https://www.markafarma.com/milupa-aptamil-1-bebek-sutu-350-gr-4-lu-avantaj-paketi\_54351.html* URL uzantılı internet sitesinde“Milupa Aptamil 1 Bebek Sütü 350 gr 4'lü Avantaj Paketi” ismiyle satışa sunulan bebek formülü mahiyetindeki ürünün isminde yer alan “Avantaj Paketi” ifadesinin yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Reklam Kurulu’nun 09.06.2021 tarihli ve 310 sayılı toplantısında konu ile ilgili olarak yapılan görüşme ve değerlendirmeler sonucunda; *https://www.markafarma.com/milupa-aptamil-1-bebek-sutu-350-gr-4-lu-avantaj-paketi\_54351.html* URL uzantılı internet sitesinde“Milupa Aptamil 1 Bebek Sütü 350 gr” isimli bebek formülü mahiyetindeki r 4'lü Avantaj Paketi” ismiyle satışa sunulan bebek formülü mahiyetindeki ürünün isminde yer alan “Avantaj Paketi” ifadesinin satışı teşvik edici ve direkt olarak tüketiciye yönelik ikna edici özel görsel içeren bir tanıtım mahiyetinde olduğu ve bu suretle, inceleme konusu tanıtımların,

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

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

**-** Türk Gıda Kodeksi Bebek Ve Küçük Çocuklara Yönelik Gıdalar İle Vücut Ağırlığı Kontrolü İçin Diyetin Yerini Alan Gıdalar Yönetmeliği’nin 5/5, 6/1 ve 6/2 maddeleri

- Türk Gıda Kodeksi Bebek Formülleri ve Devam Formülleri Tebliği’nin 5/1, 5/2, 14/1 ve 14/2 maddeleri

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Markafarma Sağlık Ürünleri San. Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü maddesi ile 77 nci maddesinin (12) numaralı fıkrası uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**106)**

**Dosya No: 2021/1696**

**Şikayet Edilen: Şerif YAVER**

**Şikayet Edilen Reklam:** *https://hetunis-resmi.site/* URL uzantılı internet sitesinde “Hetunis” isimli ürüne ilişkin reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** *https://hetunis-resmi.site/* URL uzantılı internet sitesinde “Hetunis” isimli ürüne ilişkin reklam ve tanıtımlar mevzuata aykırı sağlık beyanı kullanılarak tanıtım yapıldığıtespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Reklam Kurulu’nun 09.06.2021 tarihli ve 310 sayılı toplantısında konu ile ilgili olarak yapılan görüşme ve değerlendirmeler sonucunda; *https://hetunis-resmi.site/* URL uzantılı internet sitesinde “Hetunis” isimli ürüne ilişkin reklam ve tanıtımlarda *“Hetunis © ilk kullanımdan itibaren tansiyonu düzenler. Kalıcı etki sağlar.”, “Hastalığın kaynağını hedefler, felç ve damar tıkanıklığı riskini sıfıra indirir.”, “6 saat içinde tansiyonu düzenler.”, “Bir tedavi kürü sonunda damarlara sağlıklı yapısını ve esnekliğini geri kazandırır.”, “Her yaş için uygundur. Yüksek tansiyonun 1., 2. ve 3. derecelerinde etkilidir.”* 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, bu suretle, 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, 5/2-c, 5/2-ç, 8/1, 8/2, 8/3, 8/4, 8/5, 9/1 ve 9/2 maddeleri,

- Türk Gıda Kodeksi Takviye Edici Gıdalar Tebliği’nin (Tebliğ No: 2013/49) 13/1, 13/2-c ve 13/2-ç maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Şerif YAVER** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü maddesi ve 77 nci maddesinin (12) numaralı fıkrası uyarınca belirtilen hususlara ilişkin olarak, **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**107)**

**Dosya No: 2019/11266**

**Şikâyet Edilen: Alamdar YULCHİYEV**

**Şikâyet Edilen Reklam:** https://www.instagram.com/bombaxtr uzantılı URL adresindeki Bombax isimli ürünün tanıtımlarında geçen mevzuata aykırı sağlık beyanları.

**Reklam Yayın Tarihi:** 16.05.2019

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.instagram.com/bombaxtr adresli internet sitesinin 10.07.2019 tarihli görünümünde; "Bombax ile kilo al Bombax Türkiye Resmi Hesabı Bakanlık Onaylı(...) Çok zayıfım yiyorum ama kilo alamıyorum, iştahım yok yemek yiyemiyorum diyorsanız yapmanız gereken bize ulaşmanız Bombax kilo aldırıcı bitkisel ürün sayesinde 1 ayda 5-8 KİLO sağlıklı ve rahat bir şekilde alabileceksiniz, Bombax kilo aldırıcı metabolizmanın hızım yavaşlatır, sindirim sistemini düzenler, bağışıklık sistemini güçlendirerek kilo almanızı sağlar. Bombax kilo aldırıcı ürünümüz kimyasal içermemektedir, içeriği; Kudret Narı Meyvesi, Propolis, Keçiboynuzu, Polen, Kına Kına, Kakao, Üzüm Çekirdeği, Karışık Meyve ve Sebzeler" 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 sağlık beyanlarının dışına çıkan tüketicileri yanıltıcı beyanlara yer verildiği, bu doğrultuda kilo alma miktarına veya oranına atıfta bulunan ifadelerle söz konusu ürünün metabolik yapıda değişiklik meydana getirerek insan sağlığına doğrudan veya dolaylı olarak fayda sağlayan bir “tıbbi ürün” gibi tanıtıldığı, hâl böyle iken “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilen ürünlerin reklam ve tanıtımının yapılmasının ise mevzuat gereği yasak olduğu, 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 **Alamdar YULCHİYEV** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63’üncü ve 77/12’nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**108)**

**Dosya No: 2020/2368**

**Şikâyet Edilen: Şok Marketler Ticaret A.Ş.**

**Şikâyet Edilen Reklam:** Şok Marketler zincirine ait sosyal medya hesabında gerçekleştirilen “Amigo Ceviz İçi” markalı ürüne ilişkin reklamlarda belirtilen ürünün gramajı ile mağazada satılan ürünün gramajının farklı olması.

**Reklam Yayın Tarihi:** 08.04.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.instagram.com/sokmarketler adresli ve "Şok Marketler" isimli sosyal medya hesabında paylaşılan reklam görselinde "Amigo Ceviz İçi" isimli ürüne yönelik; "Amigo Ceviz İçi 12,45 TL 200 gr. 08-14 Nisan 2020 tarihleri arasında geçerlidir." şeklinde ifadeleri içeren tanıtımlara yer verildiği, ancak tüketici tarafından sunulan kasa satış fişi ile reyonda yer alan ürün görseline ait fotoğrafta ürünün 150 gr. olduğu bilgisinin yazılı olduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, anılan reklamda yer alan ürün ambalajının üzerinde net 200 gr. olduğu bilgisinin açıkça görüldüğü; buna karşın belirtilen tarihlerde şikayet konusu ürünün marketler zincirinde satışa sunulan ambalajlarının 150 gr. olduğu ve bu hususun tüketici tarafından Reklam Kurulu’na iletilen kasa satış fişiyle ve ürün görselleriyle de sabit olduğu, dolayısıyla tüketicinin algılama düzeyi göz önünde bulundurulduğunda söz konusu tanıtımların aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu reklamların;

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/4, 7/5-a, 12/1, 14/2, 26/1, 28/1’inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**109)**

**Dosya No: 2021/828**

**Şikâyet Edilen: Murat GÜL**

**Şikâyet Edilen Reklam:** https://www.klghap.gen.tr/ adresli internet sitesinde “KLG Hap” isimli ürüne yönelik mevzuata aykırı sağlık beyanları.

**Reklam Yayın Tarihi:** 29.01.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.klghap.gen.tr/ adresli internet sitesinin 29.01.2021 tarihli görünümünde "KLG Hap" isimli ürünün; "KLG Hap, erken boşalma sorunu yaşayan erkeklerin dünyada en çok tercih ettiği geciktirici hap ürünüdür." şeklinde ifadelerle reklam ve tanıtımlar yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, bahse konu tanıtımda endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç ifadeler kullanılarak mevzuatta izin verilen sağlık beyanlarının dışına çıkan tüketicileri yanıltıcı beyanlara yer verildiği, böylelikle söz konusu ürünün insan fizyolojisine etki ederek insan sağlığına doğrudan veya dolaylı olarak fayda sağlayan yahut hastalıklara veya belirtilerine karşı etkili olan “tıbbi ürün” gibi tanıtıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

- Türk Gıda Kodeksi Gıda Etiketleme ve Tüketicileri Bilgilendirme Yönetmeliği’nin 7’nci maddesi,

- Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği’nin 5, 9, 13’üncü maddeleri,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**110)**

**Dosya No: 2021/918**

**Şikâyet Edilen: Farmatek İç ve Dış Ticaret A.Ş.**

**Şikâyet Edilen Reklam:** Suda Vitamin markasının gıda takviyesi ürünlerinin açık alan, eczane, internet vb. mecralarda yapılan tanıtım ve reklamlarında kullanılan sağlık beyanları.

**Reklam Yayın Tarihi:** 13.01.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, Çeşitli

**Tespitler:** https://www.instagram.com/sudavitamin/ adresli ve "Suda Vitamin" isimli sosyal medya hesabında yer alan reklam görselleri ile Şirketiniz tarafından muhtelif eczanelere temin edilen tanıtım stantlarının 20.04.2021 tarihli görünümünde; "Suda-C" isimli ürün ile ilgili olarak, "Suda-C Suda erir, direnç verir. (...)Bağışıklık sisteminin en önemli destekleyicisi. (...)Suda-C Propolis Bağışıklığınıza Propolis Desteği" şeklinde, "Suda D Vitamini" isimli ürün ile ilgili olarak "Yüksek D Vitamini Seviyesi Yüksek Bağışıklık" şeklinde ifadelerle tanıtımlar yapıldığı 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 reklamların;

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

- Türk Gıda Kodeksi Gıda Etiketleme ve Tüketicileri Bilgilendirme Yönetmeliği’nin 7’nci maddesi,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**111)**

**Dosya No: 2021/996**

**Şikâyet Edilen: Hünnap İlaç ve Sağlık Hizmetleri San. Tic. Ltd. Şti.**

**Şikâyet Edilen Reklam:** Firmaya ait "Hünnap Keçiboynuzu Özü" isimli ürünün reklamlarında kullanılan "Altın Marka Tüketici Ödüllü" ifadesi ve logosu ile "FDA Registered" ifadesinin kullanılması.

**Reklam Yayın Tarihi:** 08.12.2020

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon, İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu ürünün ulusal televizyon kanallarında yayınlanan reklam filmlerinde ve muhtelif internet siteleri ile sosyal medya hesaplarında yer alan reklam görsellerinde "TTKD Tüketici Ödülü Altın Marka" şeklindeki ibareyi içeren altın renkli bir logoya ve dış ses tarafından telaffuz edilen "Altın Marka Tüketici Ödüllü" şeklinde bir ifadeye ve "FDA Registered" şeklinde bir ibareye yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, bahsi geçen ödülün değerlendirme süreci, duyurulması ve verilmesine ilişkin yazılı ve görsel medyada herhangi bir bilgiye rastlanmadığı, Reklam Kurulu'na sunulan açıklamalarda söz konusu ödülün verilme kriteri olarak ifade edilen "Markaya yönelik tüketici memnuniyeti ile tüketici şikayetleri olup olmadığına ilişkin araştırmalar" hususları her ne kadar tüketici ödülü verilmesi için kıstas olarak belirlenebilir olsa da; söz konusu tüketici memnuniyeti ile tüketici şikayetlerine ilişkin bilgi ve istatistiklerin hangi veri tabanından ve hangi örneklemden temin edildiğine ilişkin hiçbir bilgi bulunmadığı, bu kapsamda yapılan değerlendirmelerde söz konusu ödülün önceden ilan edilen objektif kriterler çerçevesinde ve bağımsız bir araştırma yürütülerek verildiğine yönelik mevcut şüphelerin giderilemediği,

Bununla beraber, yine anılan reklamlarda "FDA Registered" şeklinde bir ibareye yer verildiği, bahse konu ifadenin "Amerikan Gıda ve İlaç Dairesi'ne Kayıtlı" anlamına geldiği; atıfta bulunulan Amerikan Gıda ve İlaç Dairesi ile yapılan yazışmalar ve yürütülen incelemeler neticesinde mezkur kurumun böyle bir ifadenin ya da logonun herhangi bir şahıs yahut şirket tarafından kullanılmasına cevaz vermediğinin anlaşıldığı, diğer taraftan ürünün ilgili kurum tarafından onaylandığı tarih ve tescil numarasına ilişkin Reklam Kurulu'na herhangi bir destekleyici belge sunulamadığı, bahse konu ifadenin ürünün hangi kapsamda tescil edildiği ya da onaylandığı hususlarında tüketiciler nezdinde belirsizlikler meydana getirerek yanıltıcı nitelik teşkil ettiği, değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu reklamların;

- Tüketici Ödülleri Yönetmeliği’nin 15’inci maddesi,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**112)**

**Dosya No: 2021/1009**

**Şikâyet Edilen: Tab Gıda San. ve Tic. A.Ş.**

**Şikâyet Edilen Reklam:** CarrefourSa marketlerde tek seferde yapılacak 100 TL ve üzeri alışverişlerde, fiş üzerinde yer alacak promosyon kodu ile Popeyes restoranlarında geçerli indirimli menü alınabileceğine dair reklam.

**Reklam Yayın Tarihi:** 01.03.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Tüketici tarafından sunulan Carrefoursa marketler zincirine ait kasa satış fişinin ve https://www.popeyes.com.tr/kampanyalar/popeyes-tan-carrefoursa-menusu uzantılı URL adresinin 19.03.2021 tarihli görünümünde; "Popeyes'tan İndirimli Menü Fırsatı! CarrefourSA marketlerinden yapılacak 100 TL ve üzeri alışverişlere Chicken Cheese Deluxe, 10’lu Nuggets, 2 Orta Boy İçecek, Büyük Boy Patates 49,65 TL yerine sadece 27,50 TL! Tıkla Gelsin'de 1 L. içecek farkı ile 34,99 TL" şeklinde tanıtım ifadelerinin yer aldığı, anılan indirimli satış kampanyasının havalimanı restoranları hariç tüm Popeyes restoranlarında geçerli olduğunun belirtildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, tüketicinin bahse konu Carrefoursa kasa satış fişi ile İzmit NCity Avm'de bulunan Popeyes restoranları şubesinde inceleme konusu kampanyadan yararlanmak istediğinde, anılan kampanyanın sadece Carrefoursa marketlerin bulunduğu Avm'lerde yer alan Popeyes restoranlarında geçerli olduğunun belirtildiği, ancak tüketici tarafından Reklam Kurulu'na sunulan market kasa fişinde ve restoran zincirinin internet sitesinde yer alan kampanya şartlarında bu şekilde bir istisnanın bulunmadığı,

Nitekim şikayet edilen şirket tarafından Reklam Kurulu'na sunulan açıklamalarda da söz konusu indirimli satış kampanyası reklamının bazı şubeler tarafından yanlış yorumlanarak anılan tanıtımlarda duyurulan indirimli menülerden tüketicilerin yararlandırılmadığının ifade edildiği; dolayısıyla doğruluk ve dürüstlük ilkesini ihlal eden söz konusu tanıtımların aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu, değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu reklamların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7,13, 14, 28 ve 29’uncu maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Tab Gıda 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.

**113)**

**Dosya No: 2021/1122**

**Şikâyet Edilen: Türkü Yayıncılık A.Ş.**

**Şikâyet Edilen Reklam:** Güçlü TV logolu kanalda 81 çeşit bitki özlü “Sırlı Bitkiler Macunu” isimli ürünün reklamında mevzuata aykırı endikasyon belirten sağlık beyanlarının kullanılması.

**Reklam Yayın Tarihi:** 27.03.2021

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** 27.03.2021 tarihinde Güçlü TV logosuyla yayın yapan televizyon kanalında yayınlanan ticari reklamda; “500 Yıllık Osmanlı Tarihinin Sırlı Bitkiler Macunu... Kan yapıcıdır, bağışıklık verir, sabahları yorgun kalkmayın! 81 çeşit bitki özlü sırlı bitkiler macunu 12 kavanoz 99 TL" şeklinde ifadelerle tanıtımlar gerçekleştirildiği tespit edilmiştir.

