**T.C.**

**TİCARET BAKANLIĞI**

**Reklam Kurulu Başkanlığı**

**BASIN BÜLTENİ**

**Toplantı Tarihi :** 13 Temmuz 2021

**Toplantı Sayısı :** 311

**İLETİŞİM HİZMETLERİ**

**1)**

**Dosya No: 2021/494**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** “Eski Telefonunu Vodafone ile 10.000 TL’ye Varan İndirimlerle Yenile” başlıklı reklamlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, kısa mesaj

**Tespitler**: Başvuru sahibi tüketici tarafından iletilen başvuru ekinde yer alan kısa mesaj örneğinde *“Eski telefonunuz Vodafone'da anında indirime dönüşüyor. Eski telefonunuzu getirip 10.000 TL'ye varan indirimlerle yepyeni akıllı telefonlara sahip olma fırsatı için sizleri en yakın Vodafone mağazamıza bekliyoruz. Detaylar için tıkla: https://www.vodafone.com.tr/kampanyalar/vodafone-ile-yenile”* ifadelerine yer verildiği,

Ek olarak, reklam veren firma tarafından 11.03.2021 tarihinde aynı kampanyaya ilişkin www.vodafone.com.tr adresli internet sitesinde yayınlanan tanıtımlarda *“Eski Telefonunu Vodafone ile 10.000 TL’ye varan indirimlerle yenile! Vodafone mağazalarında eski telefonunuzun değerlemesi en son teknoloji uygulamalarıyla yapılır. Eski telefonunuzun değeri kadar indirim yeni telefon alışverişlerinizde anında yansıtılır. Şubat ayına özel 10.000 TL’ye varan indirimlerle telefonunuzu yenileme fırsatı tüm Vodafone Mağazaları’nda! Kampanya Esasları: Kampanyadan yalnızca bireysel faturalı müşteriler yararlanabilir. Cihaz değişim kampanyası sadece akıllı telefonlar için geçerlidir. Tablet, yeni nesil aksesuar, IOT ve +1 için cihaz değişimi yapılamaz. Eski telefon için verilen indirim bedeli yeni satın alınmak için istenen telefona göre değişiklik gösterebilir. Cihaz Değişim Kampanyası indirimleri Kaçmaz Kırmızı indirimleri ile birleştirilemez. Cihaz Değişim Kampanyasından faydalanan müşteriler ön ödeme yöntemiyle satın alma yapamaz. (…) Sıkça Sorulan Sorular: Kampanyaya nasıl katılabilirim? En yakın Vodafone Mağazamızı ziyaret edebilirsiniz. (…)”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, 2021 yılında reklam veren firma tarafından muhtelif sayıda tüketiciye gönderilen kısa mesajlarda yer alan “Eski Telefonunu Vodafone ile 10.000 TL’ye Varan İndirimlerle Yenile” başlıklı reklamlarda *"Eski telefonunuz Vodafone'da anında indirime dönüşüyor. Eski telefonunuzu getirip 10.000 TL'ye varan indirimlerle yepyeni akıllı telefonlara sahip olma fırsatı için sizleri en yakın Vodafone mağazamıza bekliyoruz. Detaylar için tıkla: https://www.vodafone.com.tr/kampanyalar/vodafone-ile-yenile"* ifadelerine yer verildiği ve aynı başlıklı reklamlara ilişkin www.vodafone.com.tr adresli internet sitesinde yayınlanan tanıtımlarda *"Eski Telefonunu Vodafone ile 10.000 TL’ye varan indirimlerle yenile! Vodafone mağazalarında eski telefonunuzun değerlemesi en son teknoloji uygulamalarıyla yapılır. Eski telefonunuzun değeri kadar indirim yeni telefon alışverişlerinizde anında yansıtılır. Şubat ayına özel 10.000 TL’ye varan indirimlerle telefonunuzu yenileme fırsatı tüm Vodafone Mağazaları’nda! Kampanya Esasları: Kampanyadan yalnızca bireysel faturalı müşteriler yararlanabilir. Cihaz değişim kampanyası sadece akıllı telefonlar için geçerlidir. Tablet, yeni nesil aksesuar, IOT ve +1 için cihaz değişimi yapılamaz. Eski telefon için verilen indirim bedeli yeni satın alınmak için istenen telefona göre değişiklik gösterebilir. Cihaz Değişim Kampanyası indirimleri Kaçmaz Kırmızı indirimleri ile birleştirilemez. Cihaz Değişim Kampanyasından faydalanan müşteriler ön ödeme yöntemiyle satın alma yapamaz. (…) Sıkça Sorulan Sorular: Kampanyaya nasıl katılabilirim? En yakın Vodafone Mağazamızı ziyaret edebilirsiniz. (…)"*  ifadelerinin yer aldığı,

Diğer taraftan, yukarıda bahsi geçen kısa mesaj örneğinin 03.02.2021 tarihinde \*\*\*\*\*\* isimli tüketiciye gönderildiği, ancak 05.02.2021 tarihinde tüketici ile Vodafone Müşteri Hizmetleri ile gerçekleşen görüşmeden tüketicinin anılan kampanyadan faydalanmak üzere gittiği bayide bu kampanyanın cihaz satış yapma yetkisi bulunmadığı sebebiyle geçerli olmadığının anlaşıldığı,

Öte yandan, tanıtımlara yer verilen kısa mesajda kampanyanın detayları için yönlendirme yapılan internet sitesinde yer alan *“Sıkça Sorulan Sorular: Kampanyaya nasıl katılabilirim? En yakın Vodafone Mağazamızı ziyaret edebilirsiniz.”* ifadesinin tüketicilerde anılan kampanyanın tüm Vodafone bayilerinde geçerli olduğu algısı yarattığı ve aynı internet sitesinde söz konusu kampanyanın cihaz satış yapma yetkisi bulunmayan bayilerde geçerli olmayacağına ilişkin bir ifadeye yer verilmeyerek tüketicilerin eksik bilgilendirildiği, bu sebeplerle anılan reklamların tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Vodafone Telekomünikasyon 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: 2021/1206**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** "Türk Telekom 81 İlde, Milyonlarca Evde"başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** Nisan 2021

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon, internet

**Tespitler**: "Türk Telekom 81 İlde, Milyonlarca Evde" başlıklı reklam filminde "*Kenan Abi ben çok heyecanlıyım sen hazırsın di mi? Hazırım, hazırım merak etme. (...) Değerli anlar hep yaşansın diye her an aşkla çalışan bir Türk Telekom var. 81 ilde milyonlarca evde Türkiye'nin lider interneti Türk Telekom var. Türk Telekom değerli hissettirir."* ifadelerine ve reklam içeriğinde yer alan amblemde "*Türkiye'nin Lider İnterneti"* ifadesineyer verildiği, diğer taraftan reklam filminde akan alt yazıda *"BTK 2020 3. Çeyrek Pazar Verileri Raporu'na göre, TTNET A.Ş. abone sayısında lider sabit internet işletmecisidir. Ayrıntılar için www.turktelekom.com.tr"* ifadelerinin yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, "Türk Telekom 81 İlde, Milyonlarca Evde" başlıklı reklam filminde "*Kenan Abi ben çok heyecanlıyım sen hazırsın di mi? Hazırım, hazırım merak etme. (...) Değerli anlar hep yaşansın diye her an aşkla çalışan bir Türk Telekom var. 81 ilde milyonlarca evde Türkiye'nin lider interneti Türk Telekom var. Türk Telekom değerli hissettirir."* ifadelerine ve reklam içeriğinde yer alan amblemde "*Türkiye'nin Lider İnterneti"* ifadesineyer verildiği, diğer taraftan reklam filminde akan alt yazıda *"BTK 2020 3. Çeyrek Pazar Verileri Raporu'na göre, TTNET A.Ş. abone sayısında lider sabit internet işletmecisidir. Ayrıntılar için www.turktelekom.com.tr"* ifadelerinin yer aldığı,

Bu kapsamda, internet servis sağlayıcıları tarafından sunulan internet dışında, mobil operatörler tarafından sağlanan internet hizmetinin de ülke genelinde evler dahil diğer alanlarda da kullanılabilir olduğu göz önünde bulundurularak bahsi geçen reklam filminde yer alan cep telefonu, bilgisayar ve tablet üzerinden gerçekleştirilen görüşmelerin mobil hat interneti üzerinden gerçekleştirilmiş olabileceği, bu sebeple anılan reklamlarda yer verilen "Türkiye'nin Lider İnterneti" ifadesinin tüketiciler nezdinde genişbant internet pazarında liderlik olarak algılanabileceği,

Öte yandan, ana vaatte yer alan "Türkiye'nin Lider İnterneti" ifadesinin aynı reklam içeriğindeki alt yazı aracılığıyla anılan firma bünyesindeki TTNET A.Ş.'nin abone sayısında lider sabit internet işletmecisi olduğu açıklaması ile sınırlandırılarak ana vaat istisna uyumsuzluğu oluşturulduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**3)**

**Dosya No: 2021/1320**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** www.pttcell.com.tr adresli internet sitesinde yayınlanan “PTTCell Kargo İndirimi” başlıklı reklamlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: www.pttcell.com.tr adresli internet sitesinde 2021 yılında yayınlanan "PTTCell Kargo İndirimi" başlıklı reklamlarda *"%20 İndirim %100 Mutluluk! PTT Kargo'dan %20 indirim fırsatı için siz de Pttcell'li olun."* ifadelerinin yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, www.pttcell.com.tr adresli internet sitesinde 2021 yılında yayınlanan "PTTCell Kargo İndirimi"başlıklı reklamlarda *"%20 İndirim %100 Mutluluk! PTT Kargo'dan %20 indirim fırsatı için siz de Pttcell'li olun."* ifadelerinin yer aldığı, ancak anılan kampanyanın 2016 yılında sona erdiği ve tanıtımların yayınlandığı mecrada bu duruma ilişkin bilgilendirme yapılmadığı, 2016 yılında geçerlilik süresi dolmuş kampanya tanıtımlarına 2021 yılında yer verilerek tüketicileri aldatıcı nitelikte tanıtım yapıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**4)**

**Dosya No: 2021/1419**

**Şikayet Edilen: Andromeda TV Dijital Platform İşletmeciliği A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam/HTU:** 0850 484 12 81, 0850 275 13 84 ve 0850 484 18 57 numaralı telefon hatları aracılığıyla gerçekleştirilen ticari uygulamalar.

**Reklam/HTU Yayın Tarihi:** 2020

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

**Tespitler**: 0850 484 12 81, 0850 275 13 84 ve 0850 484 18 57 numaralı hatlar aracılığıyla başvuru sahibi tüketiciye ait 05\*\* \*\*\* \*\* \*\* numaralı hat üzerinden arandığı, bu görüşmeler sonrasında gerçekleştirilen işlemlerde tüketici ile ticari uygulamada bulunan firma arasında uyuşmazlık yaşandığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, 0850 484 12 81, 0850 275 13 84 ve 0850 484 18 57 numaralı hatlar aracılığıyla 20.11.2020 tarihinde ticari uygulamada bulunan firma tarafından \*\*\*\*\*\* isimli tüketicinin Türk Telekom adına arandığı ve mevcut taahhüdü devam ettiği halde internet paketi taahhüdünün sona erdiği bilgisinin verildiği, ayrıca Türk Telekom tarafından sunulan D-Smart veya Tivibu hediyeli internet paketlerinden birini seçebileceğinin ifade edildiği,

Öte yandan, Türk Telekom'dan aldığı internet hizmetine ilişkin taahhüt süresinin bitmediğini öğrenen ve D-Smart hediyeli internet paketi hizmetini satın alan tüketicinin sözleşmesini iptal talebinde bulunduğu, 26.11.2020 tarihinde ise talep edilen iptal işleminin gerçekleştiği bilgisinin tüketicinin 05\*\* \*\*\* \*\* \*\* numaralı hattına kısa mesaj gönderilerek verildiği, ancak sözleşmesini anılan hizmeti satın aldıktan 6 (altı) gün sonra iptal edilen tüketiciye 30.11.2020 tarihinde 41 (kırkbir) günlük fatura tahhakkuk edeceğinin yine kısa mesajla bildirildiği, D-Smart TV kutusunu süresi içerisinde iade eden tüketiciye ayrıca 05.04.2021 tarihinde Mart ayı dahilinde D-Smart aboneliğine ilişkin ödenmediği faturası bulunduğuna ilişkin bilgilendirmenin yapıldığı,

Açıklanan bu bilgiler doğrultusunda, aboneliğini sonlandırmak isteyen başvuru sahibi tüketicinin ticari uygulamada bulunan firma tarafından mağdur edildiği, ayrıca bahsi geçen telefon görüşmeleri aracılığıyla Türk Telekom ismi ile anılan firma lehine haksız kazanç elde edildiği ve bu durumun haksız rekabete yol açtığı, söz konusu 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 **Andromeda TV Dijital Platform İşletmeciliği A.Ş.** hakkında, söz konusu uygulamalar ile ilgili olarak, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/13 üncü maddeleri uyarınca **10.475,-TL. (Onbindörtyüzyetmişbeş Türk Lirası) idari para ve anılan ticari uygulamaları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**5)**

**Dosya No: 2021/1554**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** www.turktelekom.com.tr adresli internet sitesinde yayınlanan "3 Ay Rahat 10 GB Paketi" ve "Doyasıya 3 Aylık Paketi" başlıklı reklamlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: "3 Ay Rahat 10 GB Paketi" başlıklı reklamlarda *"Cepten İnternet 10 GB Her Yöne 1000 DK Her Yöne 1000 SMS. Paket Bilgisi 3 Ay Rahat 10 GB Paketi ile 90 gün boyunca geçerli her yöne 1000 dakika, 1000 SMS, 10 GB cepten internet sadece 70 TL. (...) RAHAT 10 GB yazıp 5555'e SMS göndermeniz yeterli!"* ifadelerinin ve "Doyasıya 3 Aylık Paket" başlıklı reklamlarda *"Cepten İnternet 20 GB Her Yöne 75 DK Her Yöne 750 SMS Paket Bilgisi Doyasıya 3 Aylık Paketi 3 aylık sadece 75 TL'ye 20 GB cepten internet, her yöne 750 dakika ve 750 SMS ile Türk Telekom'da. DOYASIYA 3AYLIK yazıp 5555'e SMS gönderin Doyasıya 3 Aylık Paketi'niz cebinize gelsin! (…) Doyasıya 3 Aylık Paketi 18.12.2020 tarihi itibariyle yeni hat aktivasyonu ve numara taşıma yoluyla müşteri alımına kapatılmıştır. 18.12.2020 tarihi öncesinde pakete kayıt olan müşterilerimiz paketten faydalanmaya devam edecektir."* ifadelerinin yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, [www.turktelekom.com.tr](http://www.turktelekom.com.tr) adresli internet sitesinde tanıtımı yapılan "3 Ay Rahat 10 GB Paketi" başlıklı kampanyanın geçerlilik süresinin sona ermediği ve tüketicilerin halen bu kampanyadan faydalanabildiği anlaşılmıştır. Diğer taraftan "Doyasıya 3 Aylık Paketi" başlıklı kampanyanın 18.12.2020 tarihi itibariyle yeni hat aktivasyonu ve numara taşıma yoluyla müşteri alımına kapatıldığı, ancak söz konusu duruma ilişkin bilgilendirmeye anılan reklamlarda yer verildiği görülmüştür. Bu sebeplerle, anılan reklamların tüketicileri yanıltıcı nitelikte olmadığı değerlendirilmiş olup 6502 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’a ve ilgili Yönetmeliğe **aykırı olmadığına** karar verilmiştir.

**ÖRTÜLÜ REKLAM**

**6)**

**Dosya No: 2021/909**

**Şikayet Edilen: Bengü SELİMOĞLU**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şahsa ait "benguofficial" isimli Instagram sayfasında "Easyfishoil" adlı ürüne yönelik olarak 05.03.2021 tarihinde yayınlanan reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 05.03.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan inceleme sonucunda, Bengü SELİMOĞLU adlı şahsa ait "benguofficial" isimli Instagram sayfasının https://www.instagram.com/p/CMCu6pslDtt/ URL adresinde 05.03.2021 tarihinde yayınlanan paylaşımda, *“Haftada 3 gün mutlaka spora gidiyorum. Bedenimizi güçlü tutmak çok önemli. Bununla birlikte bağışıklık sistemime de çok dikkat ediyorum. Bu noktada bana destek olan EasyFishoil’i düzenli olarak kullanıyorum. Kullanımı çok kolay, suya gerek duymadan yalnızca çiğniyorsunuz. Üstelik çok lezzetli. #easyfishoil #balıkyağı #omega3 #concordix @easyvitailesi”* şeklinde ifadelere, etiketlere ve şahsın ürünü kullanırken çekilmiş fotoğrafına yer verildiği,

Konuya ilişkin olarak ürün sahibi Easyvit Sağlık Ürünleri San. A.Ş. unvanlı firma tarafından yapılan açıklamalarda; adı geçen şahıs ve diğer bazı sosyal medya etkileyicileri ile firmaları arasında paylaşımlardaki hashtag ve etiketlerden de açıkça anlaşılacağı üzere işbirliği bulunduğu, bu işbirliğinin kapsamının, firmalarının Easyfishoil adlı ürüne ilişkin araştırma sonuçları dahil bilgi ve belgeleri paylaşması, ilgili sosyal medya etkileyicilerinin ise söz konusu bilgileri ve ürünü bizzat kullanarak edindikleri tecrübelerini takipçileriyle paylaşması şeklinde olduğu, söz konusu işbirliği kapsamında yapılan tüm paylaşımların örtülü reklama ilişkin hükümleri ihlal ettiği iddiasının hukuki dayanaktan yoksun olduğu, Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 22 nci maddesi kapsamında örtülü reklam yasağı ihlalinden bahsedilebilmesi için, bir bütün olarak değerlendirildiğinde yayın içeriğinden ve yayın şeklinden yayının reklam olduğunun anlaşılamaması gerektiği, ancak paylaşım içeriği ve şekli itibari ile reklam olduğu ortalama bir tüketici tarafından anlaşılabilecek paylaşımların, belli kalıp ifadeler yer almaması sebebi ile “örtülü reklam” yasağına aykırı olarak değerlendirilebilmesinin mümkün olmadığı, sosyal medya etkileyicileri tarafından Easyfishoil markalı ürünle ilgili yayınlanan paylaşımların tümünün konu ile alakasız haber, program, yayın gibi farklı bir içerik taşımayan, yalnızca ürünün kendisine yer verildiği, #easyvitailesi #easyfishoil hashtagleri ile açıkça marka ile belirtildiği, @easyvitailesi etiketi ile doğrudan ürünün resmi hesabının göz önüne konulduğu paylaşımlar olup tüketiciler tarafından bu paylaşımların reklam olarak algılanmamasının mümkün olmadığı, ayrıca bazı sosyal medya etkileyicilerinin firmaları ile ticari işbirliği içerisinde bulunduğu hususunun firmalarına ait “easyvitailesi” isimli Instagram hesabının https://www.instagram.com/p/B\_J9JyJjbMM/ URL adresinde 19.04.2020 tarihinde yayınlanan paylaşım ile duyurulduğu, bu paylaşımda, *“Değerli Takipçilerimiz, işbirliği içerisinde bulunduğumuz @benguofficial @thesquatgirl @glowbyden @ciseren\_vesaire @ozlemlinaoz @gurmediyet @cevahirturan @imrengursoy @peppycooky @saglikcibiranne @zamaneannesi @pinardonmez\_ onlarla paylaştığımız verileri de inceleyip ürünlerimizi deneyimleyerek kişisel yorumlarını takipçileri ile paylaşacaktır.Yorumlarını heyecanla bekliyoruz!Takipte kalın”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, şahsa ait "benguofficial" isimli Instagram sayfasının https://www.instagram.com/p/CMCu6pslDtt/ URL adresinde 05.03.2021 tarihinde Easyfishoil adlı ürüne yönelik olarak yayınlanan tanıtımda, *“Haftada 3 gün mutlaka spora gidiyorum. Bedenimizi güçlü tutmak çok önemli. Bununla birlikte bağışıklık sistemime de çok dikkat ediyorum. Bu noktada bana destek olan EasyFishoil’i düzenli olarak kullanıyorum. Kullanımı çok kolay, suya gerek duymadan yalnızca çiğniyorsunuz. Üstelik çok lezzetli. #easyfishoil #balıkyağı #omega3 #concordix @easyvitailesi”* şeklinde ifadelere ve şahsın ürünü kullanırken çekilmiş fotoğrafına yer verildiği, ayrıca ürünün sahibi Easyvit Sağlık Ürünleri San A.Ş. unvanlı firmaya ait olan ve Easyfishoil adlı ürünün tanıtımlarının yer aldığı "easyvitailesi" isimli Instagram hesabı etiketlenerek tüketicilerin firmanın kurumsal sosyal medya hesabına yönlendirildiği, diğer yandan, paylaşıma ilişkin etiketler içinde, "#concordix, #easyfishoil" gibi doğrudan doğruya Easyvit Sağlık Ürünleri San. A.Ş. tarafından "easyvitailesi" isimli Instagram sayfasında ve diğer mecralarda Easyfishoil adlı ürüne ilişkin olarak yayınlanan reklamlarda kullanıldığı görülen etiketlere yer verildiği, bu itibarla, anılan paylaşımın içeriğinde tüketici tercihlerini bilinçli olarak yönlendirmeye yönelik ifadelere, etiketlere ve ticari reklam tanımına giren beyanlara yer verilerek tüketiciler ürünün satın alınması için teşvik edilmekle birlikte yayınlanan bu paylaşımın bir reklam olduğunu ve firma ile şahıs arasında var olan ticari ilişki ve işbirliği kapsamında yayınlandığını ortaya koyan hiçbir açıklamada bulunulmadığı, bu kapsamda, şahıs ile anılan firma arasında var olan ticari ilişki gizlenerek ve yayınlanan bu paylaşımın bir reklam olduğu açık bir şekilde tüketicilere duyurulmayarak Easyfishoil adlı ürünün örtülü reklamının yapıldığı ve böylelikle reklam mevzuatında yer alan örtülü reklam a ilişkin hükümlerin ihlal edildiği,

Öte yandan, inceleme konusu tanıtımda Easyfishoil adlı ürüne ilişkin olarak yer verilen, *“Bedenimizi güçlü tutmak çok önemli. Bununla birlikte bağışıklık sistemime de çok dikkat ediyorum. Bu noktada bana destek olan EasyFishoil’i düzenli olarak kullanıyorum."* ifadelerinin birer sağlık beyanı olduğu, mevzuatta izin verilen sınırların dışına çıkan bu beyanlarla Easyfishoil adlı ürünün kullanan kişilerin bedenini güçlü tuttuğu, bağışıklık sistemini desteklediği ve hastalıklardan koruduğu şeklinde tamamen aldatıcı-yanıltıcı bir izlenim oluşturularak anılan ürünün sanki bir ilaç veya beşeri tıbbi ürün gibi tanıtıldığı, halihazırda yürürlükte olan Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği ekinde kullanımına izin verilen sağlık beyanları arasında yukarıda belirtilen ifadelerin bulunmadığı, kaldı ki kullanımına izin verilen sağlık beyanları ile ürünün kendisine atıf yapılamayacağı, dolayısıyla yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre takviye edici gıdalar için bu tür sağlık beyanlarının kullanılmasının kesinlikle yasak olduğu, bir ürüne ilişkin olarak herhangi bir sağlık beyanında bulunulabilmesi için ilgili idari otoriteden (Sağlık Bakanlığı Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Kurumu) izin alınması gerektiği, kullanılan bu beyanlar için ilgili otoriteden izin de alınmadığından söz konusu beyanların doğruluğunun bilimsel olarak ispat edilmiş sayılamayacağı, sonuç olarak doğruluğu bilimsel olarak ispat edilmemiş bu beyanlarla tüketicilerin aldatılıp yanıltıldığı,

Diğer taraftan, inceleme konusu tanıtımda şahsın Easyfishoil adlı ürünü piyasada araştırarak kendisinin bulduğu ve adı geçen ürünü gerçekten kullanarak etkinliğini ve faydasını bizzat deneyimlediği şeklinde bir algı oluşturulmakla birlikte bu durumun gerçeği yansıtmadığı, dolayısıyla söz konusu reklamların bu açıdan da aldatıcı - yanıltıcı ve Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin "Tanıklı reklamlar" a ilişkin hükümlerine aykırı olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

- 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 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 6/1, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 9, 16/1, 22/1, 23/1, 26 ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre, reklam veren **Bengü SELİMOĞLU** hakkında, söz konusu reklamlar ile ilgili olarak, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**7)**

**Dosya No: 2021/932**

**Şikayet Edilen: Doris HOFER**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şahsa ait "thesquatgirl" isimli Instagram sayfasında "Easyfishoil" adlı ürüne yönelik olarak 30.06.2020 ve 25.08.2020 tarihlerinde yayınlanan reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 30.06.2020, 25.08.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan inceleme sonucunda, şahsa ait "thesquatgirl" isimli Instagram sayfasının https://www.instagram.com/p/CETnnsuAv8B/ URL adresinde 25.08.2020 tarihinde yayınlanan paylaşımda, *“Hediye zamanı. Bağışıklık sistemi güçlü tutmak için uyku, egzersiz ve beslenme konusunda çok dikkat ediyorum. Sizden geçen aylarda özellikle takviyelerle ilgili çok soru geldi. Ailemizde çok sevilen bir gizli kahramanımız var; EasyFishoil hem Omega-3 hem D vitamini içeren tek tek paketlenen jel formlar. Çiğnenebilir formda olduğu için suya bile gerek olmadan kolayca yutuluyor. Doğal portakal ve limon aromalı ve ilave şeker içermiyorlar. Sizlerin de çok seveceğinden şimdiden eminim ve 5 şanslı kişiye bir kutu hediye edeceğim. Yapmanız gereken çok basit: 3 arkadaşını Squatgirl sayfasıyla tanıştırın. @easyvitailesi hesabını takibe alın. Kazanan kişileri 27 Ağustos’ta storylerimden paylaşacağım. Bol şans! @easyvitailesi #easyvitailesi #concordix #easyfishoil #balıkyağı #omega3 #jelform #yutmakolaylığı #hediye #çekiliş #hediyeler #vitamind #bağışıklıkgüçlendirici #bağışıklık #takviye”* şeklinde ifadelere ve etiketlere yer verildiği,

Yine şahsa ait "thesquatgirl" isimli Instagram sayfasında 30.06.2020 tarihinde yayınlanan videolu paylaşımda ise, "*Çocuklar için Omega 3'ün neden önemli olduğunu bu eğlenceli videoda anlatıyoruz: EasyFishoil'in her jel formu 600 mg balık yağı içerir. Günde 1 jel form ile günlük Omega 3 ihtiyacı karşılanır. Omega 3 yağ asitlerinden DHA normal beyin fonksiyonlarının korunmasına katkıda bulunur. EasyFishoil'in içerisinde bulunan D vitamini çocuklarda bağışıklık sisteminin korunmasına katkıda bulunur. Balık yağları açıldığı andan itibaren, havadaki oksijen ile temas etmesiyle oksidasyona maruz kaldığı için, her jel form tek tek paketleniyor. Böylece tadı ve kokusu bozulmuyor. EasyFishoil jel formları doğal limon ve portakal aromalı, şeker ilavesiz. Aldığınız her EasyFishoil balık yağı ile Koruncuk Vakfı'na bağış yapmış oluyorsunuz. Video: @heyitszoesuuu @easyvitailesi #omega3 #easyvitailesi #concordix #easyfishoil #balıkyağı #jelform #sağlıklı #sağlıklıyaşam #sağlık"* şeklinde ifadelere ve etiketlere yer verildiği, paylaşımın bir parçası olan video tanıtımda ise, video başlangıcında oynadığı futbolu beğenmeyen ve kendini başarısız bulan bir çocuğun yer aldığı, mutsuz şekilde eve gelen çocuğun odasına gidip Messi ve Ronaldo gibi fenomen futbolcuların posterlerine baktığı, sonrasında ise bilgisayarını açıp “Nasıl daha iyi konsantre olunur” şeklinde bir Google araması yaptığı, sonuçlar kısmına tıkladığında Easyfishoil internet sayfasını açarak ürünleri araştırdığı, videonun devamında ise kapı zilinin çaldığı ve kuryenin Easyfishoil siparişini getirdiği, anılan ürünü kullanan çocuğun kısa süre içerisinde madalya ve kupa kazanarak mutlu şekilde evine döndüğü ve videonun sonlandığı,

Konuya ilişkin olarak ürün sahibi Easyvit Sağlık Ürünleri San. A.Ş. unvanlı firma tarafından yapılan açıklamalarda; adı geçen şahıs ve diğer bazı sosyal medya etkileyicileri ile firmaları arasında paylaşımlardaki hashtag ve etiketlerden de açıkça anlaşılacağı üzere işbirliği bulunduğu, bu işbirliğinin kapsamının, firmalarının Easyfishoil adlı ürüne ilişkin araştırma sonuçları dahil bilgi ve belgeleri paylaşması, ilgili sosyal medya etkileyicilerinin ise söz konusu bilgileri ve ürünü bizzat kullanarak edindikleri tecrübelerini takipçileriyle paylaşması şeklinde olduğu, söz konusu işbirliği kapsamında yapılan tüm paylaşımların örtülü reklama ilişkin hükümleri ihlal ettiği iddiasının hukuki dayanaktan yoksun olduğu, Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 22 nci maddesi kapsamında örtülü reklam yasağı ihlalinden bahsedilebilmesi için, bir bütün olarak değerlendirildiğinde yayın içeriğinden ve yayın şeklinden yayının reklam olduğunun anlaşılamaması gerektiği, ancak paylaşım içeriği ve şekli itibari ile reklam olduğu ortalama bir tüketici tarafından anlaşılabilecek paylaşımların, belli kalıp ifadeler yer almaması sebebi ile “örtülü reklam” yasağına aykırı olarak değerlendirilebilmesinin mümkün olmadığı, sosyal medya etkileyicileri tarafından Easyfishoil markalı ürünle ilgili yayınlanan paylaşımların tümünün konu ile alakasız haber, program, yayın gibi farklı bir içerik taşımayan, yalnızca ürünün kendisine yer verildiği, #easyvitailesi #easyfishoil hashtagleri ile açıkça marka ile belirtildiği, @easyvitailesi etiketi ile doğrudan ürünün resmi hesabının göz önüne konulduğu paylaşımlar olup tüketiciler tarafından bu paylaşımların reklam olarak algılanmamasının mümkün olmadığı, ayrıca bazı sosyal medya etkileyicilerinin firmaları ile ticari işbirliği içerisinde bulunduğu hususunun firmalarına ait “easyvitailesi” isimli Instagram hesabının https://www.instagram.com/p/B\_J9JyJjbMM/ URL adresinde 19.04.2020 tarihinde yayınlanan paylaşım ile duyurulduğu, bu paylaşımda, *“Değerli Takipçilerimiz, işbirliği içerisinde bulunduğumuz @benguofficial @thesquatgirl @glowbyden @ciseren\_vesaire @ozlemlinaoz @gurmediyet @cevahirturan @imrengursoy @peppycooky @saglikcibiranne @zamaneannesi @pinardonmez\_ onlarla paylaştığımız verileri de inceleyip ürünlerimizi deneyimleyerek kişisel yorumlarını takipçileri ile paylaşacaktır.Yorumlarını heyecanla bekliyoruz!Takipte kalın”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, şahsa ait "thesquatgirl" isimli Instagram sayfasının https://www.instagram.com/p/CETnnsuAv8B/ URL adresinde 25.08.2020 tarihinde Easyfishoil adlı ürüne yönelik olarak yayınlanan tanıtımda, *“Hediye zamanı. Bağışıklık sistemi güçlü tutmak için uyku, egzersiz ve beslenme konusunda çok dikkat ediyorum. Sizden geçen aylarda özellikle takviyelerle ilgili çok soru geldi. Ailemizde çok sevilen bir gizli kahramanımız var; EasyFishoil hem Omega-3 hem D vitamini içeren tek tek paketlenen jel formlar. Çiğnenebilir formda olduğu için suya bile gerek olmadan kolayca yutuluyor. Doğal portakal ve limon aromalı ve ilave şeker içermiyorlar. Sizlerin de çok seveceğinden şimdiden eminim ve 5 şanslı kişiye bir kutu hediye edeceğim. Yapmanız gereken çok basit: 3 arkadaşını Squatgirl sayfasıyla tanıştırın. @easyvitailesi hesabını takibe alın. Kazanan kişileri 27 Ağustos’ta storylerimden paylaşacağım. Bol şans! @easyvitailesi #easyvitailesi #concordix #easyfishoil #balıkyağı #omega3 #jelform #yutmakolaylığı #hediye #çekiliş #hediyeler #vitamind #bağışıklıkgüçlendirici #bağışıklık #takviye”* şeklinde ifadelere ve şahsın ürünle birlikte çekilmiş fotoğrafına yer verildiği, ayrıca ürünün sahibi Easyvit Sağlık Ürünleri San A.Ş. unvanlı firmaya ait olan ve Easyfishoil adlı ürünün tanıtımlarının yer aldığı "easyvitailesi" isimli Instagram hesabı etiketlenerek tüketicilerin firmanın kurumsal sosyal medya hesabına yönlendirildiği, diğer yandan, paylaşıma ilişkin etiketler içinde, "#concordix, #easyvitailesi, #jelform, #yutmakolaylığı, #easyfishoil" gibi doğrudan doğruya Easyvit Sağlık Ürünleri San. A.Ş. tarafından "easyvitailesi" isimli Instagram sayfasında ve diğer mecralarda Easyfishoil adlı ürüne ilişkin olarak yayınlanan reklamlarda kullanıldığı görülen etiketlere yer verildiği, bu itibarla, anılan paylaşımın içeriğinde tüketici tercihlerini bilinçli olarak yönlendirmeye yönelik ifadelere, etiketlere ve ticari reklam tanımına giren beyanlara yer verilerek tüketiciler ürünün satın alınması için teşvik edilmekle birlikte yayınlanan bu paylaşımın bir reklam olduğunu ve firma ile şahıs arasında var olan ticari ilişki ve işbirliği kapsamında yayınlandığını ortaya koyan hiçbir açıklamada bulunulmadığı, bu kapsamda, şahıs ile anılan firma arasında var olan ticari ilişki gizlenerek ve yayınlanan bu paylaşımın bir reklam olduğu açık bir şekilde tüketicilere duyurulmayarak Easyfishoil adlı ürünün örtülü reklamının yapıldığı ve böylelikle reklam mevzuatında yer alan örtülü reklama ilişkin hükümlerin ihlal edildiği,

Benzer şekilde, şahsa ait "thesquatgirl" isimli Instagram sayfasında 30.06.2020 tarihinde Easyfishoil adlı ürüne yönelik olarak yayınlanan videolu paylaşımda, *"Çocuklar için Omega 3'ün neden önemli olduğunu bu eğlenceli videoda anlatıyoruz: EasyFishoil'in her jel formu 600 mg balık yağı içerir. Günde 1 jel form ile günlük Omega 3 ihtiyacı karşılanır. Omega 3 yağ asitlerinden DHA normal beyin fonksiyonlarının korunmasına katkıda bulunur. EasyFishoil'in içerisinde bulunan D vitamini çocuklarda bağışıklık sisteminin korunmasına katkıda bulunur. Balık yağları açıldığı andan itibaren, havadaki oksijen ile temas etmesiyle oksidasyona maruz kaldığı için, her jel form tek tek paketleniyor. Böylece tadı ve kokusu bozulmuyor. EasyFishoil jel formları doğal limon ve portakal aromalı, şeker ilavesiz. Aldığınız her EasyFishoil balık yağı ile Koruncuk Vakfı'na bağış yapmış oluyorsunuz. Video: @heyitszoesuuu @easyvitailesi #omega3 #easyvitailesi #concordix #easyfishoil #balıkyağı #jelform #sağlıklı #sağlıklıyaşam #sağlık"* şeklinde ifadelere yer verildiği, paylaşımın bir parçası olan video tanıtımda ise, video başlangıcında oynadığı futbolu beğenmeyen ve kendini başarısız bulan bir çocuğun yer aldığı, mutsuz şekilde eve gelen çocuğun odasına gidip Messi ve Ronaldo gibi fenomen futbolcuların posterlerine baktığı, sonrasında ise bilgisayarını açıp *“Nasıl daha iyi konsantre olunur*” şeklinde bir Google araması yaptığı, sonuçlar kısmına tıkladığında Easyfıshoil web sayfasını açarak ürünleri araştırdığı, videonun devamında ise kapı zilinin çaldığı ve kuryenin Easyfishoil siparişini getirdiği, anılan ürünü kullanan çocuğun kısa süre içerisinde madalya ve kupa kazanarak mutlu şekilde evine döndüğü ve videonun sonlandığı,

Bu itibarla, söz konusu tanıtımda, 25.08.2020 tarihinde yayınlanan reklam paylaşımında olduğu gibi, ticari reklam tanımına giren beyanlara yer verilerek tüketiciler ürünün satın alınması için teşvik edilmekle birlikte yayınlanan bu paylaşımın bir reklam olduğunu ve firma ile şahıs arasında var olan ticari ilişki ve işbirliği kapsamında yayınlandığını ortaya koyan hiçbir açıklamada bulunulmadığı, bu kapsamda, şahıs ile anılan firma arasında var olan ticari ilişki gizlenerek ve yayınlanan bu paylaşımın bir reklam olduğu açık bir şekilde tüketicilere duyurulmayarak Easyfishoil adlı ürünün örtülü reklamının yapıldığı ve böylelikle reklam mevzuatında yer alan örtülü reklama ilişkin hükümlerin ihlal edildiği,

Diğer yandan, paylaşımın bir parçası olan video tanıtımda, Easyfishoil adlı ürünün çocuklarda daha iyi konsantrasyon sağladığı, fiziksel ve zihinsel kapasiteyi arttırdığı şeklinde bir mesaj verilerek sağlık beyanında bulunulduğu, yine paylaşımın açıklama bölümünde *"D vitamini çocuklarda bağışıklık sisteminin korunmasına katkıda bulunur"* şeklinde bir sağlık beyanına yer verilmekle birlikte mevzuatta bu yönde izin verilen bir sağlık beyanının bulunmadığı, ayrıca, 25.08.2020 tarihli paylaşımda yer alan, *"Bağışıklık sistemi güçlü tutmak için uyku, egzersiz ve beslenme konusunda çok dikkat ediyorum. Sizden geçen aylarda özellikle takviyelerle ilgili çok soru geldi. Ailemizde çok sevilen bir gizli kahramanımız var; EasyFishoil hem Omega-3 hem D vitamini içeren tek tek paketlenen jel formlar... #bağışıklıkgüçlendirici #bağışıklık "* ifadelerinin de birer sağlık beyanı olduğu, bu itibarla, mevzuatta izin verilen sınırların dışına çıkan bu beyan ve reklamlarla Easyfishoil adlı ürünün bağışıklık sistemini desteklediği, bağışıklığı güçlendirerek hastalıklara karşı koruma sağladığı, çocukların gelişimini, fiziksel ve zihinsel kapasitelerini arttırdığı şeklinde tamamen aldatıcı-yanıltıcı bir izlenim oluşturularak anılan ürünün sanki bir ilaç veya beşeri tıbbi ürün gibi tanıtıldığı, halihazırda yürürlükte olan Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği ekinde kullanımına izin verilen sağlık beyanları arasında yukarıda belirtilen ifadelerin bulunmadığı, kaldı ki kullanımına izin verilen sağlık beyanları ile ürünün kendisine atıf yapılamayacağı, dolayısıyla yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre takviye edici gıdalar için bu tür sağlık beyanlarının kullanılmasının kesinlikle yasak olduğu, bir ürüne ilişkin olarak herhangi bir sağlık beyanında bulunulabilmesi için ilgili idari otoriteden (Sağlık Bakanlığı Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Kurumu) izin alınması gerektiği, kullanılan bu beyanlar için ilgili otoriteden izin de alınmadığından söz konusu beyanların doğruluğunun bilimsel olarak ispat edilmiş sayılamayacağı, sonuç olarak doğruluğu bilimsel olarak ispat edilmemiş bu beyanlarla tüketicilerin aldatılıp yanıltıldığı,

Diğer taraftan, inceleme konusu tanıtımda şahsın Easyfishoil adlı ürünü piyasada araştırarak kendisinin bulduğu ve adı geçen ürünü gerçekten kullanarak etkinliğini ve faydasını bizzat deneyimlediği şeklinde bir algı oluşturulmakla birlikte bu durumun gerçeği yansıtmadığı, dolayısıyla söz konusu reklamların bu açıdan da aldatıcı - yanıltıcı ve Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin "Tanıklı reklamlar" a ilişkin hükümlerine aykırı olduğu,

Bu hususlara ek olarak, Google arama motorunda "Nasıl daha iyi konsantre olunur" cümlesi yazılarak yapılan sorgulamada, ne Easyfishoil balık yağı ile ilgili bir internet sitesinin ne de herhangi bir takviye edici gıdaya yönlendirme yapan başka bir internet sitesinin arama sayfasında listelendiği, bu itibarla, gerçeği yansıtmayan söz konusu Google aramasının tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu, ayrıca Easyfishoil adlı ürünün ve genel olarak takviye edici gıdaların daha iyi konsantrasyon sağladığı / konsantrasyonu arttırdığı şeklinde bir mesaj verilmesinin de kamu sağlığı açısından tehlike arz ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

- 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 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 6/1, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 9, 16/1, 22/1, 23/1, 26 ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre, reklam veren **Doris HOFER** hakkında, söz konusu reklamlar ile ilgili olarak, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**8)**

**Dosya No: 2021/950**

**Şikayet Edilen: Deniz ÇOLAKOĞLU**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şahsa ait "glowbyden" isimli Instagram sayfasında "Easyfishoil" adlı ürüne yönelik olarak 03.02.2021 tarihinde yayınlanan reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 03.02.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan inceleme sonucunda, şahsa ait "glowbyden" isimli Instagram sayfasının https://www.instagram.com/p/CK1sBKmLwkM/ URL adresinde 03.02.2021 tarihinde yayınlanan paylaşımda, *“Dün konu omega3 olunca hangi ürünü tercih ettiğim soruldu. Hem omega 3 seçerken nelere dikkat etmemiz gerektiğinden hem de neden bu ürünü tercih ettiğimden bahsetmek istedim. Üründe EPA 320 mg, DHA 240 mg. Oldukça yeterli bir oran. Buna ek D vitamini de içeriyor. Gıda takviyesi alırken bir diğer önemli konu hammadde kalitesi ve güvenilirlik. Kutunu üzerinde GOED kuruluşunun plus üyesi yazıyor. Dünyada Omega 3 standartlarını belirleyen uluslararası bir kuruluş. IFOStan yani balık yağı kalitesini denetleyen bir kuruluştan da 5 yıldız sertifikalı. Kullanılan hammaddenin kalitesinden, etkili olduğundan ve kutu üzerinde yazan değerlerin doğru olduğundan emin olmamız anlamına geliyor bu. BUNA DİKKAT EDİN LÜTFEN! Tek tek paketlemesi hem taşıma kolaylığı sağlıyor hem de oksidasyon riskini azaltıyor. Kullanılan concordix teknolojisi sayesinde vücudun yağdan en yüksek oranda faydalanmasını sağlıyor. Son bahsedeceğim şey ise benim için çok önemli.. Kokusu, tadı kötü olan herhangi bir şeyi tüketirken çok zorlanıyorum. Daha önce balık yağı kullandıysanız tadının nasıl bir bela olduğunu biliyorsunuzdur. Şeker içermemesine rağmen tadı güzel ve jel formunda olduğu için suya ihtiyaç olmadan rahatça tüketiliyor. Koku, tat. Deneyen varsa yoruma bekliyorum. #easyvitailesi #concordix #easyfishoil #balıkyağı #omega3 #jelform #yutmaçiğne @easyvitailesi"* şeklinde ifadelere ve etiketlere yer verildiği, ayrıca Instagram profilinde şahsın mesleğinin “Yeditepe Eczacılık” ifadesiyle belirtildiği,

Konuya ilişkin olarak ürün sahibi Easyvit Sağlık Ürünleri San. A.Ş. unvanlı firma tarafından yapılan açıklamalarda; adı geçen şahıs ve diğer bazı sosyal medya etkileyicileri ile firmaları arasında paylaşımlardaki hashtag ve etiketlerden de açıkça anlaşılacağı üzere işbirliği bulunduğu, bu işbirliğinin kapsamının, firmalarının Easyfishoil adlı ürüne ilişkin araştırma sonuçları dahil bilgi ve belgeleri paylaşması, ilgili sosyal medya etkileyicilerinin ise söz konusu bilgileri ve ürünü bizzat kullanarak edindikleri tecrübelerini takipçileriyle paylaşması şeklinde olduğu, söz konusu işbirliği kapsamında yapılan tüm paylaşımların örtülü reklama ilişkin hükümleri ihlal ettiği iddiasının hukuki dayanaktan yoksun olduğu, Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 22 nci maddesi kapsamında örtülü reklam yasağı ihlalinden bahsedilebilmesi için, bir bütün olarak değerlendirildiğinde yayın içeriğinden ve yayın şeklinden yayının reklam olduğunun anlaşılamaması gerektiği, ancak paylaşım içeriği ve şekli itibari ile reklam olduğu ortalama bir tüketici tarafından anlaşılabilecek paylaşımların, belli kalıp ifadeler yer almaması sebebi ile örtülü reklam yasağına aykırı olarak değerlendirilebilmesinin mümkün olmadığı, sosyal medya etkileyicileri tarafından Easyfishoil markalı ürünle ilgili yayınlanan paylaşımların tümünün konu ile alakasız haber, program, yayın gibi farklı bir içerik taşımayan, yalnızca ürünün kendisine yer verildiği, #easyvitailesi #easyfishoil hashtagleri ile açıkça marka ile belirtildiği, @easyvitailesi etiketi ile doğrudan ürünün resmi hesabının göz önüne konulduğu paylaşımlar olup tüketiciler tarafından bu paylaşımların reklam olarak algılanmamasının mümkün olmadığı, ayrıca bazı sosyal medya etkileyicilerinin firmaları ile ticari işbirliği içerisinde bulunduğu hususunun firmalarına ait “easyvitailesi” isimli Instagram hesabının https://www.instagram.com/p/B\_J9JyJjbMM/ URL adresinde 19.04.2020 tarihinde yayınlanan paylaşım ile duyurulduğu, bu paylaşımda, *“Değerli Takipçilerimiz, işbirliği içerisinde bulunduğumuz @benguofficial @thesquatgirl @glowbyden @ciseren\_vesaire @ozlemlinaoz @gurmediyet @cevahirturan @imrengursoy @peppycooky @saglikcibiranne @zamaneannesi @pinardonmez\_ onlarla paylaştığımız verileri de inceleyip ürünlerimizi deneyimleyerek kişisel yorumlarını takipçileri ile paylaşacaktır.Yorumlarını heyecanla bekliyoruz!Takipte kalın”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, şahsa ait "glowbyden" isimli Instagram sayfasının https://www.instagram.com/p/CK1sBKmLwkM/ URL adresinde 03.02.2021 tarihinde Easyfishoil adlı ürüne yönelik olarak yayınlanan tanıtımda, *“Dün konu omega3 olunca hangi ürünü tercih ettiğim soruldu. Hem omega 3 seçerken nelere dikkat etmemiz gerektiğinden hem de neden bu ürünü tercih ettiğimden bahsetmek istedim. Üründe EPA 320 mg, DHA 240 mg. Oldukça yeterli bir oran. Buna ek D vitamini de içeriyor. Gıda takviyesi alırken bir diğer önemli konu hammadde kalitesi ve güvenilirlik. Kutunu üzerinde GOED kuruluşunun plus üyesi yazıyor. Dünyada Omega 3 standartlarını belirleyen uluslararası bir kuruluş. IFOStan yani balık yağı kalitesini denetleyen bir kuruluştan da 5 yıldız sertifikalı. Kullanılan hammaddenin kalitesinden, etkili olduğundan ve kutu üzerinde yazan değerlerin doğru olduğundan emin olmamız anlamına geliyor bu. BUNA DİKKAT EDİN LÜTFEN! Tek tek paketlemesi hem taşıma kolaylığı sağlıyor hem de oksidasyon riskini azaltıyor. Kullanılan concordix teknolojisi sayesinde vücudun yağdan en yüksek oranda faydalanmasını sağlıyor. Son bahsedeceğim şey ise benim için çok önemli.. Kokusu, tadı kötü olan herhangi bir şeyi tüketirken çok zorlanıyorum. Daha önce balık yağı kullandıysanız tadının nasıl bir bela olduğunu biliyorsunuzdur. Şeker içermemesine rağmen tadı güzel ve jel formunda olduğu için suya ihtiyaç olmadan rahatça tüketiliyor. Koku, tat. Deneyen varsa yoruma bekliyorum. #easyvitailesi #concordix #easyfishoil #balıkyağı #omega3 #jelform #yutmaçiğne @easyvitailesi"* şeklinde ifadelere yer verildiği, ayrıca ürünün sahibi Easyvit Sağlık Ürünleri San A.Ş. unvanlı firmaya ait olan ve Easyfishoil adlı ürünün tanıtımlarının yer aldığı "easyvitailesi" isimli Instagram hesabı etiketlenerek tüketicilerin firmanın kurumsal sosyal medya hesabına yönlendirildiği, diğer yandan, paylaşıma ilişkin etiketler içinde, "#concordix, #easyvitailesi, #jelform, #yutmaçiğne, #easyfishoil" gibi doğrudan doğruya Easyvit Sağlık Ürünleri San. A.Ş. tarafından "easyvitailesi" isimli Instagram sayfasında ve diğer mecralarda Easyfishoil adlı ürüne ilişkin olarak yayınlanan reklamlarda kullanıldığı görülen etiketlere yer verildiği, bu itibarla, anılan paylaşımın içeriğinde tüketici tercihlerini bilinçli olarak yönlendirmeye yönelik ifadelere, etiketlere ve ticari reklam tanımına giren beyanlara yer verilerek tüketiciler ürünün satın alınması için teşvik edilmekle birlikte yayınlanan bu paylaşımın bir reklam olduğunu ve firma ile şahıs arasında var olan ticari ilişki ve işbirliği kapsamında yayınlandığını ortaya koyan hiçbir açıklamada bulunulmadığı, bu kapsamda, şahıs ile anılan firma arasında var olan ticari ilişki gizlenerek ve yayınlanan bu paylaşımın bir reklam olduğu açık bir şekilde tüketicilere duyurulmayarak Easyfishoil adlı ürünün örtülü reklamının yapıldığı ve böylelikle reklam mevzuatında yer alan örtülü reklama ilişkin hükümlerin ihlal edildiği,

Diğer taraftan, inceleme konusu tanıtımda şahsın Easyfishoil adlı ürünü piyasada araştırarak kendisinin bulduğu ve adı geçen ürünü gerçekten kullanarak etkinliğini ve faydasını bizzat deneyimlediği şeklinde bir algı oluşturulmakla birlikte bu durumun gerçeği yansıtmadığı, dolayısıyla söz konusu reklamların bu açıdan da aldatıcı - yanıltıcı ve Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin "Tanıklı reklamlar" a ilişkin hükümlerine aykırı olduğu,

Bu hususlara ek olarak, Instagram profilinde şahsın mesleğinin “Yeditepe Eczacılık” ifadesiyle belirtildiği, bu itibarla, eczacıların ve sağlık meslek mensuplarının tüketicilerde sahip olduğu güven algısı kullanılarak takviye edici gıda niteliğindeki bir ürüne ilişkin olarak ürünün yetişkinlerde kullanımına yönelik tavsiye belirten tanıtımlara yer verilmesinin Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 5/1-i maddesi ile Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 16/3 maddesi hükümlerine açıkça 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/i maddesi,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 6/1, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 8/3, 10, 16/1, 16/3, 22/1, 23/1, 26 ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre, reklam veren **Deniz ÇOLAKOĞLU** hakkında, söz konusu reklamlar ile ilgili olarak, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**9)**

**Dosya No: 2021/951**

**Şikayet Edilen: Çiseren KORKUT KOÇ**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şahsa ait "ciseren\_vesaire" isimli Instagram sayfasında "Easyfishoil" adlı ürüne yönelik olarak 11.03.2021 tarihinde yayınlanan reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 11.03.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan inceleme sonucunda, şahsa ait "ciseren\_vesaire" isimli Instagram sayfasının https://www.instagram.com/p/CMRPHtUAq2D/ URL adresinde 11.03.2021 tarihinde yayınlanan paylaşımda, *“GÜNAYDIN! Bir süredir doktorumuzun da onayıyla balık yağı kullanıyoruz. Başlangıçta başka bir marka balık yağı kullandık ancak dökülmesi, saçılması, bulaşması, kokusu gibi kullanım zorlukları beni yordu. Bu yüzden hemen çiğnenebilir jel formdaki EasyFishoil'i denedik. Özel ambalajı sayesinde jel formlar tek tek muhafaza ediliyor. Kırılacak, dökülecek, bulaşacak endişesi olmadan çantada taşınabiliyor, taze kalıyor. Özellikle yutma zorluğu yaşayan çocuk veya yetişkinler için işin şeklini değiştirmişler, yutmuyor, çiğniyoruz ve bu hem eğlenceli hem de çok kolay oluyor. Çiğnemesi çok kolay, yumuşacık. Balık tadı, kokusu kesinlikle gelmiyor. En güzel yanı kullanımı bu kadar konforlu bir takviyenin ilave şekersiz, koruyucusuz, ağır metal içermiyor oluşu (IFOS 5 yıldız sertifikalı) Türk annelerinin en çok tercih ettiği EasyFishoil artık bizimle de her yerde. Bu arada EasyFishoil’in balık yağı dünyasında ihtiyaca yönelik farklı omega3’ler mevcut, profilimdeki linkten inceleyebilirsiniz #concordix #easyfishoil #balıkyağı #omega3 @easyvitailesi #işbirliği #ad”* şeklinde ifadelere yer verildiği, ayrıca paylaşımın bir parçası olan video filmde, *"Şeker ilavesiz, çiğnenebilir, ağır metal içermez"* ifadeleri ile anılan ürünü kullanan bir çocuğun görüntülerinin yer aldığı,

Konuya ilişkin olarak ürün sahibi Easyvit Sağlık Ürünleri San. A.Ş. unvanlı firma tarafından yapılan açıklamalarda; adı geçen şahıs ve diğer bazı sosyal medya etkileyicileri ile firmaları arasında paylaşımlardaki hashtag ve etiketlerden de açıkça anlaşılacağı üzere işbirliği bulunduğu, bu işbirliğinin kapsamının, firmalarının Easyfishoil adlı ürüne ilişkin araştırma sonuçları dahil bilgi ve belgeleri paylaşması, ilgili sosyal medya etkileyicilerinin ise söz konusu bilgileri ve ürünü bizzat kullanarak edindikleri tecrübelerini takipçileriyle paylaşması şeklinde olduğu, söz konusu işbirliği kapsamında yapılan tüm paylaşımların örtülü reklama ilişkin hükümleri ihlal ettiği iddiasının hukuki dayanaktan yoksun olduğu, Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 22 nci maddesi kapsamında örtülü reklam yasağı ihlalinden bahsedilebilmesi için, bir bütün olarak değerlendirildiğinde yayın içeriğinden ve yayın şeklinden yayının reklam olduğunun anlaşılamaması gerektiği, ancak paylaşım içeriği ve şekli itibari ile reklam olduğu ortalama bir tüketici tarafından anlaşılabilecek paylaşımların, belli kalıp ifadeler yer almaması sebebi ile örtülü reklam yasağına aykırı olarak değerlendirilebilmesinin mümkün olmadığı, sosyal medya etkileyicileri tarafından Easyfishoil markalı ürünle ilgili yayınlanan paylaşımların tümünün konu ile alakasız haber, program, yayın gibi farklı bir içerik taşımayan, yalnızca ürünün kendisine yer verildiği, #easyvitailesi #easyfishoil hashtagleri ile açıkça marka ile belirtildiği, @easyvitailesi etiketi ile doğrudan ürünün resmi hesabının göz önüne konulduğu paylaşımlar olup tüketiciler tarafından bu paylaşımların reklam olarak algılanmamasının mümkün olmadığı, ayrıca bazı sosyal medya etkileyicilerinin firmaları ile ticari işbirliği içerisinde bulunduğu hususunun firmalarına ait “easyvitailesi” isimli Instagram hesabının https://www.instagram.com/p/B\_J9JyJjbMM/ URL adresinde 19.04.2020 tarihinde yayınlanan paylaşım ile duyurulduğu, bu paylaşımda, *“Değerli Takipçilerimiz, işbirliği içerisinde bulunduğumuz @benguofficial @thesquatgirl @glowbyden @ciseren\_vesaire @ozlemlinaoz @gurmediyet @cevahirturan @imrengursoy @peppycooky @saglikcibiranne @zamaneannesi @pinardonmez\_ onlarla paylaştığımız verileri de inceleyip ürünlerimizi deneyimleyerek kişisel yorumlarını takipçileri ile paylaşacaktır.Yorumlarını heyecanla bekliyoruz!Takipte kalın”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu tanıtımda yer verilen, *"Başlangıçta başka bir marka balık yağı kullandık ancak dökülmesi, saçılması, bulaşması, kokusu gibi kullanım zorlukları beni yordu. Bu yüzden hemen çiğnenebilir jel formdaki EasyFishoil'i denedik. Özel ambalajı sayesinde jel formlar tek tek muhafaza ediliyor. Kırılacak, dökülecek, bulaşacak endişesi olmadan çantada taşınabiliyor, taze kalıyor. Özellikle yutma zorluğu yaşayan çocuk veya yetişkinler için işin şeklini değiştirmişler, yutmuyor, çiğniyoruz ve bu hem eğlenceli hem de çok kolay oluyor. Çiğnemesi çok kolay, yumuşacık. Balık tadı, kokusu kesinlikle gelmiyor..."* şeklindeki ifadelerin, kapsül ve şurup gibi diğer formlarda satışı yapılan balık yağı ürünlerine yönelik açık bir kötüleme içerdiği, söz konusu ifadelerle Easyfishoil dışındaki diğer balık yağlarının kullanımının zor olduğu, yutma zorluğu yaşattıkları ve kötü koktukları algısı oluşturulduğu, öte yandan, piyasada satışı yapılan kapsül ve sıvı formdaki balık yağları ile çiğnenebilir jel formdaki Easyfishoil arasında yapılan bir karşılaştırmayı da içeren bu tanıtımların, Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 8/3 maddesinde yer alan, *“Takviye edici gıdaların karşılaştırmalı reklamı ise hiçbir şekilde yapılamaz.”* hükmüne de açıkça aykırılık teşkil ettiği,

Diğer taraftan, yayınlanan reklam paylaşımına ilişkin olarak tanıtımı yapılan ürünün sahibi Easyvit Sağlık Ürünleri San. A.Ş. ile şahıs arasında ticari bir ilişki bulunduğu, bu ilişkinin paylaşımın etiketleri arasında yer verilen "#ad, #işbirliği" etiketleriyle açık bir şekilde tüketicilere duyurulduğu, bu kapsamda, firmayla şahıs arasında var olan ticari işbirliği kapsamında yayınlanan inceleme konusu tanıtımda, şahsın Easyfishoil adlı ürünü piyasada araştırarak kendisinin bulduğu ve adı geçen ürünü gerçekten kullanarak etkinliğini ve faydasını bizzat deneyimlediği şeklinde bir algı oluşturulmakla birlikte bu durumun gerçeği yansıtmadığı, dolayısıyla söz konusu reklamların bu açıdan aldatıcı - yanıltıcı ve Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin "Tanıklı reklamlar" a ilişkin hükümlerine aykırı olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 8/3, 9, 10, 16/1, 26 ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre, reklam veren **Çiseren KORKUT KOÇ** hakkında, söz konusu reklamlar ile ilgili olarak, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**10)**

**Dosya No: 2021/1057**

**Şikayet Edilen: Özlem ALTINOK ÖZ**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şahsa ait "ozlemlinaoz" isimli Instagram sayfasında "Easyfishoil" adlı ürüne yönelik olarak 26.02.2021 tarihinde yayınlanan reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 26.02.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan inceleme sonucunda, şahsa ait “ozlemlinaoz” isimli Instagram hesabının https://www.instagram.com/p/CLw7kcjsTwI/ URL adresinde 26.02.2021 tarihinde yayınlanan paylaşımda, *“İki çocuklu hayata hazırlanırken haliyle kendime daha çok özen gösteriyorum. Doktorumun tavsiyesi ile omega3 kullanmaya başladım. Büyük kapsüller mide sorununa yol açınca araştırmalarım sonucu artık Easyfishoil ile yola devam ediyorum. Midede homojen olarak çözüldüğü için şikayetlerim yok oldu. Tek tek paketlendiği için tazeliğini koruyor ve oksidasyona uğramıyor. Lina'ya verirken hiç zorlanmıyorum çünkü tadı da çok güzel, ağza balık tadı ve kokusu gelmiyor. EasyFishoil'in Balık Yağı Dünyasına özel ihtiyaca yönelik geliştirdiği diğer omega3'leri incelemek için @easyvitailesi hesabına göz atın derim. #easyvitailesi #concordix #easyfishoil #balıkyağıdünyası #çiğnenebilir #jelform #omega3 #yutmakolaylığı”* şeklinde ifadelere ve etiketlere yer verildiği, ayrıca Instagram profilinde şahsın mesleğinin “Uzman Çocuk Hemşiresi - NURSE” gibi ifadelerle belirtildiği,

Konuya ilişkin olarak ürün sahibi Easyvit Sağlık Ürünleri San. A.Ş. unvanlı firma tarafından yapılan açıklamalarda; adı geçen şahıs ve diğer bazı sosyal medya etkileyicileri ile firmaları arasında paylaşımlardaki hashtag ve etiketlerden de açıkça anlaşılacağı üzere işbirliği bulunduğu, bu işbirliğinin kapsamının, firmalarının Easyfishoil adlı ürüne ilişkin araştırma sonuçları dahil bilgi ve belgeleri paylaşması, ilgili sosyal medya etkileyicilerinin ise söz konusu bilgileri ve ürünü bizzat kullanarak edindikleri tecrübelerini takipçileriyle paylaşması şeklinde olduğu, söz konusu işbirliği kapsamında yapılan tüm paylaşımların örtülü reklama ilişkin hükümleri ihlal ettiği iddiasının hukuki dayanaktan yoksun olduğu, Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 22 nci maddesi kapsamında örtülü reklam yasağı ihlalinden bahsedilebilmesi için, bir bütün olarak değerlendirildiğinde yayın içeriğinden ve yayın şeklinden yayının reklam olduğunun anlaşılamaması gerektiği, ancak paylaşım içeriği ve şekli itibari ile reklam olduğu ortalama bir tüketici tarafından anlaşılabilecek paylaşımların, belli kalıp ifadeler yer almaması sebebi ile örtülü reklam yasağına aykırı olarak değerlendirilebilmesinin mümkün olmadığı, sosyal medya etkileyicileri tarafından Easyfishoil markalı ürünle ilgili yayınlanan paylaşımların tümünün konu ile alakasız haber, program, yayın gibi farklı bir içerik taşımayan, yalnızca ürünün kendisine yer verildiği, #easyvitailesi #easyfishoil hashtagleri ile açıkça marka ile belirtildiği, @easyvitailesi etiketi ile doğrudan ürünün resmi hesabının göz önüne konulduğu paylaşımlar olup tüketiciler tarafından bu paylaşımların reklam olarak algılanmamasının mümkün olmadığı, ayrıca bazı sosyal medya etkileyicilerinin firmaları ile ticari işbirliği içerisinde bulunduğu hususunun firmalarına ait “easyvitailesi” isimli Instagram hesabının https://www.instagram.com/p/B\_J9JyJjbMM/ URL adresinde 19.04.2020 tarihinde yayınlanan paylaşım ile duyurulduğu, bu paylaşımda, *“Değerli Takipçilerimiz, işbirliği içerisinde bulunduğumuz @benguofficial @thesquatgirl @glowbyden @ciseren\_vesaire @ozlemlinaoz @gurmediyet @cevahirturan @imrengursoy @peppycooky @saglikcibiranne @zamaneannesi @pinardonmez\_ onlarla paylaştığımız verileri de inceleyip ürünlerimizi deneyimleyerek kişisel yorumlarını takipçileri ile paylaşacaktır.Yorumlarını heyecanla bekliyoruz!Takipte kalın”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, şahsa ait “ozlemlinaoz” isimli Instagram hesabının https://www.instagram.com/p/CLw7kcjsTwI/ URL adresinde 26.02.2021 tarihinde Easyfishoil adlı ürüne yönelik olarak yayınlanan tanıtımda, *“İki çocuklu hayata hazırlanırken haliyle kendime daha çok özen gösteriyorum. Doktorumun tavsiyesi ile omega3 kullanmaya başladım. Büyük kapsüller mide sorununa yol açınca araştırmalarım sonucu artık Easyfishoil ile yola devam ediyorum. Midede homojen olarak çözüldüğü için şikayetlerim yok oldu. Tek tek paketlendiği için tazeliğini koruyor ve oksidasyona uğramıyor. Lina'ya verirken hiç zorlanmıyorum çünkü tadı da çok güzel, ağza balık tadı ve kokusu gelmiyor. EasyFishoil'in Balık Yağı Dünyasına özel ihtiyaca yönelik geliştirdiği diğer omega3'leri incelemek için @easyvitailesi hesabına göz atın derim. #easyvitailesi #concordix #easyfishoil #balıkyağıdünyası #çiğnenebilir #jelform #omega3 #yutmakolaylığı”* şeklinde ifadelere yer verildiği, ayrıca ürünün sahibi Easyvit Sağlık Ürünleri San A.Ş. unvanlı firmaya ait olan ve Easyfishoil adlı ürünün tanıtımlarının yer aldığı "easyvitailesi" isimli Instagram hesabı etiketlenerek tüketicilerin firmanın kurumsal sosyal medya hesabına yönlendirildiği, diğer yandan, paylaşıma ilişkin etiketler içinde, "#concordix, #easyvitailesi, #balıkyağıdünyası, #jelform, #yutmakolaylığı, #easyfishoil" gibi doğrudan doğruya Easyvit Sağlık Ürünleri San. A.Ş. tarafından "easyvitailesi" isimli Instagram sayfasında ve diğer mecralarda Easyfishoil adlı ürüne ilişkin olarak yayınlanan reklamlarda kullanıldığı görülen etiketlere yer verildiği, bu itibarla, anılan paylaşımın içeriğinde tüketici tercihlerini bilinçli olarak yönlendirmeye yönelik ifadelere, etiketlere ve ticari reklam tanımına giren beyanlara yer verilerek tüketiciler ürünün satın alınması için teşvik edilmekle birlikte yayınlanan bu paylaşımın bir reklam olduğunu ve firma ile şahıs arasında var olan ticari ilişki ve işbirliği kapsamında yayınlandığını ortaya koyan hiçbir açıklamada bulunulmadığı, bu kapsamda, şahıs ile anılan firma arasında var olan ticari ilişki gizlenerek ve yayınlanan bu paylaşımın bir reklam olduğu açık bir şekilde tüketicilere duyurulmayarak Easyfishoil adlı ürünün örtülü reklamının yapıldığı ve böylelikle reklam mevzuatında yer alan örtülü reklama ilişkin hükümlerin ihlal edildiği,

Öte yandan, inceleme konusu tanıtımda Easyfishoil adlı ürüne ilişkin olarak yer verilen, *“Doktorumun tavsiyesi ile omega3 kullanmaya başladım. Büyük kapsüller mide sorununa yol açınca araştırmalarım sonucu artık Easyfishoil ile yola devam ediyorum. Midede homojen olarak çözüldüğü için şikayetlerim yok oldu."* ifadelerinin birer sağlık beyanı olduğu, mevzuatta izin verilen sınırların dışına çıkan bu beyanlarla Easyfishoil adlı ürünün diğer formlardaki balık yağlarının yol açtığı sindirim sorunlarını giderdiği şeklinde yanıltıcı bir izlenim oluşturularak anılan ürünün sanki bir ilaç veya beşeri tıbbi ürün gibi tanıtıldığı, halihazırda yürürlükte olan Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği ekinde kullanımına izin verilen sağlık beyanları arasında yukarıda belirtilen ifadelerin bulunmadığı, kaldı ki kullanımına izin verilen sağlık beyanları ile ürünün kendisine atıf yapılamayacağı, dolayısıyla yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre takviye edici gıdalar için bu tür sağlık beyanlarının kullanılmasının kesinlikle yasak olduğu, bir ürüne ilişkin olarak herhangi bir sağlık beyanında bulunulabilmesi için ilgili idari otoriteden (Sağlık Bakanlığı Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Kurumu) izin alınması gerektiği, kullanılan bu beyanlar için ilgili otoriteden izin de alınmadığından söz konusu beyanların doğruluğunun bilimsel olarak ispat edilmiş sayılamayacağı, sonuç olarak doğruluğu bilimsel olarak ispat edilmemiş bu beyanlarla tüketicilerin aldatılıp yanıltıldığı,

Diğer taraftan, inceleme konusu tanıtımda şahsın Easyfishoil adlı ürünü piyasada araştırarak kendisinin bulduğu ve adı geçen ürünü gerçekten kullanarak etkinliğini ve faydasını bizzat deneyimlediği şeklinde bir algı oluşturulmakla birlikte bu durumun gerçeği yansıtmadığı, dolayısıyla söz konusu reklamların bu açıdan da aldatıcı - yanıltıcı ve Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin "Tanıklı reklamlar" a ilişkin hükümlerine aykırı olduğu,

Bu hususlara ek olarak, Instagram profilinde şahsın mesleğinin “Uzman Çocuk Hemşiresi- Nurse” ifadeleriyle belirtildiği, bu itibarla, hemşirelerin ve sağlık meslek mensuplarının tüketicilerde sahip olduğu güven algısı kullanılarak takviye edici gıda niteliğindeki bir ürüne ilişkin olarak ürünün çocuklarda ve yetişkinlerde kullanımına yönelik sağlık beyanı içeren ve tavsiye belirten tanıtımlara yer verilmesinin Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği’nin 15/1-c maddesi, Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 5/1-i maddesi ve Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 16/3 maddesi hükümlerine açıkça aykırı olduğu,

Ayrıca anılan tanıtımlarda yer verilen *"Doktorumun tavsiyesi ile omega3 kullanmaya başladım. Büyük kapsüller mide sorununa yol açınca araştırmalarım sonucu artık Easyfishoil ile yola devam ediyorum. Midede homojen olarak çözüldüğü için şikayetlerim yok oldu. Tek tek paketlendiği için tazeliğini koruyor ve oksidasyona uğramıyor. Lina'ya verirken hiç zorlanmıyorum çünkü tadı da çok güzel, ağza balık tadı ve kokusu gelmiyor..."* şeklindeki ifadelerin, kapsül ve şurup gibi diğer formlarda satışı yapılan balık yağı ürünlerine yönelik açık bir kötüleme içerdiği, söz konusu ifadelerle Easyfishoil dışındaki diğer balık yağlarının mide sorunlarına yol açtığı, kullanımlarının zor olduğu ve kötü koktukları algısı oluşturulduğu, öte yandan, piyasada satışı yapılan kapsül ve sıvı formdaki balık yağları ile çiğnenebilir jel formdaki Easyfishoil arasında yapılan bir karşılaştırmayı da içeren bu tanıtımların, Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 8/3 maddesinin, *“Takviye edici gıdaların karşılaştırmalı reklamı ise hiçbir şekilde yapılamaz.”* hükmüne de açıkça aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

- 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 Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği’nin 5/1, 5/2, 8/2, 9/1, 9/2 ve 13/1, 13/2 ve 15/1-c maddeleri,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 6/1, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 8/3, 9, 10, 16/1, 16/3, 22/1, 23/1, 26 ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre, reklam veren **Özlem ALTINOK ÖZ** hakkında, söz konusu reklamlar ile ilgili olarak, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**11)**

**Dosya No: 2021/1061**

**Şikayet Edilen: Özlem ÇAKIRLAR**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şahsa ait "gurmediyet" isimli Instagram sayfasında "Easyfishoil" adlı ürüne yönelik olarak 02.06.2020 tarihinde yayınlanan reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 02.06.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan inceleme sonucunda, şahsa ait “gurmediyet” isimli Instagram hesabının https://www.instagram.com/p/CA8O3f2n5vO/ URL adresinde 02.06.2020 tarihinde yayınlanan paylaşımda, *“Düzenli balık tüketmeye dikkat eden biriyim. Karantinadan sonra düzenim bozuldu. Neredeyse 2 ay hiç balık yemedim bu karantinada. Sizlere omega3 takviyesine başladığımı söylemiştim. Tercihim EasyFishoil oldu. Uzmanlar balık tüketilse de omega3 alınmasını tavsiye ediyorlar. Her balığın omega3 değeri de farklı oluyor. Hepsi omega3 açısından zengin olmayabiliyor. O yüzden ben hem balık tüketimime dikkat edip hem de takviye almaya devam edeceğim. EasyFishoili tercih etme nedenlerim şeker ilavesiz, glikoz ve koruyucu içermiyor olması. Kocaman kapsülleri de yutamadığım için EasyFishoil’i tercih ettim. Ayrıca çiğnenebilir jel formda olması, tek tek paketlenmesi de rutin oluşturmam için kolaylık sağlıyor :) Tek tek paketlendiğinden yanıma koparıp alabilirim, yanımda su olmasa da kolayca çiğneyebilirim. Bu şekilde paketlenmesi ilk başta sadece pratiklik gibi gelse de, aslında oksidasyona uğramamasını, tazeliğini korumasını sağlıyor. Özellikle yazın havalar ısındığında oksidasyon riski arttığından, yazın da güvenle kullanılabilir. Önerilen dozlara uygun olarak, her gün 1 tane alıyorum. Tadı da çok güzel, doğal portakal ve limon aromalı. Ah keşke biz çocukken de annelerimiz balık yağı içirmeye çalışırken bunlar olsaydı. Şimdiki çocuklar da yetişkinler de daha şanslı Sevgiler #easyvitailesi #concordix #easyfishoil #balıkyağı #omega3 #jelform #yutmakolaylığı @easyvitailesi”* şeklinde ifadelere ve etiketlere yer verildiği,

Konuya ilişkin olarak ürün sahibi Easyvit Sağlık Ürünleri San. A.Ş. unvanlı firma tarafından yapılan açıklamalarda; adı geçen şahıs ve diğer bazı sosyal medya etkileyicileri ile firmaları arasında paylaşımlardaki hashtag ve etiketlerden de açıkça anlaşılacağı üzere işbirliği bulunduğu, bu işbirliğinin kapsamının, firmalarının Easyfishoil adlı ürüne ilişkin araştırma sonuçları dahil bilgi ve belgeleri paylaşması, ilgili sosyal medya etkileyicilerinin ise söz konusu bilgileri ve ürünü bizzat kullanarak edindikleri tecrübelerini takipçileriyle paylaşması şeklinde olduğu, söz konusu işbirliği kapsamında yapılan tüm paylaşımların örtülü reklama ilişkin hükümleri ihlal ettiği iddiasının hukuki dayanaktan yoksun olduğu, Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 22 nci maddesi kapsamında örtülü reklam yasağı ihlalinden bahsedilebilmesi için, bir bütün olarak değerlendirildiğinde yayın içeriğinden ve yayın şeklinden yayının reklam olduğunun anlaşılamaması gerektiği, ancak paylaşım içeriği ve şekli itibari ile reklam olduğu ortalama bir tüketici tarafından anlaşılabilecek paylaşımların, belli kalıp ifadeler yer almaması sebebi ile “örtülü reklam” yasağına aykırı olarak değerlendirilebilmesinin mümkün olmadığı, sosyal medya etkileyicileri tarafından Easyfishoil markalı ürünle ilgili yayınlanan paylaşımların tümünün konu ile alakasız haber, program, yayın gibi farklı bir içerik taşımayan, yalnızca ürünün kendisine yer verildiği, #easyvitailesi #easyfishoil hashtagleri ile açıkça marka ile belirtildiği, @easyvitailesi etiketi ile doğrudan ürünün resmi hesabının göz önüne konulduğu paylaşımlar olup tüketiciler tarafından bu paylaşımların reklam olarak algılanmamasının mümkün olmadığı, ayrıca bazı sosyal medya etkileyicilerinin firmaları ile ticari işbirliği içerisinde bulunduğu hususunun firmalarına ait “easyvitailesi” isimli Instagram hesabının https://www.instagram.com/p/B\_J9JyJjbMM/ URL adresinde 19.04.2020 tarihinde yayınlanan paylaşım ile duyurulduğu, bu paylaşımda, *“Değerli Takipçilerimiz, işbirliği içerisinde bulunduğumuz @benguofficial @thesquatgirl @glowbyden @ciseren\_vesaire @ozlemlinaoz @gurmediyet @cevahirturan @imrengursoy @peppycooky @saglikcibiranne @zamaneannesi @pinardonmez\_ onlarla paylaştığımız verileri de inceleyip ürünlerimizi deneyimleyerek kişisel yorumlarını takipçileri ile paylaşacaktır.Yorumlarını heyecanla bekliyoruz!Takipte kalın”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, şahsa ait “gurmediyet” isimli Instagram hesabının https://www.instagram.com/p/CA8O3f2n5vO/ URL adresinde 02.06.2020 tarihinde Easyfishoil adlı ürüne yönelik olarak yayınlanan tanıtımda, *“Düzenli balık tüketmeye dikkat eden biriyim. Karantinadan sonra düzenim bozuldu. Neredeyse 2 ay hiç balık yemedim bu karantinada. Sizlere omega3 takviyesine başladığımı söylemiştim. Tercihim EasyFishoil oldu. Uzmanlar balık tüketilse de omega3 alınmasını tavsiye ediyorlar. Her balığın omega3 değeri de farklı oluyor. Hepsi omega3 açısından zengin olmayabiliyor. O yüzden ben hem balık tüketimime dikkat edip hem de takviye almaya devam edeceğim. EasyFishoili tercih etme nedenlerim şeker ilavesiz, glikoz ve koruyucu içermiyor olması. Kocaman kapsülleri de yutamadığım için EasyFishoil’i tercih ettim. Ayrıca çiğnenebilir jel formda olması, tek tek paketlenmesi de rutin oluşturmam için kolaylık sağlıyor :) Tek tek paketlendiğinden yanıma koparıp alabilirim, yanımda su olmasa da kolayca çiğneyebilirim. Bu şekilde paketlenmesi ilk başta sadece pratiklik gibi gelse de, aslında oksidasyona uğramamasını, tazeliğini korumasını sağlıyor. Özellikle yazın havalar ısındığında oksidasyon riski arttığından, yazın da güvenle kullanılabilir. Önerilen dozlara uygun olarak, her gün 1 tane alıyorum. Tadı da çok güzel, doğal portakal ve limon aromalı. Ah keşke biz çocukken de annelerimiz balık yağı içirmeye çalışırken bunlar olsaydı. Şimdiki çocuklar da yetişkinler de daha şanslı Sevgiler #easyvitailesi #concordix #easyfishoil #balıkyağı #omega3 #jelform #yutmakolaylığı @easyvitailesi”* şeklinde ifadelere yer verildiği, ayrıca ürünün sahibi Easyvit Sağlık Ürünleri San A.Ş. unvanlı firmaya ait olan ve Easyfishoil adlı ürünün tanıtımlarının yer aldığı "easyvitailesi" isimli Instagram hesabı etiketlenerek tüketicilerin firmanın kurumsal sosyal medya hesabına yönlendirildiği, diğer yandan, paylaşıma ilişkin etiketler içinde, "#concordix, #easyvitailesi, #jelform, #yutmakolaylığı, #easyfishoil" gibi doğrudan doğruya Easyvit Sağlık Ürünleri San. A.Ş. tarafından "easyvitailesi" isimli Instagram sayfasında ve diğer mecralarda Easyfishoil adlı ürüne ilişkin olarak yayınlanan reklamlarda kullanıldığı görülen etiketlere yer verildiği, bu itibarla, anılan paylaşımın içeriğinde tüketici tercihlerini bilinçli olarak yönlendirmeye yönelik ifadelere, etiketlere ve ticari reklam tanımına giren beyanlara yer verilerek tüketiciler ürünün satın alınması için teşvik edilmekle birlikte yayınlanan bu paylaşımın bir reklam olduğunu ve firma ile şahıs arasında var olan ticari ilişki ve işbirliği kapsamında yayınlandığını ortaya koyan hiçbir açıklamada bulunulmadığı, bu kapsamda, şahıs ile anılan firma arasında var olan ticari ilişki gizlenerek ve yayınlanan bu paylaşımın bir reklam olduğu açık bir şekilde tüketicilere duyurulmayarak Easyfishoil adlı ürünün örtülü reklamının yapıldığı ve böylelikle reklam mevzuatında yer alan örtülü reklama ilişkin hükümlerin ihlal edildiği,

Diğer taraftan, inceleme konusu tanıtımda şahsın Easyfishoil adlı ürünü piyasada araştırarak kendisinin bulduğu ve adı geçen ürünü gerçekten kullanarak etkinliğini ve faydasını bizzat deneyimlediği şeklinde bir algı oluşturulmakla birlikte bu durumun gerçeği yansıtmadığı, dolayısıyla söz konusu reklamların bu açıdan da aldatıcı - yanıltıcı ve Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin "Tanıklı reklamlar" a ilişkin hükümlerine aykırı olduğu,

Bu hususlara ek olarak, anılan tanıtımda yer verilen *"EasyFishoili tercih etme nedenlerim şeker ilavesiz, glikoz ve koruyucu içermiyor olması. Kocaman kapsülleri de yutamadığım için EasyFishoil’i tercih ettim... Bu şekilde paketlenmesi ilk başta sadece pratiklik gibi gelse de, aslında oksidasyona uğramamasını, tazeliğini korumasını sağlıyor. Özellikle yazın havalar ısındığında oksidasyon riski arttığından, yazın da güvenle kullanılabilir."* şeklindeki ifadelerin, kapsül ve şurup gibi diğer formlarda satışı yapılan balık yağı ürünlerine yönelik açık bir kötüleme içerdiği, söz konusu ifadelerle Easyfishoil dışındaki diğer balık yağlarının kullanımının zor olduğu, yutma zorluğu yaşattıkları ve oksidasyona uğrayarak bozuldukları algısı oluşturulduğu, öte yandan, piyasada satışı yapılan kapsül ve sıvı formdaki balık yağları ile çiğnenebilir jel formdaki Easyfishoil arasında yapılan bir karşılaştırmayı da içeren bu tanıtımların, Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 8/3 maddesinin, *“Takviye edici gıdaların karşılaştırmalı reklamı ise hiçbir şekilde yapılamaz.”* hükmüne de açıkça aykırılık teşkil ettiği,

Son olarak, inceleme konusu tanıtımda yer verilen, *“Tek tek paketlendiğinden yanıma koparıp alabilirim, yanımda su olmasa da kolayca çiğneyebilirim. Bu şekilde paketlenmesi ilk başta sadece pratiklik gibi gelse de, aslında oksidasyona uğramamasını, tazeliğini korumasını sağlıyor. Özellikle yazın havalar ısındığında oksidasyon riski arttığından, yazın da güvenle kullanılabilir.”* şeklindeki ürünün oksidasyona uğramadığını belirten iddiaların bilimsel geçerliliği olan bilgi ve belgelerle ispatlanması gerektiği halde şahıs tarafından Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin İspat Külfeti başlıklı 9 uncu maddesi kapsamında söz konusu iddianın ispatına ilişkin olarak herhangi bir bilgi, belge ve açıklama sunulmadığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 6/1, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 8/3, 9, 10, 16/1, 22/1, 23/1, 26 ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre, reklam veren **Özlem ÇAKIRLAR** hakkında, söz konusu reklamlar ile ilgili olarak, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**12)**

**Dosya No: 2021/1081**

**Şikayet Edilen: Cevahir TURAN**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şahsa ait "cevahirturan" isimli Instagram sayfasında "Easyfishoil" adlı ürüne yönelik olarak 14.10.2020 tarihinde yayınlanan reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 14.10.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan inceleme sonucunda, şahsa ait “cevahirturan” isimli Instagram hesabının https://www.instagram.com/p/CGVM-P1D1aL/ URL adresinde 14.10.2020 tarihinde yayınlanan paylaşımda, *“Bu dönemde hem bağışıklık sistemimin kuvvetlenmesi hem de emzirme döneminde olduğum için takviye kullanmaya dikkat ediyorum. Malum Aya Bella ayaklandı daha çok koşmam gerekiyor. Sizlere kullandığım EasyFishoil’in balık yağı takviyesinden bahsetmek istiyorum. Concordix teknolojisi ile üretildiği için çiğnerken ya da sonradan ağza balık tadı gelmiyor bu benim için önemli bir özellik. Doğal limon ve doğal portakal aromalı. Çiğnenebilir jel form olduğu için yutma kolaylığı sağlıyor, suya gerek bile olmadan tüketebiliyorsunuz. Artık o boğaza takılan koca kapsüllerden kurtuldum. EasyFishoil'i Yutmayın, çiğneyin! Tek tek paketlendiği için dökülme sızma da yapmıyor. Seyahat ederken bu benim için önemli bir detay, attım çantama buralara kadar getirdim. BRC ve IFOS onayına sahip, GOED'in Plus üyesi, Norveç’te üretilen bu balık yağının yetişkinler için de hazırlanmış formunu bütün eczanelerde bulabilirsiniz #easyvitailesi #concordix #easyfishoil #balıkyağı #omega3 #jelform #yutmakolaylığı #yutmaçiğne @easyvitailesi”* şeklinde ifadelere ve etiketlere yer verildiği,

Konuya ilişkin olarak ürün sahibi Easyvit Sağlık Ürünleri San. A.Ş. unvanlı firma tarafından yapılan açıklamalarda; adı geçen şahıs ve diğer bazı sosyal medya etkileyicileri ile firmaları arasında paylaşımlardaki hashtag ve etiketlerden de açıkça anlaşılacağı üzere işbirliği bulunduğu, bu işbirliğinin kapsamının, firmalarının Easyfishoil adlı ürüne ilişkin araştırma sonuçları dahil bilgi ve belgeleri paylaşması, ilgili sosyal medya etkileyicilerinin ise söz konusu bilgileri ve ürünü bizzat kullanarak edindikleri tecrübelerini takipçileriyle paylaşması şeklinde olduğu, söz konusu işbirliği kapsamında yapılan tüm paylaşımların örtülü reklama ilişkin hükümleri ihlal ettiği iddiasının hukuki dayanaktan yoksun olduğu, Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 22 nci maddesi kapsamında örtülü reklam yasağı ihlalinden bahsedilebilmesi için, bir bütün olarak değerlendirildiğinde yayın içeriğinden ve yayın şeklinden yayının reklam olduğunun anlaşılamaması gerektiği, ancak paylaşım içeriği ve şekli itibari ile reklam olduğu ortalama bir tüketici tarafından anlaşılabilecek paylaşımların, belli kalıp ifadeler yer almaması sebebi ile “örtülü reklam” yasağına aykırı olarak değerlendirilebilmesinin mümkün olmadığı, sosyal medya etkileyicileri tarafından Easyfishoil markalı ürünle ilgili yayınlanan paylaşımların tümünün konu ile alakasız haber, program, yayın gibi farklı bir içerik taşımayan, yalnızca ürünün kendisine yer verildiği, #easyvitailesi #easyfishoil hashtagleri ile açıkça marka ile belirtildiği, @easyvitailesi etiketi ile doğrudan ürünün resmi hesabının göz önüne konulduğu paylaşımlar olup tüketiciler tarafından bu paylaşımların reklam olarak algılanmamasının mümkün olmadığı, ayrıca bazı sosyal medya etkileyicilerinin firmaları ile ticari işbirliği içerisinde bulunduğu hususunun firmalarına ait “easyvitailesi” isimli Instagram hesabının https://www.instagram.com/p/B\_J9JyJjbMM/ URL adresinde 19.04.2020 tarihinde yayınlanan paylaşım ile duyurulduğu, bu paylaşımda, *“Değerli Takipçilerimiz, işbirliği içerisinde bulunduğumuz @benguofficial @thesquatgirl @glowbyden @ciseren\_vesaire @ozlemlinaoz @gurmediyet @cevahirturan @imrengursoy @peppycooky @saglikcibiranne @zamaneannesi @pinardonmez\_ onlarla paylaştığımız verileri de inceleyip ürünlerimizi deneyimleyerek kişisel yorumlarını takipçileri ile paylaşacaktır.Yorumlarını heyecanla bekliyoruz!Takipte kalın”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, şahsa ait “cevahirturan” isimli Instagram hesabının https://www.instagram.com/p/CGVM-P1D1aL/ URL adresinde 14.10.2020 tarihinde Easyfishoil adlı ürüne yönelik olarak yayınlanan tanıtımda, *“Bu dönemde hem bağışıklık sistemimin kuvvetlenmesi hem de emzirme döneminde olduğum için takviye kullanmaya dikkat ediyorum. Malum Aya Bella ayaklandı daha çok koşmam gerekiyor. Sizlere kullandığım EasyFishoil’in balık yağı takviyesinden bahsetmek istiyorum. Concordix teknolojisi ile üretildiği için çiğnerken ya da sonradan ağza balık tadı gelmiyor bu benim için önemli bir özellik. Doğal limon ve doğal portakal aromalı. Çiğnenebilir jel form olduğu için yutma kolaylığı sağlıyor, suya gerek bile olmadan tüketebiliyorsunuz. Artık o boğaza takılan koca kapsüllerden kurtuldum. EasyFishoil'i Yutmayın, çiğneyin! Tek tek paketlendiği için dökülme sızma da yapmıyor. Seyahat ederken bu benim için önemli bir detay, attım çantama buralara kadar getirdim. BRC ve IFOS onayına sahip, GOED'in Plus üyesi, Norveç’te üretilen bu balık yağının yetişkinler için de hazırlanmış formunu bütün eczanelerde bulabilirsiniz #easyvitailesi #concordix #easyfishoil #balıkyağı #omega3 #jelform #yutmakolaylığı #yutmaçiğne @easyvitailesi”* şeklinde ifadelere yer verildiği, ayrıca ürünün sahibi Easyvit Sağlık Ürünleri San A.Ş. unvanlı firmaya ait olan ve Easyfishoil adlı ürünün tanıtımlarının yer aldığı "easyvitailesi" isimli Instagram hesabı etiketlenerek tüketicilerin firmanın kurumsal sosyal medya hesabına yönlendirildiği, diğer yandan, paylaşıma ilişkin etiketler içinde, "#concordix, #easyvitailesi, #jelform, #yutmakolaylığı, #easyfishoil" gibi doğrudan doğruya Easyvit Sağlık Ürünleri San. A.Ş. tarafından "easyvitailesi" isimli Instagram sayfasında ve diğer mecralarda Easyfishoil adlı ürüne ilişkin olarak yayınlanan reklamlarda kullanıldığı görülen etiketlere yer verildiği, bu itibarla, anılan paylaşımın içeriğinde tüketici tercihlerini bilinçli olarak yönlendirmeye yönelik ifadelere, etiketlere ve ticari reklam tanımına giren beyanlara yer verilerek tüketiciler ürünün satın alınması için teşvik edilmekle birlikte yayınlanan bu paylaşımın bir reklam olduğunu ve firma ile şahıs arasında var olan ticari ilişki ve işbirliği kapsamında yayınlandığını ortaya koyan hiçbir açıklamada bulunulmadığı, bu kapsamda, şahıs ile anılan firma arasında var olan ticari ilişki gizlenerek ve yayınlanan bu paylaşımın bir reklam olduğu açık bir şekilde tüketicilere duyurulmayarak Easyfishoil adlı ürünün örtülü reklamının yapıldığı ve böylelikle reklam mevzuatında yer alan örtülü reklama ilişkin hükümlerin ihlal edildiği,

Öte yandan, inceleme konusu tanıtımda Easyfishoil adlı ürüne ilişkin olarak yer verilen, *"Bu dönemde hem bağışıklık sistemimin kuvvetlenmesi hem de emzirme döneminde olduğum için takviye kullanmaya dikkat ediyorum. Malum Aya Bella ayaklandı daha çok koşmam gerekiyor. Sizlere kullandığım EasyFishoil’in balık yağı takviyesinden bahsetmek istiyorum..."* ifadelerinin birer sağlık beyanı olduğu, mevzuatta izin verilen sınırların dışına çıkan bu beyanlarla Easyfishoil adlı ürünün bağışıklık sistemini desteklediği, bağışıklığı güçlendirerek hastalıklara karşı koruma sağladığı ve emzirme döneminde vücut fonksiyonlarını desteklediği şeklinde tamamen aldatıcı-yanıltıcı bir izlenim oluşturularak anılan ürünün sanki bir ilaç veya beşeri tıbbi ürün gibi tanıtıldığı, halihazırda yürürlükte olan Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği ekinde kullanımına izin verilen sağlık beyanları arasında yukarıda belirtilen ifadelerin bulunmadığı, kaldı ki kullanımına izin verilen sağlık beyanları ile ürünün kendisine atıf yapılamayacağı, dolayısıyla yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre takviye edici gıdalar için bu tür sağlık beyanlarının kullanılmasının kesinlikle yasak olduğu, bir ürüne ilişkin olarak herhangi bir sağlık beyanında bulunulabilmesi için ilgili idari otoriteden (Sağlık Bakanlığı Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Kurumu) izin alınması gerektiği, kullanılan bu beyanlar için ilgili otoriteden izin de alınmadığından söz konusu beyanların doğruluğunun bilimsel olarak ispat edilmiş sayılamayacağı, dolayısıyla doğruluğu bilimsel olarak ispat edilmemiş bu beyanlarla tüketicilerin aldatılıp yanıltıldığı,

Diğer taraftan, inceleme konusu tanıtımda şahsın Easyfishoil adlı ürünü piyasada araştırarak kendisinin bulduğu ve adı geçen ürünü gerçekten kullanarak etkinliğini ve faydasını bizzat deneyimlediği şeklinde bir algı oluşturulmakla birlikte bu durumun gerçeği yansıtmadığı, dolayısıyla söz konusu reklamların bu açıdan da aldatıcı - yanıltıcı ve Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin "Tanıklı reklamlar" a ilişkin hükümlerine aykırı olduğu,

Bu hususlara ek olarak, anılan tanıtımda yer verilen *"Concordix teknolojisi ile üretildiği için çiğnerken ya da sonradan ağza balık tadı gelmiyor bu benim için önemli bir özellik. Doğal limon ve doğal portakal aromalı. Çiğnenebilir jel form olduğu için yutma kolaylığı sağlıyor, suya gerek bile olmadan tüketebiliyorsunuz. Artık o boğaza takılan koca kapsüllerden kurtuldum. EasyFishoil'i Yutmayın, çiğneyin! Tek tek paketlendiği için dökülme sızma da yapmıyor. Seyahat ederken bu benim için önemli bir detay, attım çantama buralara kadar getirdim."* şeklindeki ifadelerin, kapsül ve şurup gibi diğer formlarda satışı yapılan balık yağı ürünlerine yönelik açık bir kötüleme içerdiği, söz konusu ifadelerle Easyfishoil dışındaki diğer balık yağlarının kullanımının zor olduğu, boğaza takıldıkları ve kötü koktukları algısı oluşturulduğu, öte yandan, piyasada satışı yapılan kapsül ve sıvı formdaki balık yağları ile çiğnenebilir jel formdaki Easyfishoil arasında yapılan bir karşılaştırmayı da içeren bu tanıtımların, Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 8/3 maddesinin, *“Takviye edici gıdaların karşılaştırmalı reklamı ise hiçbir şekilde yapılamaz.”* hükmüne de açıkça aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

- 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 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 6/1, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 8/3, 9, 10, 16/1, 22/1, 23/1, 26 ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre, reklam veren **Cevahir TURAN** hakkında, söz konusu reklamlar ile ilgili olarak, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**13)**

**Dosya No: 2021/1085**

**Şikayet Edilen: İmren GÜRSOY**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şahsa ait "imrengursoy" isimli Instagram sayfasında "Easyfishoil" adlı ürüne yönelik olarak 27.12.2020 tarihinde yayınlanan reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 27.12.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan inceleme sonucunda, şahsa ait “imrengursoy” isimli Instagram hesabının https://www.instagram.com/p/CJTLUVIMV1F/ URL adresinde 27.12.2020 tarihinde yayınlanan paylaşımda, *“Bildiğiniz gibi sağlığıma çok dikkat ediyorum; özellikle bu pandemi döneminde takviye gıdalar hayatıma daha çok girmeye başladı. Sık kullandığım takviye gıdalar arasında en sevdiğim EasyFishoil’lin çiğneyerek tüketilen formu oldu. Ne öncesinde ne de sonrasında ağza balık tadı gelmiyor. Bağışıklığıma katkı sağlıyor tadı da harika #easyvitailesi #concordix #easyfishoil #balıkyağı #omega3 #jelform #yutmaçiğne #yeninormaliniz @easyvitailesi”* şeklinde ifadelere ve etiketlere yer verildiği,

Konuya ilişkin olarak ürün sahibi Easyvit Sağlık Ürünleri San. A.Ş. unvanlı firma tarafından yapılan açıklamalarda; adı geçen şahıs ve diğer bazı sosyal medya etkileyicileri ile firmaları arasında paylaşımlardaki hashtag ve etiketlerden de açıkça anlaşılacağı üzere işbirliği bulunduğu, bu işbirliğinin kapsamının, firmalarının Easyfishoil adlı ürüne ilişkin araştırma sonuçları dahil bilgi ve belgeleri paylaşması, ilgili sosyal medya etkileyicilerinin ise söz konusu bilgileri ve ürünü bizzat kullanarak edindikleri tecrübelerini takipçileriyle paylaşması şeklinde olduğu, söz konusu işbirliği kapsamında yapılan tüm paylaşımların örtülü reklama ilişkin hükümleri ihlal ettiği iddiasının hukuki dayanaktan yoksun olduğu, Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 22 nci maddesi kapsamında örtülü reklam yasağı ihlalinden bahsedilebilmesi için, bir bütün olarak değerlendirildiğinde yayın içeriğinden ve yayın şeklinden yayının reklam olduğunun anlaşılamaması gerektiği, ancak paylaşım içeriği ve şekli itibari ile reklam olduğu ortalama bir tüketici tarafından anlaşılabilecek paylaşımların, belli kalıp ifadeler yer almaması sebebi ile “örtülü reklam” yasağına aykırı olarak değerlendirilebilmesinin mümkün olmadığı, sosyal medya etkileyicileri tarafından Easyfishoil markalı ürünle ilgili yayınlanan paylaşımların tümünün konu ile alakasız haber, program, yayın gibi farklı bir içerik taşımayan, yalnızca ürünün kendisine yer verildiği, #easyvitailesi #easyfishoil hashtagleri ile açıkça marka ile belirtildiği, @easyvitailesi etiketi ile doğrudan ürünün resmi hesabının göz önüne konulduğu paylaşımlar olup tüketiciler tarafından bu paylaşımların reklam olarak algılanmamasının mümkün olmadığı, ayrıca bazı sosyal medya etkileyicilerinin firmaları ile ticari işbirliği içerisinde bulunduğu hususunun firmalarına ait “easyvitailesi” isimli Instagram hesabının https://www.instagram.com/p/B\_J9JyJjbMM/ URL adresinde 19.04.2020 tarihinde yayınlanan paylaşım ile duyurulduğu, bu paylaşımda, *“Değerli Takipçilerimiz, işbirliği içerisinde bulunduğumuz @benguofficial @thesquatgirl @glowbyden @ciseren\_vesaire @ozlemlinaoz @gurmediyet @cevahirturan @imrengursoy @peppycooky @saglikcibiranne @zamaneannesi @pinardonmez\_ onlarla paylaştığımız verileri de inceleyip ürünlerimizi deneyimleyerek kişisel yorumlarını takipçileri ile paylaşacaktır.Yorumlarını heyecanla bekliyoruz!Takipte kalın”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, şahsa ait “imrengursoy” isimli Instagram hesabının https://www.instagram.com/p/CJTLUVIMV1F/ URL adresinde 27.12.2020 tarihinde Easyfishoil adlı ürüne yönelik olarak yayınlanan reklamda, *“Bildiğiniz gibi sağlığıma çok dikkat ediyorum; özellikle bu pandemi döneminde takviye gıdalar hayatıma daha çok girmeye başladı. Sık kullandığım takviye gıdalar arasında en sevdiğim EasyFishoil’lin çiğneyerek tüketilen formu oldu. Ne öncesinde ne de sonrasında ağza balık tadı gelmiyor. Bağışıklığıma katkı sağlıyor tadı da harika #easyvitailesi #concordix #easyfishoil #balıkyağı #omega3 #jelform #yutmaçiğne #yeninormaliniz @easyvitailesi”* şeklinde ifadelere yer verildiği, ayrıca ürünün sahibi Easyvit Sağlık Ürünleri San A.Ş. unvanlı firmaya ait olan ve Easyfishoil adlı ürünün tanıtımlarının yer aldığı "easyvitailesi" isimli Instagram hesabı etiketlenerek tüketicilerin firmanın kurumsal sosyal medya hesabına yönlendirildiği, diğer yandan, paylaşıma ilişkin etiketler içinde, "#concordix, #easyvitailesi, #yeninormaliniz, #jelform, #yutmaçiğne, #easyfishoil" gibi doğrudan doğruya Easyvit Sağlık Ürünleri San. A.Ş. tarafından "easyvitailesi" isimli Instagram sayfasında ve diğer mecralarda Easyfishoil adlı ürüne ilişkin olarak yayınlanan reklamlarda kullanıldığı görülen etiketlere yer verildiği, bu itibarla, anılan paylaşımın içeriğinde tüketici tercihlerini bilinçli olarak yönlendirmeye yönelik ifadelere, etiketlere ve ticari reklam tanımına giren beyanlara yer verilerek tüketiciler ürünün satın alınması için teşvik edilmekle birlikte yayınlanan bu paylaşımın bir reklam olduğunu ve firma ile şahıs arasında var olan ticari ilişki ve işbirliği kapsamında yayınlandığını ortaya koyan hiçbir açıklamada bulunulmadığı, bu kapsamda, şahıs ile anılan firma arasında var olan ticari ilişki gizlenerek ve yayınlanan bu paylaşımın bir reklam olduğu açık bir şekilde tüketicilere duyurulmayarak Easyfishoil adlı ürünün örtülü reklamının yapıldığı ve böylelikle reklam mevzuatında yer alan örtülü reklama ilişkin hükümlerin ihlal edildiği,