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

- 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,

- 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 **Türkü Yayıncılık A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63’üncü ve 77/12’nci maddeleri uyarınca **22.861-TL (Yirmi iki bin sekiz yüz altmış bir Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**114)**

**Dosya No: 2021/1277**

**Şikâyet Edilen: Sanofi İlaç San. Tic. A.Ş.**

**Şikâyet Edilen Reklam:** “Pharmaton” isimli gıda takviyesi ürününün https://www.youtube.com/watch?v=gI2NaXuSo-0 uzantılı URL adresinde yer alan reklamında kullanılan sağlık beyanları.

**Reklam Yayın Tarihi:** 03.04.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.youtube.com/watch?v=gI2NaXuSo-0 uzantılı URL adresinde "Pharmaton Türkiye" tarafından yayınlanan reklam filminin 26.04.2021 tarihli görünümünde, "Pharmaton Vitality" isimli ürünün reklam videosunun "Günde 1 Pharmaton. Daha Güçlü Bağışıklık, Daha Fazla Sen!" başlığıyla yayınlandığı, bununla beraber, söz konusu reklam videosunun altındaki açıklama kısmında; "Daha güçlü bir bağışıklık ile Nil güne hazır, peki sen hazır mısın? Günde 1 Pharmaton Vitality Daha Güçlü Bağışıklık, #DahaFazlaSen" şeklinde beyanlara yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, bahse konu tanıtımlarda endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç ifadeler kullanıldığı, tanıtım ifadelerinde yer alan “Daha Güçlü Bağışıklık" şeklindeki beyanın mevzuatta izin verilen sınırların dışına çıkan ve söz konusu ürünün bağışıklık sistemini güçlendirerek hastalıklara karşı koruduğu yönünde bir mesaj taşıyan sağlık beyanı olduğu, bu minvalde bir ürüne ilişkin olarak herhangi bir sağlık beyanında bulunabilmesi için ilgili idari otoriteden (Sağlık Bakanlığı Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Kurumu) izin alınması gerektiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu reklamların;

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

- Türk Gıda Kodeksi Gıda Etiketleme ve Tüketicileri Bilgilendirme Yönetmeliği’nin 7’nci maddesi,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**115)**

**Dosya No: 2021/1391**

**Şikâyet Edilen: Ahmet Çağrı YÜKSEL**

**Şikâyet Edilen Reklam:** www. dogaltoross.com adresli internet sitesinde “Doğal Toros Atomu” adı ile satılan bal ve bitki katkısının reklamlarında yer alan sağlık beyanları.

**Reklam Yayın Tarihi:** 15.04.2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** http://www.dogaltoross.com/ adresli internet sitesinin 26.04.2021 tarihli görünümünde "Doğal Toros Atomu" adlı ürün ile ilgili olarak; "% 100 Organik Atom. Sertleşme erken boşalma problemini giderir, sperm sayısını arttırır. Kadınlarda yumurtlama, adet düzeltme, istek artırma. Astım, bronşit, nefes darlığı rahatsızlıklarına şifa olur. Nefes açıcı ve ferahlatıcı etkiler gösterir." şeklinde, https://www.facebook.com/dogal.toros.atomu/ adresli sosyal medya hesabının 26.04.2021 tarihli görünümünde anılan ürün ile ilgili olarak; "Boşalmaya, sertleşmeye, onun için çok iyi geldiği için alıyorum ve kullanıyorum. İnşallah ilerde yine bu bittiği zaman alıp kullanacağım. (...)Ben 68 yaşında ihtiyar bir delikanlıyım. Daha önceleri çeşitli ilaçlar kullandım bir faydasını görmedim. Fakat Doğal Toros Atomu kullandıktan sonra kendimi 30 yaşında hissettim. Sertleşme yönünden, erken boşalma yönünden sizlere de tavsiye ederim. Kendinizi dinamik ve dinç hissediyorsunuz." şeklinde ifadeleri içeren tanıtımlara yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan değerlendirmeler 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 ürünün 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 reklamların;

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

- Türk Gıda Kodeksi Gıda Etiketleme ve Tüketicileri Bilgilendirme Yönetmeliği’nin 7’nci maddesi,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Ahmet Çağrı YÜKSEL** 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.

**116)**

**Dosya No: 2019/12689**

**Şikayet Edilen: Çaylı Organik Tarım Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait sosyal medya hesaplarında yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**:https://www.instagram.com/p/B5Cfq-bnV\_J/ https://www.instagram.com/p/B3EKY9uHsw8/,https://www.instagram.com/p/B3eDQ8hHwOv/,https://www.facebook.com/egricayirbal/photos/a.263448947032468/2799302523447085/?type=3&theater,https://www.facebook.com/egricayirbal/photos/a.263448947032468/2781959138514757/?type=3&theate,https://twitter.com/egricayirbal/status/1190890674234810369,https://twitter.com/egricayirbal/status/1191593612901044224 tanıtımlarında; *"Kış iyice hissettırmeye devam ederken hastalıklar ve yorgunluklar sizi olumsuz* *etkilemesin. Arı sütünün besleyici etkisini günde yarım çay kaşığı tüketerek hissedebilirsiniz. Propolis içerikli pişik kremi ile bebeğinizi tahriş ve pişiklerden koruyabilirsiniz.(...)"* şeklinde endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç ifadeler kullanılarak mevzuatta izin verilen sağlık beyanlarının dışına çıkan tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği, böylelikle söz konusu ürünlerin insan fizyolojisine ve/veya metabolizmasına etki eden bir “tıbbi ürün” gibi tanıtıldığı, ayrıca şayet anılan ürünler söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “gıda takviyesi” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilen ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuat gereği yasak olduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar**: Yapılan incelemeler sonucunda https://www.instagram.com/p/B5Cfq-bnV\_J/,[https://www.instagram.com/p/B3EKY9uHsw8/,https://www.instagram.com/p/B3eDQ8hHwOv/,https://www.facebook.com/egricayirbal/photos/a.263448947032468/2799302523447085/?type=3&theater,https://www.facebook.com/egricayirbal/photos/a.263448947032468/2781959138514757/?type=3&theate,https://twitter.com/egricayirbal/status/1190890674234810369,https://twitter.com/egricayirbal/status/1191593612901044224](https://www.instagram.com/p/B3EKY9uHsw8/%2Chttps%3A//www.instagram.com/p/B3eDQ8hHwOv/%2Chttps%3A//www.facebook.com/egricayirbal/photos/a.263448947032468/2799302523447085/?type=3&theater,https://www.facebook.com/egricayirbal/photos/a.263448947032468/2781959138514757/?type=3&theate,https://twitter.com/egricayirbal/status/1190890674234810369,https://twitter.com/egricayirbal/status/1191593612901044224) tanıtımlarında; *"Kış iyice hissettırmeye devam ederken hastalıklar ve yorgunluklar sizi olumsuz* *etkilemesin. Arı sütünün besleyici etkisini günde yarım çay kaşığı tüketerek hissedebilirsiniz. Propolis içerikli pişik kremi ile bebeğinizi tahriş ve pişiklerden koruyabilirsiniz.(...)"* şeklinde endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç ifadeler kullanılarak mevzuatta izin verilen sağlık beyanlarının dışına çıkan tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği, böylelikle söz konusu baharatların insan fizyolojisine ve/veya metabolizmasına etki eden bir “tıbbi ürün” gibi tanıtıldığı, ayrıca şayet anılan ürünlerin söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “gıda ürünü” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilen ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuat gereği yasak olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**117)**

**Dosya No: 2020/5831**

**A 101 Yeni Mağazacılık A.Ş.**’nin 18-24 Ocak 2020 tarihli afişlerine ilişkin başvurandan ve firmadan ek bilgi, belge istenmesine karar verilmesi nedeniyle 2020/5831 no’lu dosya ile ilgili görüşme ve değerlendirmelerin **ertelenmesine** karar verilmiştir.

**118)**

**Dosya No: 2021/446**

**Şikayet Edilen:** **A 101 Yeni Mağazacılık A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam**: A 101 firmasına ait 30-31 Ocak 2021 tarihli katalogda yer alan piliç ürünlerine ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Tüketicinin indirimli olan tabaklı bütün piliç yerine indirim olmayan poşetli bütün pilici satın aldığı, diğer satın aldığı baget ürünlerinde de indirim olmadığı tespit edilmiştir.

|  |  |
| --- | --- |
| **Değerlendirme/Karar:** Firma tarafından yapılan açıklamalar ve tarafımızca yapılan araştırmalar doğrultusunda bahsi geçen indirimli ürünlerin tüketicinin satın aldığı ürünlerden farklı olduğu, reklamda herhangi bir aykırılık olmadığı anlaşılmış olup; anılan reklamların Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin ilgili hükümleri ile 6502 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 ve 62 nci maddelerine **aykırı olmadığına** karar verilmiştir.**119)****Dosya No: 2021/1774** |  |
|  |  |
| **Şikayet Edilen: Hobikoğlu İlaç ve Doğal Ürünler A.Ş.** |  |
| **Şikayet Edilen Reklam:**facebook.com/Kasis10-Turkey adresli internet sitesinde yer alan Kasis 10 isimli ürüne yönelik tanıtım ve reklamlar. |  |
| **Reklam Yayın Tarihi:** 2021 |  |
|  |  |
| **Yayınlandığı Mecra:** İnternet |  |

**Tespitler:** facebook.com/Kasis10-Turkey-102831724635734/ adresli internet sitesinde:"Kasis 10 Diz, bel ve sırt ağrılarına son.", "Bir hafta içinde; Kireçlenmeyi ortadan kaldırır. İniş çıkışlarda rahatlık sağlar. Eklem ve kas ağrılarını giderir. Kıkırdak aşınmalarını onarır. Sinovyal sıvıyı dengeler. İskelet sistemini korur, Kasları güçlendirir.", "Kasis 10 çizgili kasları çalıştırarak kıkırdakların birbirine sürtünmesini engeller. Sinovyal sıvıyı dengeler ve kireçlenmeyi ortadan kaldırır.", "Kasis 10 ile 135 günde kireçlenme(Osteoartrit) tedavisi tamamlandı.", "En dayanılmaz eklem ağrıları Kasis 10 ile son buluyor.", "Kasis 10 içerdiği kollajen sayesinde eklemlerde sıvı kaybını önler.", "% 100 Doğal Kasis 10 Damla", "Ağrılara Veda", "Ağrılarınızdan kurtulmak için hemen deneyin.", "En dayanılmaz Ağrılar Kasis 10 ile son buluyor" vb. şeklinde endikasyon belirten ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda facebook.com/Kasis10-Turkey-102831724635734/ adresli internet sitesinde: *"Kasis 10 Diz, bel ve sırt ağrılarına son.", "Bir hafta içinde; Kireçlenmeyi ortadan kaldırır. İniş çıkışlarda rahatlık sağlar. Eklem ve kas ağrılarını giderir. Kıkırdak aşınmalarını onarır. Sinovyal sıvıyı dengeler. İskelet sistemini korur, Kasları güçlendirir.", "Kasis 10 çizgili kasları çalıştırarak kıkırdakların birbirine sürtünmesini engeller. Sinovyal sıvıyı dengeler ve kireçlenmeyi ortadan kaldırır.", "Kasis 10 ile 135 günde kireçlenme(Osteoartrit) tedavisi tamamlandı.", "En dayanılmaz eklem ağrıları Kasis 10 ile son buluyor.", "Kasis 10 içerdiği kollajen sayesinde eklemlerde sıvı kaybını önler.", "% 100 Doğal Kasis 10 Damla", "Ağrılara Veda", "Ağrılarınızdan kurtulmak için hemen deneyin.", "En dayanılmaz Ağrılar Kasis 10 ile son buluyor"* ..vb. şeklinde endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç ifadeler kullanılarak mevzuatta izin verilen sağlık beyanlarının dışına çıkan tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği, böylelikle söz konusu ürünlerin insan fizyolojisine ve/veya metabolizmasına etki eden bir “tıbbi ürün” gibi tanıtıldığı, ayrıca şayet anılan ürünlerin söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilen ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuat gereği yasak olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

- 26.01.2017 tarih ve 29960 mükerrer sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği’nin 5, 8, 9 ve 13’üncü maddeleri,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Hobikoğlu İlaç ve Doğal Ürünler A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63’üncü ve 77/12’nci maddeleri uyarınca **114.326-TL (Yüz ondört bin üç yüz yirmi altı Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**TEKNOLOJİ**

**120)**

**Dosya No: 2020/1276**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** www.vatanbilgisayar.com adresli internet sitesinde yayınlanan *“Seçili Asus AMD Ekran Kartı satın alımlarında 285 TL'ye varan geri ödeme kazanın”* başlıklı kampanya reklamları.

**Reklam Yayın Tarihi:** 25.11.2019-05.01.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** *“Seçili Asus AMD Ekran Kartı satın alımlarında 285 TL'ye varan geri ödeme kazanın”* başlıklı kampanya kapsamında promotion.asus.com/tr adresli internet sitesinde yayınlanan reklamlarda, 25.11.2019-05.01.2020 tarihleri arasında yapılan alışverişlerde, 09.12.2019-19.01.2020 tarihleri arasında kullanılmak üzere; “RX5700/RX5700XT” serisine ait “ROG-STRIX-RX5700XT-O8G-GAMING, TUF 3-RX5700XT-O8G-GAMING, RX5700XT-8G, ROG-STRIX-RX5700-O8G-GAMING, TUF 3-RX5700-O8G-GAMING, DUAL-RX5700-O8G-EVO, RX5700-8G” model ekran kartlarında 285,00-TL geri ödeme yapılacağı; “RX570/RX580” serisine ait “ROG-STRIX-RX580-O8G-GAMING,ROG-STRIX-RX580-T8G-GAMING,ROG-STRIX-RX570-O8G-GAMING” model ekran kartlarında ise 170,00-TL geri ödeme yapılacağının belirtildiği;

Bununla birlikte, *“Katılımcı firmanızdan 25 Kasım 2019 - 5 Ocak 2020 tarihleri arasında uygun bir ASUS Ekran Kartı satın alın. 9 Aralık 2019 - 19 Ocak 2020 tarihleri arasında, bilgilerinizi ve faturanızı kaydedip yükledikten sonra geri ödemenizi alın. Kısa bir kontrolden sonra geri ödeme tutarınız banka hesabınıza havale yapılacaktır.”*  şeklinde kampanya koşullarına yer verildiği;

Ayrıca, Vatan Bilgisayar San. ve Tic. A.Ş.’nin söz konusu kampanya kapsamında katılımcı firma olarak belirtildiği ve www.vatanbilgisayar.com adresli internet sitesinde "ASUS RADEON ROG STRIX RX 5700 XT GAMING OC 8GB GDDR6 256Bit DX12 AMD Ekran Kartı" adlı ürüne ilişkin yapılan tanıtımlarda, inceleme konusu kampanyanın tanıtımına yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar**: www.vatanbilgisayar.com adresli internet sitesinde satışı gerçekleştirilen "ASUS RADEON ROG STRIX RX 5700 XT GAMING OC 8GB GDDR6 256Bit DX12 AMD Ekran Kartı" adlı ürüne ilişkin yapılan tanıtımlarda, bahsi geçen ürünü satın alan tüketicilere *“Seçili Asus AMD Ekran Kartı satın alımlarında 285 TL'ye varan geri ödeme kazanın”* başlıklı kampanya kapsamında 285,00-TL tutarında geri ödemenin yapılacağının belirtildiği;

İnceleme konusu kampanyanın içeriğinin belirlendiği promotion.asus.com/tr adresli internet sitesinde yayınlanan reklamlarda, söz konusu ürünün kampanya kapsamında geri ödemesi yapılacak ürünler arasında yer aldığı ve Vatan Bilgisayar San. ve Tic. A.Ş.’nin katılımcı firmalar arasında sayıldığı;

Bununla birlikte, şikayet edilen firma tarafından yapılan açıklamalardan, başvuru sahibi tüketicinin kampanyadan faydalandırılarak kendisine 285,00-TL tutarındaki geri ödemenin yapıldığının 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.

**121)**

**Dosya No: 2020/2469**

**Şikayet Edilen: Huawei Telekomünikasyon Dış Ticaret Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.shop.huawei.com.tr adresli internet sitesinde 16.09.2020 tarihinde satışı gerçekleştirilen muhtelif "Huawei Matebook" modellerine ilişkin yayınlanan google reklamları.