Diğer yandan, inceleme konusu tanıtımda Easyfishoil adlı ürüne ilişkin olarak yer verilen, *"Bildiğiniz gibi sağlığıma çok dikkat ediyorum; özellikle bu pandemi döneminde takviye gıdalar hayatıma daha çok girmeye başladı. Sık kullandığım takviye gıdalar arasında en sevdiğim EasyFishoil’lin çiğneyerek tüketilen formu oldu. Ne öncesinde ne de sonrasında ağza balık tadı gelmiyor. Bağışıklığıma katkı sağlıyor tadı da harika..."* ifadelerinin birer sağlık beyanı olduğu, mevzuatta izin verilen sınırların dışına çıkan bu beyanlarla Easyfishoil adlı ürünün bağışıklık sistemini desteklediği ve Covid-19 salgınının devam ettiği koşullarda bağışıklığı güçlendirerek viral enfeksiyonlara ve Covid-19 hastalığına karşı koruma sağladığı şeklinde tamamen aldatıcı-yanıltıcı bir izlenim oluşturularak anılan ürünün sanki bir ilaç veya beşeri tıbbi ürün gibi tanıtıldığı, halihazırda yürürlükte olan Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği ekinde kullanımına izin verilen sağlık beyanları arasında yukarıda belirtilen ifadelerin bulunmadığı, kaldı ki kullanımına izin verilen sağlık beyanları ile ürünün kendisine atıf yapılamayacağı, dolayısıyla yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre takviye edici gıdalar için bu tür sağlık beyanlarının kullanılmasının kesinlikle yasak olduğu, bir ürüne ilişkin olarak herhangi bir sağlık beyanında bulunulabilmesi için ilgili idari otoriteden (Sağlık Bakanlığı Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Kurumu) izin alınması gerektiği, kullanılan bu beyanlar için ilgili otoriteden izin de alınmadığından söz konusu beyanların doğruluğunun bilimsel olarak ispat edilmiş sayılamayacağı, dolayısıyla doğruluğu bilimsel olarak ispat edilmemiş bu beyanlarla tüketicilerin aldatılıp yanıltıldığı,

Bu hususlara ek olarak, inceleme konusu tanıtımda şahsın Easyfishoil adlı ürünü piyasada araştırarak kendisinin bulduğu ve adı geçen ürünü gerçekten kullanarak etkinliğini ve faydasını bizzat deneyimlediği şeklinde bir algı oluşturulmakla birlikte bu durumun gerçeği yansıtmadığı, dolayısıyla söz konusu reklamların bu açıdan da aldatıcı - yanıltıcı ve Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin "Tanıklı reklamlar" a ilişkin hükümlerine aykırı olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

- 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 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 6/1, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 9, 16/1, 22/1, 23/1, 26 ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre, reklam veren **İmren GÜRSOY** hakkında, söz konusu reklamlar ile ilgili olarak, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**14)**

**Dosya No: 2021/1086**

**Şikayet Edilen: Ezgi KÖSE**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şahsa ait "peppycooky" isimli Instagram sayfasında "Easyfishoil" adlı ürüne yönelik olarak 21.10.2020 tarihinde yayınlanan reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 21.10.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan inceleme sonucunda, şahsa ait “peppycooky” isimli Instagram hesabının https://www.instagram.com/p/CGnUgdplusk/ URL adresinde 21.10.2020 tarihinde yayınlanan paylaşımda, *“Koşturmalarım arasında bağışıklığımı güçlü tutmak için Omega 3 takviyesini asla unutmam. Tek tek paketlendiği için dökülme ve sızma riski yok çantamda da mutlaka bulunduruyorum. EasyFishoil Omega 3 tam bana göre çünkü jel formu sayesinde çiğneyip yutma kolaylığı yaşıyorum. Tadı da çok güzel concordix teknolojisi ile üretildiği için sonradan ağza balık tadı gelmiyor. Denemeyen varsa kesinlikle öneririm. #easyvitailesi #concordix #easyfishoil #balıkyağı #omega3 #jelform #yutmakolaylığı #yutmaçiğne @easyvitailesi”* şeklinde ifadelere ve etiketlere yer verildiği,

Konuya ilişkin olarak ürün sahibi Easyvit Sağlık Ürünleri San. A.Ş. unvanlı firma tarafından yapılan açıklamalarda; adı geçen şahıs ve diğer bazı sosyal medya etkileyicileri ile firmaları arasında paylaşımlardaki hashtag ve etiketlerden de açıkça anlaşılacağı üzere işbirliği bulunduğu, bu işbirliğinin kapsamının, firmalarının Easyfishoil adlı ürüne ilişkin araştırma sonuçları dahil bilgi ve belgeleri paylaşması, ilgili sosyal medya etkileyicilerinin ise söz konusu bilgileri ve ürünü bizzat kullanarak edindikleri tecrübelerini takipçileriyle paylaşması şeklinde olduğu, söz konusu işbirliği kapsamında yapılan tüm paylaşımların “Örtülü Reklam” a ilişkin hükümleri ihlal ettiği iddiasının hukuki dayanaktan yoksun olduğu, Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 22 nci maddesi kapsamında örtülü reklam yasağı ihlalinden bahsedilebilmesi için, bir bütün olarak değerlendirildiğinde yayın içeriğinden ve yayın şeklinden yayının reklam olduğunun anlaşılamaması gerektiği, ancak paylaşım içeriği ve şekli itibari ile reklam olduğu ortalama bir tüketici tarafından anlaşılabilecek paylaşımların, belli kalıp ifadeler yer almaması sebebi ile “örtülü reklam” yasağına aykırı olarak değerlendirilebilmesinin mümkün olmadığı, sosyal medya etkileyicileri tarafından Easyfishoil markalı ürünle ilgili yayınlanan paylaşımların tümünün konu ile alakasız haber, program, yayın gibi farklı bir içerik taşımayan, yalnızca ürünün kendisine yer verildiği, #easyvitailesi #easyfishoil hashtagleri ile açıkça marka ile belirtildiği, @easyvitailesi etiketi ile doğrudan ürünün resmi hesabının göz önüne konulduğu paylaşımlar olup tüketiciler tarafından bu paylaşımların reklam olarak algılanmamasının mümkün olmadığı, ayrıca bazı sosyal medya etkileyicilerinin firmaları ile ticari işbirliği içerisinde bulunduğu hususunun firmalarına ait “easyvitailesi” isimli Instagram hesabının https://www.instagram.com/p/B\_J9JyJjbMM/ URL adresinde 19.04.2020 tarihinde yayınlanan paylaşım ile duyurulduğu, bu paylaşımda, *“Değerli Takipçilerimiz, işbirliği içerisinde bulunduğumuz @benguofficial @thesquatgirl @glowbyden @ciseren\_vesaire @ozlemlinaoz @gurmediyet @cevahirturan @imrengursoy @peppycooky @saglikcibiranne @zamaneannesi @pinardonmez\_ onlarla paylaştığımız verileri de inceleyip ürünlerimizi deneyimleyerek kişisel yorumlarını takipçileri ile paylaşacaktır.Yorumlarını heyecanla bekliyoruz!Takipte kalın”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, şahsa ait “peppycooky” isimli Instagram hesabının https://www.instagram.com/p/CGnUgdplusk/ URL adresinde 21.10.2020 tarihinde Easyfishoil adlı ürüne yönelik olarak yayınlanan tanıtımda, *“Koşturmalarım arasında bağışıklığımı güçlü tutmak için Omega 3 takviyesini asla unutmam. Tek tek paketlendiği için dökülme ve sızma riski yok çantamda da mutlaka bulunduruyorum. EasyFishoil Omega 3 tam bana göre çünkü jel formu sayesinde çiğneyip yutma kolaylığı yaşıyorum. Tadı da çok güzel concordix teknolojisi ile üretildiği için sonradan ağza balık tadı gelmiyor. Denemeyen varsa kesinlikle öneririm. #easyvitailesi #concordix #easyfishoil #balıkyağı #omega3 #jelform #yutmakolaylığı #yutmaçiğne @easyvitailesi”* şeklinde ifadelere yer verildiği, ayrıca ürünün sahibi Easyvit Sağlık Ürünleri San A.Ş. unvanlı firmaya ait olan ve Easyfishoil adlı ürünün tanıtımlarının yer aldığı "easyvitailesi" isimli Instagram hesabı etiketlenerek tüketicilerin firmanın kurumsal sosyal medya hesabına yönlendirildiği, diğer yandan, paylaşıma ilişkin etiketler içinde, "#concordix, #easyvitailesi, #jelform, #yutmakolaylığı, #yutmaçiğne, #easyfishoil" gibi doğrudan doğruya Easyvit Sağlık Ürünleri San. A.Ş. tarafından "easyvitailesi" isimli Instagram sayfasında ve diğer mecralarda Easyfishoil adlı ürüne ilişkin olarak yayınlanan reklamlarda kullanıldığı görülen etiketlere yer verildiği, bu itibarla, anılan paylaşımın içeriğinde tüketici tercihlerini bilinçli olarak yönlendirmeye yönelik ifadelere, etiketlere ve ticari reklam tanımına giren beyanlara yer verilerek tüketiciler ürünün satın alınması için teşvik edilmekle birlikte yayınlanan bu paylaşımın bir reklam olduğunu ve firma ile şahıs arasında var olan ticari ilişki ve işbirliği kapsamında yayınlandığını ortaya koyan hiçbir açıklamada bulunulmadığı, bu kapsamda, şahıs ile anılan firma arasında var olan ticari ilişki gizlenerek ve yayınlanan bu paylaşımın bir reklam olduğu açık bir şekilde tüketicilere duyurulmayarak Easyfishoil adlı ürünün örtülü reklamının yapıldığı ve böylelikle reklam mevzuatında yer alan örtülü reklama ilişkin hükümlerin ihlal edildiği,

Öte yandan, inceleme konusu tanıtımda Easyfishoil adlı ürüne ilişkin olarak yer verilen, *"Koşturmalarım arasında bağışıklığımı güçlü tutmak için Omega 3 takviyesini asla unutmam. Tek tek paketlendiği için dökülme ve sızma riski yok çantamda da mutlaka bulunduruyorum. EasyFishoil Omega 3 tam bana göre çünkü jel formu sayesinde çiğneyip yutma kolaylığı yaşıyorum..."* ifadelerinin birer sağlık beyanı olduğu, mevzuatta izin verilen sınırların dışına çıkan bu beyanlarla Easyfishoil adlı ürünün bağışıklık sistemini desteklediği ve bağışıklığı güçlendirerek hastalıklara karşı koruma sağladığı şeklinde tamamen aldatıcı-yanıltıcı bir izlenim oluşturularak anılan ürünün sanki bir ilaç veya beşeri tıbbi ürün gibi tanıtıldığı, halihazırda yürürlükte olan Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği ekinde kullanımına izin verilen sağlık beyanları arasında yukarıda belirtilen ifadelerin bulunmadığı, kaldı ki kullanımına izin verilen sağlık beyanları ile ürünün kendisine atıf yapılamayacağı, dolayısıyla yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre takviye edici gıdalar için bu tür sağlık beyanlarının kullanılmasının kesinlikle yasak olduğu, bir ürüne ilişkin olarak herhangi bir sağlık beyanında bulunulabilmesi için ilgili idari otoriteden (Sağlık Bakanlığı Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Kurumu) izin alınması gerektiği, kullanılan bu beyanlar için ilgili otoriteden izin de alınmadığından söz konusu beyanların doğruluğunun bilimsel olarak ispat edilmiş sayılamayacağı, dolayısıyla doğruluğu bilimsel olarak ispat edilmemiş bu beyanlarla tüketicilerin aldatılıp yanıltıldığı,

Diğer taraftan, inceleme konusu tanıtımda şahsın Easyfishoil adlı ürünü piyasada araştırarak kendisinin bulduğu ve adı geçen ürünü gerçekten kullanarak etkinliğini ve faydasını bizzat deneyimlediği şeklinde bir algı oluşturulmakla birlikte bu durumun gerçeği yansıtmadığı, dolayısıyla söz konusu reklamların bu açıdan da aldatıcı - yanıltıcı ve Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin "Tanıklı reklamlar" a ilişkin hükümlerine aykırı olduğu,

Bu hususlara ek olarak, anılan tanıtımda yer verilen *"Tek tek paketlendiği için dökülme ve sızma riski yok çantamda da mutlaka bulunduruyorum. EasyFishoil Omega 3 tam bana göre çünkü jel formu sayesinde çiğneyip yutma kolaylığı yaşıyorum. Tadı da çok güzel concordix teknolojisi ile üretildiği için sonradan ağza balık tadı gelmiyor."* şeklindeki ifadelerin, kapsül ve şurup gibi diğer formlarda satışı yapılan balık yağı ürünlerine yönelik açık bir kötüleme içerdiği, söz konusu ifadelerle Easyfishoil dışındaki diğer balık yağlarının kullanımının zor olduğu, yutma zorluğu yaşattıkları ve ağızda balık tadı bıraktıkları algısı oluşturulduğu, öte yandan, piyasada satışı yapılan kapsül ve sıvı formdaki balık yağları ile çiğnenebilir jel formdaki Easyfishoil arasında yapılan bir karşılaştırmayı da içeren bu tanıtımların, Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 8/3 maddesinin, *“Takviye edici gıdaların karşılaştırmalı reklamı ise hiçbir şekilde yapılamaz.”* hükmüne de açıkça aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

- 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 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 6/1, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 8/3, 9, 10, 16/1, 22/1, 23/1, 26 ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre, reklam veren **Ezgi KÖSE** hakkında, söz konusu reklamlar ile ilgili olarak, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**15)**

**Dosya No: 2021/1093**

**Şikayet Edilen: Nilay BOZDAĞ**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şahsa ait "saglikcibiranne" isimli Instagram sayfasında "Easyfishoil" adlı ürüne yönelik olarak 12.02.2021 tarihinde yayınlanan reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 12.02.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan inceleme sonucunda, şahsa ait “saglikcibiranne” isimli Instagram hesabının https://www.instagram.com/p/CLM2TxeDasH/ URL adresinde 12.02.2021 tarihinde yayınlanan paylaşımda, *“Yeni keşfimiz EasyFishoil BetaGlukan. EasyFishoil balık yağı dünyası'nda ihtiyaca yönelik geliştirilen 4 farklı ürün var. Hepsinin içerisinde balık yağının yanı sıra farklı vitaminler var. Rodin okula gidiyor hem bağışıklığını korumak, hem de Omega 3 ihtiyacını karşılamak için aralarından EasyFishoil BetaGlukan'ı tercih ettim. Beta glukan ve A, C, D vitaminleri içeren balık yağı takviyesi. Kullanması kolay, her yere taşınabilir, paketinden al çıkar at ağzına, çiğnenebilir jel formda, oksidasyon riski yok, Rodin tadına bayılıyor. Omega 3 yağ asitlerinin, özellikle DHA’nın cocuklarda beyin, sinir ve retina gelişimine katkıda bulunduğu artık iyi biliniyor. Patentli ConCordix teknolojisi ile Norveç’te üretilmektedir. İlave şeker, koruyucu, domuz yağı ve katkıları içermiyor. IFOS ve GOED kurumlarının sertifikalarına sahip. Bu önemli; ağır metal içermediğine dair saflığı ölçülüyor. Daha ne olsun. Diğer EasyFishoil ürünlerini @easyvitailesi hesabından inceleyebilirsiniz. #easyvitailesi #concordix #easyfishoil #easyfishoilbetaglukan #balıkyağıdünyası #balıkyağı #çiğnenebilir #jelform #omega3 @easyvitailesi”* şeklinde ifadelere ve etiketlere yer verildiği, ayrıca Instagram profilinde şahsın mesleğinin “Tıbbi Laboratuvar/Biyokimya” ve “Sağlıkçı bir anne” gibi ifadelerle belirtildiği,

Konuya ilişkin olarak ürün sahibi Easyvit Sağlık Ürünleri San. A.Ş. unvanlı firma tarafından yapılan açıklamalarda; adı geçen şahıs ve diğer bazı sosyal medya etkileyicileri ile firmaları arasında paylaşımlardaki hashtag ve etiketlerden de açıkça anlaşılacağı üzere işbirliği bulunduğu, bu işbirliğinin kapsamının, firmalarının Easyfishoil adlı ürüne ilişkin araştırma sonuçları dahil bilgi ve belgeleri paylaşması, ilgili sosyal medya etkileyicilerinin ise söz konusu bilgileri ve ürünü bizzat kullanarak edindikleri tecrübelerini takipçileriyle paylaşması şeklinde olduğu, söz konusu işbirliği kapsamında yapılan tüm paylaşımların “Örtülü Reklam” a ilişkin hükümleri ihlal ettiği iddiasının hukuki dayanaktan yoksun olduğu, Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 22 nci maddesi kapsamında örtülü reklam yasağı ihlalinden bahsedilebilmesi için, bir bütün olarak değerlendirildiğinde yayın içeriğinden ve yayın şeklinden yayının reklam olduğunun anlaşılamaması gerektiği, ancak paylaşım içeriği ve şekli itibari ile reklam olduğu ortalama bir tüketici tarafından anlaşılabilecek paylaşımların, belli kalıp ifadeler yer almaması sebebi ile “örtülü reklam” yasağına aykırı olarak değerlendirilebilmesinin mümkün olmadığı, sosyal medya etkileyicileri tarafından Easyfishoil markalı ürünle ilgili yayınlanan paylaşımların tümünün konu ile alakasız haber, program, yayın gibi farklı bir içerik taşımayan, yalnızca ürünün kendisine yer verildiği, #easyvitailesi #easyfishoil hashtagleri ile açıkça marka ile belirtildiği, @easyvitailesi etiketi ile doğrudan ürünün resmi hesabının göz önüne konulduğu paylaşımlar olup tüketiciler tarafından bu paylaşımların reklam olarak algılanmamasının mümkün olmadığı, ayrıca bazı sosyal medya etkileyicilerinin firmaları ile ticari işbirliği içerisinde bulunduğu hususunun firmalarına ait “easyvitailesi” isimli Instagram hesabının https://www.instagram.com/p/B\_J9JyJjbMM/ URL adresinde 19.04.2020 tarihinde yayınlanan paylaşım ile duyurulduğu, bu paylaşımda, *“Değerli Takipçilerimiz, işbirliği içerisinde bulunduğumuz @benguofficial @thesquatgirl @glowbyden @ciseren\_vesaire @ozlemlinaoz @gurmediyet @cevahirturan @imrengursoy @peppycooky @saglikcibiranne @zamaneannesi @pinardonmez\_ onlarla paylaştığımız verileri de inceleyip ürünlerimizi deneyimleyerek kişisel yorumlarını takipçileri ile paylaşacaktır.Yorumlarını heyecanla bekliyoruz!Takipte kalın”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, şahsa ait “saglikcibiranne” isimli Instagram hesabının https://www.instagram.com/p/CLM2TxeDasH/ URL adresinde 12.02.2021 tarihinde Easyfishoil adlı ürüne yönelik olarak yayınlanan tanıtımda, *“Yeni keşfimiz EasyFishoil BetaGlukan. EasyFishoil balık yağı dünyası'nda ihtiyaca yönelik geliştirilen 4 farklı ürün var. Hepsinin içerisinde balık yağının yanı sıra farklı vitaminler var. Rodin okula gidiyor hem bağışıklığını korumak, hem de Omega 3 ihtiyacını karşılamak için aralarından EasyFishoil BetaGlukan'ı tercih ettim. Beta glukan ve A, C, D vitaminleri içeren balık yağı takviyesi. Kullanması kolay, her yere taşınabilir, paketinden al çıkar at ağzına, çiğnenebilir jel formda, oksidasyon riski yok, Rodin tadına bayılıyor. Omega 3 yağ asitlerinin, özellikle DHA’nın cocuklarda beyin, sinir ve retina gelişimine katkıda bulunduğu artık iyi biliniyor. Patentli ConCordix teknolojisi ile Norveç’te üretilmektedir. İlave şeker, koruyucu, domuz yağı ve katkıları içermiyor. IFOS ve GOED kurumlarının sertifikalarına sahip. Bu önemli; ağır metal içermediğine dair saflığı ölçülüyor. Daha ne olsun. Diğer EasyFishoil ürünlerini @easyvitailesi hesabından inceleyebilirsiniz. #easyvitailesi #concordix #easyfishoil #easyfishoilbetaglukan #balıkyağıdünyası #balıkyağı #çiğnenebilir #jelform #omega3 @easyvitailesi”* şeklinde ifadelere ve bir çocuğun ürünü kullanırken çekilmiş fotoğrafına yer verildiği, ayrıca ürünün sahibi Easyvit Sağlık Ürünleri San A.Ş. unvanlı firmaya ait olan ve Easyfishoil adlı ürünün tanıtımlarının yer aldığı "easyvitailesi" isimli Instagram hesabı etiketlenerek tüketicilerin firmanın kurumsal sosyal medya hesabına yönlendirildiği, diğer yandan, paylaşıma ilişkin etiketler içinde, *"#concordix, #easyvitailesi, #balıkyağıdünyası, #jelform, #çiğnenebilir, #easyfishoilbetaglukan, #balıkyağıdünyası, #easyfishoil"* gibi doğrudan doğruya Easyvit Sağlık Ürünleri San. A.Ş. tarafından "easyvitailesi" isimli Instagram sayfasında ve diğer mecralarda Easyfishoil adlı ürüne ilişkin olarak yayınlanan reklamlarda kullanıldığı görülen etiketlere yer verildiği, bu itibarla, anılan paylaşımın içeriğinde tüketici tercihlerini bilinçli olarak yönlendirmeye yönelik ifadelere, etiketlere ve ticari reklam tanımına giren beyanlara yer verilerek tüketiciler ürünün satın alınması için teşvik edilmekle birlikte yayınlanan bu paylaşımın bir reklam olduğunu ve firma ile şahıs arasında var olan ticari ilişki ve işbirliği kapsamında yayınlandığını ortaya koyan hiçbir açıklamada bulunulmadığı, bu kapsamda, şahıs ile anılan firma arasında var olan ticari ilişki gizlenerek ve yayınlanan bu paylaşımın bir reklam olduğu açık bir şekilde tüketicilere duyurulmayarak Easyfishoil adlı ürünün örtülü reklamının yapıldığı ve böylelikle reklam mevzuatında yer alan örtülü reklama ilişkin hükümlerin ihlal edildiği,

Öte yandan, inceleme konusu tanıtımda Easyfishoil adlı ürüne ilişkin olarak yer verilen, *"Rodin okula gidiyor hem bağışıklığını korumak, hem de Omega 3 ihtiyacını karşılamak için aralarından EasyFishoil BetaGlukan'ı tercih ettim. Beta glukan ve A, C, D vitaminleri içeren balık yağı takviyesi. Kullanması kolay, her yere taşınabilir, paketinden al çıkar at ağzına, çiğnenebilir jel formda, oksidasyon riski yok, Rodin tadına bayılıyor. Omega 3 yağ asitlerinin, özellikle DHA’nın cocuklarda beyin, sinir ve retina gelişimine katkıda bulunduğu artık iyi biliniyor..."* ifadelerinin birer sağlık beyanı olduğu, mevzuatta izin verilen sınırların dışına çıkan bu beyanlarla Easyfishoil adlı ürünün bağışıklık sistemini desteklediği ve bağışıklığı güçlendirerek hastalıklara karşı koruma sağladığı, ayrıca çocuklarda beyin, sinir ve retina gelişimine katkıda bulunduğu şeklinde tamamen aldatıcı-yanıltıcı bir izlenim oluşturularak anılan ürünün sanki bir ilaç veya beşeri tıbbi ürün gibi tanıtıldığı, halihazırda yürürlükte olan Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği ekinde kullanımına izin verilen sağlık beyanları arasında yukarıda belirtilen ifadelerin bulunmadığı, kaldı ki kullanımına izin verilen sağlık beyanları ile ürünün kendisine atıf yapılamayacağı, dolayısıyla yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre takviye edici gıdalar için bu tür sağlık beyanlarının kullanılmasının kesinlikle yasak olduğu, bir ürüne ilişkin olarak herhangi bir sağlık beyanında bulunulabilmesi için ilgili idari otoriteden (Sağlık Bakanlığı Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Kurumu) izin alınması gerektiği, kullanılan bu beyanlar için ilgili otoriteden izin de alınmadığından söz konusu beyanların doğruluğunun bilimsel olarak ispat edilmiş sayılamayacağı, dolayısıyla doğruluğu bilimsel olarak ispat edilmemiş bu beyanlarla tüketicilerin aldatılıp yanıltıldığı,

Diğer taraftan, inceleme konusu tanıtımda şahsın Easyfishoil adlı ürünü piyasada araştırarak kendisinin bulduğu ve adı geçen ürünü gerçekten kullanarak etkinliğini ve faydasını bizzat deneyimlediği şeklinde bir algı oluşturulmakla birlikte bu durumun gerçeği yansıtmadığı, dolayısıyla söz konusu reklamların bu açıdan da aldatıcı - yanıltıcı ve Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin "Tanıklı reklamlar" a ilişkin hükümlerine aykırı olduğu,

Bu hususlara ek olarak, Instagram profilinde şahsın mesleğinin “Tıbbi Laboratuvar/Biyokimya” ve "Sağlıkçı Bir Anne" ifadeleriyle belirtildiği, bu itibarla, sağlık meslek mensuplarının tüketicilerde sahip olduğu güven algısı kullanılarak takviye edici gıda niteliğindeki bir ürüne ilişkin olarak ürünün çocuklarda ve yetişkinlerde kullanımına yönelik sağlık beyanı içeren ve tavsiye belirten tanıtımlara yer verilmesinin Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği’nin 15/1-c maddesi ile Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 5/1-i maddesi hükümlerine açıkça aykırı olduğu,

Son olarak, inceleme konusu tanıtımda yer verilen, *“Oksidasyon riski yok... Rodin tadına bayılıyor. Omega 3 yağ asitlerinin, özellikle DHA’nın cocuklarda beyin, sinir ve retina gelişimine katkıda bulunduğu artık iyi biliniyor. Patentli ConCordix teknolojisi ile Norveç’te üretilmektedir. İlave şeker, koruyucu, domuz yağı ve katkıları içermiyor. IFOS ve GOED kurumlarının sertifikalarına sahip...”* şeklindeki ürünün oksidasyona uğramadığını belirten iddiaların bilimsel geçerliliği olan bilgi ve belgelerle ispatlanması gerektiği halde şahıs tarafından Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin İspat Külfeti başlıklı 9 uncu maddesi kapsamında söz konusu iddianın ispatına ilişkin olarak herhangi bir bilgi, belge ve açıklama sunulmadığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

- 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 Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği’nin 5/1, 5/2, 8/2, 9/1, 9/2 ve 13/1, 13/2 ve 15/1-c maddeleri,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 6/1, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 9, 16/1, 22/1, 23/1, 26 ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre, reklam veren **Nilay BOZDAĞ** hakkında, söz konusu reklamlar ile ilgili olarak, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**16)**

**Dosya No: 2021/1238**

**Şikayet Edilen: Yağmur BİRCAN GÜLER**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şahsa ait "emel.saglik.guzellik" isimli Instagram sayfasında "Easyfishoil Q" adlı ürüne yönelik olarak yayınlanan reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 06.04.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan inceleme sonucunda, Yağmur BİRCAN GÜLER adlı şahsın Gaziantep’te bulunan Emel Eczanesi adlı işletmenin sahibi olduğu, şahsın kendisine ait olan ve 1700 takipçisi bulunan "emel.saglik.guzellik" isimli Instagram sayfasında çeşitli ecza ürünlerine ilişkin olarak paylaşımlarda bulunduğu, şahsa ait anılan Instagram sayfasında “Hikaye” olarak yayınlanan bir paylaşımda, "Easyfishoil Q" adlı ürünün fotoğrafı ile birlikte “Çocukların en sevdiği balık yağı” ifadesine yer verildiği, Easyfishoil adlı ürünün sahibi Easyvit Sağlık Ürünleri San. A.Ş. tarafından konuya ilişkin olarak yapılan açıklamada, adı geçen şahıs ile herhangi bir ticari bağlantılarının bulunmadığının ifade edildiği hususları tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, Eczacı Yağmur BİRCAN GÜLER adlı şahıs tarafından şahsa ait "emel.saglik.guzellik" isimli Instagram sayfasında “Hikaye” olarak yayınlanan paylaşımda "Easyfishoil Q" adlı ürünün fotoğrafına ve “*Çocukların en sevdiği balık yağı*” ifadesine yer verilmekle birlikte şahıs ile ürün sahibi firma arasında ürünün tanıtımına ilişkin olarak ticari bir ilişki bulunmadığı, şahsın sahibi olduğu eczane adına kullanmakta olduğu Instagram sayfasında gerek eczacılık faaliyetine ilişkin olarak gerekse de satışı yapılan çeşitli ecza ürünlerine ilişkin olarak paylaşımlarda bulunduğu anlaşıldığından, şikayet konusu paylaşımın 6502 sayılı Kanun’un 61 inci maddesine **aykırı olmadığına** karar verilmiştir.

**17)**

**Dosya No: 2021/1245**

**Şikayet Edilen: Cansu EFE**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şahsa ait "cansuefee" isimli Instagram sayfasında "Easyfishoil" adlı ürüne yönelik olarak 01.07.2020 tarihinde yayınlanan reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 01.07.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan inceleme sonucunda, şahsa ait “cansuefee” isimli Instagram hesabının https://www.instagram.com/p/CCGo43vh164/ URL adresinde 01.07.2020 tarihinde yayınlanan paylaşımda, *“Herkese merhabalar. Konumuz omega3. Hamilelik süreçlerimde balık kokusundan inanılmaz rahatsız oldum ve birçok balığı şu anda bile tüketmekte güçlük çekiyorum. (hamilelikte rahatsız olunan kokular genelde doğum sonrası geçer derler ya bende geçmedi...) Yeteri kadar balık tüketemediğimiz için de omega3 gıda takviyesi almak şart oldu. Birçok balık yağını denedim ama onlarda ağızda kötü tat bıraktı ve çok istikrarlı olamadım. Ta ki... EasyFishoil 'in concordix teknolojisi sayesinde ağza balık tadı gelmeyen, doğal limon ve portakal aroması içeren, susuz tüketilebilen, çiğnenebilir ve ilk günkü tazeliğini koruyan yetişkin jel formu ile tanışana kadar. En çok dikkatimi çeken özelliği de tek tek paketlendiği için oksidasyona uğramaması ve yaz aylarında bile tat, koku bozukluğu olmadan gönül rahatlığı ile kullanılması oldu. Elif zaten uzunca bir süredir çocuk formunu çok severek kullanıyor. Hatta Elif'e de balık yağını sevdiren EasyFishoil 'in kids formudur. Hem ağzında kötü bir tat bırakmıyor, hem de içeriği açısından oldukça zengin. DHA normal beyin fonksiyonlarının korunmasına katkıda bulunurken içerdiği D vitamini sayesinde de bağışıklık sistemini güçlendiriyor. Bu yüzden bir anne olarak içim çok rahat. Anne kız sabah rutinlerimizde artık, EasyFishoil’lerimizi birbirimize hatırlatmak var.© Bizim keyifle kullandığımız bu ürünlere sizde tüm eczanelerden ulaşabilirsiniz. Sevgilerimle, #easyvitailesi #concordix #easyfishoil #balıkyağı #omega3 #jelform #yutmakolaylığı @easyvitailesi”* şeklinde ifadelere ve etiketlere yer verildiği,

Konuya ilişkin olarak reklam veren şahıs tarafından yapılan açıklamalar kapsamında, ürün sahibi Easyvit Sağlık Ürünleri San. A.Ş. unvanlı firmanın yetkilendirdiği reklamcılık ajansı ile şahıs arasında ürün tanıtımlarına ilişkin olarak “Marka Danışmanlık, Tanıtım ve Sözcülük Sözleşmesi” başlıklı yazılı bir sözleşmenin akdedildiği, anılan sözleşmede, *“Reklam veren şahsın sözleşme kapsamında “EasyFishoil” markası ile alakalı, farklı konseptler ve etkinliklere ilişkin olabilecek, içeriği, kompozisyonu ve yayın zamanı Proje Yöneticisi (reklam ajansı) tarafından belirlenecek fotoğraf veya video formatında olmak üzere Instagram hesabında yayınlayacağı, şahsın Instagram gönderilerinde açıklayıcı olarak gönderinin altında, tanıtım kapsamındaki kurgu ile bağlantılı Proje Yöneticisi tarafından belirlenecek etiketlere (“hashtag”) ve açılmış olması halinde Marka’nın resmi Instagram hesabının kullanıcı adına yer vereceği, şahsın markanın kampanyasına uygun olacak şekilde, tanıtılacak ürüne de yer vermek suretiyle Instagram hesabından veya Youtube kanalından içeriği ve yayın zamanı Proje Yöneticisi tarafından belirlenecek şekilde gönderi paylaşımında bulunacağı, şahsın taraflarca önceden mutabık kalınan konseptlere uygun paylaşımda bulunacağı, şahsın paylaşımını verilen brief doğrultusunda hazırlayacağı, paylaşımın verilen brief’e ve belirtilen konsepte uygun olmaması durumunda Proje Yöneticisi’nin paylaşımın revizesini talep etme hakkı bulunduğu, böylesi bir durumda paylaşım Proje Yöneticisi’nin görüşleri doğrultusunda revize edilerek revize paylaşımın kabul edileceği, şahsın Instagram veya Youtube aracılığıyla paylaşmak üzere hazırlamış olduğu gönderileri ve açıklama metinlerini Proje Yöneticisi tarafından belirlenen tarihlerde Proje Yöneticisi’nin onayına sunacağı ve Proje Yöneticisi tarafından onaylanmış gönderileri hesabında paylaşacağı”* şeklinde hükümler bulunduğu hususları tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, şahsa ait “cansuefee” isimli Instagram hesabının https://www.instagram.com/p/CCGo43vh164/ URL adresinde 01.07.2020 tarihinde Easyfishoil adlı ürüne yönelik olarak yayınlanan reklamda, *“Herkese merhabalar. Konumuz omega3. Hamilelik süreçlerimde balık kokusundan inanılmaz rahatsız oldum ve bir çok balığı şu anda bile tüketmekte güçlük çekiyorum. (hamilelikte rahatsız olunan kokular genelde doğum sonrası geçer derler ya bende geçmedi...) Yeteri kadar balık tüketemediğimiz için de omega3 gıda takviyesi almak şart oldu. Birçok balık yağını denedim ama onlarda ağızda kötü tat bıraktı ve çok istikrarlı olamadım. Ta ki... EasyFishoil 'in concordix teknolojisi sayesinde ağza balık tadı gelmeyen, doğal limon ve portakal aroması içeren, susuz tüketilebilen, çiğnenebilir ve ilk günkü tazeliğini koruyan yetişkin jel formu ile tanışana kadar. En çok dikkatimi çeken özelliği de tek tek paketlendiği için oksidasyona uğramaması ve yaz aylarında bile tat, koku bozukluğu olmadan gönül rahatlığı ile kullanılması oldu. Elif zaten uzunca bir süredir çocuk formunu çok severek kullanıyor. Hatta Elif'e de balık yağını sevdiren EasyFishoil 'in kids formudur. Hem ağzında kötü bir tat bırakmıyor, hem de içeriği açısından oldukça zengin. DHA normal beyin fonksiyonlarının korunmasına katkıda bulunurken içerdiği D vitamini sayesinde de bağışıklık sistemini güçlendiriyor. Bu yüzden bir anne olarak içim çok rahat. Anne kız sabah rutinlerimizde artık, EasyFishoil’lerimizi birbirimize hatırlatmak var.© Bizim keyifle kullandığımız bu ürünlere sizde tüm eczanelerden ulaşabilirsiniz. Sevgilerimle, #easyvitailesi #concordix #easyfishoil #balıkyağı #omega3 #jelform #yutmakolaylığı @easyvitailesi”* şeklinde ifadelere yer verildiği, ayrıca ürünün sahibi Easyvit Sağlık Ürünleri San A.Ş. unvanlı firmaya ait olan ve Easyfishoil adlı ürünün tanıtımlarının yer aldığı "easyvitailesi" isimli Instagram hesabı etiketlenerek tüketicilerin firmanın kurumsal sosyal medya hesabına yönlendirildiği, diğer yandan, paylaşıma ilişkin etiketler içinde, *"#concordix, #easyvitailesi, #jelform, #yutmakolaylığı, #easyfishoil"* gibi doğrudan doğruya Easyvit Sağlık Ürünleri San. A.Ş. tarafından "easyvitailesi" isimli Instagram sayfasında ve diğer mecralarda Easyfishoil adlı ürüne ilişkin olarak yayınlanan reklamlarda kullanıldığı görülen etiketlere yer verildiği, bu itibarla, anılan paylaşımın içeriğinde tüketici tercihlerini bilinçli olarak yönlendirmeye yönelik ifadelere, etiketlere ve ticari reklam tanımına giren beyanlara yer verilerek tüketiciler ürünün satın alınması için teşvik edilmekle birlikte yayınlanan bu paylaşımın bir reklam olduğunu ve firma ile şahıs arasında var olan ticari ilişki ve işbirliği kapsamında yayınlandığını ortaya koyan hiçbir açıklamada bulunulmadığı, bu kapsamda, şahıs ile anılan firma arasında var olan ticari ilişki gizlenerek ve yayınlanan bu paylaşımın bir reklam olduğu açık bir şekilde tüketicilere duyurulmayarak Easyfishoil adlı ürünün örtülü reklamının yapıldığı ve reklam mevzuatında yer alan örtülü reklama ilişkin hükümlerin ihlal edildiği,

Öte yandan, inceleme konusu tanıtımda Easyfishoil adlı ürüne ilişkin olarak yer verilen, *"DHA normal beyin fonksiyonlarının korunmasına katkıda bulunurken içerdiği D vitamini sayesinde de bağışıklık sistemini güçlendiriyor...."* ifadesinin bir sağlık beyanı olduğu, mevzuatta izin verilen sınırların dışına çıkan ve doğrudan ürüne atıf yapılan bu beyanla Easyfishoil adlı ürünün bağışıklık sistemini desteklediği ve bağışıklığı güçlendirdiği şeklinde tamamen aldatıcı-yanıltıcı bir izlenim oluşturularak anılan ürünün sanki bir ilaç veya beşeri tıbbi ürün gibi tanıtıldığı, halihazırda yürürlükte olan Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği ekinde kullanımına izin verilen sağlık beyanları arasında yukarıda belirtilen ifadenin bulunmadığı, kaldı ki kullanımına izin verilen sağlık beyanları ile ürünün kendisine atıf yapılamayacağı, dolayısıyla yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre takviye edici gıdalar için bu tür sağlık beyanlarının kullanılmasının kesinlikle yasak olduğu, bir ürüne ilişkin olarak herhangi bir sağlık beyanında bulunulabilmesi için ilgili idari otoriteden (Sağlık Bakanlığı Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Kurumu) izin alınması gerektiği, kullanılan bu beyanlar için ilgili otoriteden izin de alınmadığından söz konusu beyanların doğruluğunun bilimsel olarak ispat edilmiş sayılamayacağı, dolayısıyla doğruluğu bilimsel olarak ispat edilmemiş bu beyanlarla tüketicilerin aldatılıp yanıltıldığı,

Diğer taraftan, inceleme konusu tanıtımda şahsın Easyfishoil adlı ürünü piyasada araştırarak kendisinin bulduğu ve adı geçen ürünü gerçekten kullanarak etkinliğini ve faydasını bizzat deneyimlediği şeklinde bir algı oluşturulmakla birlikte bu durumun gerçeği yansıtmadığı, dolayısıyla söz konusu reklamların bu açıdan da aldatıcı - yanıltıcı ve Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin "Tanıklı reklamlar" a ilişkin hükümlerine aykırı olduğu,

Bu hususlara ek olarak, anılan tanıtımda yer verilen *"Birçok balık yağını denedim ama onlarda ağızda kötü tat bıraktı ve çok istikrarlı olamadım. Ta ki... EasyFishoil 'in concordix teknolojisi sayesinde ağza balık tadı gelmeyen, doğal limon ve portakal aroması içeren, susuz tüketilebilen, çiğnenebilir ve ilk günkü tazeliğini koruyan yetişkin jel formu ile tanışana kadar. En çok dikkatimi çeken özelliği de tek tek paketlendiği için oksidasyona uğramaması ve yaz aylarında bile tat, koku bozukluğu olmadan gönül rahatlığı ile kullanılması oldu..."* şeklindeki ifadelerin, kapsül ve şurup gibi diğer formlarda satışı yapılan balık yağı ürünlerine yönelik açık bir kötüleme içerdiği, söz konusu ifadelerle Easyfishoil dışındaki diğer balık yağlarının kullanımının zor olduğu, tat ve kokularının kötü olduğu ve oksidasyona uğrayarak bozuldukları algısı oluşturulduğu, öte yandan, piyasada satışı yapılan kapsül ve sıvı formdaki balık yağları ile çiğnenebilir jel formdaki Easyfishoil arasında yapılan bir karşılaştırmayı da içeren bu tanıtımların, Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 8/3 maddesinin, *“Takviye edici gıdaların karşılaştırmalı reklamı ise hiçbir şekilde yapılamaz.”* hükmüne de açıkça aykırılık teşkil ettiği,

Son olarak, inceleme konusu tanıtımda yer verilen, *“EasyFishoil 'in concordix teknolojisi sayesinde ağza balık tadı gelmeyen, doğal limon ve portakal aroması içeren, susuz tüketilebilen, çiğnenebilir ve ilk günkü tazeliğini koruyan yetişkin jel formu ile tanışana kadar. En çok dikkatimi çeken özelliği de tek tek paketlendiği için oksidasyona uğramaması ve yaz aylarında bile tat, koku bozukluğu olmadan gönül rahatlığı ile kullanılması oldu....”* şeklindeki ürünün oksidasyona uğramadığını ve ilk günkü tazeliğini koruduğunu belirten iddiaların bilimsel geçerliliği olan bilgi ve belgelerle ispatlanması gerektiği halde şahıs tarafından Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin İspat Külfeti başlıklı 9 uncu maddesi kapsamında söz konusu iddianın ispatına ilişkin olarak herhangi bir bilgi, belge ve açıklama sunulmadığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

- 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 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 6/1, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 8/3, 9, 10, 16/1, 22/1, 23/1, 26 ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre, reklam veren **Cansu EFE** hakkında, söz konusu reklamlar ile ilgili olarak, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**18)**

**Dosya No: 2021/1597**

**Şikayet Edilen: Dr. Rıfat Can ÖZTÜRK**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şahsa ait "drrifatcanozturk" isimli Instagram sayfasında "Easyfishoil" adlı ürüne yönelik olarak 11.02.2021 tarihinde yayınlanan reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 11.02.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan inceleme sonucunda, şahsa ait "drrifatcanozturk" isimli Instagram hesabının https://www.instagram.com/p/CLKVbXmgo\_s/ URL adresinde 11.02.2021 tarihinde yayınlanan paylaşımda, *“Omega 3 kullanımının yararlarını görebilmek için düzenli kullanım önemlidir. Çocuklar balık yağını kullanmayı reddediyorsa, onların kolaylıkla kullandığı, tadı ve kokusunu beğendiği, çiğnenebilir balık yağı takviyelerini özellikle öneriyoruz. Burda da seçimim, tek tek paketli, Concordix teknolojisi ile üretilen, çiğnenebilir jel form balık yağları olacaktır. Daha önceden de söylediğim gibi, besin desteklerinin ihtiyaca yönelik bilinçli kullanımı çok önemli. Tam da çocuklarımızın bu farklı ihtiyaçlarını desteklemeye yönelik olarak Easyfishoil, Balık Yağı Dünyasını geliştirdi. Bu noktalardan değerlendirildiğinde benim tercihim ihtiyaca yönelik balık yağı dünyasını geliştiren EasyFishoil ürünleri olacaktır. #concordix #jelform #balıkyağı #omega3 #balıkyağıdünyası #çiğnenebilir #easyfishoil”* şeklinde ifadeler ile söz konusu paylaşımda yer alan video içerikte ekranda durağan yazı olarak *“Çocuklarınız için ihtiyaca yönelik ve severek tüketeceği “Balık yağı” tercih edin”* şeklinde ifadelere yer verildiği, Instagram profilinde şahsın mesleğinin "Çocuk Sağlığı ve Hastalıkları Uzmanı" ifadesiyle belirtildiği,

Konuya ilişkin olarak ürün sahibi Easyvit Sağlık Ürünleri San. A.Ş. unvanlı firma tarafından yapılan açıklamalarda; adı geçen şahıs ve Reklam Kurulu tarafından haklarında inceleme başlatılan diğer bazı doktorlar ile firmaları arasında herhangi bir işbirliğinin bulunmadığı, ilgili paylaşımlar incelendiğinde, paylaşımlarda herhangi bir şekilde; firmaya ait Easyfishoil markalı ürünlerin görsellerine yer verilmediği ve Hashtag “#” ile firmalarının Instagram hesaplarına bir yönlendirmenin bulunmadığı, yapılan şikayetlerde “#jelform” ve “#concordix” hashtagleri üzerinden bir çıkarım yapılmaya ve paylaşımların firma ile ilişkilendirilmeye çalışıldığının anlaşıldığı, Concordix teknolojisiyle üretilen tek ürünün firmalarının ürünü olmadığı gibi Easyfishoil’in tek jel form ürün de olmadığı, firmalarının Concordix teknolojisinin sahibi değil, bu teknoloji ile jel formda üretilmiş ürünlerin satışını yapan bir firma olduğu ve her “jelform” ve “condordix” ifadeleri ile firmalarının bağdaştırılmasının hiçbir şekilde mümkün olmadığı, söz konusu paylaşımlar ile Easyvit Sağlık Ürünleri San. A.Ş.’nin bir ilgisinin bulunmadığı ve örtülü reklam iddiası ile firmalarına herhangi bir sorumluluk yüklenemeyeceği hususlarının belirtildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, şahsa ait "drrifatcanozturk" isimli Instagram hesabının https://www.instagram.com/p/CLKVbXmgo\_s/ URL adresinde 11.02.2021 tarihinde Easyfishoil adlı ürüne yönelik olarak yayınlanan tanıtımda, *“Omega 3 kullanımının yararlarını görebilmek için düzenli kullanım önemlidir. Çocuklar balık yağını kullanmayı reddediyorsa, onların kolaylıkla kullandığı, tadı ve kokusunu beğendiği, çiğnenebilir balık yağı takviyelerini özellikle öneriyoruz. Burda da seçimim, tek tek paketli, Concordix teknolojisi ile üretilen, çiğnenebilir jel form balık yağları olacaktır. Daha önceden de söylediğim gibi, besin desteklerinin ihtiyaca yönelik bilinçli kullanımı çok önemli. Tam da çocuklarımızın bu farklı ihtiyaçlarını desteklemeye yönelik olarak Easyfishoil, Balık Yağı Dünyasını geliştirdi. Bu noktalardan değerlendirildiğinde benim tercihim ihtiyaca yönelik balık yağı dünyasını geliştiren EasyFishoil ürünleri olacaktır. #concordix #jelform #balıkyağı #omega3 #balıkyağıdünyası #çiğnenebilir #easyfishoil”* şeklinde ifadeler ile söz konusu paylaşımda yer alan video içerikte ekranda durağan yazı olarak *“Çocuklarınız için ihtiyaca yönelik ve severek tüketeceği “Balık yağı” tercih edin”* şeklinde ifadelere yer verildiği, ayrıca paylaşıma ilişkin etiketler içinde, *"#concordix, #jelform, #balıkyağıdünyası, #çiğnenebilir, #easyfishoil"* gibi doğrudan doğruya Easyfishoil adlı ürünün sahibi olan Easyvit Sağlık Ürünleri San. A.Ş. tarafından "easyvitailesi" isimli Instagram sayfasında ve diğer mecralarda Easyfishoil adlı ürüne ilişkin olarak yayınlanan reklamlarda kullanıldığı görülen etiketlerin yer aldığı, bilhassa ürünün üretim teknolojisi olarak adlandırılan "#concordix" etiketine tıklayan tüketicilerin neredeyse tamamı Easyfishoil adlı ürünün tanıtımlarına ilişkin olan ve aynı ibareyle etiketlendirilmiş diğer Instagram paylaşımlarına yönlendirildiği

Bu itibarla, söz konusu paylaşımın içeriğinde, *Easyfishoil marka adı açıkça belirtilerek* ürünün tek tek paketlendiği, Concordix teknolojisi ile üretildiği, çiğnenebilir jel formunda olduğu, çocukların ürünü kolaylıkla kullanabildiği, ürünün kokusunu - tadını sevdikleri ve çocukların farklı ihtiyaçlarını desteklediği gibi tüketici tercihlerini bilinçli olarak yönlendirmeye yönelik ifadelere, etiketlere ve ticari reklam tanımına giren beyanlara yer verilmekle ve tüketiciler ürünün satın alınması için teşvik edilmekle birlikte yayınlanan bu paylaşımın bir reklam olduğu açık bir şekilde tüketicilere duyurulmayarak Easyfishoil adlı ürünün örtülü reklamının yapıldığı ve böylelikle reklam mevzuatında yer alan örtülü reklama ilişkin hükümlerin ihlal edildiği,

Diğer yandan, Instagram profilinde şahsın mesleğinin "Çocuk Sağlığı ve Hastalıkları Uzmanı" ifadesiyle belirtildiği, bu itibarla, doktorların tüketicilerde sahip olduğu tartışmasız güven ve doktor kimliği kullanılarak takviye edici gıda niteliğindeki bir ürüne ilişkin olarak çocukların gelişimi açısından tüm ihtiyaçları karşılamaya yönelik bir ürün olduğunu belirten ve sağlık beyanı olduğu izlenimi uyandıran ifadelere ve ürünün çocuklar için kullanımına yönelik tavsiye belirten tanıtımlara yer verilmesinin Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği’nin 15/1-c maddesi, Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 5/1-i maddesi ve Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 16/3 maddesi hükümlerine açıkça aykırı olduğu,

Ayrıca anılan tanıtımda yer verilen *"Çocuklar balık yağını kullanmayı reddediyorsa, onların kolaylıkla kullandığı, tadı ve kokusunu beğendiği, çiğnenebilir balık yağı takviyelerini özellikle öneriyoruz."* şeklindeki ifadelerin, kapsül ve şurup gibi diğer formlarda satışı yapılan balık yağı ürünlerine yönelik açık bir kötüleme içerdiği, söz konusu ifadelerle çocukların diğer balık yağlarını kullanmayı reddettiği, diğer balık yağlarının kullanımının kolay olmadığı ve çocuklarca tat ve kokularının beğenilmediği şeklinde bir izlenim oluşturulduğu, öte yandan, piyasada satışı yapılan kapsül ve sıvı formdaki balık yağları ile çiğnenebilir jel formdaki Easyfishoil arasında yapılan bir karşılaştırmayı da içeren bu tanıtımların, Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 8/3 maddesinin, *“Takviye edici gıdaların karşılaştırmalı reklamı ise hiçbir şekilde yapılamaz.”* hükmüne de açıkça aykırılık teşkil ettiği,

Bu hususlara ek olarak, inceleme konusu tanıtımda şahsın Easyfishoil adlı ürünü piyasada araştırarak kendisinin bulduğu ve adı geçen ürünü kendisinde ve hastalarında gerçekten kullanarak etkinliğini ve faydasını bizzat deneyimlediği şeklinde bir algı oluşturulmakla birlikte bu durumun gerçeği yansıtmadığı, dolayısıyla söz konusu reklamların bu açıdan da aldatıcı - yanıltıcı ve Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin "Tanıklı reklamlar" a ilişkin hükümlerine aykırı olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

- 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 Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği’nin 5/1, 5/2, 8/2, 9/1, 9/2 ve 13/1, 13/2 ve 15/1-c maddeleri,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 6/1, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 8/3, 9, 10, 16/1, 16/3, 22/1, 23/1, 26 ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre, reklam veren **Dr. Rıfat Can ÖZTÜRK** hakkında, söz konusu reklamlar ile ilgili olarak, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**19)**

**Dosya No: 2021/1598**

**Şikayet Edilen: Dr. Bekir ÇAKMAK**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şahsa ait "dr.bekircakmak" isimli Instagram sayfasında "Easyfishoil" adlı ürüne yönelik olarak 05.10.2020, 31.08.2020, 23.07.2020, 20.05.2020 ve 22.03.2021 tarihlerinde yayınlanan reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 05.10.2020, 31.08.2020, 23.07.2020, 20.05.2020, 22.03.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan inceleme sonucunda, şahsa ait "dr.bekircakmak" isimli Instagram sayfasının https://www.instagram.com/p/CF-KS1mj5hL/ URL adresinde 05.10.2020 tarihinde yayınlanan video paylaşımda, *“Ders zili çaldı ve çocuklarımızı okullara göndermeye başladık bu dönemde merak ettiğimiz konulardan birisi de omega3 takviyesi. Omega 3 içerikli ürünleri Dünya Sağlık Örgütü, Beslenme Konseyi ve GOED standartlarına göre tarafsızca test eden bağımsız program olan IFOS ürünleri saflık, stabilite, içerik ve ağır metal kriterleri olmak üzere 4 kategoride değerlendirmektedir. Bu kategorilerden stabilite, ürünün açılmadan önce stabil yani okside olup olmadığını gösterir. IFOS tarafından bu değerin 19.5’in altında olması beklenir. Buna göre oksidasyon değeri çok düşük olan bir balık yağı daha uzun süreli güvenli ve faydalı kullanım sağlayabilmektedir. Düzenli olarak analiz yapılan Easyfishoil çocuk balık yağının toplam oksidasyon değeri çok düşük seviyelerdedir. Ayrıca oksijen ve neme karşı bariyer oluşturan tek kullanımlık ambalajı ile açılana kadar da oksijenle temas etmez. İlk günkü etkisini korur tadı ve kokusu bozulmayarak hijyenik ve taze kalır.”* şeklinde sesli ifadelere ve paylaşımın açıklama bölümünde, *“Okullar, pandemi ve omega-3... #concordix #jelform #balıkyağı #tavsiye #omega3 #önerilendoz #oksidasyon”* şeklinde etiketler ile yazılı ifadelere yer verildiği, yayınlanan video paylaşımın içeriğinde Easyfishoil marka adının açıkça belirtildiği,

Şahsa ait "dr.bekircakmak" isimli Instagram sayfasının https://www.instagram.com/p/CEkBLUXD\_Nx/ URL adresinde 31.08.2020 tarihinde yayınlanan paylaşımda, *“Herkese Merhabalar. BALIK YAĞI ile ilgili önemli bilgiler vereceğim. 1-Açıldığı andan itibaren havayla temas eden balık yağı bozulmaya başlayabilir, tat ve kokusu ile ilgili sorunlar yaşanabilir. Yeni teknolojilerden biri olan CONCORDIX ile üretilen tek tek paketli formlar oksidasyon riskinin önüne geçer. 2- İçerdiği DHA+EPA oranına dikkat etmeliyiz. Avrupa Gıda Güvenliği Otoritesi (EFSA) 2-18 yaş arasında sağlıklı çocuklar için günlük 250mg EPA+DHA miktarında Omega 3 alımını önermektedir. Özellikle çocuklar da bu miktarın DHA’ dan zengin olması tavsiye edilir. Yüksek dozları ancak belli rahatsızlıklar çerçevesinde öneririz. 3- Balık yağı konusunda dünyada otorite kabul edilen önemli bilimsel kuruluşların onayının olması içinizi rahatlatabilir. Balık yağlarında toksik öğeler bulunma riskinden dolayı; “Ulusal ve Uluslararası Sağlık Kurumlarından Onaylı” olduğu ibaresi bulunanların tercih edilmesi gereklidir. (IFOS sertifikalı ve GOED üyesi olmasına özellikle bakmak gerekir.) 4-Kullanılan balık yağının ağır metal taramasından geçirilip geçirilmediği mutlaka sorgulanmalıdır. Bu konuda kuzeydeki soğuk denizlerden toplanan özellikle Norveç’te üretilen balık yağları tüm dünyada ön plana çıkmaktadır. Üretildiği tesislerin BRC uluslararası kalite standart belgesi olup olmadığı da sorgulanmalıdır. Bu kriterlere göre balık yağınızı seçerek gelişim çağındaki çocuklarınızın zihinsel ve bedensel gelişimlerine katkıda bulunabilir, destek olabilirsiniz. #concordix #jelform #balıkyağı #tavsiye #omega3 #önerilendoz #oksidasyon"* şeklinde ifadelere yer verildiği, paylaşımda yer alan videoda şahıs tarafından yapılan açıklamalarda ise, *"Merhabalar. Bugün balık yağı konusunda çok sık karşımıza çıkan EPA ve DHA'nın aslında ne olduğundan bahsedeceğim. Doymamış yağ asitleri çoğunlukla Omega-3 ve Omega-6 dediğimiz yağ asitleri formundadır. İşte EPA yani diğer adıyla Eikosa Pentaenoik Asit ve DHA yani Dokosa Heksaenoik Asit, dediğimiz yapılar aslında Omega-3'ün ta kendisidir. EPA'nın daha çok kalp ve damar sağlığı üzerine, DHA'nın ise daha çok beyin ve retina gibi sinir sistemi yapılarında faydalı etkileri vardır. Yani her iki Omega-3 yağ asidinin de vücudumuzdaki hayati organlar üzerinde önemli etkileri vardır. Herkese selamlar sevgiler."* şeklinde beyanlarda bulunulduğu,

Şahsa ait "dr.bekircakmak" isimli Instagram sayfasının https://www.instagram.com/p/CC\_lcJRjKnT/ URL adresinde 23.07.2020 tarihinde yayınlanan paylaşımda, *“Herkese merhabalar. Omega 3 ün faydaları denilince ilk akla gelen kalp damar hastalıklarına olan olumlu katkısıdır. Bunun dışında diğer faydaları şöyledir: Beyin, göz ve nörolojik gelişime önemli katkıları vardır. Kolesterolü düşürücü. Kalp ritmini düzenleyici. Yaşlanma sürecini yavaşlatır. Alzheimer’a karşı koruyucudur. Depresyonun önlenmesinde ve tedavisinde etkilidir. Kilo alımına karşı da koruyucu etkiye sahiptir. Hastalıklara karşı direnci arttırır. Balık yağı takviyesi kullanılırken dikkat edilmesi gereken en önemli nokta oksidasyona karşı yeni teknolojilerle uygun şekilde ambalajlanmış tek tek paketli olmasıdır. IFOS sertifikasına sahip olması, GOED üyesi olması, şeker ve glikoz içermemesi de diğer önemli kriterlerdir. Ben tüm bu özelliklere sahip tek tek paketli Concordix ile üretilen çiğnenebilir jel formları öneriyorum. Bu şekilde özellikle yaz aylarında ağırlaşabilen balık yağı kokusundan etkilenmeden hem siz hem çocuğunuz rahatlıkla tüketebilir. #concordix #jelform #balıkyağı #tavsiye #omega3 #önerilendoz #oksidasyon #yazınkullanılanbalıkyağı"* şeklinde ifadelere yer verildiği, paylaşımda yer alan videoda şahıs tarafından yapılan açıklamalarda ise, *"Biz çocuk sağlığı ve hastalıkları uzmanı olarak şimdiye kadar balık yağının çocuklar için olan öneminden bahsettik. Çocuklar için olduğu kadar erişkinler için de başta kardiyovasküler ve de sinir sistemi olmak üzere birçok faydası vardır. Çocuklarımızın sağlığını korurken kendi sağlığımızı ihmal etmeyelim. Ailecek kullanmaya özen gösterelim. Omega-3 vücudumuz tarafından üretilemez ve mutlaka dışarıdan alınması gerekir. Diğer önemli bir konu ise balık yağını kış aylarında kullandığımız gibi yazın da kullanabiliriz. Omega-3 denilince sinir sistemine ve de kalp-damar sistemine olan olumlu katkıları yanında vücudumuza diğer faydalarını ve de balık yağı seçerken dikkat etmemiz gerekenleri bu videonun altında paylaştım. Herkese sevgiler."* şeklinde beyanlarda bulunulduğu,

Yine şahsa ait "dr.bekircakmak" isimli Instagram sayfasının https://www.instagram.com/p/CAa5a2AjKw7/ URL adresinde 20.05.2020 tarihinde yayınlanan paylaşımda, *“1- Balık yağı ürünlerinde bugüne kadar pek dile getirilmeyen ama farklı formların ortaya çıkmasıyla önemi çok daha iyi anlaşılan oksidasyon limitlerine dikkat etmek gerekir. Dünyada güncel teknolojilerden biri CONCORDIX ile üretilen tek tek paketli formlar oksidasyon riskinin önüne geçmeyi başarmıştır. Aksi halde açıldığı andan itibaren havayla temas eden balık yağı bozulmaya başlayabilir, tat ve kokusu ile ilgili sorunlar yaşanabilir. 2- İçerdiği DHA+EPA oranına dikkat etmeliyiz. Avrupa Gıda Güvenliği Otoritesi (EFSA) 2-18 yaş arasında sağlıklı çocuklar için günlük 250mg EPA+DHA miktarında Omega 3 alımını önermektedir. Özellikle çocuklar da bu miktarın DHA’ dan zengin olması tavsiye edilir. Yüksek dozları ancak belli rahatsızlıklar çerçevesinde öneririz. 3- Balık yağı konusunda dünyada otorite kabul edilen önemli bilimsel kuruluşların onayının olması içinizi rahatlatabilir. Balık yağlarında toksik öğeler bulunma riskinden dolayı; “Ulusal ve Uluslararası Sağlık Kurumlarından Onaylı” olduğu ibaresi bulunanların tercih edilmesi gereklidir. (IFOS sertifikalı ve GOED üyesi olmasına özellikle bakmak gerekir) 4-Kullanılan balık yağının ağır metal taramasından geçirilip geçirilmediği mutlaka sorgulanmalıdır. Bu konuda kuzeydeki soğuk denizlerden toplanan özellikle Norveç’te üretilen balık yağları tüm dünyada ön plana çıkmaktadır. Üretildiği tesislerin BRC uluslararası kalite standart belgesi olup olmadığı da sorgulanmalıdır. Son olarak da son dönemde çok sık sorulan bir soruyu da cevaplamak isterim. Yazın balık yağı kullanılır mı? Cevap çok net EVET. İşte bu noktada 1. maddede yer alan oksidasyon konusunun bir kere daha altını çizmek gerekir. Okside olan formlar yazın daha fazla tat ve koku bozulması yaşar. Bu nedenle tek tek paketli Concordix ile üretilen formları tercih etmenizi öneririm. Bu kriterlere göre balık yağınızı seçerek gelişim çağındaki çocuklarınızın zihinsel ve bedensel gelişimlerine katkıda bulunabilir, destek olabilirsiniz. #balıkyağı #çocukdoktoru #pediatrist #concordix #jelform #tavsiye #omega3 #önerilendoz #oksidasyon #yazınkullanılanbalıkyağı"* şeklinde ifadelere yer verildiği, paylaşımda yer alan videoda şahıs tarafından yapılan açıklamalarda ise, *"Bu güne kadar herkes size balık yağı ağır metal içerir mi ona bakmanızı söyledi. Bu tabi önemli. Ama bugün birçok ürün bu analizlerini zaten yaptırıyor. Önemli olan 3 madde var. 1 - Oksidasyon. Balık yağı ürünleri açıldıktan sonra okside olup tadı ve kokusu bozulur. Hiç kimse çocuğuna bozuk balık yağı içirmek istemez. 2- Toplam Omega-3 miktarı. Sağlıklı çocuklarda önemli olan global otoritelerin belirlediği miktarlara sadık kalmak önemlidir. 3- Çocuğumuz içebiliyor mu? Yani, uzun süreli kullanım. Bu güne kadar çocukların içmek istemediği zorlandığı formlar yerine artık yeni teknolojilerin ürün olan çiğnenebilir formlar var. Zararlı madde içermeyen, çocukların uzun süre kullanabilecekleri tek tek ambalajlı ürünlerde oksidasyon riski yok. Güvenle öneriyorum. Dikkat etmeniz gerekn diğer ayrıntıları sizin için paylaşımın altına özetledim."* şeklinde beyanlarda bulunulduğu,

Son olarak, şahsa ait "dr.bekircakmak" isimli Instagram sayfasının https://www.instagram.com/p/CMutkYHD6kR/ URL adresinde 22.03.2021 tarihinde yayınlanan paylaşımda ise, *“Çocuk sağlığının temelleri yenidoğan ve süt çocuğu döneminde atılmaktadır. Bütün çocuklara ilk bir yıl boyunca D vitamini ve demir desteği vermekteyiz. Ama gelişimi çok hızlı olan çocuklarımızın vitamin takviyesi ihtiyaçları oyun ve okul çağında da devam etmektedir. Bu dönemlerde özellikle gelişimi desteklemek amacıyla balık yağı takviyesi kullanımını tavsiye ediyorum. Çocuklarda balık yağı kullanırken ihtiyaca yönelik seçim yapmak önemlidir. Dengesiz beslenen veya iştah problemi olan çocuklarımıza, vücudun karşılayamadığı Omega 3 ve vitamin desteğini sağlamak için multivitamin içeren balık yağı takviyesini kullanabiliriz. Balık yağı seçimi yaparken dikkat etmemiz gereken diğer kriterler ise tadının ve kokusunun çocuğumuzun seveceği şekilde olması, oksidasyon risk taşımayan tek tek paketlenmiş olması, İFOS ve GOED gibi global sertifikalara sahip olmasıdır. #concordix #jelform #tavsiye #omega3 #önerilendoz #oksidasyon"* şeklinde yazılı ifadelere yer verildiği,

31.08.2020, 23.07.2020, 20.05.2020 ve 22.03.2021 tarihlerinde yayınlanan bu paylaşımlarda Easyfishoil marka adına açıkça yer verilmediği, ayrıca Instagram profilinde şahsın mesleğinin "Çocuk Doktoru / Yoğun Bakım Doktoru" ifadeleriyle belirtildiği,

Konuya ilişkin olarak ürün sahibi Easyvit Sağlık Ürünleri San. A.Ş. unvanlı firma tarafından yapılan açıklamalarda; adı geçen şahıs ve Reklam Kurulu tarafından haklarında inceleme başlatılan diğer bazı doktorlar ile firmaları arasında herhangi bir işbirliğinin bulunmadığı, ilgili paylaşımlar incelendiğinde, paylaşımlarda herhangi bir şekilde; firmaya ait Easyfishoil markalı ürünlerin görsellerine yer verilmediği ve Hashtag “#” ile firmalarının Instagram hesaplarına bir yönlendirmenin bulunmadığı, yapılan şikayetlerde “#jelform” ve “#concordix” hashtagleri üzerinden bir çıkarım yapılmaya ve paylaşımların firma ile ilişkilendirilmeye çalışıldığının anlaşıldığı, Concordix teknolojisiyle üretilen tek ürünün firmalarının ürünü olmadığı gibi Easyfishoil’in tek jel form ürün de olmadığı, firmalarının Concordix teknolojisinin sahibi değil, bu teknoloji ile jel formda üretilmiş ürünlerin satışını yapan bir firma olduğu ve her “jelform” ve “condordix” ifadeleri ile firmalarının bağdaştırılmasının hiçbir şekilde mümkün olmadığı, söz konusu paylaşımlar ile Easyvit Sağlık Ürünleri San. A.Ş.’nin bir ilgisinin bulunmadığı ve örtülü reklam iddiası ile firmalarına herhangi bir sorumluluk yüklenemeyeceği hususlarının belirtildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, şahıs tarafından 05.10.2020 tarihinde yayınlanan video paylaşımda, *Easyfishoil marka adı açıkça belirtilerek* ve *"Düzenli olarak analiz yapılan Easyfishoil çocuk balık yağının toplam oksidasyon değeri çok düşük seviyelerdedir. Ayrıca oksijen ve neme karşı bariyer oluşturan tek kullanımlık ambalajı ile açılana kadar da oksijenle temas etmez. İlk günkü etkisini korur tadı ve kokusu bozulmayarak hijyenik ve taze kalır.”* şeklinde ifadelere yer verilerek Easyfishoil adlı ürünün tek tek paketlenmesi, açılana kadar oksijenle temas etmeyerek tadını ve kokusunu koruması ve hijyenik ve taze kalması gibi niteliklerinden bahsedilmek suretiyle, tüketicilere çocuklarının kullanımı için piyasada satışı yapılan balık yağları içinde Easyfishoil adlı ürünü tercih etmelerinin önerildiği, yine ürünün toplam oksidasyon değerinin çok düşük seviyelerde olduğu şeklinde tüketici tercihlerini bilinçli olarak yönlendirmeye yönelik ifadelere yer verilerek tüketicilerin ürünün satın alınması için teşvik edildiği, ayrıca paylaşıma ilişkin etiketler içinde, "#concordix, #jelform, #oksidasyon" gibi doğrudan doğruya ürünün üreticisi olan Easyvit Sağlık Ürünleri San. A.Ş. tarafından "easyvitailesi" isimli Instagram sayfasında ve diğer mecralarda Easyfishoil adlı ürüne ilişkin olarak yayınlanan reklamlarda kullanıldığı görülen etiketlere yer verildiği, benzer şekilde, Easyvit Sağlık Ürünleri San. A.Ş. tarafından Easyfishoil adlı ürüne yönelik reklamlarda kullanılan ve ürünün pazarlama iletişiminin ana mesajını oluşturan *"Tek tek paketlenme, oksidasyona uğramama, tat ve koku bozulması yaşamama, çiğnenebilir jel formda olma"* gibi beyanların şahıs tarafından yapılan paylaşımın da ana mesajını oluşturduğu, bu itibarla, söz konusu paylaşımda Easyfishoil marka adı açıkça belirtilerek anılan ürünün tüketicilere yönelik tanıtımı yapılmakla birlikte yayınlanan bu paylaşımın bir reklam olduğu açık bir şekilde tüketicilere duyurulmayarak Easyfishoil adlı ürünün örtülü reklamının yapıldığı ve reklam mevzuatında yer alan örtülü reklama ilişkin hükümlerin ihlal edildiği,

Diğer taraftan, 31.08.2020, 23.07.2020, 20.05.2020 ve 22.03.2021 tarihlerinde yayınlanan paylaşımlara ilişkin olarak ise, söz konusu paylaşımlarda yer alan etiketler içinde, benzer şekilde, *"#concordix, #jelform, #oksidasyon, #yazınkulanılanbalıkyağı"* gibi doğrudan doğruya Easyfishoil adlı ürünün sahibi olan Easyvit Sağlık Ürünleri San. A.Ş. tarafından "easyvitailesi" isimli Instagram sayfasında ve diğer mecralarda Easyfishoil adlı ürüne ilişkin olarak yayınlanan reklamlarda kullanıldığı görülen etiketlere yer verildiği, bilhassa ürünün üretim teknolojisi olarak adlandırılan "#concordix" etiketine tıklayan tüketicilerin neredeyse tamamı Easyfishoil adlı ürünün tanıtımlarına ilişkin olan ve aynı ibareyle etiketlendirilmiş diğer Instagram paylaşımlarına yönlendirildiği, ayrıca Easyvit Sağlık Ürünleri San. A.Ş. tarafından Easyfishoil adlı ürüne yönelik reklamlarda kullanılan ve ürünün pazarlama iletişiminin ana mesajını oluşturan *"Concordix teknolojisiyle üretilme, IFOS ve GOED sertifikalarına sahip olma, tek tek paketlenme, oksidasyona uğramama, tat ve koku bozulması yaşamama, ilave şeker ve koruyucu içermeme, çiğnenebilir jel formda olma"* gibi beyanların şahıs tarafından yapılan bu paylaşımların da ana mesajını oluşturduğu, bu itibarla, belirtilen tarihlerde yayınlanan paylaşımlar içerisinde doğrudan ürün ismi belirtilmemekle birlikte, Easyfishoil adlı ürünün reklamlarında kullanılan ifadelere ve etiketlere yer verilerek ve ürünün niteliklerinden bahsedilerek örtülü bir biçimde tüketicilere piyasada satışı yapılan balık yağları içinde Easyfishoil markalı ürünü tercih etmelerinin önerildiği, paylaşımların içeriğinde Concordix teknolojisi ile üretilen, tek tek paketlenen, açıldıktan sonra oksidasyona uğramayan, tat - koku bozulması yaşamayan ve çiğnenebilir jel formda olan bir balık yağının tavsiye edildiği izlenimi oluşturularak Easyfishoil adlı ürünün tanıtımı yapılmakla birlikte anılan paylaşımların bir reklam olduğunu belirten hiçbir açıklamada bulunulmadığı, böylelikle Easyfishoil adlı ürünün örtülü reklamının yapıldığı ve reklam mevzuatında yer alan örtülü reklama ilişkin hükümlerin ihlal edildiği,

Öte yandan, inceleme konusu paylaşımlarda Omega-3 yağ asitlerine ilişkin olarak yer verilen, *“EPA'nın daha çok kalp ve damar sağlığı üzerine, DHA'nın ise daha çok beyin ve retina gibi sinir sistemi yapılarında faydalı etkileri vardır. Yani her iki Omega-3 yağ asidinin de vücudumuzdaki hayati organlar üzerinde önemli etkileri vardır... Omega 3 ün faydaları denilince ilk akla gelen kalp damar hastalıklarına olan olumlu katkısıdır. Bunun dışında diğer faydaları şöyledir : Beyin, göz ve nörolojik gelişime önemli katkıları vardır. Kolesterolü düşürücü. Kalp ritmini düzenleyici. Yaşlanma sürecini yavaşlatır. Alzheimer’a karşı koruyucudur. Depresyonun önlenmesinde ve tedavisinde etkilidir. Kilo alımına karşı da koruyucu etkiye sahiptir. Hastalıklara karşı direnci arttırır... Çocuklar için olduğu kadar erişkinler için de başta kardiyovasküler ve de sinir sistemi olmak üzere birçok faydası vardır. Çocuklarımızın sağlığını korurken kendi sağlığımızı ihmal etmeyelim. Ailecek kullanmaya özen gösterelim... Bu nedenle tek tek paketli Concordix ile üretilen formları tercih etmenizi öneririm. Bu kriterlere göre balık yağınızı seçerek gelişim çağındaki çocuklarınızın zihinsel ve bedensel gelişimlerine katkıda bulunabilir, destek olabilirsiniz."* ifadelerinin birer sağlık beyanı olduğu, Omega-3 yağ asitlerinin insan sağlığı ve çocuk gelişimi üzerindeki etkilerini ifade eden ve endikasyon belirten bu tür beyanlarla, örtülü bir şekilde reklamı yapılan Easyfishoil adlı ürüne atıf yapılarak anılan ürünün hastalıkların ve çeşitli sağlık sorunlarının tedavisinde, iyileştirilmesinde veya önlenmesinde etkili olduğu veyahut da çocuk gelişimini desteklediği şeklinde yanıltıcı bir izlenim oluşturulduğu, böylelikle anılan ürünün sanki bir ilaç veya beşeri tıbbi ürün gibi tanıtıldığı, diğer yandan, halihazırda yürürlükte olan Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği ekinde EPA/DHA Omega-3 yağ asitlerine ilişkin olarak kullanımına izin verilen sağlık beyanları arasında yukarıda altı çizili olarak belirtilen ifadelerin bulunmadığı, kaldı ki kullanımına izin verilen sağlık beyanları ile ürünün kendisine atıf yapılamayacağı, dolayısıyla yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre Omega-3 içerikli 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,

Bu hususlara ek olarak, şahsın Instagram profilinde mesleğinin "Çocuk Doktoru / Yoğun Bakım Doktoru" ifadeleriyle belirtildiği, bu itibarla, doktorların tüketicilerde sahip olduğu tartışmasız güven ve doktor kimliği kullanılarak takviye edici gıda niteliğindeki bir ürüne ilişkin olarak çocuk ve tüketici sağlığına yönelik sağlık beyanı içeren ifadelere ve ürünün çocuklarda ve yetişkinlerde kullanımına yönelik tavsiye belirten tanıtımlara yer verilmesinin Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği’nin 15/1-c maddesi, Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 5/1-i maddesi ve Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 16/3 maddesi hükümlerine açıkça aykırı olduğu,

Ayrıca anılan tanıtımlarda yer verilen, *"Yazın balık yağı kullanılır mı? Cevap çok net EVET. İşte bu noktada 1. maddede yer alan oksidasyon konusunun bir kere daha altını çizmek gerekir. Okside olan formlar yazın daha fazla tat ve koku bozulması yaşar. Bu nedenle tek tek paketli Concordix ile üretilen formları tercih etmenizi öneririm... Ben tüm bu özelliklere sahip tek tek paketli Concordix ile üretilen çiğnenebilir jel formları öneriyorum. Bu şekilde özellikle yaz aylarında ağırlaşabilen balık yağı kokusundan etkilenmeden hem siz hem çocuğunuz rahatlıkla tüketebilir... Bu güne kadar çocukların içmek istemediği zorlandığı formlar yerine artık yeni teknolojilerin ürün olan çiğnenebilir formlar var. Zararlı madde içermeyen, çocukların uzun süre kullanabilecekleri tek tek ambalajlı ürünlerde oksidasyon riski yok. Güvenle öneriyorum."* şeklindeki ifadelerin, kapsül ve şurup formunda satışı yapılan balık yağı ürünlerine yönelik açık bir kötüleme içerdiği, söz konusu ifadelerle Easyfishoil dışındaki diğer balık yağlarının oksidasyona uğradığı, tat ve kokularının bozulduğu ve çocuklarca sevilmedikleri algısı oluşturulduğu, diğer yandan, piyasada satışı yapılan kapsül ve sıvı formdaki balık yağları ile çiğnenebilir jel formdaki Easyfishoil arasında yapılan bir karşılaştırmayı da içeren bu tanıtımların, Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 8/3 maddesinin, *“Takviye edici gıdaların karşılaştırmalı reklamı ise hiçbir şekilde yapılamaz.”* hükmüne de açıkça aykırılık teşkil ettiği,

Son olarak, inceleme konusu tanıtımda şahsın Easyfishoil adlı ürünü piyasada araştırarak kendisinin bulduğu ve adı geçen ürünü kendisinde ve hastalarında gerçekten kullanarak etkinliğini ve faydasını bizzat deneyimlediği şeklinde bir algı oluşturulmakla birlikte bu durumun gerçeği yansıtmadığı, dolayısıyla söz konusu reklamların bu açıdan da aldatıcı - yanıltıcı ve Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin "Tanıklı reklamlar" a ilişkin hükümlerine aykırı olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

- 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 Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği’nin 5/1, 5/2, 8/2, 9/1, 9/2 ve 13/1, 13/2 ve 15/1-c maddeleri,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 6/1, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 8/3, 9, 10, 16/1, 16/3, 22/1, 23/1, 26 ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre, reklam veren **Dr. Bekir ÇAKMAK** hakkında, söz konusu reklamlar ile ilgili olarak, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**20)**

**Dosya No: 2021/1599**

**Şikayet Edilen: Dr. Zahide KÜÇÜK**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şahsa ait "drzahidekucuk" isimli Instagram sayfasında "Easyfishoil" adlı ürüne yönelik olarak 02.03.2021, 25.06.2020 ve 30.05.2020 tarihlerinde yayınlanan reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 02.03.2021, 25.06.2020, 30.05.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan inceleme sonucunda, şahsa ait "drzahidekucuk" isimli Instagram sayfasının https://www.instagram.com/p/CL7PrmCHOaP/ URL adresinde 02.03.2021 tarihinde yayınlanan paylaşımda, *“Gerek pandemi sürecinde, gerekse gebelik döneminde balık yağı kullanımını özellikle öneriyorum. Omega 3 hem anne sağlığı, hem de bebeğin sağlıklı gelişimi için alınması gereken ama vücudumuzun üretemediği yağ asitlerinden biri. Gebelikte omega 3 kullanımı ile ilgili bir çok çalışma yapılmış. Bu çalışmaların sonunda gebelik ve emzirme döneminde omega 3 kullanımının bebeklerin mental fonksiyonlarına, el göz koordinasyon gelişimine olumlu katkısının olduğu gösterilmiş. Aynı zamanda bu çocukların bağışıklık sisteminin daha güçlü olduğu, alerjik hastalıkların daha az görüldüğü, konuşmaya daha erken başladıkları görülmüş. İşte bu nedenlerle bizde hem emzirme döneminde hem de gebelik döneminde annelerimizin omega 3 takviyesi almasını öneriyoruz. Peki hangi balık yağını tercih edeceksiniz? Bugün teknolojinin ilerlemesiyle balık yağı dünyasında çiğnenebilir formlar ön plana çıkmaya başladı. Burada dikkat edilmesi gereken nokta, çiğnenebilir jel formlar arasında da seçim yaparken kesinlikle ilave şeker ve koruyucu içermediğini bildiğimiz, Concordix teknolojisiyle üretilen, ağır metal içermeyen, IFOS ve GOED sertifikaları olan, trigliserit formda ürünleri tercih etme gerekliliği. Aman buna dikkat! Concordix teknolojisi sayesinde bu çiğnenebilir jel formlar midede homojen şekilde çözülüyor. Özellikle gebelerde çok rastlanan reflüye yol açmıyor. Ayrıca, oksijen ve neme karşı bariyer oluşturan tek kullanımlık ambalajıyla açılan omega 3 takviyeleri oksidasyona uğramıyor, tadı ve kokusu bozulmayarak hijyenik ve taze kalıyor. Benim önerim bu şekilde üretilmiş balık yağlarından yana. #concordix #jelform #balıkyağı #tavsiye #omega3 #önerilendoz #oksidasyon #beslenmeönerileri #çocuksağlığı"* şeklinde ifadelere yer verildiği, paylaşımda yer alan görselde ise, *"Midede kolayca çözülen çiğnenebilir jel formlar tercih edin. Ağır metal ve koruyucu içermediğine emin olun. Taze kalmasını sağlayan tek tek ambalajlanmış ürünler kullanın"* şeklinde ifadelerin yer aldığı,

Şahsa ait "drzahidekucuk" isimli Instagram sayfasının https://www.instagram.com/p/CB3iOhKnk7H/ URL adresinde 25.06.2020 tarihinde yayınlanan paylaşımda, *“Yaz aylarında balık yağı tüketirken nelere dikkat edelim? Balık yağı konusunda güncel teknolojilerden biri, Concordix ile üretilen tek tek paketli formlar. Bu şekilde üretilen balık yağı formları ile oksidasyon riskinin önüne geçildi. Aksi halde açıldığı andan itibaren havayla temas eden balık yağı bozulmaya başlıyor, tat ve kokusu ile ilgili sorunlar yaşanabiliyor. Yaz aylarında da tek tek paketlenmiş ürünleri rahatlıkla tercih edebilirsiniz. Okside olan formlar yazın daha fazla tat ve koku bozulması yaşar. Şunu unutmayın. Her konuda yenilik ve ilerleme varken balık yağı sektöründe ve teknolojisinde ilerleme olmaması mümkün değil. Dolayısıyla bu konuda eski olmaktan ziyade yenilikçi ve çağı yakalayan ürünleri tercih etmenizi tavsiye ederim. Çiğnenebilir jel formlar arasında da seçim yaparken kesinlikle ilave şeker, glikoz, palm yağı, koruyucu içermeyen Concordix teknolojisiyle üretilen ürünleri tercih etme gerekliliği. Aman buna dikkat! Hadi biraz sohbet edelim. Bu konuda sormak istediğiniz bir soru varsa yazın #concordix #jelform #balıkyağı #tavsiye #omega3 #önerilendoz #oksidasyon #yazınkullanılanbalıkyağı"* şeklinde ifadelere yer verildiği, paylaşımda yer alan videoda şahıs tarafından yapılan açıklamalarda ise, *"Herkese merhaba. Yoğun yorucu bir günü daha geride bıraktık. Yaz aylarının gelmesi ile birlikte özellikle gebelerimde ve küçük çocuğu olan annelerde bir tedirginlik görüyorum. Balık yağı kullanalım mı? Ya da balık yağı kullanımı konusunda özellikle nelere dikkat edelim şeklinde. Balık yağını seçerken özellikle Concordix teknolojisi ile üretilmiş tek tek paketlenmiş ürünler olmasına özen gösterin. Bu şekilde renk, tat ya da koku değişikliği olmayacağı için bu ürünler okside olup bozulmayacağı için sizin ve çocuğunuzun sağlığı için çok daha faydalı olacaktır. Buna özellikle dikkat ettiğiniz takdirde yaz aylarında da balık yağı kullanımını tabi ki öneriyoruz, tavsiye ediyoruz. Herkese sağlıklı güzel günler diliyorum. Hoşçakalın."* şeklinde beyanlarda bulunulduğu,

Yine şahsa ait "drzahidekucuk" isimli Instagram sayfasının https://www.instagram.com/p/CA0lKU2H1kb/ URL adresinde 30.05.2020 tarihinde yayınlanan paylaşımda ise, *“Kızımla birlikte ders çalışıyoruz. Konumuz: Balık Yağı Seçiminde Nelere Dikkat Etmemiz Gerekir? Yanlız ağır metal içermeyen, trigliserit formunda, IFOS ve GOED sertifikalı gibi klasik öneriler yerine son güncel bilgileri paylaşmak istiyorum. Nedenine gelince teknoloji sadece bilgisayar ve iletişim alanında ilerlemiyor, besin takviyeleri alanında da müthiş ilerlemeler ve yeni teknolojiler mevcut. Peki hangi balık yağını tercih edelim? Dünyada güncel teknolojilerden biri, Concordix ile üretilen tek tek paketli formlar. Bu şekilde üretilen balık yağı formları ile oksidasyon riskinin önüne geçildi. Aksi halde açıldığı andan itibaren havayla temas eden balık yağı bozulmaya başlıyor, tat ve kokusu ile ilgili sorunlar yaşanıyor. Bugün teknolojinin ilerlemesiyle balık yağı dünyasında çiğnenebilir formlar ön plana çıkmaya başladı. Burada dikkat edilmesi gereken nokta, çiğnenebilir jel formlar arasında da seçim yaparken kesinlikle ilave şeker, glikoz, palm yağı, koruyucu içermeyen Concordix teknolojisiyle üretilen ürünleri tercih etme gerekliliği. Aman buna dikkat! Son olarak da son dönemde çok sık sorulan bir soruyu da cevaplamak isterim. Yazın balık yağı kullanılır mı? Cevap çok net EVET. İşte bu noktada 1. maddede yer alan oksidasyon konusunun bir kere daha altını çizmek gerekir. Okside olan formlar yazın daha fazla tat ve koku bozulması yaşar. Şunu unutmayın. Her konuda yenilik ve ilerleme varken balık yağı sektöründe ve teknolojisinde ilerleme olmaması mümkün değil. Dolayısıyla bu konuda eski olmaktan ziyade yenilikçi ve çağı yakalayan ürünleri tercih etmenizi tavsiye ederim. Hadi biraz sohbet edelim. Bu konuda sormak istediğiniz bir soru varsa yazın. #concordix #jelform #balıkyağı #tavsiye #omega3 #önerilendoz #oksidasyon #yazınkullanılanbalıkyağı"* şeklinde ifadelerin yer aldığı,

31.08.2020, 23.07.2020, 20.05.2020 ve 22.03.2021 tarihlerinde yayınlanan bu paylaşımlarda Easyfishoil marka adına açıkça yer verilmediği, ayrıca Instagram profilinde şahsın mesleğinin "Operatör Doktor / Gebelik Takibi / Doğum" ifadeleriyle belirtildiği,

Konuya ilişkin olarak ürün sahibi Easyvit Sağlık Ürünleri San. A.Ş. unvanlı firma tarafından yapılan açıklamalarda; adı geçen şahıs ve Reklam Kurulu tarafından haklarında inceleme başlatılan diğer bazı doktorlar ile firmaları arasında herhangi bir işbirliğinin bulunmadığı, ilgili paylaşımlar incelendiğinde, paylaşımlarda herhangi bir şekilde; firmaya ait Easyfishoil markalı ürünlerin görsellerine yer verilmediği ve Hashtag “#” ile firmalarının Instagram hesaplarına bir yönlendirmenin bulunmadığı, yapılan şikayetlerde “#jelform” ve “#concordix” hashtagleri üzerinden bir çıkarım yapılmaya ve paylaşımların firma ile ilişkilendirilmeye çalışıldığının anlaşıldığı, Concordix teknolojisiyle üretilen tek ürünün firmalarının ürünü olmadığı gibi Easyfishoil’in tek jel form ürün de olmadığı, firmalarının Concordix teknolojisinin sahibi değil, bu teknoloji ile jel formda üretilmiş ürünlerin satışını yapan bir firma olduğu ve her “jelform” ve “condordix” ifadeleri ile firmalarının bağdaştırılmasının hiçbir şekilde mümkün olmadığı, söz konusu paylaşımlar ile Easyvit Sağlık Ürünleri San. A.Ş.’nin bir ilgisinin bulunmadığı ve örtülü reklam iddiası ile firmalarına herhangi bir sorumluluk yüklenemeyeceği hususlarının belirtildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, “drzahidekucuk” isimli Instagram sayfasında 02.03.2021, 25.06.2020 ve 30.05.2020 tarihlerinde yayınlanan paylaşımlarda yer alan etiketler içinde, *"#concordix, #jelform, #oksidasyon, #yazınkullanılanbalıkyağı"* gibi doğrudan doğruya Easyfishoil adlı ürünün sahibi olan Easyvit Sağlık Ürünleri San. A.Ş. tarafından "easyvitailesi" isimli Instagram sayfasında ve diğer mecralarda Easyfishoil adlı ürüne ilişkin olarak yayınlanan reklamlarda kullanıldığı görülen etiketlere yer verildiği, bilhassa ürünün üretim teknolojisi olarak adlandırılan "#concordix" etiketine tıklayan tüketicilerin neredeyse tamamı Easyfishoil adlı ürünün tanıtımlarına ilişkin olan ve aynı ibareyle etiketlendirilmiş diğer Instagram paylaşımlarına yönlendirildiği, benzer şekilde, Easyvit Sağlık Ürünleri San. A.Ş. tarafından Easyfishoil adlı ürüne yönelik reklamlarda kullanılan ve ürünün pazarlama iletişiminin ana mesajını oluşturan *"Concordix teknolojisiyle üretilme, tek tek paketlenme, oksidasyona uğramama, tat ve koku bozulması yaşamama, ilave şeker ve koruyucu içermeme, çiğnenebilir jel formda olma"* gibi beyanların şahıs tarafından yapılan paylaşımların da ana mesajını oluşturduğu, bu itibarla, *paylaşımlar içerisinde doğrudan ürün ismi belirtilmemekle birlikte* Easyfishoil adlı ürünün reklamlarında kullanılan ifadelere ve etiketlere yer verilerek ve ürünün niteliklerinden bahsedilerek örtülü bir biçimde tüketicilere piyasada satışı yapılan balık yağları içinde Easyfishoil markalı ürünü tercih etmelerinin önerildiği, paylaşımların içeriğinde Concordix teknolojisi ile üretilen, tek tek paketlenen, açıldıktan sonra oksidasyona uğramayan, tat - koku bozulması yaşamayan ve çiğnenebilir jel formda olan bir balık yağının tavsiye edildiği izlenimi oluşturularak Easyfishoil adlı ürünün tanıtımı yapılmakla birlikte anılan paylaşımların bir reklam olduğunu belirten hiçbir açıklamada bulunulmadığı, böylelikle Easyfishoil adlı ürünün örtülü reklamının yapıldığı ve reklam mevzuatında yer alan örtülü reklama ilişkin hükümlerin ihlal edildiği,

Öte yandan, inceleme konusu paylaşımlarda Omega-3 yağ asitlerine ilişkin olarak yer verilen, *“Omega 3 hem anne sağlığı, hem de bebeğin sağlıklı gelişimi için alınması gereken ama vücudumuzun üretemediği yağ asitlerinden biri. Gebelikte omega 3 kullanımı ile ilgili bir çok çalışma yapılmış. Bu çalışmaların sonunda gebelik ve emzirme döneminde omega 3 kullanımının bebeklerin mental fonksiyonlarına, el göz koordinasyon gelişimine olumlu katkısının olduğu gösterilmiş. Aynı zamanda bu çocukların bağışıklık sisteminin daha güçlü olduğu, alerjik hastalıkların daha az görüldüğü, konuşmaya daha erken başladıkları görülmüş. İşte bu nedenlerle bizde hem emzirme döneminde hem de gebelik döneminde annelerimizin omega 3 takviyesi almasını öneriyoruz... Concordix teknolojisi sayesinde bu çiğnenebilir jel formlar midede homojen şekilde çözülüyor. Özellikle gebelerde çok rastlanan reflüye yol açmıyor."* ifadelerinin birer sağlık beyanı olduğu, Omega-3 yağ asitlerinin insan sağlığı ve çocuk gelişimi üzerindeki etkilerini ifade eden ve endikasyon belirten bu tür beyanlarla örtülü bir şekilde reklamı yapılan Easyfishoil adlı ürüne atıf yapılarak anılan ürünün hastalıkların ve çeşitli sağlık sorunlarının tedavisinde, iyileştirilmesinde veya önlenmesinde etkili olduğu veyahut da çocuk gelişimini desteklediği şeklinde yanıltıcı bir izlenim oluşturulduğu, böylelikle söz konusu ürünün sanki bir ilaç veya beşeri tıbbi ürün gibi tanıtıldığı, diğer yandan, halihazırda yürürlükte olan Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği ekinde EPA/DHA Omega-3 yağ asitlerine ilişkin olarak kullanımına izin verilen sağlık beyanları arasında yukarıda altı çizili olarak belirtilen ifadelerin bulunmadığı, kaldı ki kullanımına izin verilen sağlık beyanları ile ürünün kendisine atıf yapılamayacağı, dolayısıyla yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre Omega-3 içerikli 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,

Bu hususlara ek olarak, Instagram profilinde şahsın mesleğinin "Operatör Doktor / Gebelik Takibi / Doğum" ifadeleriyle belirtildiği, bu itibarla, doktorların tüketicilerde sahip olduğu tartışmasız güven ve doktor kimliğiniz kullanılarak takviye edici gıda niteliğindeki bir ürüne ilişkin olarak çocuk ve tüketici sağlığına yönelik sağlık beyanı içeren ifadelere ve ürünün çocuklarda ve yetişkinlerde kullanımına yönelik tavsiye belirten tanıtımlara yer verilmesinin Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği’nin 15/1-c maddesi, Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 5/1-i maddesi ve Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 16/3 maddesi hükümlerine açıkça aykırı olduğu,

Ayrıca anılan tanıtımlarda yer verilen *"Balık yağı konusunda güncel teknolojilerden biri, Concordix ile üretilen tek tek paketli formlar. Bu şekilde üretilen balık yağı formları ile oksidasyon riskinin önüne geçildi. Aksi halde açıldığı andan itibaren havayla temas eden balık yağı bozulmaya başlıyor, tat ve kokusu ile ilgili sorunlar yaşanabiliyor. Yaz aylarında da tek tek paketlenmiş ürünleri rahatlıkla tercih edebilirsiniz. Okside olan formlar yazın daha fazla tat ve koku bozulması yaşar. Şunu unutmayın. Her konuda yenilik ve ilerleme varken balık yağı sektöründe ve teknolojisinde ilerleme olmaması mümkün değil. Dolayısıyla bu konuda eski olmaktan ziyade yenilikçi ve çağı yakalayan ürünleri tercih etmenizi tavsiye ederim... Balık yağını seçerken özellikle Concordix teknolojisi ile üretilmiş tek tek paketlenmiş ürünler olmasına özen gösterin. Bu şekilde renk, tat ya da koku değişikliği olmayacağı için bu ürünler okside olup bozulmayacağı için sizin ve çocuğunuzun sağlığı için çok daha faydalı olacaktır... Yazın balık yağı kullanılır mı? Cevap çok net EVET. İşte bu noktada 1. maddede yer alan oksidasyon konusunun bir kere daha altını çizmek gerekir. Okside olan formlar yazın daha fazla tat ve koku bozulması yaşar. Şunu unutmayın. Her konuda yenilik ve ilerleme varken balık yağı sektöründe ve teknolojisinde ilerleme olmaması mümkün değil. Dolayısıyla bu konuda eski olmaktan ziyade yenilikçi ve çağı yakalayan ürünleri tercih etmenizi tavsiye ederim."* şeklindeki ifadelerin, kapsül ve şurup formunda satışı yapılan balık yağı ürünlerine yönelik açık bir kötüleme içerdiği, söz konusu ifadelerle Easyfishoil dışındaki diğer balık yağlarının oksidasyona uğradığı, tat ve kokularının bozulduğu ve yazın kullanıma uygun olmadıkları algısı oluşturulduğu, diğer yandan, piyasada satışı yapılan kapsül ve sıvı formdaki balık yağları ile çiğnenebilir jel formdaki Easyfishoil arasında yapılan bir karşılaştırmayı da içeren bu tanıtımların, Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 8/3 maddesinin, *“Takviye edici gıdaların karşılaştırmalı reklamı ise hiçbir şekilde yapılamaz.”* hükmüne de açıkça aykırılık teşkil ettiği,

Son olarak, inceleme konusu tanıtımda şahsın Easyfishoil adlı ürünü piyasada araştırarak kendisinin bulduğu ve adı geçen ürünü kendisinde ve hastalarında gerçekten kullanarak etkinliğini ve faydasını bizzat deneyimlediği şeklinde bir algı oluşturulmakla birlikte bu durumun gerçeği yansıtmadığı, dolayısıyla söz konusu reklamların bu açıdan da aldatıcı - yanıltıcı ve Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin "Tanıklı reklamlar" a ilişkin hükümlerine aykırı olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

- 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 Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği’nin 5/1, 5/2, 8/2, 9/1, 9/2 ve 13/1, 13/2 ve 15/1-c maddeleri,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 6/1, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 8/3, 9, 10, 16/1, 16/3, 22/1, 23/1, 26 ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre, reklam veren **Dr. Zahide KÜÇÜK** hakkında, söz konusu reklamlar ile ilgili olarak, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**21)**

**Dosya No: 2021/1600**

**Şikayet Edilen: Ebru ZÜLFİKAROĞLU**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şahsa ait "ebruzulfikaroglu" isimli Instagram sayfasında "Easyfishoil" adlı ürüne yönelik olarak 12.02.2021 tarihinde yayınlanan reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 12.02.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan inceleme sonucunda, şahsa ait "ebruzulfikaroglu" isimli Instagram sayfasının https://www.instagram.com/p/CLM4j3zAfdg/ URL adresinde 12.02.2021 tarihinde yayınlanan paylaşımda, *“Omega 3 vücut tarafından üretilemeyen ancak vücut için çok gerekli bir yağ asididir. Özellikle DHA önemli bir faktör, çünkü DHA ilgili dokuların membran yapılarında bulunan ve hücre için hayati fonksiyonlara sahip fosfolipitlerin önemli doğal bir parçasıdır. Omega 3 özellikle gebelik ve emzirme döneminde bebeğinizin beyin, retina ve sinir sistemi gelişimi üzerine çok büyük önemi var. İdeal düzeyde omega 3 seviyesi olan bebeklerin mental gelişimi ve el göz koordinasyonunun daha iyi, bağışıklık sistemlerinin daha güçlü olduğu tespit edilmiş. Yapılan son klinik çalışmalarda yeterli dozda omega 3 kullanan gebelerde gebelik zehirlenmesi, prematüre doğum ve doğum sonrası depresyon riskini önemli oranda azaldığı gösterilmiş. Bu yüzden biz de gebelik ve emzirme döneminde annelerin omega 3 desteği almalarını öneriyoruz. Peki hangisini tercih edeceksiniz? Bugün teknolojinin ilerlemesiyle balık yağı dünyasında çiğnenebilir form ön plana çıkmaya başladı. Neden çiğnenebilir kısmının üzerinde durduğuma gelince yutması zor olan büyük kapsüller yerine bu formlar suya ihtiyaç duymadan kolayca tüketiliyor. Çiğnerken öncesinde ya da sonrasında ağza balık tadı gelmiyor. Concordix teknolojisi sayesinde bu çiğnenebilir jel formlar midede homojen şekilde çözülüyor. Kısacası özellikle gebelerde çok rastlanan reflüye sebebiyet vermiyor. Burada dikkat edilmesi gereken nokta, seçim yaparken kesinlikle ilave şeker ve koruyucu içermediğini bildiğimiz Concordix teknolojisiyle üretilen, tek tek paketli jel formları tercih etmenizi öneririm. #omega3 #concordix #çiğnenebilir #jelform #balıkyağı #yutmakolaylığı #tavsiye”* şeklinde ifadelere yer verildiği, diğer yandan, paylaşım metni içeriğinde ürün adı belirtilmemekle birlikte, şahıs tarafından paylaşım sayfasının yorumlar bölümünde "Hocam balık yağının adı ne acaba?" sorusunu soran tüketiciye "Easyfishoil kullanabilirsiniz", "Önerebileceğiniz bir marka var mı?" sorusunu soran tüketiciye ise yine "Easyfishoil kullanabilirsiniz" cevaplarının verildiği, diğer yandan, paylaşımda yer alan görselde ise, *"Yeterli dozda Omega 3 kullanın. Koruyucu, katkı maddesi ve ağır metal içermediğine emin olun. Kapsül yerine çiğnenebilir jel form tercih edin"* şeklinde ifadelerin yer aldığı, ayrıca Instagram profilinde şahsın mesleğinin "Kadın Hastalıkları Doğum & Genel Cerrahi Uzmanı" ifadeleriyle belirtildiği,