**Reklam Yayın Tarihi:** 16.09.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.shop.huawei.com.tr adresli internet sitesinde 16.09.2020 tarihinde satışı gerçekleştirilen muhtelif "Huawei Matebook" modellerine ilişkin yayınlanan google reklamlarında, indirimden önceki satış fiyatı 4.999-TL olan "Huawei Matebook D-15 Uzay Grisi-8+256 GB" adlı ürünün indirimli satış fiyatının 4.499 TL olarak; indirimden önceki satış fiyatı 5.499-TL olan "Huawei Matebook D-14 Mistik Gümüş-8+512 GB" adlı ürünün indirimli satış fiyatının 4.999 TL olarak belirtildiği;

Diğer taraftan, aynı gün içerisinde, www.shop.huawei.com.tr adresli internet sitesinde yapılan tanıtımlarda, Huawei Matebook D-15 Uzay Grisi-8+256 GB" adlı ürünün satış fiyatının 4.999-TL olarak, "Huawei Matebook D-14 Mistik Gümüş-8+512 GB" adlı ürünün satış fiyatının ise 5.499-TL olarak tüketicilere sunulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar**: ww.shop.huawei.com.tr adresli internet sitesinde 16.09.2020 tarihinde satışı gerçekleştirilen muhtelif "Huawei Matebook" modellerine ilişkin yayınlanan google reklamlarında, indirimden önceki satış fiyatı 4.999-TL olan "Huawei Matebook D-15 Uzay Grisi-8+256 GB" adlı ürünün indirimli satış fiyatının 4.499 TL olarak; indirimden önceki satış fiyatı 5.499-TL olan "Huawei Matebook D-14 Mistik Gümüş-8+512 GB" adlı ürünün indirimli satış fiyatının 4.999 TL olarak belirtildiği;

Diğer taraftan, aynı gün içerisinde, www.shop.huawei.com.tr adresli internet sitesinde yapılan tanıtımlarda, Huawei Matebook D-15 Uzay Grisi-8+256 GB" adlı ürünün satış fiyatının 4.999-TL olarak, "Huawei Matebook D-14 Mistik Gümüş-8+512 GB" adlı ürünün satış fiyatının ise 5.499-TL olarak tüketicilere sunulduğu;

Bu nedenle, inceleme konusu google reklamlarında, bahsi geçen ürünlerin satış fiyatı hakkında tüketicilere yanlış bilgi vermek ve anlam karışıklığına yol açmak suretiyle tüketicilerin yanıltıldığı;

Ayrıca; şikayet edilen firmanın, makul sayılabilecek bir süre ve miktarda söz konusu ürünleri belirtilen fiyattan sunamayacağına veya başka bir yerden tedarik edilemeyeceğine ilişkin yeterli bilgi sahibi olmasına rağmen, tüketiciyi bu konuda uyarmaksızın indirimli satış fiyatları üzerinden 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, 9, 13, 14 ve 28 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**122)**

**Dosya No: 2021/1179**

**Şikayet Edilen: Dell Teknoloji Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.dell.com.tr adresli internet sitesinde “XPS 13 2'si 1 Arada Dizüstü Bilgisayar” adlı ürüne ilişkin yapılan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 12.04.2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.dell.com.tr adresli internet sitesinin 12.04.2021 tarihli görünümünde “XPS 13 2'si 1 Arada Dizüstü Bilgisayar” adlı ürüne ilişkin "Tasarım" başlığı ile yapılan tanıtımlarda, *“Tüm gün oyun oynayın veya çalışın: Full HD+ modelde Word veya Excel gibi verimlilik uygulamalarını kullanırken 16 saat 58 dakikaya kadar, Netflix içeriği izlerken ise 10 saat 50 dakikaya kadar olağanüstü uzun pil ömrü elde edin. UHD+ panelimizde ise verimlilik uygulamaları kullanırken 10 saat 22 dakikaya kadar veya Netflix içeriği izlerken 7 saat 24 dakikaya kadar kullanım süresi sunulur.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar**: www.dell.com.tr adresli internet sitesinin 12.04.2021 tarihli görünümünde “XPS 13 2'si 1 Arada Dizüstü Bilgisayar” adlı ürüne ilişkin "Tasarım" başlığı ile yapılan tanıtımlarda, *“Tüm gün oyun oynayın veya çalışın: Full HD+ modelde Word veya Excel gibi verimlilik uygulamalarını kullanırken 16 saat 58 dakikaya kadar, Netflix içeriği izlerken ise 10 saat 50 dakikaya kadar olağanüstü uzun pil ömrü elde edin. UHD+ panelimizde ise verimlilik uygulamaları kullanırken 10 saat 22 dakikaya kadar veya Netflix içeriği izlerken 7 saat 24 dakikaya kadar kullanım süresi sunulur.”* şeklinde ifadelere yer verildiği;

Firma tarafından yapılan açıklamalarda, “XPS 13 2'si 1 Arada Dizüstü Bilgisayar” adlı ürüne ilişkin yapılan tanıtımlarda yer alan ürün özelliklerinin Mobile Mark 2014 pil karşılaştırmalı testi kullanılarak yapılan ölçümlerle ve Mayıs 2019 tarihli Dell Laboratuvarları tarafından gerçekleştirilen test sonuçları ile belirlendiğinin ifade edildiği;

Bununla birlikte, inceleme konusu reklamlarda yer alan dipnotlar tıklandığında, “önemli ayrıntılar” başlığı ile *“Gerçek pil ömrü, test sonuçlarına kıyasla çok daha kısa olabilir ve ürün yapılandırması ile kullanımına, yazılıma, kullanım şekline, çalıştırma koşullaına, güç yönetim ayarlarına ve diğer faktörlere göre değişebilir. Maksimum pil ömrü zamanla kısalır”* şeklindeki detaylara yer verildiği;

Ayrıca, “*Netflix içeriği izlerken ise 10 saat 50 dakikaya kadar olağanüstü uzun pil ömrü elde edin.” ve “Netflix içeriği izlerken 7 saat 24 dakikaya kadar kullanım süresi sunulur.”* ifadelerine ilişkin; *“Test, ekran parlaklığı 150 nit(%40) olarak ayarlanmış”* ibaresine yer verildiği anlaşılmış olup,

Bu nedenle, anılan reklamların, Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin ilgili hükümleri ile 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 inci maddesine **aykırı olmadığına** karar verilmiştir.

**123)**

**Dosya No: 2020/4767**

**Şikayet Edilen: Xiaomi Turkey Teknoloji Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şirkete ait Youtube kanalında yayınlanan "Redmi Note 9 Ürün Lansmanı" isimli tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 15.05.2020 – 12.06.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Xiaomi firmasına ait Youtube kanalında 15.05.2020 ve 12.06.2020 tarihlerinde https://www.youtube.com/watch?v=j4zz1aopkqk ve https://www.youtube.com/watch?v=fK4bkupciGs linklerinden erişilebilen Redmi Note 9 Serisi Ürün Lansmanı adı altında iki adet video yayınlandığı, yayınlanan bu videoların reklam niteliğinde olduğu, anılan videolarda yer alan karşılaştırma ekranlarında, Xiaomi markalı ürünlerle rakip ürünler karşılaştırılırken Samsung firmasına ait Exynos isimli işlemcinin ismine, bazı teknik verilere ve fiyat bilgilerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemede,karşılaştırma ekranlarında yer verilen **Exynos** isimli işlemcinin Samsung firması tarafından üretilen bir işlemci olduğu ve yalnızca Samsung tarafından ithal edilen telefonlarda kullanıldığının anlaşıldığı, söz konusu karşılaştırma tablolarında her ne kadar rakip modelin ismi "Rakip A" vs. şeklinde belirtilerek gizlenmiş olsa da rakibe ait bir marka olan Exynos ismine açıkça yer verildiği, rakiplere ait marka ve ürün isimlerinin mevzuat gereği karşılaştırmalı reklamlarda kullanılamayacağı, bu nedenle söz konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**DAYANIKLI TÜKETİM MALLARI**

**124)**

**Dosya No: 2021/1505**

**Şikayet Edilen: Hyundai-Assan Otomotiv Sanayi ve Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam**: *"Bazı fırsatlar beklentileri aşar*" başlıklı reklamlar ve " Yeni i20" model araç satışlarına yönelik ticari uygulamalar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Facebook üzerinden sponsorlu yayınlanan reklamlarda; *" Bazı fırsatlar beklentileri aşar. Yeni i20 146.400TL'den başlayan fiyatlar ve 100.000TL'ye 12 ay %0.99 faiz fırsatıyla"* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar**: Yapılan inceleme sonucunda, firma tarafından "Yeni i20" model aracın kampanya kapsamında "146.400TLden başlayan fiyatlar" şeklinde tavsiye niteliğinde satış fiyatının yayınlandığı, mevzuat gereği bayilerin satış fiyatlarına müdahale edilemediği, üstelik söz konusu aracın bayiler tarafından 146.400TL'den de aşağı rakamlarda satış yapıldığına yönelik faturaların sunulduğu, böylece aracın Mart ve Nisan aylarından satış yapıldığının ispatlandığı, dolayısıyla söz konusu tanıtımlarda bir aykırılık bulunmadığı değerlendirilmiş olup dolayısıyla anılan tanıtımların 6502 sayılı Kanun'un 61 inci maddesine **aykırı olmadığına**karar verilmiştir.

**125)**

**Dosya No: 2019/11486**

**Şikayet Edilen: Özşanal Perakende Mağazacılık A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.hepsiburada.com adresli internet sitesinde "Deniz+" satıcı adıyla satışı gerçekleştirilen “Vestel SP 120 Ilık-Soğuk Su Sebili” adlı ürüne ilişkin yapılan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 13.05.2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.hepsiburada.com adresli internet sitesinde "Deniz+" satıcı adıyla 13.05.2019 tarihinde satışı gerçekleştirilen “Vestel SP 120 Ilık-Soğuk Su Sebili” adlı ürüne ilişkin yapılan tanıtımlarda yer alan ürün özelliklerinde *"Musluk: 2 adet (Normal+Soğuk) "* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar**: www.hepsiburada.com adresli internet sitesinde "Deniz+" satıcı adıyla satışı gerçekleştirilen “Vestel SP 120 Ilık-Soğuk Su Sebili” adlı ürüne ilişkin yapılan tanıtımlarda, bahsi geçen ürününün normal ve soğuk su sağlayan iki adet musluğa sahip olduğunun belirtildiği; şikayet edilen firma tarafından yapılan açıklamalar ve www.vestel.com.tr adresli internet sitesinde ürünün teknik özelliklerine ilişkin yapılan tanıtımlardan, bahsi geçen ürünün iki adet musluğa sahip olduğunun 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.

**126)**

**Dosya No: 2020/1819**

**Şikayet Edilen: Fatma ÇEKİÇ**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.n11.com adresli internet sitesinde "ebeyazeşya" satıcı adıyla satışı gerçekleştirilen "Profilo CGA242X0TR A+++ 1200 Devir 9 KG Çamaşır Makinesi" adlı ürüne ilişkin yapılan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 11.11.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.n11.com adresli internet sitesinde "ebeyazeşya" satıcı adıyla satışı gerçekleştirilen "Profilo CGA242X0TR A+++ 1200 Devir 9 KG Çamaşır Makinesi" adlı ürünün satış fiyatının, 11.11.2020 tarihine özel düzenlenen 11.11 kupon kampanyası kapsamında sunulan kuponların kullanılması halinde, %18 indirim oranı ile 2.791,00-TL olarak belirtildiği; ancak, aynı tarihte, bahsi geçen ürünün kupon kullanılmadan alışveriş yapılması halinde %23 indirim oranı ile 2.549,00-TL satış fiyatı ile tüketicilere sunulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar**: www.n11.com adresli internet sitesinde "ebeyazeşya" satıcı adıyla satışı gerçekleştirilen "Profilo CGA242X0TR A+++ 1200 Devir 9 KG Çamaşır Makinesi" adlı ürünün satış fiyatının, 11.11.2020 tarihine özel düzenlenen 11.11 kupon kampanyası kapsamında sunulan kuponların kullanılması halinde, %18 indirim oranı ile 2.791,00-TL olarak belirtildiği; ancak, aynı tarihlerde, bahsi geçen ürünün kupon kullanılmadan alışveriş yapılması halinde %23 indirim oranı ile 2.549,00-TL satış fiyatı ile tüketicilere sunulduğu;

Buna göre, inceleme konusu reklamlarda, kupon kullanılarak yapılan alışverişlerde tüketicilere sağlanan indirimin gerçek bir indirim olmadığı; tüketiciler nezdinde olduğundan daha fazla indirim yapılıyormuş algısı uyandırılarak tüketicilerin yanıltıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5, 9, 13, 14 ve 28 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**127)**

**Dosya No: 2020/1877**

**Karaca Züccaciye Ticaret ve Sanayi A.Ş.** tarafından www.karaca-home.com adresli internet sitesinde satışı gerçekleştirilen "Karaca Dark Silver Bio Granit 28 cm Wok Tava" adlı ürüne ilişkin yayınlana reklamlara ilişkin görüşme ve değerlendirmelerin **ertelenmesine** karar verilmiştir.

**128)**

**Dosya No: 2021/1330**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** “Robotea Çay Makinesi" adlı ürüne ilişkin yayınlanan *"Bu millet çay sever"* sloganlı reklamlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 08.04.2021-15.05.2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Televizyon, internet

**Tespitler:** 08.04.2021-15.05.2021 tarihleri arasında televizyon mecrasında ve 09.04.2021-13.05.2021 tarihleri arasında çeşitli sosyal medya mecrasında "Robotea Çay Makinesi"adlı ürüne ilişkin yayınlanan *"Bu millet çay sever"* sloganlı reklamlarda, *"Bu millet çay sever. Biz de onların sevgisine layık çayı kendi kendine demleyen ve demleyince konuşarak haber veren Karaca çay sever Robotea'yi tasarladık. Şimdi Karaca mağazalarında ve karaca.com'da "* şeklinde ifadelere yer verildiği; ayrıca, inceleme konusu reklamlarda, trafiğe açık alanda hareket halindeki motorlu bisikleti kullanan bir sürücünün ve çalışmakta olan işçilerin iş güvenliği kurallarını ihlal edecek şekilde çay içerken gösterildiği sahnelerin kullanıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar**: "Robotea Çay Makinesi" adlı ürüne ilişkin yayınlanan "Bu millet çay sever" sloganlı reklamlarda, trafiğe açık alanda hareket halindeki motorlu bisikleti kullanan bir sürücünün ve çalışmakta olan işçilerin iş güvenliği kurallarını ihlal edecek şekilde çay içerken gösterildiği sahnelerin kullanıldığı; dolayısıyla, inceleme konusu reklamlarda, iş güvenliği kurallarının gözetilmemesi ve trafik kurallarının ihlal edildiği sahnelerin kullanılması nedeniyle, tüketicilerin güvenliği açısından tehlike oluşturabilecek davranışlara özendirici unsurlara yer verildiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Karaca Züccaciye Ticaret ve 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: 2021/1758**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** *"Vestel'le Olur Neden Olmasın"* başlıklı reklamlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 08.01.2021-25.01.2021, 18.01.20201-27.01.2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Televizyon, duvar görseli

**Tespitler:** "Vestel'le Olur Neden Olmasın" sloganlı reklamlar kapsamında; 8.01.2021-25.01.2021 tarihleri arasında televizyon mecrasında yayınlanan reklam filminde, *"Evet, hazırız, Madem Türkiye'nin gururu en yenilikçi markasıyla milyonların hayatlarına dokunmak için yola çıkıyoruz, o zaman ben de hazırım. Bu iş Vestel'le olur neden olmasın?"* şeklinde; 18.01.20201-27.01.2021 tarihleri arasında yayınlanan duvar görsellerinde ise *"En İleri Teknoloji Her Eve Ulaşsın(...)"*  ibaresine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar**: "Vestel'le Olur Neden Olmasın" sloganlı reklamlar kapsamında; televizyon mecrasında yayınlanan reklam filminde, *"Evet, hazırız, Madem Türkiye'nin gururu en**yenilikçi markasıyla milyonların hayatlarına dokunmak için yola çıkıyoruz, o zaman ben de hazırım. Bu iş Vestel'le olur neden olmasın?"* şeklinde; söz konusu reklamlar kapsamında yayınlanan duvar görsellerinde ise *"En İleri Teknoloji Her Eve Ulaşsın(...)"* ibaresine yer verildiği;

Buna göre, inceleme konusu reklamlarda yer alan *"en"* ibaresinin, tüketiciler nezdinde aynı sektörde faaliyet gösteren benzer firmalara göre mutlak üstünlük sağladığı izlenimi uyandırmasına rağmen; söz konusu iddianın doğruluğunun, nesnel, ölçülebilir, sayısal verilere dayanan bilimsel geçerliliği olan bilgi ve belgelerle ispatlanamadığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**130)**

**Dosya No: 2021/1760**

**Şikayet Edilen: Yıldız Teknik Dayanıklı Tüketim Malları Teknik Servis ve Satış Hizmetleri Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.yildizteknikservis.com adresli internet sitesinde “Yetkili servis” ibaresi ile yapılan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 09.04.2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.yildizteknikservis.com adresli internet sitesinin 09.04.2021 tarihli görünümünde yapılan tanıtımlarda, "Rainbow, LG, Amana, General Electric” gibi markaların beyaz eşya ve ankastre ürünlerine ilişkin onarım hizmeti sunulduğunun belirtildiği ve "Yetkili Servis" ibaresi ile tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar**: www.yildizteknikservis.com adresli internet sitesinin 09.04.2021 tarihli görünümünde yapılan tanıtımlarda, "Rainbow, LG, Amana, General Electric” gibi markaların beyaz eşya ve ankastre ürünlerine ilişkin onarım hizmeti sunulduğunun belirtildiği ve "Yetkili Servis" ibaresi ile tanıtımının yapılması nedeniyle, adı geçen markaların “Yetkili Servisi” olarak faaliyette bulunulduğu izlenimi uyandırıldığı;

Ancak, 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 **Yıldız Teknik Dayanıklı Tüketim Malları Teknik Servis ve Satış Hizmetleri Ltd. Şti.** hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**TÜTÜN VE ALKOL**

**131)**

**Dosya No: 2021/1697**

**Şikayet Edilen: Türk Tuborg Bira ve Malt Sanayi A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Tuborg markalı bira ürünlerinin ambalajlarının üzerinde "orijinal" ifadesi yer alan etiketlerin kullanılması

**Reklam Yayın Tarihi: 2021**

**Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj

**Tespitler:** Tuborg markalı bira ürün ambalajlarının üzerinde “orijinal” ifadesine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Reklam Kurulu’nun 09.06.2021 tarihli ve 310 sayılı toplantısında konu ile ilgili olarak yapılan görüşme ve değerlendirmeler sonucunda; konuya ilişkin Tarım ve Orman Bakanlığı Tütün ve Alkol Dairesi Başkanlığından gelen “orijinal” ifadesinin alkollü içki etiketlerinde kullanılmasının 4250 ve 4733 sayılı Kanunlara aykırılık teşkil etmediği yönündeki görüşü de dikkate alınarak, Tuborg markalı ürünlerin ambalajlarında “orijinal” ifadesine yer verilmesinin teşkil etmediği yönünde kanaat hasıl olduğundan, inceleme konusu ticari uygulamanın 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 ve 62 nci maddelerine **aykırı olmadığına**karar verilmiştir.

**TURİZM**

**132)**

**Dosya No: 2020/399**

**Şikayet Edilen: Cuma ÖZAYDIN**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 03.02.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Saklıkent Kayak Evi isimli tesise ilişkin olarak www.saklikent.com.tr adresli internet sitesinin 03.02.2020 tarihli görünümünde yayınlanan reklamlarda, *“Tesisimizde hizmet veren gerek kayağı ile gelen gerek de kayak kiralamak isteyen ziyaretçilerimiz için bir de kayak odası tahsis ettik. Kayak odasında her türlü kayak ve snowbord ekipmanları, kıyafetler, gözlük, eldiven kısaca kayak ile ilgili herşeyi bulabilirsiniz. Kayak Fiyatları: Snowboard Ayakkabı Bağlama (üçlü set) günlük kiralama 75 TL; Kayak Ayakkabı Baton (üçlü set) günlük kiralama 75 TL; Kayak/ Snowboard günlük kiralama 45 TL; Ayakkabı günlük kiralama 40 TL; Elbise (Takım) günlük kiralama 30 TL; Kızak (Saatlik kiralama) 15 TL”* şeklinde ifadelere yer verildiği, bununla birlikte tesiste verilen hizmet kapsamında iki adet kayak ve ayakkabı kiralayan başvuru sahibi tüketiciden toplam 200 TL tutarında ücret tahsil edildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, Saklıkent Kayak Evi isimli tesiste verilen hizmete ilişkin olarak www.saklikent.com.tr adresli internet sitesinin 03.02.2020 tarihli görünümünde yayınlanan reklamlarda, *“Tesisimizde hizmet veren gerek kayağı ile gelen gerek de kayak kiralamak isteyen ziyaretçilerimiz için bir de kayak odası tahsis ettik. Kayak odasında her türlü kayak ve snowbord ekipmanları, kıyafetler, gözlük, eldiven kısaca kayak ile ilgili herşeyi bulabilirsiniz. Kayak Fiyatları: Snowboard Ayakkabı Bağlama (üçlü set) günlük kiralama 75 TL; Kayak Ayakkabı Baton (üçlü set) günlük kiralama 75 TL; Kayak/ Snowboard günlük kiralama 45 TL; Ayakkabı günlük kiralama 40 TL; Elbise (Takım) günlük kiralama 30 TL; Kızak (Saatlik kiralama) 15 TL”* şeklinde fiyat bilgilerine yer verilmesine karşın, tesiste verilen hizmet kapsamında iki adet kayak ve ayakkabı kiralayan başvuru sahibi tüketiciden, kullanıma sunulan kayak takımları eski ve hasarlı olmasına rağmen, www.saklikent.com.tr adresli internet sitesinde ilan edilen fiyatların üzerinde bir ücret tahsil edildiği, dolayısıyla inceleme konusu reklamlarda yer alan fiyat bilgilerinin gerçeği yansıtmadığı yönündeki iddiaların doğruluğunun tespiti açısından anılan firmadan, tüketicilere söz konusu internet sitesinde ilan edilen fiyatlar üzerinden ekipman kiralandığı hususunu ispatlayacak nitelikte bilgi ve belgeler istenmiş, ancak firma tarafından söz konusu iddiaların gerçeği yansıtmadığı hususunu kanıtlayıcı nitelikte herhangi bir bilgi ya da belge gönderilmemiş olduğundan, inceleme konusu reklamlarda yer alan fiyat bilgilerinin gerçeği yansıtmadığı, tüketicileri aldatıcı, yanıltıcı ve tüketici mağduriyetine 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, 13/1 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**133)**

**Dosya No: 2020/1201**

**Şikayet Edilen: Uygunluk Değerlendirmesi Derneği (UDDER)**

**Şikayet Edilen Reklam:** *Sağlıklı İşyeri Sertifika Programı’*na ilişkin olarak www.saglikliisyeriprogrami.com adresli internet sitesinde yayınlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu*“Sağlıklı İşyeri Sertifika Programı”*kapsamındawww.saglikliisyeriprogrami.com adresli internet sitesinin 31.12.2020 tarihli görünümünde yayınlanan tanıtımlarda *“Sağlıklı İşyeri Programı” , “İşletmenizin Covid-19 salgın dönemi içindeki faaliyetlerinin güvenilirliğini tescilleyin.”* şeklinde ifadelere, ayrıca *“Healthy Workplaces”* ve *“UDDER & SİSDER”* ibarelerinin kullanıldığı bir logoya yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, Uygunluk Değerlendirmesi Derneği (UDDER) ve Sistem Belgelendirme Kuruluşları Derneği (SİSDER) tarafından Covid-19 salgını döneminde işletmelerin faaliyetlerinin güvenilirliğini tescillemek üzere geliştirilen *Sağlıklı İşyeri Sertifika Programı’*na ilişkin olarak www.saglikliisyeriprogrami.com adresli internet sitesinde yayınlanan reklamlarda *“Sağlıklı İşyeri Programı” , “İşletmenizin Covid-19 salgın dönemi içindeki faaliyetlerinin güvenilirliğini tescilleyin.”* şeklinde ifadelere yer verilmiş olmakla birlikte, anılan tanıtımlarda *“Güvenli Turizm”* ibarelerine yer verilmediği tespit edilmiş olup, Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı’na ait *“Güvenli Turizm”* ve *“Safe Tourism”* sloganları ile yürütülmekte olan *“Güvenli Turizm Sertifikasyon Programı”* kapsamında üst düzey sağlık ve hijyen koşullarının sağlandığını gösterir belgenin sadece belli koşulları taşıyan turizm işletmelerine verilebilmesi mümkünken, *“Sağlıklı İşyeri”* ve *“Healthy Workplace”* sloganları ile bütün sektörlere yönelik sağlık ve hijyen koşullarının uygunluğunun denetlenmesinin hedeflendiği, bu bağlamda şikayet konusu “*Sağlıklı İşyeri Programı”* kapsamında, Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı koordinatörlüğünde yürütülen *“Güvenli Turizm Sertifikasyon Programı”* ile iltibas yaratmak ve benzerlik neticesinde güven sağlamak suretiyle geçerli ve güvenilir bir sertifika verildiği izlenimi oluşturulmadığı ve Güvenli Turizm Sertifikasının itibarından haksız şekilde faydalanılmadığı kanaatine varılmış, dolayısıyla anılan reklamların 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 inci maddesine **aykırı olmadığına** karar verilmiştir.

**134)**

**Dosya No: 2020/1202**

**Şikayet Edilen: Sistem Belgelendirme Kuruluşları Derneği (SİSDER)**

**Şikayet Edilen Reklam:** *Sağlıklı İşyeri Sertifika Programı’*na ilişkin olarak www.saglikliisyeriprogrami.com adresli internet sitesinde yayınlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu*“Sağlıklı İşyeri Sertifika Programı”* kapsamındawww.saglikliisyeriprogrami.com adresli internet sitesinin 31.12.2020 tarihli görünümünde yayınlanan tanıtımlarda *“Sağlıklı İşyeri Programı” , “İşletmenizin Covid-19 salgın dönemi içindeki faaliyetlerinin güvenilirliğini tescilleyin.”* şeklinde ifadelere, ayrıca *“Healthy Workplaces”* ve *“UDDER & SİSDER”* ibarelerinin kullanıldığı bir logoya yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, Sistem Belgelendirme Kuruluşları Derneği (SİSDER) ve Uygunluk Değerlendirmesi Derneği (UDDER) tarafından Covid-19 salgını döneminde işletmelerin faaliyetlerinin güvenilirliğini tescillemek üzere geliştirilen *Sağlıklı İşyeri Sertifika Programı’*na ilişkin olarak www.saglikliisyeriprogrami.com adresli internet sitesinde yayınlanan reklamlarda *“Sağlıklı İşyeri Programı” , “İşletmenizin Covid-19 salgın dönemi içindeki faaliyetlerinin güvenilirliğini tescilleyin.”* şeklinde ifadelere yer verilmiş olmakla birlikte, anılan tanıtımlarda *“Güvenli Turizm”* ibarelerine yer verilmediği tespit edilmiş olup, Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı’na ait *“Güvenli Turizm”* ve *“Safe Tourism”* sloganları ile yürütülmekte olan *“Güvenli Turizm Sertifikasyon Programı”* kapsamında üst düzey sağlık ve hijyen koşullarının sağlandığını gösterir belgenin sadece belli koşulları taşıyan turizm işletmelerine verilebilmesi mümkünken, *“Sağlıklı İşyeri”* ve *“Healthy Workplace”* sloganları ile bütün sektörlere yönelik sağlık ve hijyen koşullarının uygunluğunun denetlenmesinin hedeflendiği, bu bağlamda şikayet konusu *“Sağlıklı İşyeri Programı”* kapsamında, Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı koordinatörlüğünde yürütülen *“Güvenli Turizm Sertifikasyon Programı”* ile iltibas yaratmak ve benzerlik neticesinde güven sağlamak suretiyle geçerli ve güvenilir bir sertifika verildiği izlenimi oluşturulmadığı ve Güvenli Turizm Sertifikasının itibarından haksız şekilde faydalanılmadığı kanaatine varılmış, dolayısıyla anılan reklamların 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 inci maddesine **aykırı olmadığına** karar verilmiştir.

**135)**

**Dosya No: 2021/48**

**Şikayet Edilen: Tripenia Bilişim Turizm Seyahat Acentası ve Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam / HTU:** www.turna.com adresli internet sitesi üzerinden gerçekleştirilen ticari uygulamalar

**Reklam Yayın / HTU Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** -

**Tespitler:** Tripenia Bilişim Turizm Seyahat Acentası ve Ticaret A.Ş.’ye aitwww.turna.com adresli internet sitesi üzerinden yapılan bilet satın alma işlemi sonrasında başvuru sahibi tüketiciye gönderilen e-postada, *“Sitemiz üzerinden satın almaya çalıştığınız biletleme işlemi başarısız olmuştur. Tahsil edilen tutar iade sürecine alınmış olup ödeme yaptığınız kredi kartınıza 1 ila 7 iş günü içerisinde yansıtılacaktır.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Tripenia Bilişim Turizm Seyahat Acentası ve Ticaret A.Ş.’ye aitwww.turna.com adresli internet sitesi üzerinden yapılan şikayet konusu bilet satın alma işlemi sonrasında başvuru sahibi tüketiciye gönderilen e-postada, *“Sitemiz üzerinden satın almaya çalıştığınız biletleme işlemi başarısız olmuştur. Tahsil edilen tutar iade sürecine alınmış olup ödeme yaptığınız kredi kartınıza 1 ila 7 iş günü içerisinde yansıtılacaktır.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiş; ayrıca tüketicinin söz konusu internet sitesi üzerinden gerçekleştirilen ticari uygulamaların tüketicileri yanıltıcı ve tüketici mağduriyetine yol açıcı nitelikte olduğu iddiasına ilişkin olarak firma tarafından gönderilen cevabi yazıda, rezervasyon onayı sırasında bankada veya havayolu sisteminde yaşanabilecek bir sorun halinde tutar çekilmiş olsa bile daha sonrasında bu tutarın tüketicinin herhangi bir mağduriyetine yol açmadan firma tarafından re’sen kart sahibine iade edildiği ifade edilmiş olup, başvuru sahibi tüketiciden tahsil edilen tutarın iade işleminin gerçekleştiği, dolayısıyla şikayet konusu bilet satış işlemi kapsamında firma tarafından tüketici mağduriyetine yol açıcı 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.

**DİĞER**

**136)**

**Dosya No: 2020/1528**

**Şikayet Edilen: Zerre Elektronik Hizmetleri Danışmanlık ve Yazılım Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait www.happy.com.tr adresli internet sitesinde yer alan “Vileda Çamaşır Kurutmalık” isimli ürüne ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ait www.happy.com.tr adresli internet sitesindeki “Vileda Çamaşır Kurutmalık” isimli ürüne ilişkin olarak *"Fırsat ürünü 275,99 TL yerine sadece 5,99 TL"* şeklinde ifadelere yer verilmesine istinaden bu kampanyadan faydalanarak ürünü satın alan tüketicinin siparişinin ürünün fiyat bilgisinde yazılımdan kaynaklanan bir hata olduğu gerekçesiyle firma tarafından iptal edildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firmaya ait www.happy.com.tr adresli internet sitesindeki “Vileda Çamaşır Kurutmalık” isimli ürüne ilişkin olarak *"Fırsat ürünü 275,99 TL yerine sadece 5,99 TL"* şeklinde ifadelere yer verilmesine istinaden bu kampanyadan faydalanarak ürünü satın alan tüketicinin siparişinin ürünün fiyat bilgisinde yazılımdan kaynaklanan bir hata olduğu gerekçesiyle firma tarafından iptal edildiği bu sebeple tüketicilerin yanıltıldığı,

Bununla birlikte, firmanın, makul sayılabilecek bir süre ve miktarda söz konusu ürünü belirtilen fiyattan sunamayacağına veya başka bir yerden tedarik edemeyeceğine ilişkin yeterli bilgi sahibi olmasına rağmen, tüketiciyi bu konuda uyarmaksızın www.happy.com.tr adresli internet sitesinde belirtilen satış fiyatları üzerinden edinmeye davet ederek haksız ticari uygulamada bulunduğu; dolayısıyla, söz konusu tanıtımların; tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7, 28 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**137)**