Konuya ilişkin olarak ürün sahibi Easyvit Sağlık Ürünleri San. A.Ş. unvanlı firma tarafından yapılan açıklamalarda; adı geçen şahıs ve Reklam Kurulu tarafından haklarında inceleme başlatılan diğer bazı doktorlar ile firmaları arasında herhangi bir işbirliğinin bulunmadığı, ilgili paylaşımlar incelendiğinde, paylaşımlarda herhangi bir şekilde; firmaya ait Easyfishoil markalı ürünlerin görsellerine yer verilmediği ve Hashtag “#” ile firmalarının Instagram hesaplarına bir yönlendirmenin bulunmadığı, yapılan şikayetlerde “#jelform” ve “#concordix” hashtagleri üzerinden bir çıkarım yapılmaya ve paylaşımların firma ile ilişkilendirilmeye çalışıldığının anlaşıldığı, Concordix teknolojisiyle üretilen tek ürünün firmalarının ürünü olmadığı gibi Easyfishoil’in tek jel form ürün de olmadığı, firmalarının Concordix teknolojisinin sahibi değil, bu teknoloji ile jel formda üretilmiş ürünlerin satışını yapan bir firma olduğu ve her “jelform” ve “condordix” ifadeleri ile firmalarının bağdaştırılmasının hiçbir şekilde mümkün olmadığı, söz konusu paylaşımlar ile Easyvit Sağlık Ürünleri San. A.Ş.’nin bir ilgisinin bulunmadığı ve örtülü reklam iddiası ile firmalarına herhangi bir sorumluluk yüklenemeyeceği hususlarının belirtildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, şahsa ait "ebruzulfikaroglu" isimli Instagram sayfasının https://www.instagram.com/p/CLM4j3zAfdg/ URL adresinde 12.02.2021 tarihinde yayınlanan paylaşımda yer alan etiketler içinde, *"#concordix, #jelform, #yutmakolaylığı, #çiğnenebilir"* gibi doğrudan doğruya Easyfishoil adlı ürünün sahibi olan Easyvit Sağlık Ürünleri San. A.Ş. tarafından "easyvitailesi" isimli Instagram sayfasında ve diğer mecralarda Easyfishoil adlı ürüne ilişkin olarak yayınlanan reklamlarda kullanıldığı görülen etiketlere yer verildiği, bilhassa ürünün üretim teknolojisi olarak adlandırılan "#concordix" etiketine tıklayan tüketicilerin neredeyse tamamı Easyfishoil adlı ürünün tanıtımlarına ilişkin olan ve aynı ibareyle etiketlendirilmiş diğer Instagram paylaşımlarına yönlendirildiği, benzer şekilde, Easyvit Sağlık Ürünleri San. A.Ş. tarafından Easyfishoil adlı ürüne yönelik reklamlarda kullanılan ve ürünün pazarlama iletişiminin ana mesajını oluşturan *"Concordix teknolojisiyle jel formda üretilme, tek tek paketlenme, çiğnenebilir olma, ilave şeker ve koruyucu içermeme"* gibi beyanların şahıs tarafından yapılan paylaşımın da ana mesajını oluşturduğu, bu itibarla, paylaşım içerisinde doğrudan ürün ismi belirtilmemekle birlikte Easyfishoil adlı ürünün reklamlarında kullanılan ifadelere ve etiketlere yer verilerek ve ürünün niteliklerinden bahsedilerek örtülü bir biçimde tüketicilere piyasada satışı yapılan balık yağları içinde Easyfishoil markalı ürünü tercih etmelerinin önerildiği, bu önerinin, hangi balık yağını kullanması gerektiğini soran tüketicilere verilen "Easyfishoil kullanabilirsiniz" cevabıyla açıkça ortaya koyulduğu, bu kapsamda, paylaşımın içeriğinde Concordix teknolojisi ile üretilen, tek tek paketlenen ve çiğnenebilir jel formda olan bir balık yağının tavsiye edildiği izlenimi oluşturularak Easyfishoil adlı ürünün tanıtımı yapılmakla birlikte anılan paylaşımın bir reklam olduğunu belirten hiçbir açıklamada bulunulmayarak Easyfishoil adlı ürünün örtülü reklamının yapıldığı ve reklam mevzuatında yer alan örtülü reklama ilişkin hükümlerin ihlal edildiği,

Öte yandan, inceleme konusu paylaşımda Omega-3 yağ asitlerine ilişkin olarak yer verilen, *“Omega 3 vücut tarafından üretilemeyen ancak vücut için çok gerekli bir yağ asididir. Özellikle DHA önemli bir faktör, çünkü DHA ilgili dokuların membran yapılarında bulunan ve hücre için hayati fonksiyonlara sahip fosfolipitlerin önemli doğal bir parçasıdır. Omega 3 özellikle gebelik ve emzirme döneminde bebeğinizin beyin, retina ve sinir sistemi gelişimi üzerine çok büyük önemi var. İdeal düzeyde omega 3 seviyesi olan bebeklerin mental gelişimi ve el göz koordinasyonunun daha iyi, bağışıklık sistemlerinin daha güçlü olduğu tespit edilmiş. Yapılan son klinik çalışmalarda yeterli dozda omega 3 kullanan gebelerde gebelik zehirlenmesi, prematüre doğum ve doğum sonrası depresyon riskini önemli oranda azaldığı gösterilmiş. Bu yüzden biz de gebelik ve emzirme döneminde annelerin omega 3 desteği almalarını öneriyoruz."* ifadelerinin birer sağlık beyanı olduğu, Omega-3 yağ asitlerinin bebek gelişimi ve gebe sağlığı üzerindeki etkilerini belirten söz konusu beyanlarla örtülü bir şekilde reklamı yapılan Easyfishoil adlı ürüne atıf yapılarak anılan ürünün hastalıkların ve çeşitli sağlık sorunlarının tedavisinde, iyileştirilmesinde veya önlenmesinde etkili olduğu veyahut da çocuk gelişimini desteklediği şeklinde yanıltıcı bir izlenim oluşturulduğu, böylelikle söz konusu ürünün sanki bir ilaç veya beşeri tıbbi ürün gibi tanıtıldığı, diğer yandan, halihazırda yürürlükte olan Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği ekinde EPA/DHA Omega-3 yağ asitlerine ilişkin olarak kullanımına izin verilen sağlık beyanları arasında yukarıda altı çizili olarak belirtilen ifadelerin bulunmadığı, kaldı ki kullanımına izin verilen sağlık beyanları ile ürünün kendisine atıf yapılamayacağı, dolayısıyla yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre Omega-3 içerikli 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,

Bu hususlara ek olarak, Instagram profilinde şahsın mesleğinin "Kadın Hastalıkları Doğum & Genel Cerrahi Uzmanı" ifadeleriyle belirtildiği, bu itibarla, doktorların tüketicilerde sahip olduğu tartışmasız güven ve doktor kimliği kullanılarak takviye edici gıda niteliğindeki bir ürüne ilişkin olarak çocuk ve tüketici sağlığına yönelik sağlık beyanı içeren ifadelere ve ürünün çocuklarda ve yetişkinlerde kullanımına yönelik tavsiye belirten tanıtımlara yer verilmesinin Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği’nin 15/1-c maddesi, Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 5/1-i maddesi ve Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 16/3 maddesi hükümlerine açıkça aykırı olduğu,

Ayrıca anılan tanıtımlarda yer verilen *"Peki hangisini tercih edeceksiniz? Bugün teknolojinin ilerlemesiyle balık yağı dünyasında çiğnenebilir form ön plana çıkmaya başladı. Neden çiğnenebilir kısmının üzerinde durduğuma gelince yutması zor olan büyük kapsüller yerine bu formlar suya ihtiyaç duymadan kolayca tüketiliyor. Çiğnerken öncesinde ya da sonrasında ağza balık tadı gelmiyor. Concordix teknolojisi sayesinde bu çiğnenebilir jel formlar midede homojen şekilde çözülüyor. Kısacası özellikle gebelerde çok rastlanan reflüye sebebiyet vermiyor."* şeklindeki ifadelerin, kapsül ve şurup formunda satışı yapılan balık yağı ürünlerine yönelik açık bir kötüleme içerdiği, söz konusu ifadelerle Easyfishoil dışındaki diğer balık yağlarının yutulmasının zor olduğu, balık tadı verdikleri ve gebelerde reflüye yol açtıkları algısı oluşturulduğu, diğer yandan, piyasada satışı yapılan kapsül ve sıvı formdaki balık yağları ile çiğnenebilir jel formdaki Easyfishoil arasında yapılan bir karşılaştırmayı da içeren bu tanıtımların, Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 8/3 maddesinin, *“Takviye edici gıdaların karşılaştırmalı reklamı ise hiçbir şekilde yapılamaz.”* hükmüne de açıkça aykırılık teşkil ettiği,

Son olarak, inceleme konusu tanıtımda şahsın Easyfishoil adlı ürünü piyasada araştırarak kendisinin bulduğu ve adı geçen ürünü kendisinde ve hastalarında gerçekten kullanarak etkinliğini ve faydasını bizzat deneyimlediği şeklinde bir algı oluşturulmakla birlikte bu durumun gerçeği yansıtmadığı, dolayısıyla söz konusu reklamların bu açıdan da aldatıcı - yanıltıcı ve Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin "Tanıklı reklamlar" a ilişkin hükümlerine aykırı olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

- 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 Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği’nin 5/1, 5/2, 8/2, 9/1, 9/2 ve 13/1, 13/2 ve 15/1-c maddeleri,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 6/1, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 8/3, 9, 10, 16/1, 16/3, 22/1, 23/1, 26 ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre, reklam veren **Ebru ZÜLFİKAROĞLU** hakkında, söz konusu reklamlar ile ilgili olarak, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**22)**

**Dosya No: 2021/1601**

**Şikayet Edilen: Dr. Gökçen ERDOĞAN**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şahsa ait "drgokcenerdogan" isimli Instagram sayfasında "Easyfishoil" adlı ürüne yönelik olarak 11.02.2021 tarihinde yayınlanan reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 11.02.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan inceleme sonucunda, şahsa ait "drgokcenerdogan" isimli Instagram sayfasının https://www.instagram.com/p/CLKO21LhGMZ/ URL adresinde 11.02.2021 tarihinde yayınlanan paylaşımda, *“Canlarım, Daha önce de balık yağı takviyesinin önemi hakkında konuşmuştuk. Çocuklar için de, yetişkinler için de Omega 3 çok önemli bir ihtiyaç. Ve vücudumuz için gereken değerleri mutlaka tamamlamamız lazım. Şanslıyız ki artık kokusu, tadı çok yoğun olan sıvı formdaki balık yağlarına gebe değiliz. Teknoloji bize, kolaylıkla tüketebileceğimiz bir form sundu; çiğnenebilir formda balık yağları, çocuklarla cebelleşmeden Omega 3 eksiklerini tamamlamamıza imkan sağlıyor. Kocaman kapsüller yerine çiğnenebilir jel form olan ürünler yutma kolaylığı sağlıyor. İlave şeker ve koruyucu içermediğinden emin olduğumuz Concordix teknolojisiyle üretilen ürünleri tercih edin. Bu teknoloji sayesinde midede homojen olarak çözündüğü için gebelerim de rahat ediyor, bu benim için önemli. Çünkü biliyorsunuz reflü gebelikte epey canımızı sıkıyor. Bunu da engellemiş oluyoruz. Bence bu balık yağı seçimi konusunda bilinç oluştu ve ebeveynler hem çocukları hem de kendileri için bu önemli hususların yanına tik atmadan satın alma yapmıyorlar ama ben bir hekim olarak yine de hatırlatmak istedim. Ara ara da bunu yapacağım. Umarım sorularınız da yanıt bulmuştur. #omega3 #concordix #çiğnenebilir #jelform #balıkyağı #yutmakolaylığı #tavsiye”* şeklinde ifadelere yer verildiği, diğer yandan, paylaşımda yer alan görselde ise, *" Kapsül yerine çiğnenebilir jel form tercih edin. İlave şeker ve koruyucu içermeyen ürünleri kullanın. Midede kolay çözündüğüne emin olun."* şeklinde ifadelerin yer aldığı, ayrıca Instagram profilinde şahsın mesleğinin "Kadın Hastalıkları Doğum & Genel Cerrahi Uzmanı" ifadeleriyle belirtildiği,

Konuya ilişkin olarak ürün sahibi Easyvit Sağlık Ürünleri San. A.Ş. unvanlı firma tarafından yapılan açıklamalarda; adı geçen şahıs ve Reklam Kurulu tarafından haklarında inceleme başlatılan diğer bazı doktorlar ile firmaları arasında herhangi bir işbirliğinin bulunmadığı, ilgili paylaşımlar incelendiğinde, paylaşımlarda herhangi bir şekilde; firmaya ait Easyfishoil markalı ürünlerin görsellerine yer verilmediği ve Hashtag “#” ile firmalarının Instagram hesaplarına bir yönlendirmenin bulunmadığı, yapılan şikayetlerde “#jelform” ve “#concordix” hashtagleri üzerinden bir çıkarım yapılmaya ve paylaşımların firma ile ilişkilendirilmeye çalışıldığının anlaşıldığı, Concordix teknolojisiyle üretilen tek ürünün firmalarının ürünü olmadığı gibi Easyfishoil’in tek jel form ürün de olmadığı, firmalarının Concordix teknolojisinin sahibi değil, bu teknoloji ile jel formda üretilmiş ürünlerin satışını yapan bir firma olduğu ve her “jelform” ve “condordix” ifadeleri ile firmalarının bağdaştırılmasının hiçbir şekilde mümkün olmadığı, söz konusu paylaşımlar ile Easyvit Sağlık Ürünleri San. A.Ş.’nin bir ilgisinin bulunmadığı ve örtülü reklam iddiası ile firmalarına herhangi bir sorumluluk yüklenemeyeceği hususlarının belirtildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, şahsa ait "drgokcenerdogan" isimli Instagram sayfasının https://www.instagram.com/p/CLKO21LhGMZ/ URL adresinde 11.02.2021 tarihinde yayınlanan paylaşıma ilişkin etiketler içinde, *"#concordix, #jelform, #yutmakolaylığı, #çiğnenebilir"* gibi doğrudan doğruya Easyfishoil adlı ürünün sahibi olan Easyvit Sağlık Ürünleri San. A.Ş. tarafından "easyvitailesi" isimli Instagram sayfasında ve diğer mecralarda Easyfishoil adlı ürüne ilişkin olarak yayınlanan reklamlarda kullanıldığı görülen etiketlere yer verildiği, bilhassa ürünün üretim teknolojisi olarak adlandırılan "#concordix" etiketine tıklayan tüketicilerin neredeyse tamamı Easyfishoil adlı ürünün tanıtımlarına ilişkin olan ve aynı ibareyle etiketlendirilmiş diğer Instagram paylaşımlarına yönlendirildiği, benzer şekilde, Easyvit Sağlık Ürünleri San. A.Ş. tarafından Easyfishoil adlı ürüne yönelik reklamlarda kullanılan ve ürünün pazarlama iletişiminin ana mesajını oluşturan *"Concordix teknolojisiyle jel formda üretilme, yutma kolaylığı sağlama, çiğnenebilir olma, ilave şeker ve koruyucu içermeme"* gibi beyanların şahıs tarafından yapılan paylaşımın da ana mesajını oluşturduğu, bu itibarla, paylaşım içerisinde *doğrudan ürün ismi belirtilmemekle birlikte* Easyfishoil adlı ürünün reklamlarında kullanılan beyan, ifade ve etiketlere yer verilerek ve ürünün niteliklerinden bahsedilerek örtülü bir biçimde tüketicilere piyasada satışı yapılan balık yağları içinde Easyfishoil markalı ürünü tercih etmelerinin önerildiği, paylaşımın içeriğinde Concordix teknolojisi ile üretilen, yutma kolaylığı sağlayan ve çiğnenebilir jel formda olan bir balık yağının tavsiye edildiği izlenimi oluşturularak Easyfishoil adlı ürünün tanıtımı yapılmakla birlikte anılan paylaşımların bir reklam olduğunu belirten hiçbir açıklamada bulunulmadığı, böylelikle Easyfishoil adlı ürünün örtülü reklamının yapıldığı ve reklam mevzuatında yer alan örtülü reklama ilişkin hükümlerin ihlal edildiği,

Öte yandan, inceleme konusu paylaşımda yer verilen, *“İlave şeker ve koruyucu içermediğinden emin olduğumuz Concordix teknolojisiyle üretilen ürünleri tercih edin. Bu teknoloji sayesinde midede homojen olarak çözündüğü için gebelerim de rahat ediyor, bu benim için önemli. Çünkü biliyorsunuz reflü gebelikte epey canımızı sıkıyor. Bunu da engellemiş oluyoruz."* ifadelerinin birer sağlık beyanı olduğu, söz konusu ifadelerle örtülü bir şekilde tanıtımı yapılan Easyfishoil adlı ürünün gebelerde reflüyü önlediği iddia edilerek ürünün sanki bir ilaç veya beşeri tıbbi ürün gibi tanıtıldığı, diğer yandan, halihazırda yürürlükte olan Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği ekinde EPA/DHA Omega-3 yağ asitlerine ilişkin olarak kullanımına izin verilen sağlık beyanları arasında yukarıda altı çizili olarak belirtilen ifadelerin bulunmadığı, kaldı ki kullanımına izin verilen sağlık beyanları ile ürünün kendisine atıf yapılamayacağı, dolayısıyla yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre takviye edici gıdalar için bu tür sağlık beyanlarının kullanılmasının kesinlikle yasak olduğu, bir ürüne ilişkin olarak herhangi bir sağlık beyanında bulunulabilmesi için ilgili idari otoriteden (Sağlık Bakanlığı Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Kurumu) izin alınması gerektiği, kullanılan bu beyanlar için ilgili otoriteden izin de alınmadığından söz konusu beyanların doğruluğunun bilimsel olarak ispat edilmiş sayılamayacağı, dolayısıyla doğruluğu bilimsel olarak ispat edilmemiş bu beyanlarla tüketicilerin aldatılıp yanıltıldığı,

Bu hususlara ek olarak, Instagram profilinde şahsın mesleğinin "Kadın Hastalıkları Doğum & Genel Cerrahi Uzmanı" ifadeleriyle belirtildiği, bu itibarla, doktorların tüketicilerde sahip olduğu tartışmasız güven ve doktor kimliği kullanılarak takviye edici gıda niteliğindeki bir ürüne ilişkin olarak çocuk ve tüketici sağlığına yönelik sağlık beyanı içeren ifadelere ve ürünün çocuklarda ve yetişkinlerde kullanımına yönelik tavsiye belirten tanıtımlara yer verilmesinin Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği’nin 15/1-c maddesi, Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 5/1-i maddesi ve Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 16/3 maddesi hükümlerine açıkça aykırı olduğu,

Ayrıca anılan tanıtımda yer verilen *"Şanslıyız ki artık kokusu, tadı çok yoğun olan sıvı formdaki balık yağlarına gebe değiliz. Teknoloji bize, kolaylıkla tüketebileceğimiz bir form sundu; çiğnenebilir formda balık yağları, çocuklarla cebelleşmeden Omega 3 eksiklerini tamamlamamıza imkan sağlıyor. Kocaman kapsüller yerine çiğnenebilir jel form olan ürünler yutma kolaylığı sağlıyor."* şeklindeki ifadelerin, kapsül ve sıvı formda satışı yapılan balık yağı ürünlerine yönelik açık bir kötüleme içerdiği, söz konusu ifadelerle Easyfishoil dışındaki diğer balık yağlarının yutulmasının zor olduğu, tat ve kokularının yoğun olduğu ve çocuklar tarafından sevilmedikleri algısı oluşturulduğu, diğer yandan, piyasada satışı yapılan kapsül ve sıvı formdaki balık yağları ile çiğnenebilir jel formdaki Easyfishoil arasında yapılan bir karşılaştırmayı da içeren bu tanıtımların, Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 8/3 maddesinin, *“Takviye edici gıdaların karşılaştırmalı reklamı ise hiçbir şekilde yapılamaz.”* hükmüne de açıkça aykırılık teşkil ettiği,

Son olarak, inceleme konusu tanıtımda şahsın Easyfishoil adlı ürünü piyasada araştırarak kendisinin bulduğu ve adı geçen ürünü kendisinde ve hastalarında gerçekten kullanarak etkinliğini ve faydasını bizzat deneyimlediği şeklinde bir algı oluşturulmakla birlikte bu durumun gerçeği yansıtmadığı, dolayısıyla söz konusu reklamların bu açıdan da aldatıcı - yanıltıcı ve Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin "Tanıklı reklamlar" a ilişkin hükümlerine aykırı olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

- 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 Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği’nin 5/1, 5/2, 8/2, 9/1, 9/2 ve 13/1, 13/2 ve 15/1-c maddeleri,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 6/1, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 8/3, 9, 10, 16/1, 16/3, 22/1, 23/1, 26 ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre, reklam veren **Dr. Gökçen ERDOĞAN** hakkında, söz konusu reklamlar ile ilgili olarak, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**23)**

**Dosya No: 2021/1602**

**Şikayet Edilen: Dr. Ayça KAYA**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şahsa ait "draycakaya" isimli Instagram sayfasında "Easyfishoil" adlı ürüne yönelik olarak 08.06.2020 tarihinde yayınlanan reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 08.06.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan inceleme sonucunda, şahsa ait "draycakaya" isimli Instagram sayfasının https://www.instagram.com/p/CBLz9ObnhhA/ URL adresinde 08.06.2020 tarihinde yayınlanan videolu paylaşımda, paylaşımın açıklama bölümünde, *“Omega 3 - Sevgili Dostlarımmm, Öyle bir besin maddesi düşünün kiii.. Kalp-damar hastalıklarından yüksek tansiyona, Alzheimer’den depresyona, romatizmal hastalıklarından astıma, çocukların beyin fonksiyonlarında, hiperaktivitelerinin önlenmesinde, spontan dikkatlerinin artırılmasında bağışıklık sistemi hastalıklarından osteoporoza kadar çok sayıda hastalığın önlenmesi ve tedavisinde etkili olsunnn… Evet bugün konumuz Omega-3… Sizlerden gelen en sık gelen 3 soruyu cevaplandırmaya çalıştım. Umarım faydasını görürsünüzzzz… Balık yağını ne kadar süre ve ne zaman kullanmalıyım yaz kış kullanabilirsiniz. Özellikle egzersizden önce balık yağı içmekte yağ yakımını hızlandırıyor ve metabolizmanıza iyi geliyor. Daha hızlı yağ yakayım derseniz egzersizden bir yarım saat önce de balık yağınızı içebilirsiniz. 2-18 yaş grubu için epa+dha'sı toplam 250-300 mg seviyelerinde olan formlar yeterli olacaktır. Yüksek dozlarda Omega 3'ler ancak bazı spesifik hastalıkların tedavisine yardımcı olması için veriliyor, her tedavi sürecinde olduğu gibi eğer gerekliyse doktorunuz size doğru dozu aktaracaktır… Balık yağını açtığımızda Oksidasyona uğruyor. Havayla temas ettiği zaman tadı şekli kokusu bozuluyor ve vücut tarafından kullanım oranları düşüyor… Özellikle concordix teknolojisiyle üretilmiş tek tek paketlenmiş açıldığı zaman oksidasyona uğramayan formları tercih etmenizi tavsiye ederim.‼️ Daha sağlıklı bir yaşam için bilimin öngördüğü şekilde, teknolojinin de ilerlemesiyle birlikte hayatımızda kullanacağız.. #concordix #jelform #balıkyağı #tavsiye #omega3 #önerilendoz #oksidasyon #yazınkullanılanbalıkyağı”* şeklinde ifadelere yer verildiği, paylaşımda yer alan videoda şahıs tarafından yapılan açıklamalarda ise, *"Bugün konu çok önemli, Omega-3'ler. Vücut sağlığımızda, çocuklarımızın gelişmesinde o kadar önemli bir yağ asidi ki. Çocukların beyin fonksiyonlarında, hiperaktivitelerinin önlenmesinde, spontan dikkatlerinin arttırılmasında, bizde kanın damar içerisinde pıhtılaşmadan akmasında, koroner arter hastalıklarını önlemede, kognitif fonksiyonlar dediğimiz hafıza üzerinde o kadar önemli bir esansiyel yağ asidi ki bu Omega-3. Sevgili dostlarım, bu videoda sizlerden gelen soruları 3 başlık altında cevaplıyacağım. Umarım çok büyük faydasını görürsünüz. Hangi Omega-3'ü nasıl kullanalım? Ne zaman kullanalım? Hangisini tercih edelim? Omega-3'ü yaz kış sürekli kullanabilirsiniz. Özellikle egzersizden önce yarım saat kadar önce Omega-3 içmek yağ yakımınızı hızlandırır. Ben de bu şekilde kullanıyorum. İkincisi bir Omega-3 alırken üzerindeki EPA+DHA oranını okuyun, 250 mg. olan dozlarını 2-18 yaş grubu çocuklarınız için güvenle alabilirsiniz. Eğer sizde eşlik eden bir hastalık varsa, bir koroner-arter hastalığı veya bir nörolojik hastalık gibi doktorunuzu danışarak daha yüksek dozlarını da kullanabilirsiniz. Üçüncüsü, balık yağları açıldığı zaman, güneşle birlikte oksidasyona uğrayabiliyor. Bu da bunların şeklini ve fonksiyonunu kaybetmesine neden oluyor. Vücut tarafından biyo-yararlanım azalıyor. O nedenle Concordix yöntemiyle üretilmiş, tek tek paketlenmiş, formlarını güvenle satın alabilirsiniz. Beraberinde çiğnenebilir formları da var, bunları da tercih edebilirsiniz. Ne diyoruz? Bu vücut bize Dünyada bir kez veriliyor, ikinci kez verilmeyecek. Bilimin öngördüğü şekilde, teknolojinin de ilerlemesi ile birlikte, biz de bunları hayatımızda kullanacağız. Daha sağlıklı bir yaşam için el el kol kola bilgiyi hayatımıza dahil edeceğiz"* şeklinde beyanlarda bulunulduğu, ayrıca Instagram profilinde şahsın mesleğinin "İç Hastalıkları Uzmanı" ifadesiyle belirtildiği,

Konuya ilişkin olarak ürün sahibi Easyvit Sağlık Ürünleri San. A.Ş. unvanlı firma tarafından yapılan açıklamalarda; adı geçen şahıs ve Reklam Kurulu tarafından haklarında inceleme başlatılan diğer bazı doktorlar ile firmaları arasında herhangi bir işbirliğinin bulunmadığı, ilgili paylaşımlar incelendiğinde, paylaşımlarda herhangi bir şekilde; firmaya ait Easyfishoil markalı ürünlerin görsellerine yer verilmediği ve Hashtag “#” ile firmalarının Instagram hesaplarına bir yönlendirmenin bulunmadığı, yapılan şikayetlerde “#jelform” ve “#concordix” hashtagleri üzerinden bir çıkarım yapılmaya ve paylaşımların firma ile ilişkilendirilmeye çalışıldığının anlaşıldığı, Concordix teknolojisiyle üretilen tek ürünün firmalarının ürünü olmadığı gibi Easyfishoil’in tek jel form ürün de olmadığı, firmalarının Concordix teknolojisinin sahibi değil, bu teknoloji ile jel formda üretilmiş ürünlerin satışını yapan bir firma olduğu ve her “jelform” ve “condordix” ifadeleri ile firmalarının bağdaştırılmasının hiçbir şekilde mümkün olmadığı, söz konusu paylaşımlar ile Easyvit Sağlık Ürünleri San. A.Ş.’nin bir ilgisinin bulunmadığı ve örtülü reklam iddiası ile firmalarına herhangi bir sorumluluk yüklenemeyeceği hususlarının belirtildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, şahsa ait "draycakaya" isimli Instagram sayfasının https://www.instagram.com/p/CBLz9ObnhhA/ URL adresinde 08.06.2020 tarihinde yayınlanan paylaşıma ilişkin etiketler içinde, *"#concordix, #jelform, #oksidasyon, #yazınkullanılanbalıkyağı"* gibi doğrudan doğruya Easyfishoil adlı ürünün sahibi olan Easyvit Sağlık Ürünleri San. A.Ş. tarafından "easyvitailesi" isimli Instagram sayfasında ve diğer mecralarda Easyfishoil adlı ürüne ilişkin olarak yayınlanan reklamlarda kullanıldığı görülen etiketlere yer verildiği, bilhassa ürünün üretim teknolojisi olarak adlandırılan "#concordix" etiketine tıklayan tüketicilerin neredeyse tamamı Easyfishoil adlı ürünün tanıtımlarına ilişkin olan ve aynı ibareyle etiketlendirilmiş diğer Instagram paylaşımlarına yönlendirildiği, benzer şekilde, Easyvit Sağlık Ürünleri San. A.Ş. tarafından Easyfishoil adlı ürüne yönelik reklamlarda kullanılan ve ürünün pazarlama iletişiminin ana mesajını oluşturan *"Concordix teknolojisiyle üretilme, tek tek paketlenme, oksidasyona uğramama, çiğnenebilir olma"* gibi beyanların şahıs tarafından yapılan paylaşımın da ana mesajını oluşturduğu, bu itibarla, paylaşımın açıklama bölümünde ve video tanıtım içeriğinde doğrudan ürün ismi belirtilmemekle birlikte Easyfishoil adlı ürünün reklamlarında kullanılan beyan, ifade ve etiketlere yer verilerek ve ürünün niteliklerinden bahsedilerek örtülü bir biçimde tüketicilere piyasada satışı yapılan balık yağları içinde Easyfishoil markalı ürünü tercih etmelerinin önerildiği, diğer yandan, Omega-3 yağ asitleri hakkında hastalık isimleri de belirtilerek sağlık beyanı içeren ifadelere ve Omega 3 tüketiminin faydaları hakkında çeşitli beyanlara yer verilen paylaşımda, söz konusu ifadelerle birlikte Easyfishoil adlı ürünün nitelikleri sıralanarak ürünün tüketimi için tüketicilerin ikna edilmesine yönelik ticari reklam tanımına giren beyanlarda bulunulduğu, bu kapsamda, paylaşımın içeriğinde Concordix teknolojisi ile üretilen, tek tek paketlenen, açıldıktan sonra oksidasyon uğramayan ve çiğnenebilir jel formda olan bir balık yağının tavsiye edildiği izlenimi oluşturularak Easyfishoil adlı ürünün tanıtımı yapılmakla birlikte anılan paylaşımların bir reklam olduğunu belirten hiçbir açıklamada bulunulmadığı, böylelikle Easyfishoil adlı ürünün örtülü reklamının yapıldığı ve reklam mevzuatında yer alan örtülü reklama ilişkin hükümlerin ihlal edildiği,

Öte yandan, inceleme konusu paylaşımda Omega-3 yağ asitlerine ilişkin olarak yer verilen, *“Öyle bir besin maddesi düşünün kiii.. Kalp-damar hastalıklarından yüksek tansiyona, Alzheimer’den depresyona, romatizmal hastalıklarından astıma, çocukların beyin fonksiyonlarında, hiperaktivitelerinin önlenmesinde, spontan dikkatlerinin artırılmasında bağışıklık sistemi hastalıklarından osteoporoza kadar çok sayıda hastalığın önlenmesi ve tedavisinde etkili olsunnn… Özellikle egzersizden önce balık yağı içmekte yağ yakımını hızlandırıyor ve metabolizmanıza iyi geliyor. Daha hızlı yağ yakayım derseniz egzersizden bir yarım saat önce de balık yağınızı içebilirsiniz... Vücut sağlığımızda, çocuklarımızın gelişmesinde o kadar önemli bir yağ asidi ki. Çocukların beyin fonksiyonlarında, hiperaktivitelerinin önlenmesinde, spontan dikkatlerinin arttırılmasında, bizde kanın damar içerisinde pıhtılaşmadan akmasında, koroner arter hastalıklarını önlemede, kognitif fonksiyonlar dediğimiz hafıza üzerinde o kadar önemli bir esansiyel yağ asidi ki bu Omega-3."* ifadelerinin birer sağlık beyanı olduğu, Omega-3 yağ asitlerinin insan sağlığı ve çocuk gelişimi üzerindeki etkilerini ifade eden ve endikasyon belirten bu tür beyanlarla örtülü bir şekilde reklamı yapılan Easyfishoil adlı ürüne atıf yapılarak anılan ürünün hastalıkların ve çeşitli sağlık sorunlarının tedavisinde, iyileştirilmesinde veya önlenmesinde etkili olduğu şeklinde yanıltıcı bir izlenim oluşturulduğu, böylelikle söz konusu ürünün sanki bir ilaç veya beşeri tıbbi ürün gibi tanıtıldığı, diğer yandan, halihazırda yürürlükte olan Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği ekinde EPA/DHA Omega-3 yağ asitlerine ilişkin olarak kullanımına izin verilen sağlık beyanları arasında yukarıda altı çizili olarak belirtilen ifadelerin bulunmadığı, kaldı ki kullanımına izin verilen sağlık beyanları ile ürünün kendisine atıf yapılamayacağı, dolayısıyla yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre takviye edici gıdalar için bu tür sağlık beyanlarının kullanılmasının kesinlikle yasak olduğu, bir ürüne ilişkin olarak herhangi bir sağlık beyanında bulunulabilmesi için ilgili idari otoriteden (Sağlık Bakanlığı Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Kurumu) izin alınması gerektiği, kullanılan bu beyanlar için ilgili otoriteden izin de alınmadığından söz konusu beyanların doğruluğunun bilimsel olarak ispat edilmiş sayılamayacağı, dolayısıyla doğruluğu bilimsel olarak ispat edilmemiş bu beyanlarla tüketicilerin aldatılıp yanıltıldığı,

Bu hususlara ek olarak, Instagram profilinde şahsın mesleğinin "İç Hastalıkları Uzmanı" ifadesiyle belirtildiği, bu itibarla, doktorların tüketicilerde sahip olduğu tartışmasız güven ve doktor kimliği kullanılarak takviye edici gıda niteliğindeki bir ürüne ilişkin olarak çocuk ve tüketici sağlığına yönelik sağlık beyanı içeren ifadelere ve ürünün özellikle 2-18 yaş arası çocuklarda kullanımına yönelik tavsiye belirten tanıtımlara yer verilmesinin Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği’nin 15/1-c maddesi, Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 5/1-i maddesi ve Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 16/3 maddesi hükümlerine açıkça aykırı olduğu,

Ayrıca anılan tanıtımda yer verilen *"Balık yağını açtığımızda Oksidasyona uğruyor. Havayla temas ettiği zaman tadı şekli kokusu bozuluyor ve vücut tarafından kullanım oranları düşüyor… Özellikle concordix teknolojisiyle üretilmiş tek tek paketlenmiş açıldığı zaman oksidasyona uğramayan formları tercih etmenizi tavsiye ederim.‼ ... Üçüncüsü, balık yağları açıldığı zaman, güneşle birlikte oksidasyona uğrayabiliyor. Bu da bunların şeklini ve fonksiyonunu kaybetmesine neden oluyor. Vücut tarafından biyo-yararlanım azalıyor. O nedenle Concordix yöntemiyle üretilmiş, tek tek paketlenmiş, formlarını güvenle satın alabilirsiniz."* şeklindeki ifadelerin kapsül ve sıvı formda satışı yapılan balık yağı ürünlerine yönelik açık bir kötüleme içerdiği, söz konusu ifadelerle Easyfishoil dışındaki diğer balık yağlarının havayla temas ederek oksidasyona uğradıkları, oksidasyona uğrayan diğer formların tat ve şekillerinin bozulduğu ve biyo-yararlanımlarının azaldığı algısı oluşturulduğu, diğer yandan, piyasada satışı yapılan kapsül ve sıvı formdaki balık yağları ile çiğnenebilir jel formdaki Easyfishoil arasında yapılan bir karşılaştırmayı da içeren bu tanıtımların, Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 8/3 maddesinin, “Takviye edici gıdaların karşılaştırmalı reklamı ise hiçbir şekilde yapılamaz.” hükmüne de açıkça aykırılık teşkil ettiği,

Son olarak, inceleme konusu tanıtımda şahsın Easyfishoil adlı ürünü piyasada araştırarak kendisinin bulduğu ve adı geçen ürünü kendisinde ve hastalarında gerçekten kullanarak etkinliğini ve faydasını bizzat deneyimlediği şeklinde bir algı oluşturulmakla birlikte bu durumun gerçeği yansıtmadığı, dolayısıyla söz konusu reklamların bu açıdan da aldatıcı - yanıltıcı ve Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin "Tanıklı reklamlar" a ilişkin hükümlerine aykırı olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

- 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 Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği’nin 5/1, 5/2, 8/2, 9/1, 9/2 ve 13/1, 13/2 ve 15/1-c maddeleri,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 6/1, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 8/3, 9, 10, 16/1, 16/3, 22/1, 23/1, 26 ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre, reklam veren **Dr. Ayça KAYA** hakkında, söz konusu reklamlar ile ilgili olarak, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**24)**

**Dosya No: 2021/1603**

**Şikayet Edilen: Dr. Fatma Başak NAMDAR ÇELİKKAN**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şahsa ait "drbasakcelikkan" isimli Instagram sayfasında "Easyfishoil" adlı ürüne yönelik olarak 29.05.2020 tarihinde yayınlanan reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 29.05.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan inceleme sonucunda, şahsa ait "drbasakcelikkan" isimli Instagram sayfasının https://www.instagram.com/p/CAx-6qtJhZb/ URL adresinde yayınlanan paylaşımda, *“İçinde bulunduğumuz şu günlerde malesef evlerdeyiz. Beslenme rutinimiz bozuldu.. Biliyoruz ki dengeli ve çeşitlilik gösteren beslenme çok önemli. Büyüme çağındaki çocuklarda bu daha da önem kazanıyor.. Özellikle balık tüketimi çocukluk çağlarında tam da istediğimiz miktarda ve düzende olmuyor! Ulaşmak kolay olmuyor, çocuk yemek istemiyor.. Birçok neden sayabiliriz.. Omega yağ asitlerinin çocuk sağlığı ve gelişimi için önemli olduğunu biliyoruz.. Özellikle fiziksel, zihinsel ve sosyal gelişimleri için.. Beyin gelişimi, uyku kalitesi üzerine etkisi.. Çalışmalar gösteriyor ki ayrıca dikkat eksikliği ve astım semptomlarını da azaltıyor.. Özellikle DHA vücutta çok az üretiliyor, bu nedenle dışardan alınması gerekmektedir.. Balık yağı tercih ederken DHA ve EPA oranları bizim için önemli.. Bunlar vücuttaki enflamasyonu azaltıyor. Kronik hastalık riskini (özellikle kalp) azaltıyor.. Benim için beslenmede gördüğünüz gibi balık çok önemli.. Haftada 2-3 tüketmiyor ise mutlaka takviye edilmeli.. Tabii her balıkta da Omega 3 oranı yüksek değil. Her balık yağı aynı mı derseniz malesef ki değil. Mutlaka hekiminize hangi balık yağı diye sorunuz‼️ Benim için balık yağı tercihinde önemli noktalar ise.. DHA -EPA oranlarının EFSA ya (Avrupa Gıda Güvenliği) uygun olmalı.. Tadının güzel ve kokusuz olması.. Özellikle uzun ömürlü olması, bozulmaması önemli.. İçinde katkı maddesi bulunmaması gerekmektedir. Bu anlamda çiğnenebilir olması özellikle tercih sebebim.. İlaçların oksidasyona uğraması yani hava alması bir sorundur. Tek tek paketlenen ambalajda olması, oksijenle temas etmeyen, ışık, nem ve havaya korunaklı olması açılana kadar tadı ve kokusunun bozulmaması gerek. Concordix teknolojisi ile üretilip tek tek paketlenen Omega3’ler oksidasyona uğramıyor.. Unutmayınız.. Sağlıklı ve bağışıklığı güçlü bireyler için, dengeli, çeşitli ve mevsimine uygun beslenme çok önemli‼️ Alınamayan veya eksik oranların da yerine konması gereklidir. #concordix #jelform #balıkyağı #tavsiye #omega3 #oksidasyon #yazınkullanılanbalıkyağı #önerilendoz"* şeklinde ifadelere yer verildiği, ayrıca Instagram profilinde şahsın mesleğinin "Çocuk Doktoru" ifadesiyle belirtildiği,

Konuya ilişkin olarak ürün sahibi Easyvit Sağlık Ürünleri San. A.Ş. unvanlı firma tarafından yapılan açıklamalarda; adı geçen şahıs ve Reklam Kurulu tarafından haklarında inceleme başlatılan diğer bazı doktorlar ile firmaları arasında herhangi bir işbirliğinin bulunmadığı, ilgili paylaşımlar incelendiğinde, paylaşımlarda herhangi bir şekilde; firmaya ait Easyfishoil markalı ürünlerin görsellerine yer verilmediği ve Hashtag “#” ile firmalarının Instagram hesaplarına bir yönlendirmenin bulunmadığı, yapılan şikayetlerde “#jelform” ve “#concordix” hashtagleri üzerinden bir çıkarım yapılmaya ve paylaşımların firma ile ilişkilendirilmeye çalışıldığının anlaşıldığı, Concordix teknolojisiyle üretilen tek ürünün firmalarının ürünü olmadığı gibi Easyfishoil’in tek jel form ürün de olmadığı, firmalarının Concordix teknolojisinin sahibi değil, bu teknoloji ile jel formda üretilmiş ürünlerin satışını yapan bir firma olduğu ve her “jelform” ve “condordix” ifadeleri ile firmalarının bağdaştırılmasının hiçbir şekilde mümkün olmadığı, söz konusu paylaşımlar ile Easyvit Sağlık Ürünleri San. A.Ş.’nin bir ilgisinin bulunmadığı ve örtülü reklam iddiası ile firmalarına herhangi bir sorumluluk yüklenemeyeceği hususlarının belirtildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, şahsa ait "drbasakcelikkan" isimli Instagram sayfasının https://www.instagram.com/p/CAx-6qtJhZb/ URL adresinde 29.05.2020 tarihinde paylaşıma ilişkin etiketler içinde, *"#concordix, #jelform, #oksidasyon, #yazınkullanılanbalıkyağı"* gibi doğrudan doğruya Easyfishoil adlı ürünün sahibi olan Easyvit Sağlık Ürünleri San. A.Ş. tarafından "easyvitailesi" isimli Instagram sayfasında ve diğer mecralarda Easyfishoil adlı ürüne ilişkin olarak yayınlanan reklamlarda kullanıldığı görülen etiketlere yer verildiği, bilhassa ürünün üretim teknolojisi olarak adlandırılan "#concordix" etiketine tıklayan tüketicilerin neredeyse tamamı Easyfishoil adlı ürünün tanıtımlarına ilişkin olan ve aynı ibareyle etiketlendirilmiş diğer Instagram paylaşımlarına yönlendirildiği, benzer şekilde, Easyvit Sağlık Ürünleri San. A.Ş. tarafından Easyfishoil adlı ürüne yönelik reklamlarda kullanılan ve ürünün pazarlama iletişiminin ana mesajını oluşturan *"Concordix teknolojisiyle üretilme, tek tek paketlenme, oksidasyona uğramama, oksijen, nem ve havaya korunaklı olma, çiğnenebilir jel formda olma"* gibi beyanların şahıs tarafından yapılan paylaşımın da ana mesajını oluşturduğu, bu itibarla, *paylaşımın içeriğinde doğrudan ürün ismi belirtilmemekle birlikte* Easyfishoil adlı ürünün reklamlarında kullanılan beyan, ifade ve etiketlere yer verilerek ve ürünün niteliklerinden bahsedilerek örtülü bir biçimde tüketicilere piyasada satışı yapılan balık yağları içinde Easyfishoil markalı ürünü tercih etmelerinin önerildiği, diğer yandan, Omega-3 yağ asitleri hakkında hastalık isimleri de belirtilerek sağlık beyanı içeren ifadelere ve Omega 3 tüketiminin faydaları hakkında çeşitli beyanlara yer verilen paylaşımda, söz konusu ifadelerle birlikte Easyfishoil adlı ürünün nitelikleri sıralanarak ürünün tüketimi için tüketicilerin ikna edilmesine yönelik ticari reklam tanımına giren beyanlarda bulunulduğu, bu kapsamda, paylaşımın içeriğinde Concordix teknolojisi ile üretilen, tek tek paketlenen, açıldıktan sonra oksidasyon uğramayan ve çiğnenebilir jel formda olan bir balık yağının tavsiye edildiği izlenimi oluşturularak Easyfishoil adlı ürünün tanıtımı yapılmakla birlikte anılan paylaşımların bir reklam olduğunu belirten hiçbir açıklamada bulunulmadığı, böylelikle Easyfishoil adlı ürünün örtülü reklamının yapıldığı ve reklam mevzuatında yer alan örtülü reklama ilişkin hükümlerin ihlal edildiği,

Öte yandan, inceleme konusu paylaşımda Omega-3 yağ asitlerine ilişkin olarak yer verilen, *“Omega yağ asitlerinin çocuk sağlığı ve gelişimi için önemli olduğunu biliyoruz.. Özellikle fiziksel, zihinsel ve sosyal gelişimleri için.. Beyin gelişimi, uyku kalitesi üzerine etkisi.. Çalışmalar gösteriyor ki ayrıca dikkat eksikliği ve astım semptomlarını da azaltıyor.. Özellikle DHA vücutta çok az üretiliyor, bu nedenle dışardan alınması gerekmektedir.. Balık yağı tercih ederken DHA ve EPA oranları bizim için önemli.. Bunlar vücuttaki enflamasyonu azaltıyor. Kronik hastalık riskini (özellikle kalp) azaltıyor.."* ifadelerinin birer sağlık beyanı olduğu, Omega-3 yağ asitlerinin insan sağlığı ve çocuk gelişimi üzerindeki etkilerini ifade eden ve endikasyon belirten bu tür beyanlarla örtülü bir şekilde reklamı yapılan Easyfishoil adlı ürüne atıf yapılarak anılan ürünün hastalıkların ve çeşitli sağlık sorunlarının tedavisinde, iyileştirilmesinde veya önlenmesinde etkili olduğu şeklinde yanıltıcı bir izlenim oluşturulduğu, böylelikle anılan ürünün sanki bir ilaç veya beşeri tıbbi ürün gibi tanıtıldığı, diğer yandan, halihazırda yürürlükte olan Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği ekinde EPA/DHA Omega-3 yağ asitlerine ilişkin olarak kullanımına izin verilen sağlık beyanları arasında yukarıda altı çizili olarak belirtilen ifadelerin bulunmadığı, kaldı ki kullanımına izin verilen sağlık beyanları ile ürünün kendisine atıf yapılamayacağı, dolayısıyla yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre takviye edici gıdalar için bu tür sağlık beyanlarının kullanılmasının kesinlikle yasak olduğu, bir ürüne ilişkin olarak herhangi bir sağlık beyanında bulunulabilmesi için ilgili idari otoriteden (Sağlık Bakanlığı Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Kurumu) izin alınması gerektiği, kullanılan bu beyanlar için ilgili otoriteden izin de alınmadığından söz konusu beyanların doğruluğunun bilimsel olarak ispat edilmiş sayılamayacağı, dolayısıyla doğruluğu bilimsel olarak ispat edilmemiş bu beyanlarla tüketicilerin aldatılıp yanıltıldığı,

Bu hususlara ek olarak, Instagram profilinde şahsın mesleğinin "Çocuk Doktoru" ifadesiyle belirtildiği, bu itibarla, doktorların tüketicilerde sahip olduğu tartışmasız güven ve doktor kimliği kullanılarak takviye edici gıda niteliğindeki bir ürüne ilişkin olarak çocuk ve tüketici sağlığına yönelik sağlık beyanı içeren ifadelere ve ürünün özellikle çocuklarda kullanımına yönelik tavsiye belirten tanıtımlara yer verilmesinin Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği’nin 15/1-c maddesi, Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 5/1-i maddesi ve Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 16/3 maddesi hükümlerine açıkça aykırı olduğu,

Ayrıca inceleme konusu tanıtımda şahsın Easyfishoil adlı ürünü piyasada araştırarak kendisinin bulduğu ve adı geçen ürünü kendisinde ve hastalarında gerçekten kullanarak etkinliğini ve faydasını bizzat deneyimlediği şeklinde bir algı oluşturulmakla birlikte bu durumun gerçeği yansıtmadığı, dolayısıyla söz konusu reklamların bu açıdan da aldatıcı - yanıltıcı ve Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin "Tanıklı reklamlar" a ilişkin hükümlerine aykırı olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

- 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 Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği’nin 5/1, 5/2, 8/2, 9/1, 9/2 ve 13/1, 13/2 ve 15/1-c maddeleri,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 6/1, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 9, 16/1, 16/3, 22/1, 23/1, 26 ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre, reklam veren **Dr. Fatma Başak NAMDAR ÇELİKKAN** hakkında, söz konusu reklamlar ile ilgili olarak, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**25)**

**Dosya No: 2021/1125**

**Şikayet Edilen: Mercan Ezgi MOLA**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şahsa ait www.instagram.com/ezomola/ adresli sosyal medya hesabında yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 22.03.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com/ezomola/adresli sosyal medya hesabının 22.05.2021 tarihli paylaşımında; *"İki ay önce tanıştım. Aslında hem beslenme düzenim için hem de buradaki içsel ve dışşsal tedavilerim için... Daha yorgun hissediyordum valla yalan yok..bir taraftan da bu yorgunluğun çalışmayla bağlantılı olduğunu zannederek yorgun hissediyordum. Burada çok geniş kapsamlı bir nevi check-up gibi bir taramadan geçtikten sonra karşımda 4 tane uzman hekim bana beni anlatınca dedim bu bildiğimiz yorgunluk değil, birazcık hor kullanılmış, tabiri caizse, ilgiye ihtiyacı olan bir beden var. En kaba tabiriyle, genişçe bir bakıma girdim. sindirim sisteminden tutun, karaciğer temizliğine , lenf masajlarından, cilt yenimelesine kadar, çünkü bunların hepsi birbiriyle bağlantılı şeylermiş... Benim yüzüm hep kupkurudur derdim, bunun temelinde karaciğerde bir problemin yattığını bilmezdim... Burada iki aydır devam ettirdiğimiz şey temizlenme paketi benim için... çeşit çeşit kürlerim oluyor 10 günde bir, 20 günde bir, hepsinin farklı amaçları var, bakterileri, aldığımız, maruz kaldığımız olumsuz bir çok şeyi temizlemek üzerine yapılıyor. Çok sistemli, çok düzenli, çok yoğunuz diyorlar ama bir kişi bile görmüyorum o da mesela mükemmel bir organizasyon başarısı diye düşünüyorum... O kadar özen gösteriyorlar ki danışanların hiçbiri birbirini görmüyor mesela... Haftada 2 gün geliyorum, daha 10 uncu günün sonunda dedim ki ben kendimi çok iyi hissetmeye başladım... Bu arada, çok sevdiğim bir arkadaşımın değişimiyle buraya geldim. Bir gün tolgayı gördüm, yılbaşından sonra görmüştüm... sonra da iki ay sonra gördüm Tolgayı, dedim iki ayda sana ne oldu Tolga? Ezgi dedi ben böyle böyle birşeye başladım. Dedim ki gençleşmişsin çocuk gibi olmuşsun. yüzüne gözüne bakıyorum pırıl pırıl parlıyor. Dedim o kadar iyi görünüyorsun ki...Tecrübe etmelerini tavsiye ederim. Bendeki etkileri bunlardı herkese aynı şey olacak demek yanlış olur... Zaten önünüze bir dosya geliyor, bunu dünyanın bir çok yerinde onlarca eğitim almış mükemmel hocalar size yorumluyorlar, anlatıyorlar ve gösteriyorlar..."* ifadeleri içeren ve tanıtımlarda bahsedilen kuruluşun *"irclinic"* isimli instagram hesabında yayınlanan tanıtımlar *"Sorulara toplu cevap videosu geldi. Hem vegan beslenme, hem bana uygulanan sağlık programı tecrübemi anlattım @irclinic"* ifadeleriyle paylaşıldığı,

Anılan sosyal medya hesabının 22.03.2021 tarihli paylaşımında ise; *"Aylar önce Hepsiburada'dan aldığım tabak takımım ki bir sürü kez de sorulmuştu... Şimdi alışveriş baharında benim aldığımdan daha da indirimli bir şekilde satılıyor, hepsinin renginin farklı olması mükemmel ..."*ifadeleriyle birlikte *"@hepsiburada"* etiketine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu tanıtımlarda IR Clinic (Infinity Regenerative Clinic) ve Hepsiburada isimli firmalara yönlendirildiği, ancak herhangi bir reklam ibaresi bulunmadan şahsın takipçilerini anılan kuruluşlara yönlendirme yapmak, anılan sağlık kuruluşunu övmek suretiyle markaların örtülü reklamının yapıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

-Sosyal Medya Etkileyicileri Tarafından Yapılan Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Hakkında Kılavuz'un; 5/1, 5/2, 6/1-b, 6/1-ç ve 10/1 maddeleri,

-6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 inci

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**26)**

**Dosya No: 2021/1376**

**Şikayet Edilen: Prof. Dr. Osman MÜFTÜOĞLU**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Lipozone Lipozomal Vitamin C” ve “Çinkopast Pastil” isimli takviye edici gıda niteliğinde olan ürünlere ilişkin olarak, Instagram isimli sosyal paylaşım sitesinde Prof. Dr. Osman Müftüoğlu’na ait “prof.dr.osmanmuftuoglu” isimli kullanıcı hesabında yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** Nisan 2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: Yapılan incelemede, Instagram isimli sosyal paylaşım sitesinde Prof. Dr. Osman Müftüoğlu’na ait “prof.dr.osmanmuftuoglu” isimli kullanıcı hesabında, “Lipozone Lipozomal Vitamin C” ve “Çinkopast Pastil” isimli takviye edici gıda niteliğinde olan ürünlere ilişkin olarak söz konusu ürünleri tanıtıcı mahiyette paylaşımlara yer verilirken, bu paylaşımların reklam olduğuna ilişkin herhangi bir ibarenin yer almadığı, söz konusu paylaşımlarda *“Daha güçlü…daha dirençli” , “Bağışıklığa ikili destek”* ve *“Bağışıklığa acil destek”* ifadeleri ile söz konusu ürünlere ait ambalaj görsellerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Nisan 2021 döneminde, Prof. Dr. Osman Müftüoğlu’na ait “prof.dr.osmanmuftuoglu” isimli Instagram hesabından yapılan yayınlarda, “Lipozone Lipozomal Vitamin C” ve “Çinkopast Pastil” isimli takviye edici gıda niteliğinde olan ürünlere ilişkin olarak *“Daha güçlü…daha dirençli”* , *“Bağışıklığa ikili destek”* ve *“Bağışıklığa acil destek”* ifadeleri ile söz konusu ürünlere ait ambalaj görsellerine yer verildiği,

Ancak, söz konusu paylaşımların toplumun aydınlatılma ve bilgilendirilme ihtiyacını karşılama amacının dışında olup, “Lipozone Lipozomal Vitamin C” ve “Çinkopast Pastil” markalı gıda takviyelerine yönelik talep yaratıcı nitelikte olduğu ve Yönetmelik’te belirtilen *abartısız ve orantılı olma, tüketicilerin aydınlanma ve bilgilenme ihtiyacını karşılama ve tüketici tercihlerini bilinçli olarak yönlendirebilecek şekilde mal veya hizmetlerin kiralanmasının veya satın alınmasının teşvik edilmemesi* ölçülerini aştığı, dolayısıyla söz konusu paylaşımlar ile “Lipozone Lipozomal Vitamin C” ve “Çinkopast Pastil” markalı ürünlerin örtülü reklamının yapıldığı değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 22 nci, 23 üncü ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna ,

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

**27)**

**Dosya No: 2019/3044**

**Şikayet Edilen: Türker AKINCI**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.beyazgazete.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.beyazgazete.com adresli internet sitesinde http://beyazgazete.com/haber/2019/2/21/apiterapi-bagisiklik-sistemi-icin-sifa-kaynagi-oluyor-4925638.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 **Türker AKINCI** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**28)**

**Dosya No: 2019/3048**

**Şikayet Edilen: Servet TÖZ**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.aydin24haber.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.aydin24haber.com adresli internet sitesinde <http://www.aydin24haber.com/apiterapi-bagisiklik-sistemi-icin-sifa-kaynagi-oluyor-432617h.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 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 değerlendirlmiş 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 **Servet TÖZ** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**29)**

**Dosya No: 2019/3051**

**Şikayet Edilen: Recep CANPOLAT**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.istanbulhaber.com.tr](http://www.istanbulhaber.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.istanbulhaber.com.tr adresli internet sitesinde https://www.istanbulhaber.com.tr/apiterapi-bagisiklik-sistemi-icin-sifa-kaynagi-oluyor-haber-1159056.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 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 **Recep CANPOLAT** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**30)**

**Dosya No: 2019/12994**

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

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** FOX TV kanalında yayınlanan "Çağla ile Yeni Bir Gün" isimli programın, Prof. Dr. Osman Müftüoğlu'nun konuk olduğu 132, 142, 172, 192, 207 ve 217. bölümlerinde Nusret isimli restoran işletmecisine ait videolara yer verildiği ve bu videolardaki et pişirme yöntemlerinin program konuğu Prof. Dr. Osman Müftüoğlu tarafından yorumlandığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Programın anılan bölümlerinde konu ile ilgili kısımlar incelendiğinde, Nusret isimli restoran işletmecisinin et pişirme yöntemleriyle ilgili bazı video görüntülerine yer verildiği, anılan şahsa ait isim marka kullanımının programın formatı ile uyumlu olduğu ve abartılı olmadığı, şahsa ait et pişirme yöntemlerinin program konuğu Prof. Dr. Osman Müftüoğlu tarafından sıklıkla eleştirildiği ve sağlık açısından zararlı yönlerine vurgu yapıldığı, bu yorumlar yapılırken tüketicilerin anılan şahıs tarafından sunulan ürünleri satın almaya teşvik edilmediği kanaatine varıldığı, bu nedenle söz konusu programın örtülü reklam yönüyle 6502 sayılı Kanun’un 61 inci maddesi hükmüne **aykırı olmadığına**  karar verilmiştir.

**31)**

**Dosya No: 2020/1765**

**Şikayet Edilen: Nokta Elektronik Medya A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.haber7.com adresli internet sitesinde yayınlanan *"Selma Köse küçük tasarruflarıyla zorlanmadan araba sahibi oldu"* başlıklı reklam

**Reklam Yayın Tarihi:** 31.10.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.haber7.com adresli internet sitesinde haber dizini arasında yayınlanan *"Selma Köse küçük tasarruflarıyla zorlanmadan araba sahibi oldu"* başlıklı reklamın sağ üst köşesinde “ilandır” ibaresine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu reklam görselindeyapılan incelemede, görselin sağ üst tarafında “ilandır” ibaresine yer verildiği ve bu ibarenin okunabilir olduğu, dolayısıyla reklamın açık reklam olduğu “ilandır” ibaresiyle belirtildiğinden reklamın ayırt edilebilir olması gerektiği ilkesinin ihlal edilmediği kanaatine varıldığı, bahsi geçen reklamın açık reklam olduğu anlaşıldığından örtülü reklamla ilgili mevzuata da aykırı olmadığı, bu nedenle söz konusu reklamın 6502 sayılı Kanun’un 61 inci maddesi hükmüne **aykırı olmadığına**  karar verilmiştir.

**32)**

**Dosya No:** **2021/354**

**Şikayet Edilen: Baytaş Basım Yayım ve Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.corumhaber.net adresli internet sitesinde Dr. Aşkın TANRIVERDİ isimli doktora ilişkin tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** Tabela

**Tespitler:** www.corumhaber.net adresli internet sitesinin 10.09.2020 tarihli görünümünde yer alan “Dr. Aşkın TANRIVERDİ” isimli şahsa ilişkin tanıtımlarda; “*Ağırlıklı olarak tek hekim raporlarının (ehliyet, evlilik, işe giriş, sporcu lisansı v.s.) verildiği muayenehanede bu raporlarla beraber talep edilen tahliller de yapılabiliyor. Dr. Aşkın Tanrıverdi yeni muayenehanesinde hizmetlerine devam ediyor. Her türlü tetkik ve tahlili yapıyoruz. Ağırlıklı olarak tek hekim raporlarının verildiği muayenehanede bu raporlarla beraber talep edilen tahliller, röntgenler, tam kan sayımı, solunum fonksiyonu testi, odriyometri, akciğer grafisi ve bunların dışında covid 19 testi de dahil her türlü kan tahlillerinin yapıldığını söyleyen Dr. Tanrıverdi bu hizmetleri 2 hemşire ile birlikte sunduklarını dile getirdi. Evlerinden çıkamayan, karantinada olan veya yatalak olan hastalar için de evlerine gidiyoruz, teşhis ve tedavimizi yapıyoruz.”* tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** www.corumhaber.net adresli internet sitesinin 10.09.2020 tarihli görünümünde yer alan “Dr. Aşkın TANRIVERDİ” isimli şahsa ilişkin tanıtımlarda; “*Ağırlıklı olarak tek hekim raporlarının (ehliyet, evlilik, işe giriş, sporcu lisansı v.s.) verildiği muayenehanede bu raporlarla beraber talep edilen tahliller de yapılabiliyor. Dr. Aşkın Tanrıverdi yeni muayenehanesinde hizmetlerine devam ediyor. Her türlü tetkik ve tahlili yapıyoruz. Ağırlıklı olarak tek hekim raporlarının verildiği muayenehanede bu raporlarla beraber talep edilen tahliller, röntgenler, tam kan sayımı, solunum fonksiyonu testi, odriyometri, akciğer grafisi ve bunların dışında covid 19 testi de dahil her türlü kan tahlillerinin yapıldığını söyleyen Dr. Tanrıverdi bu hizmetleri 2 hemşire ile birlikte sunduklarını dile getirdi. Evlerinden çıkamayan, karantinada olan veya yatalak olan hastalar için de evlerine gidiyoruz, teşhis ve tedavimizi yapıyoruz.”* gibi ifadelere yer verildiği,

Bu bağlamda; söz konusu yazıda yer alan ifadelerle haber verme ve bilgilendirme amacının dışına çıkılarak anılan doktorun örtülü reklamının yapıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre, mecra kuruluşu **Baytaş Basım Yayım ve Ticaret A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**KOZMETİK VE TEMİZLİK ÜRÜNLERİ**

**33)**

**Dosya No: 2021/454**

**Şikayet Edilen: Murat ÜNLÜ**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.trendyol.com/ adresli internet sayfasında Murat Ünlü mağaza adıyla yapılan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 26.02.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.trendyol.com/ adresli internet sayfasında Murat Ünlü mağaza adıyla yapılan https://www.trendyol.com/molfix-x-b670 Dev Beden Yeni Doğan 100 Adet Bebek Bezi 2-5 kg 5049319 ürününe ilişkin 26.02.2021 tarihinde yapılan tanıtımlarda, ürünün satış fiyatının % 59 indirim oranıyla 150,00-TL yerine 61,00-TL fiyatı ile satışa sunulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; ürünün indirimden önceki fiyat olan 150 TL'den satıldığına ilişkin ispatlayıcı herhangi bir bilgi ve belge sunulamadığı dolayısıyla söz konusu kampanya kapsamında yapılan indirimlerin gerçeği yansıtmadığı dolayısıyla söz konusu tanıtımlar ile tüketiciler nezdinde olduğundan daha fazla indirim yapılıyormuş izlenimi oluşturularak tüketicilerin yanıltıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-ç, 9, 13, 14, 28, 29 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

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

**34)**

**Dosya No: 2021/1589**

**Şikayet Edilen: Demaksan İç ve Dış Ticaret Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.bamb.tech/ adresli internet sayfasında yapılan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 08.03.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ait "Bamb Biyosidal Antimikrobiyal Moleküler Bariyer” isimli ürüne ilişkin olarak https://www.bamb.tech/ adresinin 08.03.2021 tarihli görünümünde; “*Covid-19'a karşı etkin koruma. Koronavirüse karşı etkinliği laboratuvar testleriyle kanıtlanmıştır. Covid-19'a karşı kesin etkili. (...) BAMB® Yenilikçi teknolojisi ve benzersiz özellikleriyle etkili, su bazlı yapısı ile doğa dostu, yeni nesil bir ‘’Antimikrobiyal yüzey koruyucu’’ dur. Hastane mikrobu dahil, her türlü virüs ve bakteriyi, hastalık yapıcı mikroorganizmayı fiziksel olarak yok eder. Küf, mantar ve yosun oluşumunu engeller. (...)”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; Ürünün Coronavirüsü yok ettiğine yönelik ifadeler ile ürünün biyosidal etki gösterdiğinin iddia edildiği ancak bahsi geçen ürünün reklam yayın tarihinde geçerli bir biyosidal ürün ruhsatının bulunmadığı; bilindiği üzere biyosidal ürünlerin virüs, bakteri, mikrop gibi zararlı organizmaları yok etmek, etkisiz hale getirmek veya uzaklaştırmak amacı ile kullanılan ürünler olduğu, diğer taraftan biyosidal ürünlerin insan sağlığına zararlı olabilecek içeriklerinden dolayı ilgili mevzuatları gereği güvenli kullanımına yönelik etiketleme ve tanıtım yapılması gerektiği, tanıtımlar ile söz konusu ürünün özel olarak Coronavirüsü yok etmeye yönelik bir ürün olduğu algısı yaratılmasının tüketiciler nezdinde yanıltıcı olacağı ve söz konusu ürünün hastalıktan korunma amaçlı aşırı kullanımına yol açacağı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

-Biyosidal Ürünlerin Kullanım Usul ve Esasları Hakkında Yönetmeliğin 5 ve 38 inci 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 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

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

**35)**

**Dosya No: 2021/1888**

**Şikayet Edilen: Kozmopol Kozmetik Sağlık Gıda San. Ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://kozmopol.com/ adresli internet sayfasında yapılan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 11.05.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://kozmopol.com/ adresli internet sayfasının 11.05.2021 tarihli görünümünde;

https://kozmopol.com/w-lab-madeleb-cilt-yenileyici-krem-40-ml-x-2-adet URL adresinde "*W-LAB Madeleb Cilt Yenileyici Krem" ürünü ile ilgili "Yaraları İyileştiren Medikal Onarıcı Krem (...) yaraları iyileştiren bir etkiye sahip (...)"* şeklinde;

https://kozmopol.com/w-lab-kukurt-kremi-50-ml URL adresinde *"W-LAB Kükürt Kremi" ürünü ile ilgili "Kükürt antibakteriyel ve anti fungal etkileri bulunmaktadır bu etkileri sayesinde akne tedavisinde etkili bir maddedir. (...)*" şeklinde;

https://kozmopol.com/w-lab-kolajen-peptit-krem-50-ml URL adresinde "W-LAB 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;

https://kozmopol.com/w-lab-beyazlatici-krem-100-ml URL adresinde "W-LAB Beyazlatıcı Krem" ürünü ile ilgili "*Ciltteki fazla melanini inhibe ederek cildin renk ayrışmalarını kısa sürede (8-12 hafta ) azaltır, Leke ya da hiperpigmentayon tedavisinde etkili aktiflerden biridir, Cilde uygulanmasından hemen sonra enzimlerle birleşerek fazla tyrosin oksidasyonunu engeller."* şeklinde;

https://kozmopol.com/w-lab-yuz-bakim-seti URL adresinde "W-LAB Papatyalı Yüz Yıkama Şampuanı" ürünü ile ilgili *"(...) antienflamatuar etkisi ile cildinizi yatıştırır (...)"* , "W-LAB Madeleb Göz Altı Kremi" ürünü ile ilgili olarak *"(...) göz altınızda oluşan her türlü morlukları ve ödemi giderir."* , "W-LAB Madeleb Göz Çevresi Kremi" ürünü ile ilgili "Göz çevresi kırışıklık önleyici bakım kremi. Kolajen nem eksiği ve kırışıklıkları giderir ve önler. (...) yaşlanmayı önler." şeklinde;

https://kozmopol.com/w-lab-vitamin-c-lightening-serum-set URL adresinde "W-LAB Lightening Aydınlatıcı Serum" ürünü ile ilgili "*İçeriğindeki C vitamini ile leke karşıtı içerikler koyu renk görümünün azaltılmasında ve cilt tonunun eşitlenmesinde yardımcı olur. (...) Aynı zamanda anti agıng etki sağlayarak oluşan kırışıklıkları azaltır ve kırışıklık oluşumunu önler. "* , "W-LAB Beyazlatıcı Krem" ürünü ile ilgili "*Ciltteki fazla melanini inhibe ederek cildin renk ayrışmalarını kısa sürede (8-12 hafta ) azaltır, Leke ya da hiperpigmentayon tedavisinde etkili aktiflerden biridir, Cilde uygulanmasından hemen sonra enzimlerle birleşerek fazla tyrosin oksidasyonunu engeller."* , "W-LAB Madeleb Krem" ürünü ile ilgili *"(...) yaraları iyileştiren bir etkiye sahip medikal onarıcı bir kremdir (...)"* , W-LAB Kükürt Kremi" ürünü ile ilgili "*Kükürt antibakteriyel ve anti fungal etkileri bulunmaktadır bu etkileri sayesinde akne tedavisinde etkili bir maddedir. (...)"* şeklinde ifadelere yer verildiği;

Bunların yanı sıra https://kozmopol.com/w-lab-madeleb-cilt-yenileyici-krem-40-ml , https://kozmopol.com/w-lab-beyazlatici-krem-ve-madeleb , https://kozmopol.com/w-lab-3-lu-super-set , https://kozmopol.com/w-lab-4-lu-super-set , https://kozmopol.com/w-lab-nemlendirici-bakim-seti , https://kozmopol.com/w-lab-madeleb-cilt-yenileyici-krem-40-ml-x-3-adet , https://kozmopol.com/w-lab-papatyali-yuz-temizleme-sampuani-200-ml , https://kozmopol.com/w-lab-skin-care-kit URL adreslerinde ve Trendyol, Çiçeksepeti, Hepsiburada gibi e-ticaret sitelerinde ürünlerin aynı şekilde tanıtımının yapıldığı 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 **Kozmopol Kozmetik Sağlık 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.

**36)**

**Dosya No: 2021/1890**

**Şikayet Edilen: Zerre Elektronik Hizm. Danışmanlık ve Yazılım Tic. A. Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.happy.com.tr/ adresli internet sayfasında yapılan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 11.05.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.happy.com.tr/ adresli internet sayfasının 11.05.2021 tarihli görünümünde;

https://www.happy.com.tr/w-lab-whitening-cream-beyazlatici-krem-kukurt-krem-madeleb-krem URL adresinde *"Madeleb Cilt Yenileyici Krem" ürünü ile ilgili "Centella asiatica bitkisinin ham maddesi cildi onaran hücre yenileyen yaraları iyileştiren bir etkiye sahip kremdir."* , W-LAB Beyazlatıcı Krem" ürünü ile *ilgili "Ciltteki fazla melanini inhibe ederek cildin renk ayrışmalarını kısa sürede (8-12 hafta ) azaltır, Leke ya da hiperpigmentayon tedavisinde etkili aktiflerden biridir, Cilde uygulanmasından hemen sonra enzimlerle birleşerek fazla tyrosin oksidasyonunu engeller."* şeklinde ifadelere yer verildiği;

Bunun yanı sıra https://www.happy.com.tr/w-lab-whitening-cream-beyazlatici-krem-kukurt-kremmadeleb-krem URL adresinde de ürünlerin aynı şekilde tanıtımının yapıldığı 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 **Zerre Elektronik Hizm. 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.

**37)**

**Dosya No:** **2021/226**

**Şikayet Edilen: Ömer Aydın Kimyasallar ve Temizlik Oto Bakım Ürünleri Özel Sürücü Kursları Sanayi ve Ticaret Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** <https://aydinkimya.net/EL%20DEZENFEKTANI%201%20LT> adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: https://aydinkimya.net/EL%20DEZENFEKTANI%201%20LT adresli internet sitesinde yer alan “Ozon Alkol Bazlı El Temizleyici” isimli ürüneilişkin tanıtımlarda; “*%72 etil alkolü birçok mikroorganizmalara karşı koruma sağlar. Susuz el temizleme cilt sağlığınızı arttırmak ve enfeksiyonların yayılmasını engellemek için özel geliştirilmiştir. %72 etil alkol birçok mikroorganizmaların yol açtığı enfeksiyonlara karşı koruma sağlar.”* ifadelerine yer verildiğitespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** https://aydinkimya.net/EL%20DEZENFEKTANI%201%20LT adresli internet sitesinde yer alan “Ozon Alkol Bazlı El Temizleyici” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; “*%72 etil alkolü birçok mikroorganizmalara karşı koruma sağlar. Susuz el temizleme cilt sağlığınızı arttırmak ve enfeksiyonların yayılmasını engellemek için özel geliştirilmiştir. %72 etil alkol birçok mikroorganizmaların yol açtığı enfeksiyonlara karşı koruma sağlar.”* ifadelerine yer verildiği, ancak Kozmetik Mevzuatına tabi bulunan tüm kozmetik ürünlerin, insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve etkileri geçici olan ürünler olması gerektiği; bu bağlamda inceleme konusu tanıtımlarda yer alan tedaviye yönelik ve endikasyon belirten ifadelerin ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği; ayrıca şayet anılan ürünler söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “kozmetik ürün” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilmesi gereken ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuata uygun olmadığı, dolayısıyla her koşulda, söz konusu ürün ile ilgili olarak yapılan bu nitelikteki tanıtımların mevcut mevzuata aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 ve 10 uncu maddeleri,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre, reklam veren **Ömer Aydın Kimyasallar ve Temizlik Oto Bakım Ürünleri Özel Sürücü Kursları Sanayi ve Ticaret Limited Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**38)**

**Dosya No:** **2021/1139**

**Şikayet Edilen: Türk Henkel Kimya San. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Persil Yüksek Performans Hijyen” isimli ürüne ilişkin olarak ürün ambalajında, muhtelif televizyon kanalları ile firmaya ait Youtube sayfasında ve “Persiltr” isimli instagram hesabında yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, televizyon. ambalaj

**Tespitler:** “Persil Yüksek Performans Hijyen”isimli ürüneilişkin olarak muhtelif televizyon kanallarında, firmaya ait Youtube sayfasında ve *“Persiltr”* isimli instagram hesabında yer alan tanıtımlarda; *“Üstün leke çıkarma gücü. Alerjenlerin %99.9’unu yok eder. Tozlara karşı etkili\* \*Çamaşırlarınıza yapışan polen ve çim alerjenlerin %99.9’unu, ev içi tozlarının %96’sını yok eder. Üstün temizlik gücü ile hijyen sağlar.”* ifadelerineyer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Biyosidal Ürünler Yönetmeliği “Biyosidal Ürün” tanımı gereği, herhangi bir zararlı mikroorganizmayı “yok etme” işlevine sahip ürünlerin biyosidal ürün kapsamında değerlendirildiği ve bu kapsamda ruhsatlandırılması gerektiğinden “Persil Yüksek Performans Hijyen” isimli ürün ambalajında yer verilen; “*Çamaşırlarınızdaki toz mitlerinin %99.9’unu yok eder.”* ifadesinin tanıtımlarda yer almasının Biyosidal Ürünlerin Kullanım Usul ve Esasları Hakkında Yönetmeliğin “İzin alma ve bildirim zorunluluğu” başlıklı 5 inci maddesine göre, gerekli izin alınmadan ilgili mevzuata ve dolayısıyla ticari reklam mevzuatına aykırı olduğu,

Ayrıca muhtelif televizyon kanalları ile ürün ambalajı üzerinde yer alan; *“Alerjenlerin %99’unu ve tozları yok eder”* ifadesinin açıklamasında *“Çamaşırlarınıza yapışan polen ve çim alerjenlerin %99.9’unu, ev içi tozlarının %96’sını yok eder.*” ifadeleri ile ürünün sadece 3 tip alerjene karşı etkili olmasına rağmen tüm alerjenlere karşı etkili olduğu algısı yaratılarak söz konusu tanıtımların ana vaat istisna uyumsuzluğuna yol açtığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

- Biyosidal Ürünler Yönetmeliğinin 5inci ve 38 inci maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

Buna göre, reklam veren **Türk Henkel Kimya 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.

**39)**

**Dosya No: 2019/9530**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** “Bepanthol Anti-Scar Yara Jeli” isimli ürün tanıtımları

**Reklam Yayın Tarihi:** Mayıs 2019 - Mart 2020, 06.02.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, televizyon

**Tespitler:** “Bepanthol Anti-Scar Yara Jeli” isimli ürün tanıtımlarına ilişkin olarak muhtelif televizyon kanallarında Mayıs 2019 - Mart 2020 tarihleri arasında yayınlanan ve firmaya ait “Bayer Tüketici Sağlığı Türkiye” isimli Youtube kanalına ait https://www.youtube.com/watch?v=l6-IT159zT0 adresli internet sayfasının 06.02.2021 tarihli görünümünde yer alan “Yaranızdan iz bırakmayın” başlıklı tanıtımlarda*; "Yara izi tedavisinde yenilikçi yaklaşım. Bepanthol Anti-Scar Jel. Özel Masaj topuyla kolajen liflerini düzenler. Etkinliği kanıtlanmış formülü ile cildin üzerinde nem bariyeri oluşturarak kızarıklık ve kabarık iz oluşumunu önlemeye yardımcı olur. Yaranızdan iz bırakmayın.”* ifadeleri ile *“1 yıla kadar yara izlerinde kanıtlanmış etki.”*, *“Çocuklarda kullanıma uygundur”* ve *“Tıbbi cihazdır”* ibarelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

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

**SAĞLIK**

**40)**

**Dosya No: 2021/1850**

**Şikayet Edilen: Infinity Clinic Sağlık Hizmetleri Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Kuruluşa ait https://ir.clinic/ ve www.instagram.com/irclinictr/ adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 04.06.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://ir.clinic/ adresli internet sitesinin 04.06.2021 tarihli görünümünde; Anasayfada: *“Sağlıklı Bir Hayat, Infinity Regenerative Clinic Sağlık Yönetim Sistemi ile bedeninizdeki tüm organlar yeniden yapılandırılır. Ön tanısı yapılan hastalık riskleri ortadan kaldırılır. 100 Yılı Aşan Hayat. İnsan türünün doğal yaşam süresi bilimsel olarak 150 yıldır. Yaşlanma tedavi edilebilir bir hastalıktır. Potansiyel yaşam sürenizi maximum kullanın. Gençleşme.Yaşlanma hızı yavaşlatılabilir ve önemli oranda gençleşme sağlanabilir. Gençleştirici programlar ile bedeninizin potansiyelini ortaya çıkarın... Bedeninizi yeniden yapılandırmak, doğasında zaten varolan kendini yenileme ve iyileştirme yeteneklerini yeniden kazandırmak, gençleşmek, uzun ve aynı zamanda sağlıklı bir yaşama kavuşmak artık hayal değil... Modern tıbbın en gelişmiş genetik, önleyici, anti-aging (yaşlanma karşıtı) ve rejeneratif (yenileyici, gençleştirici) yöntemleri ile doğu tıbbının binlerce yıllık birikimine dayalı doğal tekniklerinin mükemmel entegrasyonu. Sağlığınızı optimize etmek, bedeninize canlılık kazandırmak ve yaşam sürenizi uzatmak için eşsiz bir yeniden yapılanma ve gençleşme sürecini başlatıyoruz..."* gibi ifadelere,

https://www.instagram.com/irclinictr/ adresli sosyal medya hesabının 04.06.2021 tarihli görünümünde**;***“Ezgi Mola Infinity Regenerative Clinic deneyimini paylaştı: İki ay önce tanıştım. Aslında hem beslenme düzenim için hem de buradaki içsel ve dışşsal tedavilerim için... Daha yorgun hissediyordum valla yalan yok..bir taraftan da bu yorgunluğun çalışmayla bağlantılı olduğunu zannederek yorgun hissediyordum. Burada çok geniş kapsamlı bir nevi check-up gibi bir taramadan geçtikten sonra karşımda 4 tane uzman hekim bana beni anlatınca dedim bu bildiğimiz yorgunluk değil, birazcık hor kullanılmış, tabiri caizse, ilgiye ihtiyacı olan bir beden var. En kaba tabiriyle, genişçe bir bakıma girdim. sindirim sisteminden tutun, karaciğer temizliğine , lenf masajlarından, cilt yenilemesine kadar, çünkü bunların hepsi birbiriyle bağlantılı şeylermiş... Benim yüzüm hep kupkurudur derdim, bunun temelinde karaciğerde bir problemin yattığını bilmezdim... Burada iki aydır devam ettirdiğimiz şey temizlenme paketi benim için... çeşit çeşit kürlerim oluyor 10 günde bir, 20 günde bir, hepsinin farklı amaçları var, bakterileri, aldığımız, maruz kaldığımız olumsuz bir çok şeyi temizlemek üzerine yapılıyor. Çok sistemli, çok düzenli, çok yoğunuz diyorlar ama bir kişi bile görmüyorum o da mesela mükemmel bir organizasyon başarısı diye düşünüyorum... O kadar özen gösteriyorlar ki danışanların hiçbiri birbirini görmüyor mesela... Haftada 2 gün geliyorum, daha 10 uncu günün sonunda dedim ki ben kendimi çok iyi hissetmeye başladım... Bu arada, çok sevdiğim bir arkadaşımın değişimiyle buraya geldim. Bir gün tolgayı gördüm, yılbaşından sonra görmüştüm... sonra da iki ay sonra gördüm Tolgayı, dedim iki ayda sana ne oldu Tolga? Ezgi dedi ben böyle böyle birşeye başladım. Dedim ki gençleşmişsin çocuk gibi olmuşsun. yüzüne gözüne bakıyorum pırıl pırıl parlıyor. Dedim o kadar iyi görünüyorsun ki...Tecrübe etmelerini tavsiye ederim. Bendeki etkileri bunlardı herkese aynı şey olacak demek yanlış olur... Zaten önünüze bir dosya geliyor, bunu dünyanın bir çok yerinde onlarca eğitim almış mükemmel hocalar size yorumluyorlar, anlatıyorlar ve gösteriyorlar..."* gibi hasta yorumlarına yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu ifadeler vasıtasıyla sağlık kuruluşlarının mevzuatta izin verilen bilgilendirme ve tanıtım faaliyetleri kapsamının aşıldığı ve reklam yapıldığı; bu tanıtımların kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm veren, talep yaratıcı ve diğer sağlık kuruluşları aleyhine haksız rekabete yol açıcı nitelikte olduğu,

Diğer taraftan, internet sitesinde *"...bedeninizdeki tüm organlar yeniden yapılandırılır. Ön tanısı yapılan hastalık riskleri ortadan kaldırılır. 100 Yılı Aşan Hayat. İnsan türünün doğal yaşam süresi bilimsel olarak 150 yıldır. Yaşlanma tedavi edilebilir bir hastalıktır..."* şeklinde ispata muhtaç ve gerçeğe aykırı ifadelere yer verilerek tüketicilerin yanıltıldığı, bilgi eksikliklerinin istismar edildiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

-Özel Hastaneler Yönetmeliği’nin 60 ıncı maddesi,

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

-6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 inci

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**41)**

**Dosya No: 2021/1592**

**Şikayet Edilen: Momentum Kozmetik ve Gıda Pazarlama Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.instagram.com/draysecetinofficial/ adresli Instagram hesabında yapılan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 05.03.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com/draysecetinofficial/?hl=tr adresli internet sayfasının 11.05.2021 tarihli görünümünde; *"onca yıl kosturmalar maddanevi yipranmalardan sonra Ayşe hocam ve ekibiyle tanıştım çok şükür doktorlarin sebepsiz kısırlık diye kapattigi dosyami actilar ve sebep var ama tedaviside var dediler üç aylik bir tedavi uygulandı eşime ve bana iki buçuk ay sonra bebeğimin mujdesini aldik (...) Seval Hanım nasıl GEBE kaldı. (...) Sevgi Hanım nasıl çocuk sahibi oldu. Detaylı bilgi için 05526024210 nolu whatsapp hattımızdan ulaşabilirsiniz. (...) Biz faydalı bitkileri laboratuvarlarda, bilimsel ortamda en kaliteli, doğal ortamından zamanında toplayarak ürettiğimiz Takviye Edici Gıdalarımızı kullanmanızı öneriyoruz."* gibi ifadelere ve tüketici yorumlarına yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Sağlık alanında faaliyet göstermeye yetkili olmayan kuruluşun ‘infertilite’ gibi tıp literatüründe hastalık olarak değerlendirilen sorunlara yönelik tedavi edici sağlık hizmetine ilişkin teşhislerde bulunduğu ve bu teşhislere yönelik firma tarafından tavsiye edilen takviye edici gıdalara ve kürlere yönlendirme yapıldığı,

Diğer taraftan; inceleme konusu internet sitesinde ‘doktor’ unvanı ile birlikte beyaz önlük görseli kullanılarak, tavsiye edilen ürünlerle tedaviye yönelik bir atıf yapıldığı; bu durumun da söz konusu ürünlerin bir takım hastalıkların önlenmesi, tedavi edilmesi gibi konularda da kullanılabileceği izleniminin oluşturulduğu,

Bununla birlikte; tavsiye edilen ürünlere yönelik “*(...) Biz faydalı bitkileri laboratuvarlarda, bilimsel ortamda en kaliteli, doğal ortamından zamanında toplayarak ürettiğimiz Takviye Edici Gıdalarımızı kullanmanızı öneriyoruz.”* Gibi endikasyon belirten ifadeler kullanılarak tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği,

Bu bağlamda; "Parfüm, Kozmetik Ürünleri ve Kolonya Toptan Ticareti" alanında faaliyet göstermeye yetkili olan kuruluşun inceleme konusu tanıtımlar aracılığıyla sağlık alanında faaliyet gösterdiği ve tabip tarafından teşhis ve tedavi yapılması gereken sorunları takviye edici gıdalarla iyileştirdiğine yönelik tanıtım yaptığı, diğer taraftan gıda takviyesi niteliğindeki bu ürünlerin insan metabolizmasına etki eden “tıbbi ürünler” gibi tanıtıldığı, tıp literatüründe hastalık olarak tanımlanan ve hekim kontrolünde tedavi edilmesi gereken bir sağlık sorununun anılan ürünler ile önlendiği, tedavi edildiği veya tedavisine yardımcı olunduğu izlenimi oluşturularak tüketicilerin yanıltıldığı, dolayısıyla söz konusu tanıtımların ilgili mevzuata aykırı nitelikte olduğu 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 Kanunu’nun 1, 8, 25 inci ve Ek 13 üncü maddeleri,

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

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

Buna göre, reklam veren **Momentum Kozmetik ve Gıda Pazarlama Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **114.326,00-TL(YüzondörtbinüçyüzyirmialtıTürk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**42)**

**Dosya No: 2019/9564**

**Şikayet Edilen:** **Özel Efedent Diş Protez Laboratuvar Hizmetleri Ltd. Şti.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 01.10.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.efedent.com.tr adresli internet sitesinin 01.10.2020 tarihli görünümünde örnek olarak; *"...Üretime ileri teknoloji ürünleri ve kaliteli hizmet felsefesiyle devam etmekteyiz. Diş hekimleriyle ilişkilerine önem veren laboratuvarımız yurt içinde ve yurt dışında bir çok diş hekimine hizmet vermektedir. Laboratuvarımız bünyesinde Porselen, Biodent, Klasik, Köprü Modelaj, Köprü Tesviye, İskelet Modelaj, İskelet Tesviye, Alçı Döküm vb. olmak üzere 10 bölüm vardır. Bu bölümlerde Hassas Tutuculu Protezler, Teleskoplu Protezler, İmplantüstü Protezler, Metal Desteksiz Porselenler, Zirkon Zahn Esaslı Protezler, Deex Protezler, Asetal-D Protezler konusunda eğitimli ve tecrübeli teknisyenlerimiz tarafından üretilmektedir. Bu yüzden porselenlerimiz 2 yıl garantilidir. \*Efedent Ailesi olarak amacımız hekimlerimize kaliteli ve uygun fiyatlarla hizmet vermektir. Bu nedenden ötürü ISO 9001:2008 Kalite Yönetim Belgesini de alarak kalitemizi taçlandırdık... Üretimimizde kullandığımız tüm araç gereçler Tıbbi Cihazlar Yasasına uygundur... Devamlı gelişen diş protez sektöründeki gelişmeleri an ve an takip ederek, hem ürünlerin kalitesinin artması, hemde seri şekilde zamanında üretim ile bir çok Avrupa ülkesine hizmet veriyoruz. Laboratuvarımız dünya standartlarındaki kalite belgelerine sahiptir. Alman TÜV sertifikası 9001:2008 ve EN ISO 13485:200 ...tutuculu protezler daha estetik bir çözümdür. Hassas tutuculu protezlere halk arasında gizli kancalı protez de denir. Hassas tutuculu protezler sıklıkla arka azılarını kaybeden hastalarda uygulanır... Son yıllarda Çene kemiğine implant yerleştirilerek yapılan ve bunlardan destek alınarak hazırlanan tam protezler artık hastalara kendi dişleriyle çiğniyormuş hissi vermekte ve bu sebeple sıklıkla tercih edilmektedir...Zirkonyum; yüksek ısılara, darbelere dayanıklı, hafif, ısı ve elektrik iletmeyen, ışık geçirebilen bir elementtir. Yıllardır daha farklı şekillerde kullanılan zirkonyum malzemesinin diş hekimliğinde kullanılması bu alanda da estetik, dayanıklılık gibi birçok açıdan üstünlük kazanılmasına neden olmuştur..Artık yeni yüksek teknoloji ürünü olan zirkonyum ile; güçlü, estetik, kaliteli, doğal ve metalsiz restorasyonlar başarıyla yapılabilmektedir. Zirkon Alt Yapının Avantajları; Işık geçirgenliği özelliği sayesinde doğal dişlerin dokusu tam olarak yakalanır. Diş eti uyumu klasik metal alt yapılı porselenlere göre çok daha iyidir. Doku dostu bir materyal olduğu için alerjik değildir..."* şeklinde tıbbi cihaz kapsamına giren cihazlara ilişkin tüketiciye hitaben tanıtımlara ve hasta görsellerine yer verildiği;

www.facebook.com adresli sosyal paylaşım sitesinin 01.10.2020 tarihli görünümünde kuruluşa ait *“ Özel Efedent Diş Protez Laboratuvar Hizmetleri Ltd. Şti.” kullanıcı isimli sayfada yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; "...Kişiye özel estetik gülüştasarımı çalışmalarımız..Eksik olan değerli olandır... dişlere fısıldayan ailenin eserleri..Kişiye özel zirkonyum ve E-max estetik diş çalışmalarımız...Covid-19 'a karşı en üst seviye önlemler ile protezleri üretmeye devam ediyoruz....Zirkonyum çok daha güçlüler için..."* şeklinde tıbbi cihaz kapsamına giren cihazlara ilişkin tüketiciye hitaben tanıtımlara ve hasta görsellerine yer verildiği;

www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinin 01.10.2020 tarihli görünümünde kuruluşa ait *“ izmirdis\_efedent” kullanıcı isimli sayfada yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; "...Sadece iki implant ile hayat konforunu değişebilir...Sağlıklı ve estetik bir arada olabiliyor....Emax veneers estetik gülüş tasarımı Bornova İZMİR 05493734443... Zirkonyum yeni nesil estetik dişler için...Emax veneers estetik gülüş tasarımı her halinizle doğal...Emax veneers estetik gülüş tasarımı. Paylaştığımız fotoğraflar Kesinlikle kendi yaptığımız dişlerdir internetten toplama fotoğraflar değildir reklam amacıyla paylaşılmamaktadır kişilerin izni alınmaktadır..."* şeklinde tıbbi cihaz kapsamına giren cihazlara ilişkin tüketiciye hitaben tanıtımlara ve hasta görsellerine yer verildiği;

www.twitter.com adresli sosyal paylaşım sitesinin 01.10.2020 tarihli görünümünde kuruluşa ait *“ DİŞLERE FISILDAYAN ADAM izmirdiş\_efedent” kullanıcı isimli sayfada yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; "...dişlere fısıldayan adam yapsın...dişler iyi... diş işleri bende... siz rahat olun..."* şeklinde tıbbi cihaz kapsamına giren cihazlara ilişkin tüketiciye hitaben tanıtımlara ve hasta görsellerine yer verildiği;

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Tıbbi cihaz kapsamına giren cihazlara ilişkin tüketiciye hitaben tanıtımlara ve hasta görsellerine yer verildiği; ancak Tıbbi Cihaz Satış, Reklam ve Tanıtım Yönetmeliği'ne göre münhasıran sağlık meslek mensupları tarafından kullanılması veya uygulanması gereken cihazlar ile geri ödeme kapsamında olan cihazların reklamının yapılmasının yasak olduğu, bunların dışında kalan cihazların reklamına ise ilgili mevzuata uygun olmak koşuluyla izin verildiği, dolayısıyla söz konusu tanıtımın kuruluşda satışı yapılan protez gibi tıbbi cihazları da kapsadığına dair bir izlenim yarattığı değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi.

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre, reklam veren **Özel Efedent Diş Protez Laboratuvar Hizmetleri Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**43)**

**Dosya No: 2019/9743**

**Şikayet Edilen:** **Özel Pro-Diş Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 22.12.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.izmirprodis.com adresli internet sitesinin 14.12.2020 tarihli görünümünde örnek olarak*; "...Ağız ve diş sağlığı hizmetlerini deneyimli hekimlerimizce, uluslararası standartlara uygunluğu onanmış yöntemler ve en son teknolojik imkânlarla insanlara sunmaktır. Hastalarımızın fonksiyon, fonasyon ve estetiğini hijyenik bir ortamda, güler yüzlü ekibimizle, en üst seviyede yerine getirmektir... Ağız ve diş sağlığı hizmetlerinde aranılan, özlenen ve güvenilir bir referansa sahip olmaktır. Olması gereken bütün sorumlulukların bilincinde olup, uluslar arası standartlarla, insanı ve insani değerlere önem vererek, güler yüzle hastalarımızı mutlu edecek profesyonel hizmet sunmaktır... Hasta odaklı süreç yaklaşımımızın ve sürekli iyileştirme prensibimizin gereği olarak; hastalarımızın değişen, gelişen ihtiyaç ve beklentilerini en üst seviyede sağlamak için, tüm iş süreçlerinin çalışanların katılımı ile sürekli iyileştirilmesi, hızlı, etkin ve ekonomik çözümler üreterek, sürekli gelişmeyi ve ilerlemeyi sağlayabilen, etik değerlere saygılı, eğitimden asla taviz vermeyen, rekabet gücü yüksek olan bir firma kültürü oluşturmaktır...Firmamız kalite ve hizmet anlayışını “mükemmele ulaşma” tutkusuyla özetlemektedir. Sektöründe başarılı firmalar arasına girmeyi hedefleyen firmamız siz değerli hastalarımıza hizmet vermekten gurur duyar..."* gibi ifadelere yer verildiği;

www.instagram.com ile www.facebook.com adresli sosyal paylaşım sitelerinin 14.12.2020 tarihli görünümünde kuruluşa ait "*izmirprodis*" ile *"Özel Prodiş Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği*" kullanıcı isimli sayfalarda yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *"....Ortodonti,dişler ve çenenin normal yapısı ve gelişimi,meydana gelen bozukluklar ve bu bozuklukların tedavisi ile ilgilenen diş hekimliği dalıdır.Amacımız sizi güzel ve sağlıklı gülüşlere kavuşturmak...Diş kaplamaları genelde porselen kaplama şeklinde uygulanır ve metal destekli ya da metal desteksiz olmak üzere ikiye ayrılır. Estetik Gülüşler İçin...Çocuklar hepimiz için değerli! "Korkma hiç acımayacak" demek zorunda kalmayın! Çocuğunuzun kontrollerini aksatmayın...Eksik dişiniz kalmasın! Rahat ve sorunsuz bir tedavi süreci için kliniğimize bekliyoruz...Gülmek size yakışıyor! Ortodonti tedavisi ile güzel, düzgün ve sağlıklı dişlere sahip olabilirsiniz. Ortodonti tedavisi her yaşta mümkündür...Geleneksel yöntemlere bağlı kalmayın! Önemsenmeyen veya geleneksel yöntemler ile ertelediğimiz diş rahatsızlıkları daha sonra ciddi enfeksiyonlara neden olabilir. Diş ve diş eti sorunlarınız için kliniğimize bekleriz.. En güzel anılarınızı gülüşünüzle süsleyin! Düğün listenize bembeyaz bir gülüş ekleyin...Gülüşünüzle güneş gibi parlamaya hazır mısınız?..."*gibi ifadelere 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 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 Pro-Diş 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.