**Dosya No: 2020/3473**

**Şikayet Edilen: Happy Hours E-Ticaret Hüseyin Candaş Çetinkaya ve Arda Bozada Ortaklığı**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından gerçekleştirilen haksız ticari uygulamalar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ait www.happyhours.com.tr adresli internet sitesinden bel yastığı alanlara mousepadin hediye edildiği kampanya çerçevesinde sepetine 2 adet ürün ekleyen tüketicinin, eklediği ürünlerden "*Deve Tabanı Bel Yastığı"* isimli ürünün 179.00 TL ve *"Kendin Tasarla bilek destekli mousepad"* isimli ürünün 0 TL olarak fiyatlandırılarak siparişinin oluşturulduğu ve kendisine sipariş özetinin e-posta yoluyla gönderildiği ancak daha sonra tüketiciye firma tarafından gönderilen e-postada "Kampanyanın bulunduğu bütün mecralarda hediye ürünün 49 TL değerindeki mousepadlerde geçerli olduğu, sistemin Kendin Tasarla mousepadlerini de mousepad olarak gördüğü ancak Kendin Tasarla mousedaplerinin fiyatının 49 TL olmadığı ve baskılı normal bir mousepad seçmeniz doğrultusunda siparişin hazırlanacağının" belirtildiği, tüketicinin de 49 TL olan mousepadlerden seçmemesi nedeniyle firma tarafından siparişin iptal edildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firmaya ait www.happyhours.com.tr adresli internet sitesinden bel yastığı alanlara mousepadin hediye edildiği kampanya çerçevesinde sepetine 2 adet ürün ekleyen tüketicinin, eklediği ürünlerden "*Deve Tabanı Bel Yastığı"* isimli ürünün 179.00 TL ve *"Kendin Tasarla bilek destekli mousepad"* isimli ürünün 0 TL olarak fiyatlandırılarak siparişinin oluşturulduğu ve kendisine sipariş özetinin e-posta yoluyla gönderildiği ancak daha sonra tüketiciye firma tarafından gönderilen e-postada "Kampanyanın bulunduğu bütün mecralarda hediye ürünün 49 TL değerindeki mousepadlerde geçerli olduğu, sistemin Kendin Tasarla mousepadlerini de mousepad olarak gördüğü ancak Kendin Tasarla mousedaplerinin fiyatının 49 TL olmadığı ve baskılı normal bir mousepad seçmeniz doğrultusunda siparişin hazırlanacağının" belirtildiği, tüketicinin de 49 TL olan mousepadlerden seçmemesi nedeniyle firma tarafından siparişin iptal edildiği, dolayısıyla, söz konusu ticari uygulamanın; tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu ticari uygulamanın;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7, 28, 29 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Happy Hours E-Ticaret Hüseyin Candaş Çetinkaya ve Arda Bozada Ortaklığı** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/13 üncü maddeleri uyarınca **haksız ticari uygulamayı durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**138)**

**Dosya No: 2020/4315**

**Şikayet Edilen: Cubdo Danışmanlık Sanat İnşaat Gıda Sağlık Hizmetleri Turizm Sanayi ve Ticaret Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait internet sitelerinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ait www.cubdosanat.com adresli internet sitesinde *"Cubdo A.Ş bünyesinde bulunan uzmanlar tarafından değerli taşların (elmas, zümrüt, yakut v.b gibi) bilirkişiliği ve expertizini yapmak...vb."* şeklinde, www.cubdobilisim.com adresli internet sitesinde "*Bizler ülkemizin ilk e-ticaret ve kripto borsa sitelerinin bir çoğunun yazılımını hazırlamış, bütün bu çalışmalarda elde ettiğimiz ar-ge, deneyim, müşteri beklentileri ve güvenlik ihtiyaçları ile çok büyük bir projeyi paketleştirerek çok uygun satış imkanlarıyla sizlere sunmaktayız. Fabrika, hastane, üniversite v.b yerlere yazılım ve otomasyon hizmetleri...vb."* şeklinde, www.cubdoavm.com adresli internet sitesinde *"2018 sonu itibariyle 156 çalışanımıza istihdam sağlıyoruz....Ekosistemimizde onlarca serbest yazılımcıya iş imkanı sağlıyor,...vb."* şeklinde, www.cubdomedikal.com adresli internet sitesinde “*Medikal sarf malzemelerinin yanında diğer tıbbi malzemeler, hastane donanımları ve çeşitli medikal malzeme satışlarına da devam eden firmamız hizmette dürüstlük, süreklilik, kamu menfaatlerini korumak ve insan haklarına saygılı olmayı temel ilke edinmiştir....vb.”* şeklinde, https://www.facebook.com/CubdoAS/posts/3220482861304446 ve https://www.facebook.com/coskun.koc.739/posts/10158240141065909 adresli internet sitelerinde *"Cubdo A.Ş. İle Yeni Bir Yaşama Ne Dersiniz ! Cubdo A.Ş. Doğruluğu Ve Dürüstlüğü Ön Planda Tutarak İnşaat Sektöründe En İyinin İyisi Olma Yolunda İlk Projesi…İstanbul Büyükçekmece Mimarsinan’da 200 Konut İnşaatı Cubdo KonaklarıFaiz Yoook --- Banka Kredisi Yoookkk --- Peşinatını Sen Belirle – Ödeme Şartlarını Sen Belirle – Muhakkak Sende Ev Sahibi Ol…Gün Gelir Herkes Bir Gün Kendi Evine Sığınır…”* şeklinde ifadelere ve konut projesinin maket fotoğraflarına yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firmaya ait www.cubdosanat.com adresli internet sitesinde *"Cubdo A.Ş bünyesinde bulunan uzmanlar tarafından değerli taşların (elmas, zümrüt, yakut v.b gibi) bilirkişiliği ve expertizini yapmak...vb."* ifadesine yer verilmesine rağmen firmanın bünyesinde bulunan bir uzman ile bu hizmetin verildiği hususunun ispatlanamadığı dolayısıyla söz konusu ifadenin gerçeği yansıtmadığı,

 www.cubdobilisim.com adresli internet sitesinde "*Bizler ülkemizin ilk e-ticaret ve kripto borsa sitelerinin bir çoğunun yazılımını hazırlamış, bütün bu çalışmalarda elde ettiğimiz ar-ge, deneyim, müşteri beklentileri ve güvenlik ihtiyaçları ile çok büyük bir projeyi paketleştirerek çok uygun satış imkanlarıyla sizlere sunmaktayız. Fabrika, hastane, üniversite v.b yerlere yazılım ve otomasyon hizmetleri... vb"* şeklinde ifadelere yer verildiği ancak söz konusu ifadelerin ispatlanamadığı,

www.cubdoavm.com aresli internet sitesinde *"2018 sonu itibariyle 156 çalışanımıza istihdam sağlıyoruz....Ekosistemimizde onlarca serbest yazılımcıya iş imkanı sağlıyor,...vb."* ifadelerine yer verilmesine rağmen anılan ifadelerin ispatlanamadığı dolayısıyla gerçeği yansıtmadığı,

www.cubdomedikal.com adresli internet sitesinde “*Medikal sarf malzemelerinin yanında diğer tıbbi malzemeler, hastane donanımları ve çeşitli medikal malzeme satışlarına da devam eden firmamız hizmette dürüstlük, süreklilik, kamu menfaatlerini korumak ve insan haklarına saygılı olmayı temel ilke edinmiştir....vb.”* ifadelerine yer verildiği ancak yetki belgesi olmaması nedeniyle satış yapamadığı dolayısıyla anılan internet sitesinde doğru olmayan bilgilere yer verilerek tüketicilerin yanıltıldığı,

 https://www.facebook.com/CubdoAS/posts/3220482861304446 ve https://www.facebook.com/coskun.koc.739/posts/10158240141065909 adresli internet sitelerinde *"Cubdo A.Ş. İle Yeni Bir Yaşama Ne Dersiniz ! Cubdo A.Ş. Doğruluğu Ve Dürüstlüğü Ön Planda Tutarak İnşaat Sektöründe En İyinin İyisi Olma Yolunda İlk Projesi… İstanbul Büyükçekmece Mimarsinan’da 200 Konut İnşaatı Cubdo KonaklarıFaiz Yoook --- Banka Kredisi Yoookkk --- Peşinatını Sen Belirle – Ödeme Şartlarını Sen Belirle – Muhakkak Sende Ev Sahibi Ol… Gün Gelir Herkes Bir Gün Kendi Evine Sığınır…”* şeklinde ifadelere ve konut projesinin maket fotoğraflarına yer verilerek tüketiciler nezdinde yapımına başlanmış ya da devam eden bir proje olduğu algısı oluşturulmasına rağmen söz konusu konut inşaatına başlanabilmesi için gerekli yapı ruhsatının alınmadığı ve konut yapımına başlanmadığı, dolayısıyla, söz konusu tanıtımların; tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- 3194 Sayılı İmar Kanunu'nun 21 inci maddesi,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7, 9, 28, 29 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Cubdo Danışmanlık Sanat İnşaat Gıda Sağlık Hizmetleri Turizm 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.

**139)**

**Dosya No: 2020/4875**

**Şikayet Edilen: Gnd Pazarlama Ticaret ve Sanayi Limited Şirketi**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ait www.gndgift.com adresli internet sitesinde *"15 cm Ceramic Bowl RAPIDO"* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; şikayet konusu hususta Reklam Mevzuatı hükümlerine aykırı bir unsura rastlanmadığından, anılan tanıtımların 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 inci maddesine **aykırı olmadığına** karar verilmiştir.

**140)**

**Dosya No: 2020/4876**

**Şikayet Edilen: Kavak Çömlekçilik-Gönül KAVAK**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ait www.kavakseramik.com adresli internet sitesinde *"Rapido Ürünler rapido kalemler ile özenle çizilmiş birbirinden özel ürünlerimize ulaşmak için alt kataloglara göz atınız. Rapido vazolar, Beyaz Temalı Rapido Vazolar, Rapido Şişeler, Rapido Tabaklar, Rapido İşleme Tabaklar-30 Cm Ebadındarapido işleme özel çalışmalar. Rapido boş tabak- 30 cm ebadında olup ortasında 15 cm çapında boşluk vardır bu boşluğa aile fotoğraflarından tutunda şirket logolarına varana kadar tasarımlar eklenmektedir. Rapido işlemeli tabak, Rapido Saat-Rapido tabak üzerine entegre edilmiş kullanılabilir durumda saat. Çapı 30 cm."* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; şikayet konusu hususta Reklam Mevzuatı hükümlerine aykırı bir unsura rastlanmadığından, anılan tanıtımların 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 inci maddesine **aykırı olmadığına** karar verilmiştir.

**141)**

**Dosya No: 2020/4881**

**Şikayet Edilen: Sönmez Çömlekçilik**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ait www.avanosseramik.com adresli internet sitesinde *“Eskirtme Rapido Hitit Kupası, Rapido Hitit Form, Rapido Hitit Siyah, Rapido Ayaklı Şişe, Rapido Ayaksız Şişe, Rapido Ayaklı Kavanoz, Rapido Ayaksız; Kavanoz 2, Rapido Ayaksız Kavanoz, Gagalı Hitit, Rapido Takim, Rapido Ozel Yapim ıbrik, Rapido Özel Yapım ibrik 2, Rapido Gözyaşı Şişesi, Ayaklı Özel Gözyaşı Şişesi, Rapido Testi, Duvar Apliği, Eskirtme Tabak ve Sise, Rapido Mücevher Kutusu, Baharatlık, Mucevherlik, Şekerlik, Beyaz Şekerlik, Eskirtme Ayaklı Kapaklı Şekerlik, Ayaklı Kulplu Şekerlik, Ayaklı Meyvelik, Eskirtme Şekerlik, Lale Vazo, Beyaz Lale Vazo, Ayaklı Kadeh, Halkalı Hitit, Rapido Kase, Ayaksız Kavanoz, Eskirtme Çizim Kase, Beyaz Rapido Kase, Rapido Kase, Rapido Tabak, Allah Yazılı Rapido, Eskirtme Çizim Rapido, Resimli Rapido, Ayetli Tabak, Beyaz Rapidolu Tabak, Ayetli Tabak, Rapidolu Saat, Rapidolu Tabak"* şeklinde ürünlerin tanıtımlarına yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; şikayet konusu hususta Reklam Mevzuatı hükümlerine aykırı bir unsura rastlanmadığından, anılan tanıtımların 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 inci maddesine **aykırı olmadığına** karar verilmiştir.

**142)**

**Dosya No: 2020/4882**

**Şikayet Edilen: Mustafa Levent YAVUZ**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Şahsa ait www.facebook.com/ebrurapido adresli internet sitesinde *"Ebru El Sanatları Rapido. Rapido pilavlık dekor amaçlıdır. Fiyatı 200 tl. Pazarlık azda olsa olur. Rapido Osmanlı İbrik tabağı ile 40 cm dir. Fiyatı 300 TL. Pazarlık azda olsa olur."* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; şikayet konusu hususta Reklam Mevzuatı hükümlerine aykırı bir unsura rastlanmadığından, anılan tanıtımların 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 inci maddesine **aykırı olmadığına** karar verilmiştir.

**143)**

**Dosya No: 2020/2403**

**Şikayet Edilen: Artı İlaçlama Haşere Kontrol Medikal İthalat İhracat ve Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Adı geçen firma tarafından "arti-kimya-cihazilac" mağaza adı ile www.n11.com adlı e-ticaret platformu üzerinden yapılan "Drager 1510V 10 Adet FFP1 N95 Uygun En149:2009 CE Standart Maske" ürüne ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 18.06.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.n11.com adlı internet adresi üzerinden satışa sunulan adı geçen ürünün tanıtımlarında "N95" ve "FFP1" ibarelerine birlikte yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firma tarafından www.n11.com adlı internet sitesi üzerinden yapılan ürün tanıtımında "N95" ve "FFP1" ibarelerine birlikte yer verilerek aslında koruyucu özelliği düşük olan (FFP1) bir ürünün daha yüksek koruyucu niteliğe sahip bir ürün (N95) olduğu yönünde izlenim uyandırıldığı, bu nedenlerle yapılan tanıtımların tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu ve mevzuata aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup

Dolayısıyla inceleme konusu reklamların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 9 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 **Artı İlaçlama Haşere Kontrol Medikal İthalat İhracat ve Ticaret Ltd. Şti.** hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**144)**

**Dosya No: 2020/2405**

**Şikayet Edilen: Madanoğlu İç ve Dış Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Adı geçen firma tarafından "madanoğluticaret" mağaza adı ile www.n11.com adlı e-ticaret platformu üzerinden yapılan "Drager N95 Maske Ventilli Alman Sertifikalı FFP1 1510" adlı ürüne ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 18.06.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.n11.com adlı internet adresi üzerinden satışa sunulan adı geçen ürünün tanıtımlarında "N95" ve "FFP1" ibarelerine birlikte yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firma tarafından www.n11.com adlı internet sitesi üzerinden yapılan ürün tanıtımında "N95" ve "FFP1" ibarelerine birlikte yer verilerek aslında koruyucu özelliği düşük olan (FFP1) bir ürünün daha yüksek koruyucu niteliğe sahip bir ürün (N95) olduğu yönünde izlenim uyandırıldığı, bu nedenlerle yapılan tanıtımların tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu ve mevzuata aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup

Dolayısıyla inceleme konusu reklamların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 9 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 **Madanoğlu İç ve Dış Ticaret Ltd. Şti.** hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**145)**

**Dosya No: 2020/2411**

**Şikayet Edilen: Ahmet Bilal Erbek**

**Şikayet Edilen Reklam:** Adı geçen firma tarafından "Sabomar" mağaza adı ile www.n11.com adlı e-ticaret platformu üzerinden yapılan "Temsan FFP1 N95 Maske (Belge Onaylı)" adlı ürüne ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 18.06.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.n11.com adlı internet adresi üzerinden satışa sunulan adı geçen ürünün tanıtımlarında "N95" ve "FFP1" ibarelerine birlikte yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firma tarafından www.n11.com adlı internet sitesi üzerinden yapılan ürün tanıtımında "N95" ve "FFP1" ibarelerine birlikte yer verilerek aslında koruyucu özelliği düşük olan (FFP1) bir ürünün daha yüksek koruyucu niteliğe sahip bir ürün (N95) olduğu yönünde izlenim uyandırıldığı, bu nedenlerle yapılan tanıtımların tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu ve mevzuata aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup

Dolayısıyla inceleme konusu reklamların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 9 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 **Ahmet Bilal Erbek** hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**146)**

**Dosya No: 2020/2414**

**Şikayet Edilen: Çalışkan Mertol İnş. Yapı Teks. Geridönüş. Paz. San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Adı geçen firma tarafından "O-key" mağaza adı ile www.n11.com adlı e-ticaret platformu üzerinden yapılan "Drager N95 Maske Ventilli Alman Sertifikalı FFP1 1510-10 lu Paket" adlı ürüne ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 18.06.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.n11.com adlı internet adresi üzerinden satışa sunulan adı geçen ürünün tanıtımlarında "N95" ve "FFP1" ibarelerine birlikte yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firma tarafından www.n11.com adlı internet sitesi üzerinden yapılan ürün tanıtımında "N95" ve "FFP1" ibarelerine birlikte yer verilerek aslında koruyucu özelliği düşük olan (FFP1) bir ürünün daha yüksek koruyucu niteliğe sahip bir ürün (N95) olduğu yönünde izlenim uyandırıldığı, bu nedenlerle yapılan tanıtımların tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu ve mevzuata aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup

Dolayısıyla inceleme konusu reklamların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 9 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 **Çalışkan Mertol İnş. Yapı Teks. Geridönüş. Paz. San. ve Tic. Ltd. Şti.** hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**147)**