**44)**

**Dosya No: 2020/1631**

**Şikayet Edilen: AS Estetik Sağlık Hizmetleri A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.asestetik.com.tr ile www.asestetikshop.com adresli internet siteleri ve www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait sayfada yer alan

tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 22.01.2021 ve 25.01.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Kuruluşa ait www.asestetik.com.tr ile www.asestetikshop.com adresli internet sitelerinde 22.01.2021 ile 25.01.2021 tarihli görünümlerinde örnek olarak; *"...AS Estetik, 1998 yılından bugüne vermiş olduğu güçlü ekip, uzman kadro, modern mimari, ileri tıbbi donanım, ve en son teknoloji ile 4 farklı lokasyonda 31 farklı hizmetimizle estetik alanında güzellik ve poliklinik hizmetleri sunmaktadır...Estetik, 4 farklı lokasyonda 31 farklı hizmetimizle estetik alanında güzellik ve poliklinik hizmetleri sunmaktadır...Alexandrite lazer epilasyon, AS Estetik tarafından uzmanlıkla yapılan ve ağırlıklı olarak çok koyu olmayan ciltler için kullanılan etkili bir lazer uygulama yöntemidir. Alexandrite lazer, kıla koyuluk veren melanin pigmentinde diğer lazerlerden daha yoğun tutulur, bu yoğun tutulma da derinde bulunan kıl köklerine daha çabuk ulaşılmayı sağlar. Tüm bu uygulama süreci, AS Estetik tecrübesi ile birleştiğinde ise ortaya en az acı ile kalıcı etki çıkmış olur...Göz Altı Işık Dolgusu, genetik ve yaşlanmaya bağlı*

*nedenlerle göz altı bölgesinde görülen, oluklar, çökme, morluk ve göz altı torbaları gibi deformasyonları azaltmak amacıyla yapılan dolgu uygulamasına denir. Göz Altı Işık Dolgusu Uygulaması Nasıl Yapılır? Uygulama lokal anestezi altında gerçekleştirilir. Uygulama öncesi göz çevresine bölgesel uyuşma sağlayacak dozda anestezi enjekte edilir. Ayrıca dolgu içeriğinde de lokal anestezik madde bulunur. Böylece kişi uygulama sırasında ağrı ya da acı hissetmez. Göz Altı Işık Dolgusu uygulaması diğer dolgu uygulamalarından farklı olarak deri altına değil kemik üzerine yapılır. Kanüller aracılığı ile Göz Altına enjekte edilerek gerçekleştirilen işlem ortalama 35 dakika sürer. Göz Altı Işık Dolgusundan Nasıl Bir Sonuç Beklemeliyim ? Tek seans ile sonuç alınabilen, etkisi 1-1,5 yıl devam eden bu uygulama sonrası; Göz Altı çukuru dolar ve düzgün bir görünüm kazanır, Göz çevresindeki derinin kalitesi yükselir, Genç bir görünüm elde edilir..PRP As Estetik merkezleri tarafından uygulanan bir doku yenileme tedavisidir. PRP, “Platelet Rich Plasma-Platelet (trombosit, pıhtı hücresi) yönünden zenginleştirilmiş plazma uygulaması” adı verilen tedavi yönteminin kısaltılmış ismidir. PRP tedavisinde uygulama yapılan kişiden 8cc kan alınır ve bu kan santrifüj edilir ve özel işleme tabi tutulur. PRP tedavisinde elde edilen plazma, mezoterapi gibi minik küçük miktarlarda ve yaygın olarak derinin içine enjekte edilir. PRP uygulamasının amacı hedef dokuya kan dolaşımı ile taşınabilecek olandan çok daha fazla sayıda pıhtı hücresi taşımaktır. Böylece hedef dokunun onarımı hızla ve güçlü bir şekilde başlar ve daha çabuk sonuçlanır. Tüm bu işlemler As Estetik merkezlerinde güvenle uygulanmaktadır... ASESTETİKSHOP22 " KODUYLA 500 TL VE ÜZERİ ALIŞVERİŞE SEPETTE EKSTRA %10 İNDİRİM ! 3 bölge epilasyon 147 TL..."* gibi ifadelere yer verildiği;

www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinin 22.01.2021 tarihli görünümünde kuruluşa ait "*asestetik1998*" kullanıcı isimli sayfada yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *"...Yoğun istek üzerine Tüm Vücut Lazer Epilasyon..Koltuk Altı 19 TL Genital+Bikini 39 TL Tüm Bacak 99 TL Tüm vücut 149 TL Tüm Kol-Kalça-Karın ( Her Biri ) 69 TL ! İster Tek , İster paket alabilirsiniz. Nakit ödemelerde + %10 indirim !.EFSANE CUMA’YA ÖZEL EFSANE İNDİRİMLER Dünyanın en iyi lazer epilasyon cihazı olan Alexandrite Cynosure ND:YAG cihazlarımız ile sağlık bakanlığı onaylı polikliniklerimiz de size en yakın lokasyonlarda hizmetinizdeyiz. Acele edin bu Dev Kampanyayı kaçırmayın...DERMAPEN minimum epidermal hasarla cildin doğal kollajen ve elastin üretimini harekete geçiren mikro iğneleme yöntemidir. Cilde 90 derecelik açıyla giren iğneler ile bilerek tahribat yaratıp kollajenler, elastin ve hyalüronik asit sayesinde cildin kendisini yenilemesini sağlamaktadır. Dermapen cihazı kişiye özel başlıkla birlikte cilt yüzeyinde cildin yenilenmesine yardımcı “Hyaluronik Asit” ile birlikte gezdirilerek ciltte mikroskobik kanallar oluşturulur. 1 seans dermapen işlemi ortalama 1 saat sürer..Dudak dolgusu, kişilerin estetik görünen dudaklara sahip olmasını sağlayan dermatolojik bir uygulamadır. Uygulanması sonrasında elde edilen sonuçlar hem belirgin hem de çok hızlı olur. Temel olarak dudaklara dolgunluk kazandırmak ve kontürlerinin belirginleşmesini sağlamak için dudakların içine ve çevresine dermal dolgular enjekte edilmesi işlemidir...Botoks Nedir ? Uzman Doktorumuz Yanıtlıyor ! Botoks uygulaması hakkında tüm merak edilenleri; Medikal Estetik Hekimi Doktorumuz Tuncer Baybağ sizler için cevaplıyorgibi*  ifadeler ile kampanya ve fiyat bilgilerine yer verildiği;

Bununla birlikte; inceleme konusu internet sitelerinde; kuruluş isminin “*AS Estetik*" olarak nitelendirildiği;

tespit edilmiştir.

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

Diğer taraftan, inceleme konusu internet sitelerinde; kuruluş isminin “AS Estetik" olarak nitelendirildiği; ancak, mevzuatta bu şekilde belirtilen bir sağlık kuruluşu türü olmaması ve söz konusu tanıtımlarda kuruluşun türünün açıkça belirtilmemesi suretiyle tüketicilerin yanıltıldığı şayet kuruluş bir sağlık kuruluşu ise, sağlık alanında faaliyet gösteren kuruluşların yalnızca açılış bilgileri, hizmet alanları ve sunduğu hizmetler ile ilgili konularda toplumu bilgilendirmek amacıyla tanıtım yapabilecekleri ve ilan verebilecekleri, bunların dışında, talep yaratmaya yönelik açıklamalara ve yanıltıcı, abartılı, doğruluğu bilimsel olarak kanıtlanmamış bilgilere yer veremeyeceği hüküm altına alındığı; bu doğrultuda, inceleme konusu internet sitesi ve sosyal paylaşım sitelerinde yer alan ifadelerin; tabip tarafından uygulanması gereken ve tıbbi işlemler arasında olan "botoks, PRP" gibi uygulamalar ile ilgili olduğu, bu nedenle, söz konusu tanıtımların bilgilendirme kapsamını aşarak “reklam’’ niteliğinde değerlendirildiği ve sağlık alanında çalışan kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı, talep artırıcı ve kuruluşu övücü nitelikte olduğu ve kuruluşa yönlendirme yaparak, diğer kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açtığı değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

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

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi.

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

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

**45)**

**Dosya No: 2020/1738**

**Şikayet Edilen:** **Dr. Canberk GÜL**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 10.02.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.facebook.com ile www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitelerinde 10.02.2021 tarihli görünümlerinde şahsa ait "Canberk Gül" ile "*drcanberkgul*" kullanıcı isimli sayfalarda yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *"...Bel Boyun Fıtığı/Diz Kalça Kireçlenmesi/ Omuz / Tenisçi Dirseği Ameliyatsız En Hızlı Ağrı Tedavisi...Boyun ve Omuz Ağrısı 1 dk da Nasıl Geçer? Ameliyatsız En Hızlı Tedavi...Ağrıya Son....Kliniğimize diz kireçlenmesi nedeniyle acil ameliyat önerilen veya birkaç kez ameliyat olmalarına rağmen iyileşemeyen birçok hasta başvurmakta.Birçok hekime başvuran hastalara söylenen şeyler genelde şu şekilde: ”Dizinde son dönem kireçlenme var, kemik kemiğe sürtüyor ve dizinde sıvı bitmiş, hemen ameliyat olman gerekiyor ;yoksa sakat kalırsın.” Bize başvuran hastaları biz kendi enjeksiyon metodumuzla iyileştirebiliyoruz. Bu enjeksiyonmetodunu kasların yapışma yerlerineuyguluyoruz ve de hastalarımızısağlığına kavuşturuyoruz. Bu enjeksiyon metodunun kemikyapıya hiçbir etkisi bulunmamakta,zaten bu mantıksal açıdan mümkündeğil. Peki nasıl oluyor da herkesinameliyat önerdiği hastaları tedaviedebiliyoruz biz?.AMELİYATSIZ ANINDA AĞRIYA SON!Dr.CANBERK GÜL...Bastonlara Son! 4 senedir baston kullanan hastamızın bastonunu aldık...Uzmandan "Bel fıtığı ameliyat edilmeden tedavi edilebilir" açıklaması: Fizik Tedavi ve Rehabilitasyon Uzmanı Dr. Canberk Gül, her bel fıtığının ameliyatla tedavi edilmesini doğru bulmadığını belirterek, “Dünya tıbbının kabul ettiği bel fıtığı ameliyat nedenlerinin dışındaki rahatsızlıklara sahip hastalar ameliyat olmadan tedavi olabilir” dedi. Fazla tetkik istemenin her zaman doğru bir şey olmadığına dikkat çeken Fizik Tedavi ve Rehabilitasyon Uzmanı Dr. Canberk Gül: “İyi hekimliğin olmazsa olmazı hastaya dokunmaktır” diyen Dr. Gül, “Eğer siz hastayı iyi muayene ederseniz, hastanın anlattıkları ve muayene bulgularını iyi bir şekilde birleştirebilirsiniz, birçok hastaya MR çektirmeden tanı koyabilir ve tedavi edebilirsiniz...Disk kaymasına ameliyatsız çözüm...Kolktuk değneğiyle girdi, yürüyerek çıktı...Dr.Canberk Gül ile artık AĞRIYA SON!.BEL AĞRILARINA SON ! AMELİYATSIZ BEL FITIĞI TEDAVİSİ Dr.Canberk Gül ile artık AĞRIYA SON!..."* gibi ifadelere yer verildiği;

www.drcanberkgul.com adresli internet sitesinin 10.02.2021 tarihli görünümünde örnek olarak; *"...DİZ KİREÇLENMESİ VE DİZ AĞRISI AMELİYATSIZ EN HIZLI NASIL GEÇER?.BEL FITIĞI AĞRISINI AMELİYATSIZ 1 DAKİKADA NASIL TEDAVİ ETTİK? Bel fıtığı ağrısını ameliyatsız 1 dakikada tedavi ettiğimiz ve hemen ayağa kalkan hastalarımızı izleyebilirsiniz..BOYUN FITIĞI AĞRISI İÇİN AMELİYATSIZ EN ETKİLİ TEDAVİ Boyun fıtığı ağrısı için ameliyatsız ve etkili tedavi yöntemimizle iyileşen hastalarımızı izleyebilirsiniz..Patlamış Boyun Fıtığından 1 Dakikada Kurtulun.Ameliyatsız Patlamış Bel Boyun Fıtığı | Diz.FTR ve Ağrı Uzmanı DR. CANBERK GÜL Ameliyatsız Ağrı Tedavisi..."* gibi ifadelere 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, **Dr. Canberk GÜL** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**46)**

**Dosya No: 2020/1787**

**Şikayet Edilen:** **İzmir Hair**

**Şikayet Edilen Reklam:** Kuruluş tarafından dağıtılan broşürlerde yapılan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Yayınlandığı Mecra:** Broşür

**Tespitler:** Kuruluş tarafından 2020 yılı içerisinde tüketicilere yönelik dağıtılan broşürlerde; *"Ücretsiz muayene,saç ekim, sakal-bıyık ekim, kaş ekimi, PRP Kök hücre tedavisi, Mezoterapi, Dermal Dolgu, Dermapen... Saç Ekimi:Saç ekimi için, kişinin saçında büyük bir açıklık olması şartı aranmaz. Hafif seyrelme olan bölgeler veya kısmenaçıklık olan bölgeler için de saç ekimi uygulanabilir... FUE hem saçı alırken hem de alınan saçı ekerken doğalsonuçlar üreten bir saç ekimi işlemidir...Ömür boyu kullanacağınız gür doğal saçlar için geç kalmayın.."* gibi ifadelere yer verildiği;

Bununla birlikte; inceleme konusu internet sitelerinde; kuruluş isminin “*İzmir Hair*" 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 işlemlergüzellik salonunda yapılamaz. Bu hususa uymadığı tespit edilen kişiler hakkında ilgili mevzuat hükümleri uygulanır.” hükmü ile de her ne şekilde olursa olsun, tabip tarafından yapılması gereken tıbbi işlemlerin güzellik salonlarında gerçekleştirilmesi yasaklanmıştır.

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

Diğer taraftan, şayet kuruluş bir sağlık kuruluşu ise, sağlık alanında faaliyet gösteren kuruluşların *yalnızca açılış bilgileri, hizmet alanları ve sunduğu hizmetler ile ilgili konularda toplumu bilgilendirmek amacıyla* *tanıtım* yapabilecekleri ve ilan verebilecekleri, bunların dışında, talep yaratmaya yönelik açıklamalara ve yanıltıcı, abartılı, doğruluğu bilimsel olarak kanıtlanmamış bilgilere yer veremeyeceği hüküm altına alındığı; bu doğrultuda, inceleme konusu internet sitesi ve sosyal paylaşım sitelerinde yer alan ifadelerin; tabip tarafından uygulanması gereken ve tıbbi işlemler arasında olan *"saç ekimi"* gibi uygulamalar ile ilgili olduğu, bu nedenle, söz konusu tanıtımların bilgilendirme kapsamını aşarak “reklam’’ niteliğinde değerlendirildiği ve sağlık alanında çalışan kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı, talep artırıcı ve kuruluşu övücü nitelikte olduğu ve kuruluşa yönlendirme yaparak, diğer kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açtığı, ayrıca, tanıtımlarda kuruluşun türünün açıkça belirtilmemesi suretiyle tüketicilerin yanıltıldığı değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

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

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi.

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

Buna göre, reklam veren **İzmir Hair** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **10,475-TL (Onbindörtyüzyetmişbeş Türk Lirası) idari para ve** **anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**47)**

**Dosya No: 2020/1833**

**Şikayet Edilen:** **Özel Akdeniz Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 22.12.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.denthospital.com.tr adresli internet sitesinin 19.03.2021 tarihli görünümünde örnek olarak; *"...Dişlerimizin estetik düzeltmelerle doğal, beyaz ve düzgün sıralanmış olması, yüzümüzdeki önemli estetik ayrıntılardan biridir. Hoş görünümlü ve asli fonksiyonunu yerine getiren dişlerin kişinin yaşamına pozitif katkı sağladığı bir gerçektir. Diş Estetiği, kişinin sadece hoş ve bakımlı görünmesini değil, dişlerin temel fonksiyonlarını da sağlıklı bir şekilde yapmasını amaçlar. Estetik diş hekimliği, bilim, teknoloji ve sanatın karışımıdır. Amacı da “Sağlık ve doğal güzelliği” yakalamaktır...Estetik dişler, diş estetiği ve estetik gülüşler için doğal görünüm en önemli olan şeydir...All On Four tedavisinin avantajlarını şu şekilde sıralayabiliriz: Sinüs yükseltme ameliyatı, kemik ilavesi gibi herhangi bir ileri cerrahi işlem uygulanmadığından operasyon daha kolaydır. Dental implant ameliyatı süresi daha kısadır. Kullanılan dental implant sayısı azaldığından ve ilave cerrahi işlem gerektirmediğinden dolayı, maliyeti klasik dental implant tedavisine oranla daha düşüktür. Kişiye özel planlanabilen, estetik bir görünüm ve gülme hattı, gülüş estetiği sağlar...All On Four işlemi başarılı bir prosedür müdür? Yapılan çalışmalar, All On Four işleminin uzun dönemli takiplerinde yüksek başarı oranına sahip bir tedavi yöntemi olduğunu göstermektedir..Teller takıldığında neredeyse farkedilemez ve çoğu hasta tarafından “Görünmez Teller” olarak adlandırılır. Pürüzsüz hizalayıcılar dişlerinize birebir uyacak şekilde oluşturulur ve zaman içinde yavaşça dişlerinizi size doğal görünümlü bir gülümseme sağlayacak şekilde değiştirir..Rahatlık : Invisalign telleri takmaya başladığınızda küçük bir rahatsızlık olabilse de, genellikle çoğu kullanıcı onları oldukça rahat bulmaktadır.Elverişlilik : Bu belki de geleneksel tellere karşı en büyük avantajdır.Saydam : Hizalayıcılar, çok yakınınıza gelmedikleri sürece herkese, neredeyse görünmezdir, hatta herhangi bir kişinin dişlerinizi tedavi ettirdiğinizi anlaması bile imkansıza yakındır..."* gibi ifadeler ile hasta yorumlarına yer verildiği;

www.instagram.com ile www.facebook.com adresli sosyal paylaşım sitelerinin 19.03.2021 tarihli görünümünde kuruluşa ait "*akdenizagizdis*" kullanıcı isimli sayfalarda yer alan paylaşımlarda örnek olarak; *"...Gülüş estetiğini bozan çürükler, diş eksiklikleri ve diş rengi bozukluklarının sosyal hayatınızı etkilemesine izin vermeyin.uzman hekimler tarafından yüz şekil uyumu hesaplanarak uygulanan dijital gülüş tasarımı ile yüzünüzden gülümsemeniz eksik olmasın...Tecrübeli kadromuzla gülümsetmeye devam ediyoruz...Estetik bir gülüş için bizimle*

*iletişime geçebilirsiniz...Gülüş estetiğinin yetersiz olduğu durumlarda kişiler psikolojik ve sosyal anlamda birçok problem yaşayabilmektedir. Geçmişte dişleri yeniden şekillendirip gülüş estetiğini yükseltmek amacıyla yapılan kaplamalar, dişlerde büyük oranda aşındırma ve küçültmeler gerektirdiği için bir takım sıkıntılara sebep olmaktaydı. Fakat günümüzde porselen laminaların geliştirilmesiyle güzel bir gülümsemeye kavuşmak çok daha kolay bir hal aldı..Gülmek en çok sana yakışıyor hadi gülümse...Dişlere Sihirli Dokunuş Seffaf plak tedavisiyle estetik gülüşler seni bekliyor...Hayata Gülümse Dostlarına Gülümse Mutluluğa Gülümse Hiç Tanımadığın İnsanlara Gülümse Gülümsemekten Hiç Korkma Gülümsemeniz Hiç Eksik Olmasın...Mersin sağlık ödüllerinde yılın diş hekimi seçilen hekimimiz @dr.veyselcecen tebrik eder başarılarının devamını dileriz..."* gibi ifadelere 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 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 Akdeniz 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.

**48)**

**Dosya No: 2020/5281**

**Şikayet Edilen: Meral TURHAL (Derma Fame Güzellik Salonu)**

**Şikayet Edilen Reklam:** Kuruluşa ait *Derma FaMe Clinic"* ibareli broşürler ile kuruluşun faaliyet gösterdiği bina içinde bulunan "Derma FaMe Clinic's" ibareli tabela.

**Reklam Yayın Tarihi:** 16/1/2020

**Yayınlandığı Mecra:** Tabela, broşür.

**Tespitler:** Anılan kuruluşun inceleme konusu tanıtımların yayımlandığı 16/1/2020 tarihinde, gerek 'sağlık kuruluşu' gerekse 'güzellik salonu' olarak faaliyet göstermek adına ilgili kurumlarca ruhsatlandırılmadığı halde, söz konusu broşürlerde ve inceleme konusu tabelada, *"Lazer epilasyon, ameliyatsız yüz germe, altın iğne, kalıcı makyaj, G5 masajı, botoks, dolgu, akne tedavisi, dermapen, leke tedavisi"* gibi tabip tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlerin isimlerine yer verilerek bu alanlarda hizmet sunulduğuna dair tanıtım yapıldığı, ayrıca kuruluşun "Clinic" şeklinde isimlendirilmesiyle bir sağlık kuruluşu olduğu izleniminin yaratıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Anılan kuruluşun inceleme konusu tanıtımların yayımlandığı 16/1/2020 tarihinde, gerek 'sağlık kuruluşu' gerekse 'güzellik salonu' olarak faaliyet göstermek adına ilgili kurumlarca ruhsatlandırılmadığı halde, söz konusu broşürlerde ve inceleme konusu tabelada, *"Lazer epilasyon, ameliyatsız yüz germe, altın iğne, kalıcı makyaj, G5 masajı, botoks, dolgu, akne tedavisi, dermapen, leke tedavisi"* gibi tabip tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlerin isimlerine yer verilerek bu alanlarda hizmet sunulduğuna dair tanıtım yapıldığı, ayrıca kuruluşun "Clinic" şeklinde isimlendirilmesiyle bir sağlık kuruluşu olduğu izleniminin yaratıldığı 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 Yönetmeliğin29, 31 ve Geçici 5 inci maddeleri,

- İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğin Ek-1 Kısım “J-(Ek: 29/6/2010 – 2010/671 K.) Güzellik Salonları” başlıklı bölümünün 16 ncı 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 **Meral TURHAL (Derma Fame Güzellik Salonu)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **10.475,-TL. (Onbindörtyüzyetmişbeş Türk Lirası)** **idari para ve** **anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesinekarar verilmiştir.

**49)**

**Dosya No: 2020/5295**

**Şikayet Edilen: DLN Polat Güzellik ve Kozmetik Hizm. Tic. Ltd. Şti. (Dilan Polat Güzellik Salonu)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 17.05.2021

**Yayınlandığı Mecra**: İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu internet sitesinin 17.05.2021 tarihli görünümünde, *"Buz epilasyon, Kalıcı Makyaj, G5 Masajı"* gibi, güzellik salonlarında uygulanması mevzuat gereği yasak olan ve tabip tarafından uygulanması gerektiğinden tanıtımının da yapılmasına izin verilmeyen tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, anılan kuruluş bir güzellik salonu olarak faaliyet göstermesine rağmen, www.dilanpolat.com.tr adresli internet sitesinin 17.05.2021 tarihli görünümünde, *"Buz epilasyon, Kalıcı Makyaj, G5 Masajı"* gibi, güzellik salonlarında uygulanması mevzuat gereği yasak olan ve tabip tarafından uygulanması gerektiğinden tanıtımının da yapılmasına izin verilmeyen tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara yer verildiği,

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

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

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

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

Bu bağlamda; sağlık alanında faaliyeti olmayan kuruluşun, inceleme konusu tanıtımlarda, tabipler tarafından uygulanması gereken ve güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen çeşitli tıbbi tedavi yöntemlerinin isimlerini sayarak bu alanda hizmet verdiği ve sağlık alanında faaliyet gösterdiği yönünde izlenim uyandırdığı, söz konusu tıbbiişlemlerin doktor kontrolünde ve sağlık kuruluşları bünyesinde uygulanması gerektiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

-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 Ek-1 Kısım “J-(Ek: 29/6/2010 – 2010/671 K.) Güzellik Salonları” başlıklı bölümünün 16 ncı maddesi,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 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 **DLN Polat Güzellik ve Kozmetik Hizm. Tic. Ltd. Şti. (Dilan Polat Güzellik Salonu)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**50)**

**Dosya No: 2020/5296**

**Şikayet Edilen: Bengisu Güzellik Merkezi Perakende Satış ve Hizm. Tic. Ltd. Şti.**

**(Kübra Toksoy Güzellik Salonu)**

**Şikayet Edilen Reklam:** İnstagram ve Facebook gibi sosyal medya mecralarında kuruluşa ait "kubratoksoybeauty" ve "kubratoksoycom" isimli hesaplar üzerinden yayımlanan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 17.05.2021

**Yayınlandığı Mecra**: İnternet, sosyal medya

**Tespitler:** Kuruluşa ait olup İnstagram ve Facebook ismli sosyal paylaşım sitelerinde yayımlanan paylaşımların 17.05.2021tarihli görünümünde, "kalıcı makyaj, lazer epilasyon, G5 masajı" gibi güzellik salonlarında uygulanması mevzuat gereği yasak olan ve tabip tarafından uygulanması gerektiğinden tanıtımının da yapılmasına izin verilmeyen tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlarave bu işlemlerle ilgili kampanya bilgilerine yer verildiği; ayrıca söz konusu tanıtımlarda kuruluşun isminin "Beauty Home" olarak isimlendirildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, anılan kuruluş bir güzellik salonu olarak faaliyet göstermesine rağmen, [www.dilanpolat.com.tr](http://www.dilanpolat.com.tr) adresli internet sitesinin 17.05.2021 tarihli görünümünde, *"Buz epilasyon, Kalıcı Makyaj, G5 Masajı"* gibi, güzellik salonlarında uygulanması mevzuat gereği yasak olan ve tabip tarafından uygulanması gerektiğinden tanıtımının da yapılmasına izin verilmeyen tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara yer verildiği,

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

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

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

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

Bu bağlamda; sağlık alanında faaliyeti olmayan kuruluşun, inceleme konusu tanıtımlarda, tabipler tarafından uygulanması gereken ve güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen çeşitli tıbbi tedavi yöntemlerinin isimlerini sayarak bu alanda hizmet verdiği ve sağlık alanında faaliyet gösterdiği yönünde izlenim uyandırdığı, söz konusu tıbbiişlemlerin doktor kontrolünde ve sağlık kuruluşları bünyesinde uygulanması gerektiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

-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 Ek-1 Kısım “J-(Ek: 29/6/2010 – 2010/671 K.) Güzellik Salonları” başlıklı bölümünün 16 ncı maddesi,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 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 **Bengisu Güzellik Merkezi Perakende Satış ve Hizm. Tic. Ltd. Şti. (Kübra Toksoy Güzellik Salonu)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**51)**

**Dosya No: 2020/5298**

**Şikayet Edilen: Yadigar DOĞRUER (Epiyes Güzellik Salonu)**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.epiyes.com.tr adresli internet sitesinde ve İnstagram isimli sosyal medya mecrasında kuruluşa ait "epiyesestetik" isimli hesap üzerinden yayımlanan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 19.05.2021

**Yayınlandığı Mecra**: İnternet, sosyal medya

**Tespitler:** Kuruluşun bir güzellik salonu olarak ruhsatlandırıldığı ancak, inceleme konusu internet sitesinin ve sosyal medya hesaplarındaki paylaşımların 19/5/2021 tarihli görünümlerinde örnek olarak, "kalıcı makyaj, dövme silme, G5 masajı, dermapen, lazer epilasyon" gibigüzellik salonlarında uygulanması mevzuat gereği yasak olan ve tabip tarafından uygulanması gerektiğinden tanıtımının da yapılmasına izin verilmeyen tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara, bu işlemlerle ilgili talep yaratıcı, bilimsellikten uzak ifadelere ve tıbbi yöntemlerin uygulandığı hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ilişkin görüntülere yer verildiği; ayrıca söz konusu tanıtımlarda kuruluşun isminin ruhsatında kayıtlı isim dışında, "Epiyes Estetik" olarak isimlendirildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, anılan kuruluş bir güzellik salonu olarak faaliyet göstermesine rağmen inceleme konusu internet sitesinin ve sosyal medya hesaplarındaki paylaşımların 19.05.2021 tarihli görünümlerinde örnek olarak, "kalıcı makyaj, dövme silme, G5 masajı, dermapen, lazer epilasyon" gibi güzellik salonlarında uygulanması mevzuat gereği yasak olan ve tabip tarafından uygulanması gerektiğinden tanıtımının da yapılmasına izin verilmeyen tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara, bu işlemlerle ilgili talep yaratıcı, bilimsellikten uzak ifadelere ve tıbbi yöntemlerin uygulandığı hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ilişkin görüntülere yer verildiği; ayrıca söz konusu tanıtımlarda kuruluşun isminin ruhsatında kayıtlı isim dışında, "Epiyes Estetik" olarak isimlendirildiği,

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

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

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

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

Bu bağlamda; sağlık alanında faaliyeti olmayan kuruluşun, inceleme konusu tanıtımlarda, tabipler tarafından uygulanması gereken ve güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen çeşitli tıbbi tedavi yöntemlerinin isimlerini sayarak bu alanda hizmet verdiği ve sağlık alanında faaliyet gösterdiği yönünde izlenim uyandırdığı, söz konusu tıbbiişlemlerin doktor kontrolünde ve sağlık kuruluşları bünyesinde uygulanması gerektiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

-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 Ek-1 Kısım “J-(Ek: 29/6/2010 – 2010/671 K.) Güzellik Salonları” başlıklı bölümünün 16 ncı maddesi,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 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 **Yadigar DOĞRUER (Epiyes Güzellik Salonu)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**52)**

**Dosya No: 2020/5301**

**Şikayet Edilen: 1) Dt. Abdülkadir GÖĞEN**

**2) Dt. Ömer KANKAYNAR**

**3) Dr. M. Salih KARAAVCI**

**(Trio Dental Clinic)**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.triodentalclinic.com/ adresli internet sitesinde yayımlanan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 21.05.2021

**Yayınlandığı Mecra**: İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu internet sitesinin alan adında ve söz konusu internet sitesinin 21.05.2021tarihli görünümünde, tanıtımı yapılan kuruluş hakkında "Trio Dental Clinic" isimlendirmesinin kullanıldığı;

Ayrıca, söz konusu internet sitesinde "Hakkımızda" başlığı altında, "*Modern çağın tüm yeniliklerini yakından takip eden, gelişen yaşam koşullarının hastalar üzerinde oluşturduğu beklenti ve farkındalığı son derece iyi özümseyen, deneyimli ve güler yüzlü ekibi ile Trio Dental Klinik hastalarına hizmet vermektedir. Güçlü ilkeleri, sıcak ve samimi ortamı ile varlığını koruyan kliniğimiz sizlerin de inancı ve güveni ile gün be gün büyüyerek yoluna devam edecektir. Sağlığınız adına kesin ve kalıcı çözümlerin zaman kaybetmeksizin hijyenik şartlarda ortaya konması tedavi protokolümüzün temelini oluşturmaktadır. Alanında uzman hekimleri, son teknoloji ile desteklenmiş ekipmanı ve huzurlu ortamı ile yalnızca kurulduğu bölgeye değil tüm şehre hizmet etmenin arzusunu taşıyan kurumumuz ilk günkü şevkini ve özverisini daima koruyacaktır. Sağlıklı gülüşlerin güvenli mimarı Trio Dental Klinik ..."* şeklinde ifadelere yer verildiği, *"Başarı Öyküleri, "Gülümseyerek Farkı Görün"* ve *"Yorumlarınız"* şeklindeki başlıklar altında hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ilişkin görüntülere ve söz konusu kuruluşla ilgili hasta yorumlarına yer verildiği,

Diğer taraftan söz konusu internet sitesinde, “Doktorlarımız” başlıklı bölümde, şikayet edilen iki diş hekiminin yanı sıra Dr. M. Salih KARAAVCI’nın iletişim bilgilerinin de bulunduğu,

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu internet sitesinin alan adında ve söz konusu internet sitesinin 21.05.2021 tarihli görünümünde, tanıtımı yapılan kuruluş hakkında "Trio Dental Clinic" isimlendirmesinin kullanıldığı; ancak, kuruluşta faaliyet gösteren diş hekimleri adına ayrı ayrı muayenehane uygunluk belgesi düzenlendiği ve dolayısıyla tanıtımlarda belirtildiği şekilde "Trio Dental Clinic" isimli bir kuruluş adına düzenlenmiş herhangi bir ruhsatın bulunmadığı halde, bu isimle tanıtım yapılmasının tüketicileri yanıltıcı ve sağlık alanında yürürlükte bulunan mevzuata aykırı olduğu,

Diğer taraftan, söz konusu internet sitesinde "Hakkımızda" başlığı altında, "*Modern çağın tüm yeniliklerini yakından takip eden, gelişen yaşam koşullarının hastalar üzerinde oluşturduğu beklenti ve farkındalığı son derece iyi özümseyen, deneyimli ve güler yüzlü ekibi ile Trio Dental Klinik hastalarına hizmet vermektedir. Güçlü ilkeleri, sıcak ve samimi ortamı ile varlığını koruyan kliniğimiz sizlerin de inancı ve güveni ile gün be gün büyüyerek yoluna devam edecektir. Sağlığınız adına kesin ve kalıcı çözümlerin zaman kaybetmeksizin hijyenik şartlarda ortaya konması tedavi protokolümüzün temelini oluşturmaktadır. Alanında uzman hekimleri, son teknoloji ile desteklenmiş ekipmanı ve huzurlu ortamı ile yalnızca kurulduğu bölgeye değil tüm şehre hizmet etmenin arzusunu taşıyan kurumumuz ilk günkü şevkini ve özverisini daima koruyacaktır. Sağlıklı gülüşlerin güvenli mimarı Trio Dental Klinik ..."* şeklinde ifadelere yer verildiği, *"Başarı Öyküleri, "Gülümseyerek Farkı Görün"* ve *"Yorumlarınız"* şeklindeki başlıklar altında hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ilişkin görüntülere ve kuruluşla ilgili hasta yorumlarına yer verildiği, tüm bu tanıtımların sağlık alanında mevzuatta izin verilen bilgilendirme ve tanıtım sınırlarını aşan, talep oluşturmaya yönelik ve kuruluşun ve söz konusu hekimlerin çalışmalarına ticari bir görünüm kazandıran "reklam" niteliğinde değerlendirildiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

-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 ve 26 ncı 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 Kanun'un 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre, reklam veren **Dt. Abdülkadir GÖĞEN, Dt. Ömer KANKAYNAR ve Dr. M. Salih KARAAVCI (Trio Dental Clinic)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**53)**

**Dosya No: 2020/5580**

**Şikayet Edilen: Dr. Muhammet DİLBER**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.muhammetdilber.com adresli internet sitesinde ve Facebook, İnstagram ve benzeri sosyal medya mecralarında anılan hekime ait hesaplar üzerinden yayımlanan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 09.12.2020 ve 29.03.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, sosyal medya

**Tespitler:** www.muhammetdilber.com adresli internet sitesinin 09.12.2020 ve 29.03.2021 tarihli görünümlerinde örnek olarak, *"Doğal, size özel burun estetiği... Mutluluğunuzu artıracak estetik burun ameliyatları...", "Rinoplasti, tekniğin, tecrübenin ve el becerisinin en ön planda olduğu estetik ameliyatlardan biridir.", "Yüzünüze özel burun estetiği", "Benim anlayışıma göre estetik anlamda başarılı, güzel görünen burun şu iki temel özelliğe sahip olmalıdır. Burun kendi içinde kendisi ile uyumlu olmalıdır. Burun ucu, sırtı, kanatları, deliği gibi alt bölümleri birbirleri ile vektörel bir ahenk içinde olmalıdır, yüzün diğer yapıları ile uyumlu olmalıdır. (çene, alın, kaş, göz ve dudak ile birbirini tamamlamalı). Güzel bir burun orantılı ama ben varım diyen burundur. Doğuştan güzel olan burunlara bakın hepsi de yüzde silik durmazlar, ön plandadırlar. Maalesef güzel burun yapmak adına bazen burun yüzde orantısız hale getiriliyor yani aşırı küçültülüyor. Burun yüzdeki hakimiyetini kaybediyor. Yüzde kaybolup gidiyor. Küçük burun isteği ile gelen hastalara hep bunu anlatıyorum. (...) Estetik burun ameliyatı ile ben özellikle bu uyumu yakalamaya çalışıyorum. Bu uyumdan kopmamak kaydı ile hastalara farklı alternatif burunlar sunuyorum. Çünkü hiçbir şeyde olmadığı gibi burun estetiğinde de mutlak doğru yoktur."* gibi ifadelere,

Facebook ve İnstagram isimli sosyal paylaşım sitelerinde adı geçen hekime ait hesaplar üzerinden yayımlanan tanıtımlarda, tıbbi işlem uygulanan hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ilişkin görüntülere,yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, söz konusu tanıtımların; hekimlik mesleğini icra eden şahsın faaliyetlerine ticari bir görünüm yükleyen, tıbbi işlemlere yönelik talep yaratıcı ve sağlık mevzuatında izin verilen bilgilendirme sınırını aşan nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

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

**54)**

**Dosya No: 2021/5**

**Şikayet Edilen: BBM Estetik Sağlık Hizmetleri Tic. A.Ş. (Özel BBM Polikliniği)**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.bbmestetik.com adresli internet sitesinde ve Facebook ve İnstagram isimli sosyal paylaşım sitelerinde kuruluşa ait *"bbmestetik"* isimli hesap üzerinden yayımlanan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 17.05.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, sosyal medya

**Tespitler:** İnceleme konusu tanıtımların 17.05.2021 tarihli görünümlerinde, *"dudak dolgusu, buz lazer epilasyon, alexandrite lazer epilasyon"* gibi tabip tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlere yönelik talep yaratıcı ifadelere ve tedavi görüntülerine yer verildiği; diğer taraftan, söz konusu tanıtımlarda kuruluşun isminin "BBM Estetik" olarak isimlendirildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu tanıtımların 17.05.2021 tarihli görünümlerinde, *"dudak dolgusu, buz lazer epilasyon, alexandrite lazer epilasyon"* gibi tabip tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlere yönelik talep yaratıcı ifadelere ve tedavi görüntülerine yer verildiği; diğer taraftan, söz konusu tanıtımlarda kuruluşun isminin "BBM Estetik" olarak isimlendirildiği, bu bağlamda, sağlık kuruluşu olarak faaliyet gösteren kuruluşun ruhsatında kayıtlı ismi dışında bir isimle tanıtım yapmasının tüketiciler açısından yanıltıcı olduğu;

Tüm bu durumların; sağlık alanında çalışan kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandıran, talep yaratıcı ve mevzuatta izin verilen bilgilendirme ve tanıtım faaliyetlerinin kapsamını aşan nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

- 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, 26 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **BBM Estetik Sağlık Hizmetleri Tic. A.Ş. (Özel BBM Polikliniği)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesinekarar verilmiştir.

**55)**

**Dosya No: 2021/470**

**Şikayet Edilen: Süleyman Tan (Tan Clinic)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 18.05.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait ‘tanclinicc’ kullanıcı isimli sayfanın 18.05.2021 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘… fibromiyalji tanısı ile gelen hastamızın tedavisinden bir kesit…kuru iğne tedavisi ile bel ağrılarınızdan kurtulmanın tam zamanı…manuelterapi de graston tekniği ile bel ve sırt ağrılarınızdan kurtulun…manuel terapi ile ağrısız bir hayat mümkün siz de ağrılarınızdan kurtulmak için kliniğimize hemen başvurabilirsiniz…boyun ve kolda geçmeyen ağrılarınız varsa doğru değerlendirme ve tedavi için bizimle irtibata geçin…tortikolis nedir tortikolis göğüs kemiğinden yukarı ve boynun arkasına doğru uzanan kasın sıkılaştığı zayıfladığı ya da kalınlaştığı durumlarda meydana gelen ve çocuğun boynunun eğri durmasına sebep olan bir hastalıktır…çağın hastalığı olan fıtık problemlerinizden ve ağrılarınızdan kurtulmak isterseniz çözümü var unutmayın…boyun fıtığı-boyun düzleşmesi probleminde boyun manipülasyonu boyun ağrıları ve kol uyuşmalarınızdan kurtulmak isterseniz bize ulaşın…idrara kaçırma problemi (üriner inkontinans) istemsizcde idrar kaçırma problemi yaygın bir problemdir ve kadınlarda erkeklerden daha çok görülür ve yaşal beraber bu problem artış gösterir Stres inürner inkotinans: fiziksel zorlama, hapşırma, öksürme ile istemsiz idrar kaçırma olarak tanımlanır tedavi yöntemi kilo kontrolünün sağlanması pelvik taban kas kuvvetinin artırılması uyumadan üç dört saat önce sıvı tüketimini azaltma aşırı sıvı tüketiminin önlenmesi…Manuel terapi bel boyun ve sırt ağrılarında çok etkili bir yöntemdir Sizde ağrılarınızdan kurtulmak isterseniz @tanclinicaliaga başvurabilirsiniz…Bel fıtığı her geçen gün artmaktadır. Peki, neden bel fıtığı artıyor? Neler sebep oluyor? Vücudumuzda neler değiştiği zaman bel fıtığı görünmeye başlıyor. Beliniz normal kişilere göre fazla düz ise yani olması gereken doğal eğrilik yoksa bel fıtığı olma ihtimaliniz var Sırtınızda kamburluk varsa bel fıtığı ihtimali benzer şekilde artmaktadır Bacak boylarında eşitsizlik varsa özelikle 2 cm`den fazla ise ciddi oranda bel fıtığı görülmesi artmaktadır…Kimlerin boynu düz ? Yaşam şeklimizden tuttun alışkanlıklarımıza ve yaptığımız işe bağlı olarak boyun düzleşme yani olması gereken C şeklindeki eğrilik kayboluyor yerine dümdüz sopa gibi bir görüntü oluşuyor. Nedenleri ise; Uzun süre telefona bakma Uzun süre aşağıya bakarak çalışma Bankacı ve ofis çalışanı olmak Koltukta yayılarak oturmak Yüksek yastıkla yatmak Ergonomik olmayan bisiklet ve araba kullanmak Kas kuvvetinde dengesizlik…Hemipleji Nedir? Risk faktörleri nelerdir? Nasıl tedavi edilir? Hemipleji veya halk arasında bilinen adıyla inme, beyin damarlarında meydana gelen tıkanıklık ya da beyin hücrelerinin hasar görmesi sonucunda ortaya çıkar ve vücudun sağ veya sol yarısında istemli hareket kaybı ya da azalması olarak tanımlanabilir. İstemli hareket kaybının yanı sıra beyin kanlanmasındaki değişimin büyüklüğüne ve eğer bir hasar söz konusu ise hasarın şiddetine bağlı olarak bazı duyusal kayıplarla beraber görme ya da konuşma bozuklukları da sıkça rastlanan bulgular arasındadır…Bel ve sırt ağrıları için uyguladığımız elektro akupunktur tedavi seansından Elektro akupunktur ağrılar için en iyi yöntemdir…Kuyruk sokumu ve bel ağrısı ile bize gelen Aysel Hanım'ın seanslarını bitirdik geriye gülen mutlu yüzler bıraktık TAN CLİNİC yüz güldürmeye devam ediyor... Herkese merhabalar bugün sizlere Bel Düzleşmesi Bel Fıtığına Neden Olur Mu? Sorusunun cevabını sizlerle paylaşmak istedik. Kliniğimize gelen pek çok hastadan aldığımız sorulardan birisi, bel bölgesindeki eğrilik fazla mı? Yoksa az mi? Çünkü bel fıtıklarının ve bel bölgesindeki bazı hastalıkların bel kavisi ile ilişkisi vardır Bunların bir kaç sebebi... Sağ tarafı hemipleji sol tarafı ampute olan hastamızın evinde fizik tedavi seansları devam ediyor.Sizde sağlığınız için @tanclinicc başvurun…Fizik tedavi modaliteleri ve Manuel tedavi yaklaşımlarımız Boyun fıtığı Bel fıtığı Kanal daralması Sporcu yaralanması Migren Boyun düzleşmesi Kas yırtıkları Vertigo Menisküs Topuk dikeni Vb. Birçok rahatsızlıkta uygulanmaktadır…bel fıtığında ne zaman ameliyat olmalısınız…Sabahları kalkınca sırt, boyun, bel ağrın var mı? Doğru değerlendirme ve tedavi için kliniğimize bekleriz... Boyun fıtığı Boyun düzleşmesi Boyun kanal daralması Boyun ağrıları için uyguladığımız boyun manipülasyonu en etkili yöntemdir…Tek seans manuel terapi farkı…Bel fıtığı teşhisi ile kliniğimize gelen danışanımızın Manuel terapi ilk seans sonucu Tedavinin devamını ve danışanımızın iyileşme durumunu görmek için takipte kalın Sizde de benzer şikayetler var ise ameliyatsız çözüm için kliniğimize bekleriz…Yüz felci nedir? Yüzdeki mimik kaslarına beyinden uyarı getiren fasiyal sinir liflerinin çeşitli nedenlerle hasar görmesi sonucunda yüzde hareket kaybı gelişmesine yüz felci denir. Yüz felci aniden ortaya çıkabileceği gibi belli bir zaman dilimi içerisinde aşamalı olarak da gelişebilir. Yüz felci neden olur? Yüz felci; kafa travması, beyin damar tıkanıklığı, baş-boyun tümörleri, yüz sinirinde zedelenme gibi farklı nedenlerle ortaya çıkabilir…Tek seans manuel terapi uygulaması sonucu…Tek seans manuel terapinin mucizevi gücü…Kırık Rehabilitasyonu Detaylı bilgi doğru teşhis ve muayene için bize ulaşın…Refleksoloji; ayak, el ve kulaklarda bulunan özel refleks noktalarına basınç uygulayarak bu noktalarla bağlantılı olan organ ve sistemlerin tedavi edilmesini amaçlayan bir yöntemdir. Faydaları Nelerdir... Refleksolojinin zihinsel ve fiziksel faydaları şu şekildedir: Anksiyete ve stresi azaltmaya yardımcı olmak, Ağrı ve acı hissini azaltmak, Endorfin üretimini artırarak vücudun rahatlamasını sağlamak, Ruhsal ya da fiziksel nedenlere bağlı uykusuzluk ve yorgunluğu azaltmak, Kronik ya da kronik olmayan hastalıklarda uygulanan tedaviyi desteklemek…Detaylı bilgi doğru teşhis ve muayene için bize ulaşın…Boyun ağrılarınız kabusunuz olmasın Ağrılarınızdan kurtulmanızın adresi Tan Clinic…çare tan clinic…Tedavi edilmemiş skolyoz hastalarında bel ve sırt ağrısı, sinir hasarı ve ileri dönemlerde akciğer ve kalp gibi organları ilgilendiren çeşitli problemler boy gösterebilir…Gümüşhane'den bel ve diz problemleri ile gelen Emine hanımı tedavi ettik ağrısız gülen bir yüz ile hayata yeniden merhaba dedi Her fıtık ameliyatlık değildir. Fıtık geçmez diye karamsarlığa kapılmayın…C5-C6 boyun fıtığı manipülasyonu Her fıtık ameliyatlık değildir. Detaylı bilgi doğru teşhis ve muayene için bize ulaşın…Manuelterapi Seanslarımız ile iyileştirmeye devam ediyoruz…Boyun düzleşmesi Boyun ve sırt ağrıları Baş ağrısı Kollarda güçsüzlük gibi problemlerle kendini gösterebilir Detaylı bilgi doğru teşhis ve muayene için bize ulaşın…Gün içindeki duruş bozukluğuna ve masa başı çalışmalara bağlı olarak oluşan sırt ağrıları Ama üzülmeyin sırt ağrılarınız için Manuel Terapi en etkili yöntemdir…Sivas’tan gelen anne-oğul bize bel ve diz ağrı şikayeti için başvurdu. Tedavimiz bitti ve tamamen sağlığımıza kavuştuk. Tan Clinic iyileştirmeye devam ediyor…doğru teşhis doğru tedavi…graston tekniği ile ağrılara son…Ağrılarınıza TanClinic’te son verin…Fizik tedavi hizmetiniz evinizde devam etsin. Özel fizyoterapist eşliğinde doğru tanı ve uygun tedavi programı ile evde fizik tedavi hizmeti için…Felç-İnme Vedat amca ile tedavinin sonlarına geldik artık…Kupa Terapi Detaylı bilgi doğru teşhis ve muayene için bize ulaşın…Bütün bunların yanında kliniğimizde atakların kesin çözümü olarak akupunktur ve hacamat tedavisi yapılmaktır…Kupa terapisi binlerce yılla önce dayanan eski bir tıbbi tedavidir. Hangi hastalıklarda uygulanır . Kronik ağrılar ( halsizlik ) Baş ağrısı migren Lomber disk lezyonu Servikal disk lezyonu Boyun ve bel ağrısı Fibromiyalji Diz ağrısı Omuz ağrısı Osteoartrit Romatizma Detaylı bilgi doğru teşhis ve muayene için bize ulaşın…Boyun ağrılarında en etkili tedavi yöntemi boyuna yapılan doğru uyguladir. Boyun ağrısı Bel ağrısı Baş ağrısı Sırt ağrısı Problemleriniz varsa kliniğimize bekleriz... Graston tekniği ağrılarınızdan tamamen kurtulmak için kliniğimize bekleriz…Günün en güzel motivasyonu Genç yaşta 7 yıldır bel fıtığı problemi yaşayan Eray bey yıllardır gitmediği doktor kalmamış ve her gittiği doktordan ameliyat olması gerektiği belirtilmiş. En son kliniğimize geldi ve tedavi süreci sonunda tamamen ağrılarından kurtulup mutlu bir şekilde kliniğimizden mezun ettik Tan clinic te memnuniyet var Danışanımıza ağrısız bir hayat diliyoruz Sizde ağrılarınızdan kurtulmak için kliniğimize başvurabilirsiniz…Kupa tedavisi ile tamamen ağrınız rahatlasın…Evde yatalak ve felç ( inme ) geçirmiş olan hastarımıza evlerinden çıkmadan fizik tedavi hizmeti sağlıyoruz…Kuyruk sokumu, insan vücudunda bulunan 33 tane omurun en alt kısmında bulunan son parçasıdır. Bu kemiğe halk arasında “poçik” ve tıp dilinde ise “koksiks” adı verilir. Koksiks veya kuyruk sokumu leğen kemiğinin içindeki organları alttan destekleyen kasların yapışma noktası olduğu için büyük öneme sahiptir. Geçmeyen kuyruk sokumu, bel, kalça ve bacak ağrılarınız varsa Ameliyatsız tedavisi mümkün. Doğru teşhis ve tedavi için kliniğimize başvurabilirsiniz…C2-C7 genel manipülasyonu boyun fıtığı ve boyun düzleşmesinde en etkili yöntemdir Sizin de bel ve boyun fıtığı gibi rahatsızlıklarınız var ise kliniğimize başvurabilirsiniz…Halluks valgus, hastalığı daha çok bayanlarda ve 30- 40'li yaşlardan sonra artan oranda görülür. Ayak başparmağindaki bu çıkıntı , ayakta ağri ve ayakkabı giyiminde zorluk ile kendini beli eden bir hastalıktır. Bu problemde ilk tedavi ameliyat değildir, yapılan doğru uygulamalar ile ağrılarınızdan kurtulabilirsiniz…’* gibi ifadelere yer verilerek kuruluşta *‘skolyoz, boyun düzleşmesi, ağrı, fıtık’* gibi tıp literatüründe hastalık olarak değerlendirilen durumlara ilişkin tanı ve tedavi yapıldığına yönelik beyanlarda bulunulduğu; ayrıca, *‘fibramiyalji, tortikolis, üriner inkontinanas, bel fıtığı’* gibi hastalık durumlarına ilişkin bilgilere yer verildiği; bununla birlikte kuruluştan hizmet alan hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ilişkin görüntülerinin paylaşıldığı, diğer taraftan, kuruluşa 28.12.2020 tarihinde Aliağa Kaymakamlığı İlçe Sağlık Müdürlüğü tarafından yapılan denetim sonucunda kuruluşun Sağlık Bakanlığı tarafından verilmiş bir ruhsata sahip olmadığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Sağlık Meslek Mensupları ile Sağlık Hizmetlerinde Çalışan Diğer Meslek Mensuplarının İş ve Görev Tanımlarına Dair Yönetmelik kapsamında, *'fizyoterapist'* olan sağlık meslek mensuplarının görev alanlarının tanımlandığı, buna göre; fizyoterapistlerin hastalık durumlarında; 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 bozukluklarının ortadan kaldırılması veya iyileştirilmesi amacıyla uygulamalar yapabileceği,

Diğer taraftan; inceleme konusu tanıtımlarda kuruluşta refleksoloji, kupa uygulaması, manuel terapi hizmetinin sunulduğunun belirtildiği; ancak, adı geçen işlemlerin uygulanması ve bunlarla ilgili bilgilendirmelerin yalnızca Bakanlıkça tescil edilmiş sertifikaya sahip tabip ve tabip gözetiminde sertifikalı sağlık meslek mensuplarınca Bakanlıkça yetkilendirilmiş ünite ile uygulama merkezlerinde yapılabileceği,

Bununla birlikte; *‘fibramiyalji, tortikolis, üriner inkontinanas, bel fıtığı’* gibi hastalık ve tedavi durumlarına ilişkin sağlığı koruyucu ve geliştirici nitelikteki bilgilendirme ve tanıtımların, ilgili mevzuat gereği sağlık kuruluşları tarafından ve konusunda yetkili sağlık meslek mensuplarınca verilmesi gerektiği düzenlenmiştir.