**Dosya No: 2020/2730**

**Şikayet Edilen: Muhammed Koca Kocabey İç Giyim**

**Şikayet Edilen Reklam:** Söz konusu firma tarafından www.kshop.com.tr adlı internet sitesi üzerinden yapılan "Krutt FFP3 Korumalı Yarım Yüz Virüs ve Bakteri Maskesi Model (SF3) Siyah" adlı ürüne ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 03.04.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.kshop.com adlı internet adresi üzerinden satışa sunulan adı geçen ürünün tanıtımlarında "N95" ve "FFP3" ibarelerine birlikte yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firma tarafından www.kshop.com adlı internet sitesi üzerinden satışa sunulan ürünün FFP3 standartlarında olmadığı "N95" ve "FFP3" ibarelerine birlikte yer verilerek aslında koruyucu özelliği düşük olan (N95) bir ürünün daha yüksek koruyucu niteliğe sahip bir ürün (FFP3) olarak tanıtıldığı, ayrıca solunum maskesi olan ürüne ilişkin açıklamalarda "virüs ve bakteri maskesi" ifadelerine yer verilerek ürünün diğer solunum maskelerinden farklı bir özelliğe sahip olduğu yönünde izlenim oluşturulduğu bu nedenlerle yapılan tanıtımların tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu ve mevzuata aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup

Dolayısıyla inceleme konusu reklamların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 9 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 **Muhammed Koca Kocabey İç Giyim** hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**148)**

**Dosya No: 2021/824**

**Şikayet Edilen**: **Detay Çözüm Merkezi ve Danışmanlık Hizmetleri Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Söz konusu firma tarafından www.detayhasar.com adlı internet sitesi üzerinden yapılan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 22.03.2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Adı geçen internet sitesinin 22.03.2021 tarihli görünümünde; *"Müşteri memnuniyetini arttırmaya yönelik, müşterilerimizin mevcut ve gelecekteki beklentilerini karşılayacak biçimde, tüm çalışanlarımızın aktif görev aldığı bir takım ruhu ile sigorta ve kazalar ile ilgili tüm gelişmelere göre kendimizi yeniliyor; siz değerli müşterilerimiz ve bölgemizin gelişimi için durmaksızın çalışıyoruz. Detay Hasar Danışmanlığı olarak, başladığımız tüm hasar tasfiye işlemlerinde sözleşme şartlarını tam ve zamanında yerine getirmemiz ile müşterilerimiz tarafından tercih edilen firma haline gelmiş bulunmaktayız. İşimizde en iyi olmayı sürdürebilmek için sektördeki gerek teknolojik gerekse hukuki yenilikleri yakından takip ediyoruz ve teknik kadromuzun sürekli gelişimi için eğitim faaliyetlerini eksiksiz olarak gerçekleştiriyoruz. Biz Varız Yanınızdayız...Türkiye'nin neresinde olursanız olun; sizin ve yakınlarınızın son 10 yıl içerisinde geçirdiği sakatlık ve ölüm içeren kaza haklarınızı alabilirsiniz...Kusurlu sürücülerin vefatları halinde, destekten yoksun kalma tazminatı alabileceğinizi biliyor musunuz?... Trafik kazası sonucunda ağır hasarlı mağdurlarımız bakıcı gideri alabileceğinizi biliyor musunuz?...Kazazedeler bizim için ne dediler? Davalarını çözüme ulaştırdığımız, acılarını bir nebze de olsa azaltabildiğimiz bizi seçen ve tazminatlarını alan kazazedelerin görüşleri: Böyle bir hakkım olduğunu bilmiyordum. Anlattılar, dosyamı verdim ama beklemiyordum. Fakat doğru yerde olduğumu anladım... Geçirdiğim kazadan sonra, Detay Hasar ile tanıştım. Samimiyetlerine güvenerek başlattığımız işlemlerde, tecrübelerini sonuca da yansıttılar hakkımızı sonuna kadar savundukları için teşekkür ediyorum..."* 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 reklamların;

- 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 **Detay Çözüm Merkezi Ve Danışmanlık Hizmetleri Ticaret Ltd. Şti.** hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**149)**

**Dosya No: 2021/1747**

**Şikayet Edilen: Servet Hakan Çözüm Kaza ve Sigorta Takip İşleri**

**Şikayet Edilen Reklam:** Söz konusu firma tarafından www.izmirtazminat.com 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; *"Trafik kazası mağdurları haklarını bilmiyor... Deneyimli ve güler yüzlü personel, Hesap uzmanı, SGK uzmanı ve Avukatlarıyla birlikte tüm Türkiye’ye hizmet etmektedir. Çözüm Kaza ve Sigorta Danışmanlığı olarak Trafik Sigortası ve Kasko poliçesinde yer alan teminatlar kapsamında, son 15 yıl içerisinde gerçekleşen trafik kazalarındaki; vefat, sürekli sakatlık, tedavi giderleriniz ve geçici iş görmezlik ile manevi tazminatlarınızı, vefatta 2 hafta, yaralanmada 45 gün içerisinde çözümlemek için mağdurlarımızın yanındayız. Haklarınızın tanzimini sağlamak için dosya sonuçlanana kadar hiçbir ücret talep edilmemektedir"* şeklinde ifadelere yer verildiği, ayrıca, adı geçen internet sitesi üzerinden "faaliyetlerimiz" başlığı altında trafik kazası danışmanlığı, ölüm tazminat danışmanlığı, sakatlanma tazminat danışmanlığı, trafik kazası tazminat hesaplama şeklinde ifadelere yer verilerek şirketiniz tarafından tüketicilere 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 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 reklamların;

- 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 **Servet Hakan Çözüm Kaza ve Sigorta Takip İşleri** hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**150)**

**Dosya No: 2021/615**

**Şikayet Edilen: Yön Hasar Yönetimi ve Danışmanlık Hizmetleri Ltd. Şti**

**Şikayet Edilen Reklam:** Kuruluşa ait www.yonhasar.com ve www.facebook.com/yonhasar adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 18.02.2021 17.03.2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.yonhasar.com adresli internet sitesinin 18.02.2021 ve 17.03.2021 tarihli görünümlerinde; *"Yön Hasar Kazazede Danışma ve Asistanlık şirketi’nce tüm hava, kara, deniz araçlarında meydana gelen kazalar sonucu ölüm, sakatlık, tedavi giderleri ve tazminat hakları için bizden yardım alın... 11595 çözümlenmiş dosya. Ücretsiz kazazede danışmanlığı... Yön Hasar markasıyla 2005 yılından bu yana yurt içinde ve yurt dışında meydana gelen uçak gemi tren deniz ve karayolları trafik kazalarında yaralanan veya ölen kazazedelerin tazminat hakları için kuruldu. Geliştirmiş olduğu kasis sistem aracılığıyla daha hızlı daha etkin bir şekilde bilgiyi işler hafızasına kaydeder ve deneyim oluşturur mevcut yasadaki eksikleri tespit ederek çözüm önerileri oluşturur. Kasis tazminat hukuku alanında binlerce dosyanın takibiyle kendiliğinden gelişen bir yazılım sistemidir. Bu sistem hasar aktüer hukuk ve sağlık alanlarında doktora yapmış profesyoneller aracılığıyla oluştu ve bugün bu kadrosuyla kasis sistemi üzerinden dosyayı neticeye bağlar ve dosya sorumlusunun aracılığıyla temsilci ve kazazedesine bilgi aktarır... Neden ücretsiz danışmanlık hizmeti veriyorsunuz? Kaza mağdurlarının haklarına ait bilinç düzeyini yükselterek yaymak için ücresiz danışmanlık hizmeti veriyoruz. Ancak bir takım olumsuzluklar ile karşılaşarak ücretsiz danışmanlık hizmeti ile kendi tazminat işlemlerini yürütemeyen mağdurlarımızın ücretli asistanlık hizmetine geçerek tüm dosya sürecini firmamız tarafından mağdura atanan asistan ile taminat haklarına kavuşabilir... 2005 yılından beri mağdurun yanındayız... Dilerseniz size ücretli bir asistan sağlayarak tüm işlemlerinizi profesyonel olarak takip edebiliriz üstelik hizmet bedelimizi iş bitiminde banka hesabınıza yatacak tazminattan karşılayın... Şehir Müdürlükleri: İşim Nedir. Her sekiz saniyede bir kaza meydana gelen ülkemizde yılda 300.000 insan trafik kazasında yaralanmakta ve 8.000 insan ölmektedir. Bunun dışında uçak, gemi, tren kazaları ve özellikle iş kazlarında yaralanan ve ölen binlerce insanımız var. İşte bu kazazedelere ulaşmamızı sağlayarak aramızdaki sözleşmeyi ve evrakları tamamlayacaksınız. Ne Kazanırım. Yarı yarıya BRÜT kazancımızın tam %50 ni alacaksınız yani 10.000TL de 5.000TL kazanacaksınız. Kazancımız bir dosyada 10.000TL ile 80.000TL arasında değişmektedir... Peki Nasıl Şehir Müdürlüğü Olurum: Öncelikle vergi mükellefi olmanız gerekmektedir. 500 TL ile şahıs firması kurabilirsiniz veya daha yüksek yatırımla LTD ve AŞ. kurabilirsiniz... Temsilcilik: İşim Nedir ...İşte bu kazazedelere ulaşmamız için bir telefon numarası gerekmektedir. Tüm işiniz sadece bir kazazedenin telefon numarasını bildirmek gerisi genel merkezdeki asistanınıza kalmış, o sizin adınıza kayıt oluşturur, dosyayı tamamlar ve her aşamada size bilgi verir. Ne Kazanırım: Sadece bir numara bildirdiğiniz için NET kazancımızdan tam %25 prim alacaksınız yani 10.000TL de 2.500TL kazanacaksınız. Kazancımız bir dosyada 10.000TL ile 80.000TL arasında değişmektedir...*" gibi ifadelere,

www.facebook.com/yonhasar adresli sosyal medya hesabının 18.02.2021 ve 17.03.2021 tarihli görünümünde; *"Trafik ve iş kazalarında vefat ve sakat kalan mağdurlar tazminat hakkınız için bize başvurun... Hava kara deniz vasıtalarında iş ve doğal afet sonucu vefat sakatlık ve maddi zaralarların vaktinde giderilmesini sağlayan uzman bir danışmanlık hizmetidir... Trafik ve İş Kazalarında tazminat talepleriniz için 81 ilde ve 47 ülkede hizmet vermekteyiz. Yolcu sürücü yaya ve iş esnasında maruz kaldığınız herhangi bir kazada yaralanma sakatlık ölüm veya maddi kayıplarınız için hak ve alacaklarınız için buradayız..."* gibi ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme 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 ifade edildiği, 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 **Yön Hasar Yönetimi ve Danışmanlık Hizmetleri Ltd. Şti.** ünvanlı firmahakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/13 üncü maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**151)**

**Dosya No: 2021/619**

**Şikayet Edilen: Zirve Hasar Yönetimi ve Danışmanlık Hizmetleri A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Kuruluşa ait http://zirvehasar.com/ adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 18.03.2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** http://zirvehasar.com/ adresli internet sitesinin 18.03.2021 tarihli görünümünde; *"Trafik Kazası: Türkiye genelinde trafik kazası geçiren ve bu kazadan dolayı kalıcı rahatsızlığı bulunan kişilerin zorunlu karayolları trafik sigortasından almaları gereken tazminat hakkını kullanmalarını sağlamak amacıyla haklarını arıyor... Zirve Hasar Yönetimi ve Danışmanlık Hizmetleri A.Ş. Meydana gelen bir kaza sonucunda doğabilecek her türlü tazminat haklarını en kısa zamanda hak sahiplerine ulaştırmaktadır ve mağduriyetini minumuma indirmektir... Trafik kazalarında mağdur olan vatandaşların mağduriyetlerini gidermek ve sahip oldukları hakları kullanmalarını sağlamak amacıyla Zirve Hasar Danışmanlık hiçbir ücret talep etmeden başvuruda bulunan vatandaşların haklarını arıyor... Biz Kimiz: Zirve Hasar Yönetimi ve Danışmanlık Hizmeti A.Ş. 2007 yılından bu yana Trafik Kazaları, Tren Kazaları, Uçak Kazaları, İş Kazaları sonucunda meydana gelen maddi ve manevi mağduriyetin minumuma indirmek için faliyet gösteren bir danışmanlık şirketidir. Bedeni Hasar Yönetimi ve Danışmanlık alanında faaliyet göstermektedir. Ülkemizde eksikliği büyük ölçüde hissedilen sigorta kapsamındaki kazalarda kaza mağdurlarını bilinçlendirme ve hak talep etme noktasında danışmanlık görevini üstlenmiştir. Kaza sonrasında ölüm, daimi sakatlık ve yaralanmalarda maddi tazminat haklarınızı inceleyip poliçedeki teminatlar doğrultusunda almanız gereken tazminatı sorunsuz olarak çözen, sonuçlandırana kadar hiçbir ücret talep etmeyen bir danışmanlık şirketidir. Zirve Hasar Yönetimi ve Danışmanlık Hizmetleri A.Ş. Meydana gelen bir kaza sonucunda doğabilecek her türlü tazminat haklarını en kısa sürede hak sahiplerine ulaştırmaktadır ve mağduriyetini minumuma indirmektedir. Hasar tasfiyesi işlemlerini Tüm Sigorta Şirketleri, Türkiye Motorlu Taşıtlar Bürosu, Karayolları Güvence Sigortası nezdinde yürütmektedir. Zirve Hasar Yönetimi ve Danışmanlık Hizmetleri A.Ş. Sigorta konusunu oluşturan her türlü hasar halinde Sigorta Şirketleri’ne ve hasar dosyasının diğer taraflarına danışmanlık ve operasyon sürecinde inovatif hizmetler sunan, taraflar için hasar süreçlerinin her anında sürecin hızlandırılmasında dış kaynaklı destek hizmeti sunan ve tamamen konusunda uzman profesyonel personel kadrosunu bünyesinde barındıran bir Anonim Şirkettir... "*, gibi ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme 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 ifade edildiği, 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 **Zirve Hasar Yönetimi ve Danışmanlık Hizmetleri A.Ş.** ünvanlı firmahakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/13 üncü maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**152)**

**Dosya No: 2021/832**

**Şikayet Edilen: Gül Hasar Yönetimi Sanayi Ticaret Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** Kuruluşa ait www.gulhasar.com.tr www.facebook.com/gulhasargenelmudurluk ve www.instagram.com/gulhasar\_danismanlik\_trakya adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 25.03.2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.gulhasar.com.tr adresli internet sitesinin 25.03.2021 tarihli görünümünde;

*"Trafik kazası geçirmemenizin yolunu bilmiyoruz ama trafik kazası sonrası haklarınızı ve evraklarla uğraşmamanız için gereken en kısa yolu biliyoruz... Emniyet kemeri takmak ne kadar önemliyse trafik kazaları sonrası süreç yönetimi de o kadar önemlidir bize danışın sürecinizi yönetelim... Hizmetler: Trafik kazası tazminatları, hava yolu kaza tazminatları, Deniz yolu kaza tazminatları...*

*Trafik Kazası Tazminatları Bilgilendirmesi: …Tazminat hukukunun kullanıma uygun hale gelmesi için, tazminat hakkını lüzum kılan vakanın haksız eylemler teşkil edişi ve kişileri bahsi geçen eylemden direkt veyahut dolaylı olarak hasar almış olması lazımdır. Trafik kazaları nedeniyle ortaya çıkan zararın ve ziyanın tamamı, tazminat hukukunun içerdiği alanlara girmektedir. Olaylardan oluşan zararlar için talep edilebilecek maddi ve manevi olmak üzere iki tip tazminat türü vardır…*

*- Manevi Tazminat Alacağı: Yaralanmalı ya da ölümlü trafik kazalarında, kişinin kendisinin ya da yakınlarının adına yargı yolu açık olmak üzere hak talep edebilir. Vakada kazaya sebebiyet veren kişiden talep edilmek üzere manevi tazminat yargı yoluyla başlatılır. “trafik kazasının oluş şekli”, “yaralanmanın ağırlığı”, ‘’tarafların ekonomik ve sosyal durumları” ve benzeri kriterler baz alınır.*

*- Maddi Tazminat Alacağı: Oluşan trafik kazası içinde vefat durumlarında geride kalan kişiler; (ölenin annesi, babası, eşi, çocuğu, bakmakla yükümlü olduğu kişiler, halası, teyzesi, yengesi ve ileri seviyelerde yakın olan kişiler) destekten yoksun kalma tazminatı hakkına sahip olacaktır. Ölüm olmayan ve sadece yaralanmaya sebebiyet verilmiş trafik kazalarında, yaralanmış bireyin maluliyeti oluştuysa iş gücü tazminatı alınabilir. Tedavi masrafları ve hastane giderleri, iş yerinde iş görememesinden ötürü gelir kaybın tazminatına hak kazanabilir. Trafik kazanlarından doğan kişiye yönelik bedensel zararları sıralayalım…*

*Oluşan trafik kazasından dolayı kişinin sakat kalması, uzun süreli ve sürekliliğini devam ettirmesi, Kazadan ötürü geçici süreç için iş yapamama durumunun oluşması, Kazayla oluşan ruhsal ve psikolojik bozukluklar işin içine dahildir. Durumun geçici ve kalıcı olması, Sağlık raporlarındaki eksiklikten dolayı sakatlık yüzdesinin bilinmediği estetik yaralar, Kazadan sonra oluşan büyük orandaki sakatlıklardan dolayı, bireyin ömrü boyunca bakıma muhtaç hale gelmesi hususunda bakıcı ücretleri, Olaylardan sonra geçici dahi olsa iş yapamaz ve çalışamaz durumu oluştuğunda, yardımcı olan ve bakımını üstlenen kişilerin yaptığı masrafların karşılanması, Trafik kazası sonucunda yaşanan sakatlıktan ve iş görememe durumundan dolayı gelirin azalması durumlarında, iş güç kaybının yaşanmasından ötürü maddi ve manevi tazminat hakkı doğacaktır.*

*Hak talep edilebilecek maddi tazminat konularını bilgilendirme olarak ele almak gerekirse, sırasıyla;*

*Destekten Yoksun Kalma Tazminatı: Kazadan dolayı ölen bireyin ailesi veyahut bakma yükümlülüğünün olduğu şahıslar tarafından eksik kaldığı desteğin talebi yapılır. Destekten mahrum olanlar, desteğin süresi devamınca vefat eden kişiden elde edilecek mali çıkarları tazminat sorumlularından talep etmektedir.*

*Sakatlık Tazminatı: Kazadan sonra fiziksel olarak zarara uğrayan kişilerin iş gücünün hepsini ya da birazını kaybetmesinden ve ilerleyen zamanda iktisadi yönüyle karşılaşabileceği eksiklikten ortaya çıkan zararlarını ve tüm masraflarının giderilmesini amaçlamaktadır.*

*Tedavi Giderleri… Bakıcı Gideri… Maddi tazminat taleplerinin oluş durumlarına göre başvuru süreci ve teminat limitleri bulunmaktadır. Sigorta poliçe limitleri dahilinde tazminat hakkı olan kişiler sırasıyla sürücü, yolcu, yaya ve üçüncü kişilerdir. Kazaya karışan aracın sigortalı olması ya da olmaması tazminat hakkını ortadan kaldıramaz. İlgili kurumun niteliğinde farklılık gösterebilir.*

*Manevi ve maddi tazminat talepleri zamanaşımına uğrayabilir. 2918 sayılı mali sorumluluk sigortasının 109.maddesince; “Motorlu araç kazalarından doğan maddi zararların tazminine ilişkin istekler, zarar görenin, zararı ve tazminat yükümlüsünü öğrendiği günden başlayarak iki yıl ve herhalde kaza gününden başlayarak on yıl içinde zamanaşımına uğrar”. Fakat “Dava, cezayı gerektiren bir eylemden doğar ve ceza kanunu bu eylem için daha uzun bir zamanaşımı süresi öngörmüş bulunursa, bu süre maddi tazminat istekleri içinde geçerli olur” Maddi hasarların ortaya çıktığı kazalarda zamanaşımı süresi 2 yıldır. Ölümlü kazalar için 15 yıl olarak belirlenmiştir. (2018 yılından öncekilerde sınırlama yapılacak olursa, 2003 yılından sonraki ölümlü kazalarda hak talep edilebilir) Sakatlık ile sonuçlanmış trafik kazalarındaki yaralanma durumlarında, hava açma süresi 8 yıl olarak belirlenmiştir. (Sakatlık, yaralanma, maluliyet durumlarında 2018 yılı baz alındığında 2010 senesine kadar bakılır.)*

*14.04.2016 tarihli ve 6704 sayılı “65 Yaşını Doldurmuş Muhtaç, Güçsüz ve Kimsesiz Türk Vatandaşlarına Aylık Bağlanması Hakkında Kanun İle Bazı Kanun ve Kanun Hükmünde Kararnamelerde Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun”, ayrıca Karayolları Trafik Kanununda ve Karayolu Taşıma Kanununda farklılıklar ortaya koyulmuştur. Zarar görenin, zorunlu mali sorumluluk sigortasında öngörülen sınırlar içinde dava yoluna gitmeden önce ilgili sigorta kuruluşuna yazılı başvuruda bulunması gerektiği ve sigorta firmalarının başvuru süresinden sonra en geç on beş (15) gün içinde başvuru yazılı halde yanıtlanması öngörülüyor. Hasar başvurusu adı altında hak edilen tazminat, miktarına uygun olarak sigorta firmalarından tahsil edilebilir..."* gibi ifadelere,

- www.facebook.com/gulhasargenelmudurluk adresli internet sitesinin 25.03.2021 tarihli görünümünde;

*"Trafik kazalarından dolayı mağdur olan vatandaşlarımızın, Hasar Danışmanlık Şirketi olarak yanındayız... Hiç üzülmeyin yaralanmalı trafik kazası sonrası en doğru değer kaybı için bize danışın... Tren kazasında yaralandınız mı? Tüm belge ve evrak işlerinizi uzman kadromuzla yönetelim. Bize danışın... Yaralanmalı trafik kazası sonrası çözümü çıkmaz yollarda aramayın, bize danışın... Yaralanmalı trafik kazası sonrası tüm süreçler için bize danışın... Diğer bölgelerde olduğu gibi Karadeniz Bölgesinde de bir numarayız bize danışın... Diğer bölgelerde olduğu gibi Güneydoğu Anadolu bölgesinde de bir numarayız bize danışın..."* gibi ifadelere,

- www.instagram.com/gulhasar\_danismanlik\_trakya adresli internet sitesinin 25.03.2021 tarihli görünümünde;

*"Trakya Bölge Koordinatörü: Son 8 yılda meydana gelen yaralanmalı, Son 15 yılda meydana gelen vefat içeren kazalarda tazminat hakkınız için bize danışın... Eğer son 8 yıl içerisinde bir trafik kazası yaşayarak yaralandıysanız! En kısa zamanda en yüksek tazminat hakkınızı nasıl hangi yol ile elde edersiniz? İzlemeniz gereken yol ile elde edersiniz? İzlemeniz gereken yol, temin edilmesi gereken evrak ve prosedürler nelerdir? Hakkınızı öğrenin!..."* gibi ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme 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 ifade edildiği, 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 **Gül Hasar Yönetimi Sanayi Ticaret Anonim Şirketi** ünvanlı firmahakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/13 üncü maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**153)**

**Dosya No: 2018/8443**

**Şikayet Edilen: Musa POLAT**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şahıs tarafından www.hepsiburada.com adresli internet sitesi üzerinden gerçekleştirilen reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yürütülen inceleme neticesinde, Musa Polat tarafından 2018 yılı Efsane Cuma indirimleri kapsamında "Oral B Genius Rose Gold Pro 9000 Şarj Edilebilir Diş Fırçası + Ekstra 3 Yedek Başlık" adlı ürünün 1.314,90 TL üzerinden yapılan indirimle 480 TL bedel ile satışa sunulduğu anlaşılmıştır.

**Değerlendirme/Karar:** Musa Polat tarafından www.hepsiburada.com adresli internet sitesinde, 2018 yılı Efsane Cuma indirimleri kapsamında 1.314,90 TL üzerinden yapılan indirimle 480 TL bedel ile satışa sunulan "Oral B Genius Rose Gold Pro 9000 Şarj Edilebilir Diş Fırçası + Ekstra 3 Yedek Başlık" adlı ürüne ilişkin olarak uygulanan indirim kapsamında ürünün bir önceki fiyatına ilişkin kanıtlayıcı bilgilerin Reklam Kuruluna sunulamadığı, söz konusu uygulama ile "Yapılan indirimin miktarı veya oranı hesaplanırken, indirimli fiyattan bir önceki fiyat esas alınır" şeklindeki yükümlülük başta olmak üzere indirimli satış başlangıç ve bitiş tarihleri ile ürünlere ilişkin stok bilgilerinin verilmesi şeklindeki Reklam Mevzuatında indirimli satışlara ilişkin olarak belirlenen hükümlerin ihlal edildiği değerlendirilmiş olup

Dolayısıyla, inceleme konusu reklamların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**154)**

**Dosya No: 2018/8444**

**Şikayet Edilen: Sizin Reyon Elektronik Hizmetler Ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından www.hepsiburada.com adresli internet sitesi üzerinden gerçekleştirilen reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yürütülen inceleme neticesinde, firma tarafından 2018 yılı Efsane Cuma indirimleri kapsamında "Oral B Genius Siyah Pro 8900 Şarj Edilebilir Diş Fırçası 2li Avantaj Paketi" adlı ürünün 1.489,90 TL üzerinden yapılan indirimle 649,90 TL bedel ile satışa sunulduğu anlaşılmıştır.

**Değerlendirme/Karar:** Firma tarafından www.hepsiburada.com adresli internet sitesinde, 2018 yılı Efsane Cuma indirimleri kapsamında 1.489,90 TL üzerinden yapılan indirimle 649,90 TL bedel ile satışa sunulan "Oral B Genius Siyah Pro 8900 Şarj Edilebilir Diş Fırçası 2li Avantaj Paketi" adlı ürüne ilişkin olarak uygulanan indirim kapsamında ürünün bir önceki fiyatına ilişkin kanıtlayıcı bilgilerin Reklam Kuruluna sunulamadığı, söz konusu uygulama ile "Yapılan indirimin miktarı veya oranı hesaplanırken, indirimli fiyattan bir önceki fiyat esas alınır" şeklindeki yükümlülük başta olmak üzere indirimli satış başlangıç ve bitiş tarihleri ile ürünlere ilişkin stok bilgilerinin verilmesi şeklindeki Reklam Mevzuatında indirimli satışlara ilişkin olarak belirlenen hükümlerin ihlal edildiği değerlendirilmiş olup

Dolayısıyla, inceleme konusu reklamların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,reklam veren **Sizin Reyon Elektronik Hizmetler ve Tic. Ltd. Şti.** hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri dahilinde belirtilen hususlara ilişkin olarak **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**155)**

**Dosya No: 2019/12732**

**Şikayet Edilen: Nezih TAK**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şahıs tarafından [www.instagram.com](http://www.instagram.com) adresli internet sitesi üzerinden gerçekleştirilen reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İstanbul Ticaret İl Müdürlüğü tarafından yürütülen incelemeler neticesinde, söz konusu internet sitesi üzerinden “pabuckonagi” kullanıcı adı ile yürütülen reklam ve tanıtımlar ile satış işleminin Nezih TAK adlı şahıs tarafından gerçekleştirildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Nezih Tak tarafından [www.instagram.com](http://www.instagram.com) adresli internet sitesi üzerinden “pabuckonagi” kullanıcı adı ile "Nike" 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 reklamların;

- 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 **Nezih TAK** hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri dahilinde belirtilen hususlara ilişkin olarak, **85.480 TL (Seksenbeşbindörtyüzseksen Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**156)**

**Dosya No: 2019/12972**

**Şikayet Edilen: Tolga TURNA**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şahıs tarafından www.trendyol.com adresli internet sitesi üzerinden gerçekleştirilen reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yürütülen inceleme neticesinde, Tolga TURNA tarafından 2019 yılı içerisinde "Bona Cibo" adlı ürünün 321,37 TL üzerinden yapılan indirimle 252.37 TL bedel ile satışa sunulduğu anlaşılmıştır.

**Değerlendirme/Karar:** Tolga Turna tarafından www.trendyol.com adresli internet sitesinde, 2019 yılı içerisinde 321,37 TL üzerinden yapılan indirimle 252.37 TL bedel ile satışa sunulan "Bona Cibo" markalı ürüne ilişkin olarak uygulanan indirim kapsamında ürünün bir önceki fiyatına ilişkin kanıtlayıcı bilgilerin Reklam Kuruluna sunulamadığı, söz konusu uygulama ile "Yapılan indirimin miktarı veya oranı hesaplanırken, indirimli fiyattan bir önceki fiyat esas alınır" şeklindeki yükümlülük başta olmak üzere indirimli satış başlangıç ve bitiş tarihleri ile ürünlere ilişkin stok bilgilerinin verilmesi şeklindeki Reklam Mevzuatında indirimli satışlara ilişkin olarak belirlenen hükümlerin ihlal edildiği değerlendirilmiş olup

Dolayısıyla, inceleme konusu reklamların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**157)**

**Dosya No: 2020/1105**

**Şikayet Edilen: Hedef Çekiliş Ve Organizasyon Hizmetleri Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından düzenlenen çekiliş kampanyasına ilişkin reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Afiş

**Tespitler:** Firma tarafından Beşiktaş Jimnastik Kulübü Derneği adına düzenlenen "Bırakmam Seni" başlıklı kampanya kapsamında "BIRAKMAM yaz, 1903'e SMS gönder", "1903 Hediye" şeklinde gerçekleştirilen tanıtımlarda söz konusu kısa mesajların bedeli konusunda herhangi bir bilgilendirme yapılmadığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firma tarafından Beşiktaş Jimnastik Kulübü Derneği adına düzenlenen "Bırakmam Seni" başlıklı kampanya kapsamında "BIRAKMAM yaz, 1903'e SMS gönder", "1903 Hediye" şeklinde gerçekleştirilen tanıtımlarda, söz konusu kısa mesajların bedeli konusunda herhangi bir bilgilendirme yapılmadığı, ancak gönderilecek kısa mesajlar kapsamında tüketicilere normal ücretlendirmenin çok üzerinde 20 TL'lik bir bedelin fatura edildiği, tüketicilerin satın alma kararını etkileyen söz konusu uygulamanın aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup

Dolayısıyla, inceleme konusu reklamların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/3, 7/4, 7/5-b, 7/5-ç; 9/1, 9/5; 15/1-c; 181, 18/2, 18/3, 18/4, 18/5, 18/6, 18/7; 28/1, 28/2; 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 **Hedef Çekiliş Ve Organizasyon Hizmetleri Limited Şirketi** hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri dahilinde belirtilen hususlara ilişkin olarak **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**158)**

**Dosya No: 2020/5832**

**Şikayet Edilen: Emar Teknoloji Arda Altunay**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından [www.hepsiburada.com](http://www.hepsiburada.com) adresli internet sitesinde yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firma tarafından [www.hepsiburada.com](http://www.hepsiburada.com) adresli internet sitesi üzerinden “Roll Cerrahi Maske” adlı ürünün satışa sunulduğu ancak tüketicilere farklı ürünlerin gönderildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firma tarafından www.hepsiburada.com adresli internet sitesi üzerinden "Roll Cerrahi Maske" markalı ürün tanıtımları yapıldığı ancak tüketicilere farklı bir markada ve nitelik olarak tanıtımlarda yer verilenin çok altında bir ürün gönderildiği, tüketicilerin satın alma kararını etkileyen söz konusu uygulamanın aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup

Dolayısıyla, inceleme konusu reklamların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/3, 7/4, 7/5-a; 9/1, 9/5; 11/1-a, 11/1-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 **Emar Teknoloji Arda Altunay** hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri dahilinde belirtilen hususlara ilişkin olarak **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**159)**

**Dosya No: 2020/5833**

**Şikayet Edilen: Makre İnşaat Sanayi ve Ticaret Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından [www.hepsiburada.com](http://www.hepsiburada.com) adresli internet sitesinde yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firma tarafından [www.hepsiburada.com](http://www.hepsiburada.com) adresli internet sitesi üzerinden “B-Good Cerrahi Maske” adlı ürünün satışa sunulduğu ancak tüketicilere farklı ürünlerin gönderildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firma tarafından www.hepsiburada.com adresli internet sitesi üzerinden “B-Good Cerrahi Maske” markalı ürün tanıtımları yapıldığı ancak tüketicilere farklı bir markada ve nitelik olarak tanıtımlarda yer verilenin çok altında bir ürün gönderildiği, tüketicilerin satın alma kararını etkileyen söz konusu uygulamanın aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup

Dolayısıyla, inceleme konusu reklamların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/3, 7/4, 7/5-a; 9/1, 9/5; 11/1-a, 11/1-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 **Makre İnşaat Sanayi ve Ticaret Anonim Şirketi** hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri dahilinde belirtilen hususlara ilişkin olarak **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**160)**

**Dosya No: 2020/5834**

**Şikayet Edilen:** **Medivia Sağlık Ürün. Dış Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından [www.hepsiburada.com](http://www.hepsiburada.com) adresli internet sitesinde yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firma tarafından [www.hepsiburada.com](http://www.hepsiburada.com) adresli internet sitesi üzerinden “MCC Tek Kullanımlık Cerrahi Maske” adlı ürünün satışa sunulduğu ancak tüketicilere farklı ürünlerin gönderildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firma tarafından www.hepsiburada.com adresli internet sitesi üzerinden “MCC Tek Kullanımlık Cerrahi Maske” markalı ürün tanıtımları yapıldığı ancak tüketicilere farklı bir markada ve nitelik olarak tanıtımlarda yer verilenin çok altında bir ürün gönderildiği, tüketicilerin satın alma kararını etkileyen söz konusu uygulamanın aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup

Dolayısıyla, inceleme konusu reklamların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/3, 7/4, 7/5-a; 9/1, 9/5; 11/1-a, 11/1-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 **Medivia Sağlık Ürün. Dış Tic. Ltd. Şti.** hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri dahilinde belirtilen hususlara ilişkin olarak **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**161)**

**Dosya No: 2021/1754**

**Şikayet Edilen:** **Dalsan Alçı San. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından çeşitli televizyon ve radyo kanalları ile firmaya ait sosyal medya hesaplarında "Alırken iyi bak yanılma! Boardex al, risk alma" başlığı ile yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet, Televizyon

**Tespitler:** Firma tarafından çeşitli mecralarda yayınlanan tanıtımlarda "bir levhanın rengi, ismi benziyor diye onu Boardex sanma" ve "doğru ürün kullan başını ağrıtma" ve "Boardex al risk alma" şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firma tarafından çeşitli mecralarda yayınlanan tanıtımlarda yer verilen "bir levhanın rengi, ismi benziyor diye onu Boardex sanma" ifadesi ile sektörde faaliyet gösteren birçok firma tarafından üretilen ürünlerin tuğla renklerinden esinlenerek turuncu ve tonlarının kullanılmasına karşın söz konusu rengin firmanın himayesinde olduğu izlenimi yaratıldığı, bu çerçevede firma tarafından reklamın doğru ve dürüst olması gerekliliği ilkesine aykırı hareket edildiği ve soyut bir üstünlük iddiasına dayanılarak karşılaştırmalı reklâm yapılması yasağının bertaraf edildiği,

"doğru ürün kullan başını ağrıtma" ve "Boardex al risk alma" ifadelerinin ise diğer firmaların ürünlerini itibarsızlaştırdığı ve kötülediği değerlendirilmiş olup

Dolayısıyla, inceleme konusu reklamların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/3, 7/4, 7/5-a; 9/1, 9/5; 8/1-b, 8/1-c, 8/1-e, 8/1-f, 8/1-g; 10/1; 32/1 maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,reklam veren **Dalsan Alçı San. ve Tic. A.Ş.** hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri dahilinde belirtilen hususlara ilişkin olarak **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**162)**

**Dosya No: 2018/7578**

**Şikayet Edilen: Ahmet KAYA**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.solucanlarim.com adresli internet sitesinde yer alan "Solucanlarım" oyununda yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2018

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Bakanlık müfettişlerince www.solucanlarim.com adresli internet sitesinde yapılan denetim sonucu düzenlenen 10.09.2018 tarihli raporda yer alan bilgiler incelendiğinde; ilgili şahıs tarafından, bahsi geçen internet sitesinde yer alan "Solucanlarım" oyunu kapsamında katılımcıların belirli ücretler karşılığında solucan alımı ve gübre üretimi yaptığı, bunun gerçek hayatta fiziki olarak karşılığının bulunduğu ve solucan gübresi üretimi yapıldığı, dolayısıyla bunun aynı zamanda bir yatırım işi olduğunun ve yatırımcılara %130 kazanç vadedildiğinin iddia edildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu denetim raporu ve ekinde yer alan belgeler çerçevesindeyapılan incelemede,anılan internet sitesinde site kurucusu ve işleticisine ilişkin herhangi bir bilgi verilmediği, üretim yapılan tesisin bulunduğu yer, üretim kapasitesi ve fiili üretim miktarı gibi bilgilere yer verilmediği, ürünün satışına ilişkin herhangi bir bilgilendirme yapılmadığı, gerçekleşmesi güç bir gelir vaadinde bulunulduğu, raporda yer alan, ilgili şahıs tarafından verilen ifadeden anlaşıldığına göre para yatırarak üye olanların %60 civarında kazanç elde edeceği öngörülmesine rağmen ilgi çekmek amacıyla %130 kazanç vaat edildiği, üyeler tarafından yatırılan tüm paranın sigortalandığı ifade edilmesine rağmen gerçekte herhangi bir sigorta yapılmadığı, bir garanti bulunmamasına rağmen site yöneticisi tarafından kişisel gelirin garanti olduğunun ifade edildiği ancak bu hususların gerçeği yansıtmadığının ve ispatlanamadığının anlaşıldığı, dolayısıyla bu durumun;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a-b-c, 9/1, 17/1, 28/1-2, 29/1, 29/2-a-b-e, 30/1, Ek/A-5 maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**163)**

**Dosya No: 2018/7582**

**Şikayet Edilen: Arşin Tarım ve Hay. San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** "Keçibank" olarak adlandırılan yatırım sistemi ile ilgili tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2018

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Bakanlık müfettişlerince firma nezdinde "Keçibank sistemi" olarak adlandırılan uygulama kapsamında yapılan teftiş sonucu düzenlenen 03.10.2018 tarihli denetim raporunda, firmaya ait yatırım sisteminin "Keçibank" olarak adlandırıldığı, firmaya ait www.arsinhayvancilik.com adresli internet sitesinde yayınlanan tanıtımlarda ve muhtelif haber sitelerine verilen röportajlarda, uygulanan sistemden "Keçibank sistemi" olarak bahsedildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** “Keçibank” isminin firma tarafından bir yatırım sistemi olarak tanıtıldığı, yapılan incelemede,bankacılık mevzuatı uyarınca gerekli izinler alınmadan 'banka' (bank) ifadesinin gerçek ve tüzel kişiler tarafından ticaret unvanlarında, ilan ve reklamlarda kullanılmasının yasaklanmış olduğunun anlaşıldığı, ayrıca "keçibank yatırım sistemi" şeklindeki söz konusu tanıtımların tüketiciler nezdinde banka ya da benzeri bir finansal kuruluş gibi algılanabileceği, dolayısıyla gerçek olmayan bir güven duygusu ve kafa karışıklığı yaratabileceği, dolayısıyla anılan ifadenin tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu kanaatine varıldığı, bu nedenle söz konusu tanıtımların;

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

- 5411 sayılı Bankacılık Kanununun "İzinsiz faaliyette bulunmak" başlıklı 150 nci maddesi,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**164)**

**Dosya No:** **2020/4822**

**Şikayet Edilen: Sigorta ve Reasürans Brokerlık Hizmetleri A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Milli Piyango Biletiniz Sigortam net’ten hediye”* başlıklı reklamlar.

**Mecra**: Elektronik Posta-İnternet

**Reklam Yayın Tarihi:** Aralık 2020

**Tespitler:** Firmaya ait *“Milli Piyango Biletiniz Sigortam net’ten hediye”* başlıklı reklamlarda *“Merhaba, Milli Piyango Biletiniz Sigortam.net’ten Hediye! Yeni yıla daha umutlu ve şanslı girin diye yılbaşı biletinizi sizin için ayırdık. 30 Aralık’a kadar yapacağınız Kasko veya Sağlık Sigortanıza Milli Piyango bileti hediye ediyoruz. Hemen poliçelerinizi alın, Milli Piyango 2021 Yılbaşı Özel Çekilişine katılıp büyük ikramiyeyi kazanma şansı yakalayın! 20 farklı sigorta şirketine ait teklifleri incelemek, en iyi fiyat garantisiyle sigortanızı hemen almak ve milyoner olmaya bir adım daha yaklaşmak için; Hemen Tıklayın”*  şeklinde ifadelerin bulunduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firmaya ait *“Milli Piyango Biletiniz Sigortam net’ten hediye”* başlıklı reklamlarda *“Merhaba, Milli Piyango Biletiniz Sigortam.net’ten Hediye! Yeni yıla daha umutlu ve şanslı girin diye yılbaşı biletinizi sizin için ayırdık. 30 Aralık’a kadar yapacağınız Kasko veya Sağlık Sigortanıza Milli Piyango bileti hediye ediyoruz. Hemen poliçelerinizi alın, Milli Piyango 2021 Yılbaşı Özel Çekilişine katılıp büyük ikramiyeyi kazanma şansı yakalayın! 20 farklı sigorta şirketine ait teklifleri incelemek, en iyi fiyat garantisiyle sigortanızı hemen almak ve milyoner olmaya bir adım daha yaklaşmak için; Hemen Tıklayın”*  şeklinde ifadelerin bulunduğu, tüketiciye gönderilen MP yılbaşı bileti kampanyası tanıtım e-postasında kampanyaya dair ön bilgiler verildiği, konu hakkında detaylı bilgi edinmek ve satın alma aşamasına geçmek için “Hemen Tıklayın” sekmesini tıklamasının istendiği, söz konusu yönlendirmeye tıklanarak siteye erişilebildiği ve kampanya detayları hakkında bilgiye ulaşıldığı, internet sitesindeki https://www.sigortam.net/milli-piyango-kampanyasi-2021 sayfasından da Milli Piyango bilet kampanyası detaylarına erişim sağlandığı, bu sayfada kampanya detayları, bilet kodunun nasıl alınacağı, Online Milli Piyango sitesine nasıl üye olunacağı, kodun bilet alırken nasıl kullanılacağı, ikramiye kontrolü ve tahsilatı vb. ile kampanyaya katılım koşulları hakkında detaylı bilgilendirmelerin yer aldığı, söz konusu tüketicinin kasko yaptırdığı, ancak e-posta linkinden tıklayınca ulaşılan ve internet sitesinde de yayınlanan kampanya şartlarını yerine getirmediği için tüketiciye Milli Piyango bileti hediye edilmediğinin ispatlandığı değerlendirilmiş olup anılan reklamların 6502 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’a ve ilgili Yönetmeliğe **aykırı olmadığına** karar verilmiştir.

**165)**

**Dosya No: 2021/8**

**Şikayet Edilen: Cem DOĞAN/Doğan Ticaret**

**Şikayet Edilen Reklam:** Zorlu Ticaret unvanlı firmaya yönelik Facebook reklamları.

**Reklam Yayın Tarihi:**  2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ait Facebook sayfası reklamlarında, Zorlu Ticaret unvanlı firmanın dışarıdan çekilen ve tabelasının da göründüğü ve üzerine çarpı işareti koyulan resminin kullanıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firmaya ait Facebook sayfasında yer alan, Zorlu Ticaret unvanlı firmanın dışarıdan çekilen ve tabelasının da göründüğü resim üzerine çarpı işareti koyularak söz konusu firmanın kötülendiği, söz konusu fotoğrafın firmanın kendi reklamını yapmak için Facebook reklamlarında kullandığı, bu durumun da Zorlu Ticaret açısından tüketiciler nezdinde kötü bir izlenim uyandırdığı, tüketicilerin karar verme özgürlüğünü kısıtladığı ve söz konusu reklamlar aracılığıyla firmayı kötülemek suretiyle hüsnüniyet kaidelerine aykırı hareket edildiği ve mesleki özenin gereklerine uyulmadığı, söz konusu reklamların yanıltıcı nitelikte olduğu ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği, kötüleme, haksız ticari uygulama ve saldırgan ticari uygulama niteliği taşıdığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7, 10, 28, 29, 31 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**4.1) DİĞER KONULARIN GÖRÜŞÜLMESİ**

**2)**

**Dosya No: 2021/620**

**YYC Hasar Danışmanlık Ltd. Şti** unvanlı kuruluşa ait www.yycdanismanlik.com ve www.facebook.com/yycdanismanlik adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımların mevzuata aykırı olması nedeniyle, Reklam Kurulunun 04.05.2021 tarih ve 309 sayılı toplantısında verilen 114.326-TL (Yüzondörtbinüçyüzyirmialtı Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları kararına ilişkin olarak firma tarafından yapılan **itirazın reddine** karar verilmiştir.

**3)**

**Dosya No: 2018/6001**

**Metro Gross Market Bakırköy Alışveriş Hiz. Tic. Ltd. Şti.** tarafından, 20.10.2018 tarihli Sözcü gazetesinde yayınlanan reklam çerçevesinde, firmaya ait Barbaros Mah. Kazımkarabekir Cad. No:2, 34746 Ataşehir/İstanbul adresinde faaliyet gösteren şubesinde gerçekleştirilen uygulamaların mevzuata aykırı olduğu gerekçesi ile 08.10.2019 tarihli ve 289 sayılı Reklam Kurulu toplantısında, anılan firma hakkında 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü maddesi ile 77 nci maddesinin (12) numaralı fıkrası uyarınca 6.907 TL (Altıbindokuzyüzyedi Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları verilmiştir. Söz konusu karara ilişkin olarak firma tarafından dava yoluna gidilmiş olup Ankara 5. Idare Mahkemesinin E: 2019/2136, K: 2020/1305 ve Ankara Bölge İdare Mahkemesi 9. İdari Dava Dairesinin E:2021/111, K:2021/572 sayılı, firma nezdinde yürütülecek denetimler neticesinde ilgili tanıtımlara ilişkin stok miktarlarının tespit edilmesi yönündeki kararı göz önüne alınarak ilgili firma ile yürütülen yazışmalar neticesinde firmanın belirtilen şubesinde yaptırım uygulanan tanıtımlara ilişkin stokun bulunduğu anlaşılmış olup bu çerçevede **söz konusu idari para cezası ve anılan reklamların durdurulması yaptırımının kaldırılmasına** karar verilmiştir.

**4)**

**Dosya No: 2021/875**

**Altıparmak Gıda ve San. Tic. A.Ş.** ünvanlı firma tarafından, 28.02.2021 tarihinde Hürriyet Gazetesinden yayınlanan reklamın mevzuata aykırı olduğu gerekçesi ile 04.05.2021 tarihinde gerçekleşen 309. Reklam Kurulu toplantısında, anılan firma hakkında 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü maddesi ile 77 nci maddesinin (12) numaralı fıkrası uyarınca **114.326,00-TL (Yüzondörtbinüçyüzyirmialtı Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları verilmesi** kararına ilişkin olarak yapılan itirazın görüşülmesi ve değerlendirilmesi neticesinde, yapılan itirazla ilgili olarak söz konusu idari para cezasının kaldırılmasına gerekçe olabilecek herhangi bir bilgi ve belgenin Bakanlığa sunulmadığı göz önünde bulundurularak **itirazın reddine** karar verilmiştir.

**5)**

**Dosya No: 2021/1207**

Edip TANBASTILAR isimli şahıs tarafından www.istanbuluroloji.net adresli internet sitesinde yer verilen tanıtımların ilgili mevzuata aykırı olduğu gerekçesiyle, Reklam Kurulu’nun 13.04.2021 tarih ve 308 sayılı toplantısında, anılan şahıs hakkında 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca 114.326,-TL. (Yüzondörtbinüçyüzyirmialtı Türk Lirası) **idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesi kararına ilişkin şahıs tarafından yapılan **itirazın reddine** karar verilmiştir.

**6)**

**Dosya No: 2020/1669**

Hayat Kimya Sanayi A.Ş. unvanlı firmaya ait “Bingo Oxyjen Nefes Aldıran Hijyen Hipoalerjenik Toz Deterjan ve Sıvı Deterjan” isimli deterjan ürünlerine ilişkin ambalaj üzerinde yer alan tanıtımlar hakkında Reklam Kurulu’nun 09.03.2021 tarih ve 307 sayılı toplantısında verilen anılan reklamları durdurma cezaları uygulanması kararına karşı yapılan itiraz başvurusunun Reklam Kurulu'nun 08.06.2021 tarih ve 310 sayılı toplantısında değerlendirilmesi sonucunda;

“Bingo Oxyjen Nefes Aldıran Hijyen Hipoalerjenik Toz Deterjan ve Sıvı Deterjan” isimli deterjan ürünlerine ilişkin ambalajlar üzerinde *“\*Diğer toz/sıvı deterjanımıza göre”* açıklaması ile yer verilen *“3 kata kadar leke temizleme gücü\*”* iddialarının ispatına yönelik olarak bağımsız araştırma kuruluşundan sunulan araştırma raporuna istinaden, söz konusu reklamlarla ilgili olarak verilen **reklamları durdurma cezasının kaldırılmasına** karar verilmiştir.