Bu bağlamda; inceleme konusu tanıtımlarda, sağlık alanında faaliyeti bulunmayan kuruluşun sağlık alanında faaliyet gösterdiği ve tabip tarafından ve/veya tabip gözetiminde yapılması gereken işlemleri uyguladığı yönünde bir algı oluşturulduğu; ayrıca, kuruluşun tabip tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlere yönelik tanıtım yapmasının ilgili mevzuata aykırılık teşkil ettiği; dolayısıyla söz konusu tanıtımların ilgili mevzuata aykırı ve tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu ve benzer alanda faaliyet gösteren kuruluşlar arasında haksız rekabete yol açtığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

- Sağlık Meslek Mensupları ile Sağlık Hizmetlerinde Çalışan Diğer Meslek Mensuplarının İş ve Görev Tanımlarına Dair Yönetmeliğin 5/c maddesi ile Ek 1/A-Fizyoterapist maddesi,

- Geleneksel ve Tamamlayıcı Tıp Uygulamaları Yönetmeliğinin 9/1, 12/1 ve 12/2 maddeleri ile "Ünite ve Uygulama Merkezlerinde Yapılabilecek Uygulamalar Listesi" başlıklı yönetmelik ekinin 14-Kayropraktik/Kupa Uygulaması/Refleksoloji maddeleri,

- Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin 29/5 maddesi,

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna ,

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

**56)**

**Dosya No: 2021/614**

**Şikayet Edilen: İstanbul Dent Estetik Özel Sağlık Hizm. Ltd. Şti.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 26.05.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.dentestetik.com.tr adresli internet sitesinin 26.05.2021 tarihli görünümünde örnek olarak;

Ana sayfada; *‘…en doğal gülüşünüz için lazer destekli diş beyazlatma…uzman hekimlerimiz ile implant tedavisinden korkmayın…ücretsiz muayene kliniğimizden ücretsiz olarak muayene, teşhis ve planlama hizmetinden yararlanabilirsiniz…uzman pedidontist hekimlerimiz ile çocuğunuzun diş sağlığı emin ellerde…invisaling ortodonti ile estetik şeffaf diş tellerinize kavuşun…gülüş estetiği ile sağlıklı ve estetik bir gülümseme…Neden Bizi Tercih Etmelisiniz? Sağlıklı Gülüşler İçin. İstanbul Dentestetik implant ve estetik tedavi prosedürlerini en kaliteli malzemeler ve yeni teknolojik ekipmanlar ile uygulamaktadır. Klinik çalışanlarımızın tamamı kusursuzluğu yakalamak adına belli periodlarla diş tedavi eğitimlerini almaktadır. Hekimlerimiz güncel mesleki konuları, estetik diş hekimliği ve implant cerrahisi konularını yurt içinde ve yurt dışında kongre, sempozyum, seminerler ve özel akademik çalışmalarla sürekli hale getirmişlerdir. Bu husus hastalarımıza üst düzey fayda sağlamaktadır…Acil Diş Hizmetlerimizle`` Hastalarımız Hep Mutlu**Pandemi döneminde acil diş rahatsızlıklarınız için bizi aramayı unutmayınız. Bu zor günlerde sizlerin yanındayız…’* gibi ifadeler ile *‘Muayene ve panoromik hizmetlerinin ücretsiz olması ve güler yüz ve samimi diyalogları benim için aradığım ve rahatlıkla sağlığımı emanet edebileceğim profesyonel ekibiyle tedavi sürecinde gayet başarılı neticeler aldım. Tek kelime ile mükemmel…Harika! Tek kelimeyle anlatmak gerekirse harika ama ben biraz detaylandıracağım, bu yorumların diş hekimi aramakta olan biri için ne kadar önemli olduğunu biliyorum. Zira bende bu yöntemle Dentestetik ailesi ve çalışanları ile tanıştım…Kendimi aile gibi hissettiğim, sadece tedavilerim için değil hobi olarak 3 ayda bir rutin kontrollerimi ve kahvemi içmek için gittiğim bir klinik, sevgili hekimim Ahmet Ünal beye ve ekibine sonsuz teşekkürler. Her şey için Teşekkürler…’* gibi övücü nitelikte hasta yorumlarına,

‘Hakkımızda’ başlığı altında; *‘…İstanbul Dentestetik Ağız ve Diş Polikliniğinde gelişen tüm diş teknolojilerini kullanarak uzman kadromuzla…Kliniğimizde uluslararası standartlarda sterilizasyon ve dezenfektasyon uygulanır. Kalite anlayışımız, yüksek kalite standardında mazlemeler kullanılarak, profesyonellerce yapılan tedavilerdir. Bizim için profesyonellik hastayla sıcak bir iletişim kurarak, hastanın tedavi ihtiyaçlarını doğru bir şekilde karşılayabilmek için, doğru bir teşhisle başlar. En doğru teşhis kliniğimizde mevcut Panaromik flm veya 3 boyutlu Tomografi çekimleri ile yapılan detaylı teşhis tedavi planlamasıdır. Kliniğimiz prensip olarak hastalarımızın ağız sağlığı için estetik ve konforlu kullanabileceği dişlere imza atmak öncelikli hedefimizdir. Çünkü ağızda yapılacak 1 mm'lik ufak bir değişikliğin içten bir gülümsemeye dönüşebileceğini ve içinde ki potansiyelin ortaya çıkarak hayatını pozitif anlamda asıl değiştirebileceğinin farkındayız. Uluslararası kalite standartları doğrultusunda faaliyet gösteren kliniğimize, İSO 9001-2008 Kalite Yönetim Sistemi belgesi verilerek kalitesi tescillenmiştir…Neden Bizi Tercih Etmelisiniz İstanbul Dentestetik ailesi olarak, hastalarımızın endişe duyduğu konularda profesyonel hekim kadromuz ile modern ve konforlu bir tedavi süreci sunmaktayız. Profesyonel, Modern ve Konforlu Bir Tedavi Süreci. 1983 Yılından Günümüze Uzanan Serüven. Güler Yüzlü ve Profesyonel Ekip. Hasta ile Bire, Bir Diyalog…’*,

‘Hizmetlerimiz’ başlığı altında; *‘…Sağlıklı Gülüşler İçin. İstanbul Dentestetik ailesi olarak, amacımız hastalarımıza daha güzel gülüşler tasarlamak. 829 mutlu hastalarımız 957 bizi tercih eden hastalarımız 998 sunulan hizmetler 731 mutlu gülüşler…Neden Biz? İstanbul Dentestetik implant ve estetik tedavi prosedürlerini en kaliteli malzemeler ve yeni teknolojik ekipmanlar ile uygulamaktadır…Bizi Takip Edin. İstanbul Dentestetik kampanyalarından haber almak için lütfen bizi takip ediniz…’*,

‘Telsiz Ortodonti Tedavisi’ başlığı altında; *‘…ideal pozisyonlara gelmesi için geliştirilen estetik tedavi yöntemidir. Yetişkin hastalar için braketlere alternatif olarak kullanılan bu akıllı plaklar kişiye özel olarak üretilir. Dişlerdeki bozukluk ve avi sistemleri içerisinde en az belli olan ve en konforlu tedavidir…kullanımı oldukça rahattır…Şeffaf Plak Tedavisinin Avantajları: Plağın çıkarılabilir olması hastanın düzenli olarak fırçalama ve diş ipi kullanımıyla dişlerini ve dişetlerini sağlıklı tutabilmesine olanak sağlar. Özel bir program ya da davette birkaç saatliğine çıkarabilme şansından dolayı sosyal yaşamınızı da olumsuz etkilemeyecektir. Aligner neredeyse görünmez olduğu için tedavi sürecince kimse bunu fark etmez. Sabit braketli ortodontik tedavinin aksine yemek yerken plağınızı çıkartabilirsiniz. Yine aynı özellikten dolayı sabit ortodontik tedavidekinin aksine istediğinizi yiyip içebilirsiniz. Dijital olarak tasarlanan ve 3D yazıcılar ile üretilen apareyler, diş teli ile yapılan tedaviye göre yaklaşık %35 tedavi süresini kısaltır…Çoğu zaman hastalarımızda önce ortodontik tedavi, daha sonrasında implant diş tedavisi ve protetik tedavi uygulamalarını yapıyoruz. Yani daha estetik sonuçlar elde etmek için diş hekimliğinin birkaç alanı ile birlikte çalışıyoruz…’*,

‘İmplant Diş Uygulaması’ başlığı altında; *‘…Rahatlıkla yemek yiyebilir ve estetik açıdan da özgürce gülümseyebilirsiniz. İmplant diş tedavisi konfor açısından en ideal tedavi yöntemidir…İmplant Diş Tedavisinin Faydaları Nelerdir? İmplant diş, yapay diş kökü yerine aldığı için çene kemiğini korur böylece yüzün doğal halini de korumuş olur. İmplant diş tedavisi aynı zamanda komşu dişlerin de kesilmesine engel olur. İmplant diş, tam dişsiz ağızlarda kullanılan total protezlerin kullanımında yaşanan vuruktan kaynaklı ağrı, kolay çiğneyememe veya protezin ağız içinde kemik kaybından dolayı sabit duramamasını da engellemiş oluyor…’*,

‘Gülüş Tasarımı’ başlığı altında; *‘…Bunu sağlamak için de birtakım başlıklar altında işlemler yapıyoruz. Dişin, diş eti ve dudakların birbirleriyle olan ilişkilerini, kişinin yüz yapısına ve karakterine uygun şekilde dizayn ederek, her bireyde estetik ağız ve gülüş sağlıyoruz…Estetik Laminate Porselenler, son teknoloji ile donatılmış labratuarlarda hazırlanan, diş kesilmeden veya 0,3 mm kadar pürüzlendirme yapılarak dişlere yapıştırılan porselen yaprakçıklardır. Çok ince olmaları, metal içermemeleri sayesinde gelen ışığın geçişini sağlaması da doğal dişlerden ayırt edilememesine sebep olur…Bilgisayar destekli olarak tasarlanan ve işlenen zirkonyumlar transparanlığı ve estetik görünüşüyle birlikte dayanıklılığı çok yüksek olan formüllerdir…Günümüzde lazer destekli olarak yapılan bu işlemler hem kanamasız hem de ağrısız olması sebebiyle hastaya büyük bir konfor da sağlamaktadır…Dişler estetik laminalarla, beyazlatma tedavileri ile daha güzel yapılabilirken, yüzü bir bütün olarak değerlendirmek gerektiği için yenilenmiş pırıl pırıl bir gülümseme ile birlikte çevre dokuların da desteklenmesi tedaviyi tam bir sonuca ulaştırır…diş eksikliği ise buna en güzel çözüm implant diş tedavisi olur… Tüm bunların hepsi de beraberinde hastaya estetik bir gülüş sağlıyor…Hastanın yüzüne en iyi şekilde uyumlandıran hareketli veya sabit protez seçeneği de kişinin yüzünü güldürecek sonuçlar doğuruyor…’*,

‘Ortodonti Tedavisi’ başlığı altında; *‘….Bu sayede erişkin hastalar son derece kolay biçimde tedavi olabilmektedir… metal braketler artık daha küçük yapıda üretilebilmekte ve böylece hastanın konforu arttırılmış ve braketlerin görünürlüğü bir miktar azaltılmıştır. Estetik görünümle ilgili dezavantajına rağmen metal braketler bugün hala en dayanıklı sistemlerdir…tedavi gören bireyler bu süreçte özgürce gülümseyebilmektedirler…bu sayede hemen hemen hiç fark edilmeden ortodonti tedavisi görebilirsiniz…Bu yöntemin avantajı, istendiği özel durumlarda hasta tarafından çıkartılabilmesi ve şeffaf olması nedeniyle hastayı rahatsız etmemesidir…Şeffaf plaklar da estetik açısından gelinen en son yöntemlerden biridir…gibi ortodontik problemler şeffaf plak yardımı ile çözümlenebiliyor. Bu da zamandan tasarruf ve hasta için de büyük bir konfor sağlar…Tedavi tamamen acısız ve ağrısız bir uygulamadır. Şeffaf Plak Tedavisinin Sağladığı Yararlar: son teknoloji tedavi olması, Yüksek kalitede, ileri bilgisayar teknolojisinde diş dizilimin planlanarak düzeltilmesi, Zamandan tasarruf edilmesi, Başta alınan ölçü ile bilgisayar ortamında hastaya tedavi aşamalarını ve tedavi bitiminde ki diş diziliminin hastaya sunabiliyor olması, Doğal ve şeffaf yapısından dolayı neredeyse hiç gözükmeyen, bir o kadar da etkili bir teknolojik yapıya sahip olması, Şeffaf plağı kullanılırken ses de değişikliğe sebebiyet vermemesi, Apareyler katkısız ve anti alerjen üretiliyor olması, Takıp çıkarılabilir olması böylece dilediğiniz gibi rahat yemek yeme imkanı sunuyor olması, Yaş sınırının olmaması…Bu aşamadan sonra gittikçe düzelen dişleriniz, sizi çok daha güzel ve sağlıklı bir görüntüye kavuşturacaktır…Kadıköy ortodonti klinikleri Dentestetik olarak, her yıl binlerce hastanın mükemmel dizilen dişlere kavuşması için diş teli tedavilerini üstleniyoruz…’*,

‘İmplant Diş’ başlığı altında; *‘…İlk aşama, hastamıza kapsamlı bir ağız muayenesi yapılır. Kliniğimizde çekilen Panaromik veya gerekli görülür ise Tomografi görüntüsü de alınarak yapılan ölçüm eşliğinde implantların yeri tespit edilir. Bunu takip eden ikinci aşamada cerrahımız tarafından lokal anestezi uygulanır ve implant operasyonu başlamış olur. İmplant diş operasyonu implant adedine bağlı olarak ortalama 45 dakika ile 1 saat sürebilir. İmplant diş operasyonu tamamlandıktan sonra diş hekimimiz hastamıza o gün uygulaması gereken konuları aktarır ve hastamız ile işlem bitmiş olur. Bir hafta sonra hem kontrol hem de dikişler için hastamızı davet ederiz ve yapılan implant adedine göre geçici diş takılır ki implantların entegre sürecinde dişsiz kalınmasın. Son aşamada ise implantın çene kemiğine entegre süresi tamamlandıktan sonra hastanın implant üstü daimi dişleri takılır…’*,

‘Protez Diş’ başlığı altında; *‘…daha estetik sonuçlar elde edilebilir. Metal Desteksiz Kuron – Köprü Ve Tam Seramiklerin Avantajları Olağanüstü estetik: Doğal yapıyla mükemmel uyum sağlar ve doğal diş görünümü verir. Metal bir alt yapı üzerine yapılmadığı için, ışık geçirgenliği doğal dişe çok yakındır. Geliştirilen yapısıyla dayanıklılık: Kronlarda, dişlerin ön ve çiğneyici yüzlerinde uzun yıllar problem yaratmadan kullanılabilir. Biyolojik, olarak uyumludur, diş etine ve çevre dokulara zarar vermez. Aşınmaya direnci, diş minesine yakındır…Bunun sonucunda da mükemmele yakın estetik ve estetikle doğru orantılı hasta memnuniyeti ortaya çıkmaktadır…’*,

‘Zirkonyum’ başlığı altında; *‘…ışığı geçirgen özelliğinden dolayı daha doğal ve estetik sonuçlar verdiği için tercih edilmektedir. Zirkonyumun Avantajları Zirkonyum ışığı geçiren özelliğe sahiptir. Bu sebeple en doğal kaplama türüdür. Doğal bir diş görüntüsü isteyen hastalara uygulanmaktadır. Metal alerjisi olan hastalar için en uygun kaplama türüdür. Zirkonya maddesinin vücut için herhangi bir zararı yoktur. Doku dostu bir malzemedir. İmplant üzerine uygulanabilir, titanyum ile zirkonyum herhangi bir olumsuz etkileşim göstermezler. Tedavi süresi çok uzun değildir, 4-5 gün içerisinde tamamlanabilir. Zirkonyum kalıcı dişleri tamamen çıkan her hastaya uygulanabilen yöntemdir…’*,

‘Diş Beyazlatma’ başlığı altında; *‘…Diş hekimliğinde estetik ve restoratif maddelerin gelişmesiyle pek çok renk, şekil, konum bozuklukları kolaylıkla çözümlenebilmektedir. Renklenmiş dişlerin beyazlatılması (bleaching), diğer restoratif metotlara kıyasla daha ucuz, pratik ve zararsızdır…Diş beyazlatma, eğer dişleriniz sağlıklıysa daha beyaz ve doğal gülümseme için ideal bir çözümdür…’*,

‘Oral Diagnoz ve Radyoloji’ başlığı altında; *‘…Görüntüler bilgisayar ortamında hasta dosyasında saklanabilmesi veya gerekli durumlarda internet ortamından paylaşılabilmesi de avantajdır…Yöntemin bir diğer avantajı da, hızlı prototipleme yöntemi ile kombine kullanılarak cerrahi işlem öncesi istenilen bölgelere ait çalışma maketleri veya kılavuz plakların hazırlanabilmesidir…’*,

‘All One 4 İmplant Tekniği’ başlığı altında; *‘…Kayıp dişler yüzünden zorluk çeken hastalar için implant tedavisi en etkin çözümdür. İmplant tedavisi kendi doğal dişleriniz gibi bir görüntü verir…Eğer ki kullanımı pratik olmayan ve sürekli rahatsızlık veren takma dişleri kullanmakta zorlanıyorsanız All on 4 implant tekniği iyi bir tedavi seçeneği olacaktır. All On 4 implant tekniği, ​tam dişsiz hastalarda belirli açılarla yerleştirilen dört adet implant üzerine aynı gün daimi protezin sabitlenmesini sağlayan bir uygulamasıdır…All On 4 İmplant Tekniğinin Avantajları Tam dişsiz hastalara aynı gün, tek bir cerrahi işlem ile sabit diş protezi yapılabilme imkanı, Sinüs lifting (sinüs yükseltme ameliyatı), kemik ilavesi gibi herhangi bir ileri cerrahi işlem uygulanmadığından operasyonun daha kolay geçmesi, Kişiye özel planlama ile gülüş estetiği sağlaması, All on 4 implant üstü prtoezlerin temizlenmesi ve bakımının kolay olması, Hareketli protez kullanamayan hastalar için uygun olması, Dizaynı damaklı diş protezine (tam diş protezi) göre farklıdır. Hastanın damak kısmını kaplamadığı için kullanımının daha kolay olması, Tedavi seansı sayısı az olduğundan, şehir veya ülke dışında ikamet eden hastalar için uygun olması…’*,

‘Sağlık Turizmi’ başlığı altında; *‘…Dentestetik’te Sağlık Turizmin Farkı…İstanbul Dentestetik Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniğinde, yurt dışından gelen hastalarımız için son teknoloji cihazlarımız ile gerekli tüm ağız içi dental implant ve estetik diş tedavileri yapılmaktadır…Havayolu ile ulaşım, Havaalanında karşılama, İstanbul içi gerçekleşecek tüm transferleriniz, anlaşmalı otellerimiz de konaklama ve tarihi yerleri ile turizm cenneti istanbul’da keyifli geziler Dentestetik ailesi tarafından karşılanır. Üstelik size sunulan bu hizmet en uygun fiyat avantajları ile sunulur. Tomografi ve panaromik röntgen gibi tüm görüntüleme sistemlerini, ayrıca kendi laboratuvarını bünyesinde bulunduran, sağlığınız için teknolojiyi takip eden ve hijyen standartlarını eksiksiz uygulayan aynı zamanda İmplant’tan çocuk diş hekimliğine dental sağlık hizmetlerinin tamamı kliniğimizde uygulanmaktadır…Dental turizm Dentestetik ile sizlerle…Türkiyede diş tedavisi olmak isteyen hastalarımız, baştan sona tüm ihtiyaçlarınız için diş kliniği olarak hizmetinizdeyiz. Yurtdışı tedavisi olmak isteyen hastalarımız için havaalanında karşılama, İstanbul içi transferler, konaklama ve tedavi masraflarınız Sağlık turizmi kapsamında Dentestetik tarafından karşılanır. Avrupaya göre çok uygun fiyatlarla tedavi imkanı sunmamız bizim en çok tercih edilme nedenimiz olmuştur. Siz de hem tedavi olmak hem de turistik amaçlı İstanbul ziyaretinde bulunmak istiyorsanız bizimle iletişime geçerek sağlık turizmi planlamanızı yaptırabilirsiniz…hem de %100 sonuç alacak şekilde diş tedavilerinizin tamamını olabilirsiniz. İmplant, ortodonti, periodontoloji, dental estetik ve diğer tüm diş tedavileriniz alanında uzman hekimler ile Dentestetik’de sizlerle…’*,

‘Estetik Diş Hekimliği’ başlığı altında; *‘…Metal dolgular, uzun yıllar kullanılabilecek çok güçlü bir dolgu çeşididir. Fakat günümüz teknolojisi ile daha estetik olan beyaz dolgu veya seramik dolgu tercih edilmektedir. Ön veya arka azı dişlerde dahi en az metal dolgu kadar güçlü ve rahatlıkla kullanılabilecek dolgu çeşididir. Kompozit dolgu dişe çok iyi uyum sağlar ve diş renginde olduğu için doğal dişinizden ayırt edilmez…Estetik diş hekimliğinde zirkonyum diş tedavisi yüz güldüren sonuçlar verir…Zirkonyum kaplama, estetik bir yapıya sahip olduğu için doğal dişlerinizden ayırt edilmesi zordur. Diş etine uyumlu olması ve anti-alerjik olması da bir diğer avantajıdır. Metal destekli porselenlere nazaran daha hafiftir ve ağızda koku yapmaz…Empress kaplamalar bilgisayar ortamında el değmeden çok hassas cihazlar ile hazırlanan kişiye özel bir uygulamadır…Empress denilen güçlendirilmiş cam ile yapıldığı için ışık geçirgenliği mükemmeldir. Metal destekli kaplamalarda metalin rengi diş etinde karartı olarak belirir. Fakat empress gibi estetik çalışmalarda bu durum mümkün değildir… Ufak bir lazer işlemi ile diş eti seviyelendirilmesi yapılır ve ideal bir gülümsemeye kavuşturulur…’* gibi ifadeler ile,

www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait ‘istanbuldentestetik’ kullanıcı isimli sayfanın 26.05.2021 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘…LAMİNA(YAPRAK DİŞ) Diş tedavilerinizi uzmanına bırakın Bugün#beforeafterpaylaşımı için estetik diş çalışmalarımızdan#laminateveneeryapılan hastamızı seçtik. Dişlerin kesilmeden sadece ön yüzlerinin milimetrik hesaplar ile inceltilerek yapılan ve sağlam diş dokusunun en az kaybedildiği yöntemdir. Bu inceltilen alana porselen diş laminalarının yapıştırılma işlemidir.Bizler gülüşünüzü yeniden tasarlarken sizler iletişim numaramızdan detaylı bilgi ve randevu için bize ulaşabilirsiniz…KOMPOZİT LAMİNA Diş tedavilerinizi uzmanına bırakın Bugün#beforeafterpaylaşımı için estetik diş çalışmalarımızdan#kompozitlaminayapılan hastamızı seçtik. Estetik diş tedavisi için geliştirilmiş kompozit lamina (bonding) dişlerin yüzeylerine zarar vermeden dişin formunu ve rengini düzenlemektir. Uygulanacak malzemenin kalitesi ve diş hekiminin tecrübesi ile şeffaflık, transparanlık,ocaklık,renk uyumu sağlayan kompozit laminalar diş yüzeyine kuvvetli bağlayıcılar ile uygulanmaktadır.Bizler gülüşünüzü yeniden tasarlarken sizler iletişim numaramızdan detaylı bilgi ve randevu için bize ulaşabilirsiniz…Nijerya’dan gelen hastamızın ileri düzeyde kemik erimesi mevcuttu. Kendisine alt-üst çene subgingival küretaj işlemi uygulanarak tedavisi yapılmıştır.Sizleri kliniğimizden güzel gülüşlerle uğurlamak bizim uzmanlık alanımız…Diş tedavilerinizi uzmanına bırakın Bugün #beforeafter paylaşımı için estetik diş çalışmalarımızdan #zirkonyum yapılan hastamızı seçtik. Bizler gülüşünüzü yeniden tasarlarken sizler iletişim numaramızdan detaylı bilgi ve randevu için bize ulaşabilirsiniz...İstanbul Dentestetik Ailesi Olarak Döneme Özel Yıl Sonu Fırsatı İmpant Ve Estetik Diş Tedavilerinizde %20 Net İndirim Fırsatını Kaçırmayın! İmplant İmplant Üstü Protez Lamina Porselen Kaplama Zirkonyum İşlemlerinde %20 Net İndirim Siz Değerli Hastalarımızı Bekliyor! Gülüşünüzü Yeniden Tasarlıyoruz Panoramik Film ve Ön Muayene Ücretsizdir. Döneme özel yıl sonuna kadar kliniğimizde estetik ve implant tedavilerinde %20 indirim…Zirconium destekli porselenler estetik olarak başarılı sonuçlar verirler. Fonksiyonel olarak da oldukça başarılıdırlar…’* gibi ifadelere; ayrıca hastaların tedavi öncesi ve sonrası ile tıbbi işlemlerin uygulanmasına dair görüntülere yer verildiği; bununla birlikte tıbbi işlemlerle ilgili kampanyalar düzenlendiği,

www.facebook.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait ‘İstanbul Dentestetik Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği’ kullanıcı isimli sayfanın 26.05.2021 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘…KOMPOZİT LAMİNA Diş tedavilerinizi uzmanına bırakınBugün #beforeafter paylaşımı için estetik diş çalışmalarımızdan #kompozitlamina yapılan hastamızı seçtik. Estetik diş tedavisi için geliştirilmiş kompozit lamina (bonding) dişlerin yüzeylerine zarar vermeden dişin formunu ve rengini düzenlemektir. Uygulanacak malzemenin kalitesi ve diş hekiminin tecrübesi ile şeffaflık, transparanlık,odaklık,renk uyumu sağlayan kompozit laminalar diş yüzeyine kuvvetli bağlayıcılar ile uygulanmaktadır.Bizler gülüşünüzü yeniden tasarlarken sizler iletişim numaramızdan detaylı bilgi ve randevu için bize ulaşabilirsiniz…Zirconium destekli porselenler estetik olarak başarılı sonuçlar verirler. Fonksiyonel olarak da oldukça başarılıdırlar…’* gibi ifadeler ile hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre, reklam veren **İstanbul Dent Estetik Özel Sağlık Hizm. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**57)**

**Dosya No: 2021/2102**

**Şikayet Edilen: Ayhan Gökeşme (Funda Gökeşme Aesthetic Beauty)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 24.12.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Gerek 'sağlık kuruluşu' gerekse 'güzellik salonu' olarak faaliyet göstermek adına ilgili kurumlarca ruhsatlandırılmayan kuruluşun 17.11.2020 tarihinde faaliyetine son vermesine rağmen, www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait ‘fundagokesmeee’ kullanıcı isimli sayfanın 24.12.2020 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘… 2seans online diyet 5300 TL yerine 3200 TL...tinhealing ile migren kabusundan kurtulun...hayatınızı çekilmez hale getiren migren kabusundan kurtulun...tinhealing ile sigaraya son...elveda panik atak tinhealing ile özgürleşin ruhssal dengeleme üzerine de yapılan tinhealing uygulaması ile panik atak kabusundan uyanma zamanı…’* gibi ifadelere yer verdiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Gerek 'sağlık kuruluşu' gerekse 'güzellik salonu' olarak faaliyet göstermek adına ilgili kurumlarca ruhsatlandırılmayan kuruluşun 17.11.2020 tarihinde faaliyetine son vermesine rağmen, www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait ‘fundagokesmeee’ kullanıcı isimli sayfanın 24.12.2020 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘… 2seans online diyet 5300 TL yerine 3200 TL...tinhealing ile migren kabusundan kurtulun...hayatınızı çekilmez hale getiren migren kabusundan kurtulun...tinhealing ile sigaraya son...elveda panik atak tinhealing ile özgürleşin ruhssal dengeleme üzerine de yapılan tinhealing uygulaması ile panik atak kabusundan uyanma zamanı…’* gibi ifadeler kullanılarak tabipler tarafından uygulanması ve tedavi edilmesi gereken tıbbi uygulamalar ile hastalıklardan bahsedildiği, dolayısıyla söz konusu tanıtımların mevzuata aykırı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- 3359 sayılı Sağlık Hizmetleri Temel Kanununun Ek 11 inci maddesi,

- 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanunun 1, 8, 24, 25 ve Ek 13 üncü maddeleri ,

- Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin 29, 31 ve Geçici 5 inci maddeleri,

- İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğin Ek-1 Kısım “J-(Ek: 29/6/2010 – 2010/671 K.) Güzellik Salonları”başlıklı bölümünün 16 ncı maddesi,

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre, reklam veren **Ayhan Gökeşme (Funda Gökeşme Aesthetic Beauty)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**58)**

**Dosya No: 2021/2103**

**Şikayet Edilen: Merve GÜL (Mervegül Güzellik Salonu)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 21.05.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait ‘mervegul\_guzellik’ kullanıcı isimli sayfanın 21.05.2021 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘Buz Lazer Epilasyon, Leke Tedavisi’* gibi tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara; ayrıca, uygulama öncesi ve sonrasına ait görüntülere; bununla birlikte, söz konusu işlemlerle ilgili kampanya bilgilerine yer verildiği,

Diğer taraftan; inceleme konusu tanıtımlarda; kuruluşun isminin “Mervegül Güzellik” olarak nitelendirildiği tespit edilmiştir.

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

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

Diğer taraftan; İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin 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 bağlanmasına rağmen inceleme konusu internet sitesinde; kuruluşun isminin *“Mervegül Güzellik”* olarak nitelendirildiği; ancak, kuruluşun bir “güzellik salonu” olarak faaliyet göstermesi sebebiyle söz konusu tanıtımlarda kuruluşun türünün açıkça belirtilmemesi suretiyle tüketicilerin yanıltıldığı,

Bununla beraber; www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait ‘mervegul\_guzellik’ kullanıcı isimli sayfanın 21.05.2021 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘Buz Lazer Epilasyon, Leke Tedavisi’* gibi güzellik salonlarında uygulanması mevzuat gereği yasak olan ve tabip tarafından uygulanması gerektiğinden tanıtımının yapılmasına da izin verilmeyen tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara; ayrıca, uygulama öncesi ve sonrasına ait görüntülere; bununla birlikte, söz konusu işlemlerle ilgili kampanya bilgilerine yer verildiği,

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

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

- İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğin Ek-1 Kısım “J-(Ek: 29/6/2010 – 2010/671 K.) Güzellik Salonları”başlıklı bölümünün 16 ncı maddesi,

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna ,

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

**59)**

**Dosya No: 2021/2104**

**Şikayet Edilen: Mesut Aydın Dermestetik**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 19.01.2021, 23.05.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait ‘dermesstetik’ kullanıcı isimli sayfanın 19.01.2021 ve 23.05.2021 tarihli görünümlerinde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak*; ‘...yeni yıl kampanyası 3 bölge botoks alın, kaş arası, kaz ayağı 500 Tl. Yılın son botoks kampanyası 3 bölge (alın, kaş arası, kaz ayağı) botoks 02.01.2021 tarhine kadar 500 Tl...saç dökülmesi ve oluşumuna karşı en etkili tedavi protokolü kampanyamzıı yıl sonuna kadar uzattık 2 seans Prp+4 seanas mezoterapi işlemleri Kasım ayı boyunca 3000 Tl yerine 1900 Tl...lazer epilasyon 10 seans 1000 Tl...Sadece Medikal Estetik de değil, Cilt sorunlarinda da iyiyiz... Kistik akne ve Leke tedavisi öncesi- sonrası...Hastamızın yanlış ve tecrübesiz ellerde yapılan işlem sonucu 2 yıldır gitmeyen yanık yara izini, doğru tedavi protokolü ile geçirdik...Klinigimize yaptığı ziyaretle bizi mutlu eden Nuran Hanim'a...Yaz tatiline aylar kala ilk ve son kez sadece siz en iyi hizmeti en doğru yerde en mükemmel fiyatla alın diye Lazer Epilasyon da böyle Çılgın Bir Kampanya yaptık...lazer epilasyon süper kampanya yaz aylarında tatailin keyfini pürüzsüz bir ciltle çıkarın tüm bcak, genital, koltuk altı 8 seans 1500 Tl 999 Tl...lazer epilasyon İstenmeyen tüylere ağrısız ve acısız bir şekilde veda etmek ister misiniz...’* gibi ifadelere yer *verilerek ‘Lazer Epilasyon, Botoks Prp, Mezoterapi, Akne-Leke Tedavisi’* gibi tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara; ayrıca, uygulama öncesi ve sonrasına ait görüntülere; bununla birlikte, söz konusu işlemlerle ilgili kampanya ve fiyat bilgilerine yer verildiği,

Diğer taraftan; inceleme konusu tanıtımlarda; kuruluşun isminin “Dermestetik Estetik ve Dermokozmetik, Dermestetik” 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 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 bağlanmasına rağmen inceleme konusu internet sitesinde; kuruluşun isminin *“Dermestetik Estetik ve Dermokozmetik, Dermestetik”*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 ‘dermesstetik’ kullanıcı isimli sayfanın 19.01.2021 ve 23.05.2021 tarihli görünümlerinde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘...yeni yıl kampanyası 3 bölge botoks alın, kaş arası, kaz ayağı 500 Tl. Yılın son botoks kampanyası 3 bölge (alın, kaş arası, kaz ayağı) botoks 02.01.2021 tarhine kadar 500 Tl...saç dökülmesi ve oluşumuna karşı en etkili tedavi protokolü kampanyamzıı yıl sonuna kadar uzattık 2 seans Prp+4 seanas mezoterapi işlemleri Kasım ayı boyunca 3000 Tl yerine 1900 Tl...lazer epilasyon 10 seans 1000 Tl...Sadece Medikal Estetik de değil, Cilt sorunlarinda da iyiyiz... Kistik akne ve Leke tedavisi öncesi- sonrası...Hastamızın yanlış ve tecrübesiz ellerde yapılan işlem sonucu 2 yıldır gitmeyen yanık yara izini, doğru tedavi protokolü ile geçirdik...Klinigimize yaptığı ziyaretle bizi mutlu eden Nuran Hanim'a...Yaz tatiline aylar kala ilk ve son kez sadece siz en iyi hizmeti en doğru yerde en mükemmel fiyatla alın diye Lazer Epilasyon da böyle Çılgın Bir Kampanya yaptık...lazer epilasyon süper kampanya yaz aylarında tatailin keyfini pürüzsüz bir ciltle çıkarın tüm bcak, genital, koltuk altı 8 seans 1500 Tl 999 Tl...lazer epilasyon İstenmeyen tüylere ağrısız ve acısız bir şekilde veda etmek ister misiniz...’* gibi ifadelere yer verilerek *‘Lazer Epilasyon, Botoks Prp, Mezoterapi, Akne-Leke Tedavisi’* gibi güzellik salonlarında uygulanması mevzuat gereği yasak olan ve tabip tarafından uygulanması gerektiğinden tanıtımının yapılmasına da izin verilmeyen tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara; ayrıca, uygulama öncesi ve sonrasına ait görüntülere; bununla birlikte, söz konusu işlemlerle ilgili kampanya ve fiyat bilgilerine yer verildiği,

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

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

- İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğin Ek-1 Kısım “J-(Ek: 29/6/2010 – 2010/671 K.) Güzellik Salonları”başlıklı bölümünün 16 ncı maddesi,

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre, reklam veren **Mesut AYDIN (Mesut Aydın Dermestetik)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**60)**

**Dosya No: 2021/2105**

**Şikayet Edilen: Serdar Nazif NASIR**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 23.05.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde şahsa ait ‘prof.dr.serdarnasir’ kullanıcı isimli sayfanın 23.05.2021 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘…İşlem sonrası bir acı ve sızı hissedilmez…Biyolojik Lifting aşısı Innea Aqua, söz konusu sarkmalara oldukça hızlı etki eder…Hastaya yaptığım alın germe ameliyatı ile bu estetik sorun çözülmüştür…Oldukça konforlu olan burun dolgusu işlemini öğle tatilinde bile yaptırıp, yepyeni bir görüntü ile tekrar mesainize devam edebilirsiniz…botoks kırışıklıklarınıza veda edin…Yaşla birlikte düşen kaşlar yorgun ve üzgün bir ifade yaratır. İp askı ile bu ifadeden ortalama 20 dakikada kurtulmanız mümkün…Üst göz kapağı estetiği, muayenehanemizde lokal anestezi altında ortalama yarım saatte yapılabilmektedir…Brezilya tekniği ile popo kaldırma vücudun tıpkı kum saati gibi kusursuz görünmesine yardımcı olur…Rinoplasti sonrası hastamızın memnuniyeti, bizi tercih ettiğiniz için teşekkür ederiz…Botox, mezoterapi, dolgu, prp, İnnea Aqua, ip askı gibi uygulamalarla zamanı geriye alın. Profesyonel ellerde, kendinize genç ve daha güzel bir görünüm kazandırmak için sizleri de muayenehanemize bekliyoruz Unutmayın, her yaşta güzelsiniz…Sizlerden gelen pozitif, samimi mesajlar bizler için mükemmel bir motivasyon kaynağı. Bizi tercih ettiğiniz için teşekkürler…el bölgesine gençlik aşısı uygulaması elleriniz yaşınızı ele vermesin…Yüzde oluşan sarkmalar ip askı yöntemi ile yaklaşık 30 dakikada düzeltilebilir…Mezoterapi, botoks, dolgu, gençlik aşısı, innea aqua, ip askı gibi işlemlerle küçük dokunuşlar yapmak için sizleri kliniğimze bekliyoruz…Saç mezoterapisi, Saç dökülmesini azaltır.Saç büyümesini uyarır. Saç kırılmasını önler. Yeni saç köklerinin oluşumunu hızlandırır. Saç derisindeki hasarlı dokuları onarır. Kepekleri azaltır. Saç derisinde kan dolaşımını artırır. Hem kadın hem erkek hastalarımız için uygun bu tedavi yöntemi için sizleri de muayenehanemize bekliyoruz…Dudak dolgusu, dudakları ince, çizgili, kırışık veya asimetrik olan kişilere istenilen dudak görünümü sağlamak için yapılan estetik bir uygulamadır. Ameliyatsız, kısa sürede istenilen dudaklara sahip olmak için dudak dolgusu gönül rahatlığı ile yaptırılabilir…’* gibi ifadeler ile hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere, tıbbi işlemlerin uygulanma esnasındaki video görüntülerine; ayrıca, şahsı ve tarafınca uygulanan işlemleri 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 diğer 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 **Serdar Nazif Nasır** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**61)**

**Dosya No: 2021/2106**

**Şikayet Edilen: Grc Sağlık Kozmetik Hediyelik Eşya Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Kuruluşa ait www.eczane.com.tr adresli internet sitesinin alan adı içerisinde eczane ifadesine yer verilmesi

**Reklam Yayın Tarihi:** 26.05.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Eczane olarak ruhsatlandırılmayan kuruluşun internet sitesinin alan adının "www.eczane.com.tr" olarak isimlendirildiği ve aynı şekilde söz konusu internet sitesinde yayımlanan tanıtımlarda da "*eczane*" ismine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Eczane olarak ruhsatlandırılmayan kuruluşun internet sitesinin alan adının "www.eczane.com.tr" olarak isimlendirilmesinin ve aynı şekilde söz konusu internet sitesinde yayımlanan tanıtımlarda da "eczane" ismine yer verilmesinin tüketiciler açısından yanıltıcı, aldatıcı ve tüketicilerin tecrübe ve bilgi eksikliklerini istismar edici nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

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

**62)**

**Dosya No: 2021/2142**

**Şikayet Edilen: Atagöz Özel Sağlık Hizmetleri A. Ş.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 05.06.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait ‘atagozizmir’ kullanıcı isimli sayfanın 05.06.2021 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘…Göz Hastalıkları Uzmanımız Op. Dr. Ayşegül Işık Özdamar mutsuzluğa, yorgunluğuna sebep olarak yaşam kalitesini düşüren göz kapağı sarkmasının tedavisinin çok basit olduğu bilgisini verdi…Göz Hastalıkları Op. Dr. Aras Saklamaz’ın gerçekleştirdiği başarılı operasyon sonrası hastamız hayata tutundu…Göz Hastalıkları Uzmanımız Op. Dr. Onur Aydın’ın gerçekleştirdiği şaşılık operasyonu öncesi ve sonrası…Hastamız, Göz Hastalıkları Uzmanımız Dr. Ayşegül Işık Özdamar’ın gerçekleştirdiği operasyon sonrası sağlıklı bakışlara, daha genç bir görünüme kavuştu…Göz sağlığında Avrupa standartlarını İzmir’e taşıdık…Göz hastalıklarının tedavisinde Avrupa standartları…Kurucu ortaklarımızdan Göz Hastalıkları Uzmanı Op. Dr. Melih Türe görme kusurlarının yüzde yüz bıçaksız cerrahi ile tedavi edildiğini belirtti…Op. Dr. Mehmet Helvacıoğlu: “Biz operasyonlarımızı Catalys dediğimiz göze girişlerin de lazer ile olduğu tam bıçaksız ameliyat yöntemi ile gerçekleştiriyoruz. Bu yöntem hata payını ortadan kaldırdığı için komplikasyon açısından çok minimum komplikasyon oranlarına sahip, bu yüzden çok güvenilir ve kişiye bağlı hataları da ortadan kaldıran çok mükemmel bir sistem”…Hastamız Op Dr. Onur Aydın’ın gerçekleştirdiği operasyonla 29 numaraya kadar ilerleyen görme bozukluğundan kurtuldu, “Yeniden doğmuş gibi oldum” dedi…Atagöz’de kişiye özel lazer göz tedavisi ile size en uygun olan tedavi şekli belirlenir…Göz Hastalıkları Uzmanımız Op. Dr. Onur Aydın’ın gerçekleştirdiği göz kapağı ameliyatı sonrası 9’uncu gün. Daha genç ve daha güzel…Gözlüklerinize veda edin…Sizden Gelenler Sayın @canangulbayrak ‘a değerli yorumundan dolayı teşekkür ederiz…Katarakt cerrahisi sırasında kullanılan ileri teknoloji göz içi mercek uygulamaları ile hem katarakt hem de uzak, yakın ve astigmat görme kusurlarınızdan kurtulabilirsiniz. Akıllı Mercekler sayesinde gözlüksüz ve kontakt lenssiz bir hayat mümkün…son teknoloji gözlük bırakma ameliyatları Gözlüksüz bir hayata “Merhaba” demek için 02324353535 numaralı telefondan bize ulaşın…Akıllı lens tedavisi ile uzak-yakın-orta mesafe gözlüklerinizden kurtulabilirsiniz…Kişiye özel lazer tedavisi yöntemiyle uzak, yakın ve orta mesafeli görme kusurlarınızdan, katarakt ve katarakt riskinden kurtarabilirsiniz…Atagöz Gaziemir Şubemizde son teknoloji muayene ve tedavi sistemleri ile hizmet vermekteyiz…Katarakt ameliyatları ağrısız ve hastanede yatmayı gerektirmeden yapılmaktadır…’* gibi ifadeler ile tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere, ayrıca *‘…Dr Onur aydın hocam ve ekibine çok teşekkür ederim gerçekten çok ilgililer astigmat ve miyop sorunu yaşamıştım artık hepsi geride kaldı herşeyi net görmek çok güzel bir his…bu bir teşekkür postudur son yıllarda uzak yakın görme yeteneğini ciddi olarak kaybeden ben artık görüyorummm. Üstelik lenssiz gözlüksüz. Operasyonumu gerçekleştiren Op. Dr. Melih Türe ve Op. Dr. Tayfun Yeşilbalkan ile ekiplerine tüm işlemler sırasında hep yanımızda olan dostum, kardeşim Şenol Sarıavcı’ya ve tüm Atagöz Bayraklı çalışanlarına teşekkür ederim…’* gibi övücü nitelikte hasta yorumlarına yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanun’un 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 **Atagöz Özel Sağlık Hizmetleri A. Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**63)**

**Dosya No:** **2021/358**

**Şikayet Edilen: Tansan Özel Sağlık Hizmetleri Tic. Ltd. Şti.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://tansan.com.tr/ adresli internet sitesinde; “*Etkili bir aşının yaygın uygulanması en erken 12-18 ay içinde beklendiğinden, ölümcül olabilen SARS-CoV-2 enfeksiyonun önlenmesinde hidroksiklorokin pratik, ucuz, emniyetli ve etkili bir ilaç olabilir. Özellikle, yüksek riskli hastalar: yaşlılar, önemli başka bir hastalığı olan insanlar ve sağlık personeli bu şekilde SARS-CoV-2’den korunabilir*.” ifadelerine yer verilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** https://tansan.com.tr/ adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda, Reklam Mevzuatı hükümlerine aykırı bir unsura rastlanmadığından, anılan reklamların 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 inci maddesine **aykırı olmadığına**  karar verilmiştir.

**64)**

**Dosya No:** **2021/496**

**Şikayet Edilen: Dr. Bülent ULUER**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** http://www.cosmoturkeygetat.com/index.php adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda*;“Dr. Bülent Uluer tarafından kurulan cosmoturkey getat, sizlere lazer ile fıtık tedavisi, akupunktur, ozon, mezoterapi, kupa hacamat ve sülük gibi geleneksel ve tamamlayıcı tıp konularında yeni bir nefes sağlayacaktır. Bu konularda her türlü sorularınızı bizlere sorabilirsiniz. Botox, hyalüronik asit dolgusu, h100 aşısı, somon dna, fransız ip askısı, örümcek ağı estetiği, prp konularında bizleri arayabilirsiniz. Doktorumuz, sizin tercihlerinizi, kendi uzmanlık bilgileriyle birleştirerek, sizin için en iyi uygulamaya karar verecektir. ayrıca akupunktur ile ağrı ve obezite sorunlarınızı güvenle danışabilirsiniz. Sibel Güvenli Ev Hanımı Omuz ağrılarım nedeniyle gittim, akupunktur ve mezoterepi yanında ozon tedavisi de aldım. Şikayetlerim büyük ölçüde geçti. İyiki varsınız, her şey için teşekkür ederim. Kendisi geleneksel tıp ile Yeditepe üniversitesinde akupunktur ile tanışarak başlamıştır. Akupunkturun Türkiye'deki 1 numarası. Prof. Dr. Nüzhet Ziyal hocadan ders alan doktorumuz, daha sonra sırasıyla bağcılar araştırma hastanesi bünyesindeki tis akademiden kupa hacamat, sülük ve ozon sertifikalarını almıştır. En son Medipol üniversitesinden Türkiye ve dünyanın sayılı mezoterapi uzmanlarından olan Dr. Ahmet Atalık hocanın yönetimindeki mezoterapi kursunu bitirerek başarıyla sertifikasını almıştır. Daha sonra soft lazer cihazı ile boyun, sırt ve bel fıtığı, adele yırtıkları, diz rahatsızlıkları, tetik parmak, karpal tunel sendromu, tenisçi dirseği ve diğer adele hastalıklarında çok etkili bir tedaviye başlamıştır. Şu anda yurt içi ve yurt dışı kongre ve workshoplara giderek kendini daha da geliştirmeye devam etmektedir. Para öderken memnun kalmadığınız uygulamaları bize bildirirseniz ücretsiz tekrar yapalım, yine memnun kalmazsanız, ücretinizi iade edelim. Lütfen memnuniyetinizi bize değil, tüm dostlarınıza bildirin. Lazer ile ameliyatsız boyun ve bel fıtığı tedavisi artık çaresiz değilsiniz, ilaç ve fizik tedavi sonucu veya daha önce ameliyat olup tekrar nüks edip şikayetleri devam eden ağrıları kola bacağa vuran, uyuşmaları olan cerrahlar tarafından ameliyat önerilen boyun, sırt ve bel fıtığı vakalarını büyük başarı ile tamamen iyileştirerek tedavi ediyoruz. Ayrıca kol, omuz, el, ayak ve diz rahatsızlıklarında çok etkilidir.”* ifadelerine yer verildiği,

Kuruluşun muayenehane olmasına rağmen “*Cosmoturkey Getat”* şeklinde isimlendirildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** http://www.cosmoturkeygetat.com/index.php adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda*;“Dr. Bülent Uluer tarafından kurulan cosmoturkey getat, sizlere lazer ile fıtık tedavisi, akupunktur, ozon, mezoterapi, kupa hacamat ve sülük gibi geleneksel ve tamamlayıcı tıp konularında yeni bir nefes sağlayacaktır. Bu konularda her türlü sorularınızı bizlere sorabilirsiniz. Botox, hyalüronik asit dolgusu, h100 aşısı, somon dna, fransız ip askısı, örümcek ağı estetiği, prp konularında bizleri arayabilirsiniz. Doktorumuz, sizin tercihlerinizi, kendi uzmanlık bilgileriyle birleştirerek, sizin için en iyi uygulamaya karar verecektir. ayrıca akupunktur ile ağrı ve obezite sorunlarınızı güvenle danışabilirsiniz. Sibel Güvenli Ev Hanımı Omuz ağrılarım nedeniyle gittim, akupunktur ve mezoterepi yanında ozon tedavisi de aldım. Şikayetlerim büyük ölçüde geçti. İyiki varsınız, her şey için teşekkür ederim. Kendisi geleneksel tıp ile Yeditepe üniversitesinde akupunktur ile tanışarak başlamıştır. Akupunkturun Türkiye'deki 1 numarası. Prof. Dr. Nüzhet Ziyal hocadan ders alan doktorumuz, daha sonra sırasıyla bağcılar araştırma hastanesi bünyesindeki tis akademiden kupa hacamat, sülük ve ozon sertifikalarını almıştır. En son Medipol üniversitesinden Türkiye ve dünyanın sayılı mezoterapi uzmanlarından olan Dr. Ahmet Atalık hocanın yönetimindeki mezoterapi kursunu bitirerek başarıyla sertifikasını almıştır. Daha sonra soft lazer cihazı ile boyun, sırt ve bel fıtığı, adele yırtıkları, diz rahatsızlıkları, tetik parmak, karpal tunel sendromu, tenisçi dirseği ve diğer adele hastalıklarında çok etkili bir tedaviye başlamıştır. Şu anda yurt içi ve yurt dışı kongre ve workshoplara giderek kendini daha da geliştirmeye devam etmektedir. Para öderken memnun kalmadığınız uygulamaları bize bildirirseniz ücretsiz tekrar yapalım, yine memnun kalmazsanız, ücretinizi iade edelim. Lütfen memnuniyetinizi bize değil, tüm dostlarınıza bildirin. Lazer ile ameliyatsız boyun ve bel fıtığı tedavisi artık çaresiz değilsiniz, ilaç ve fizik tedavi sonucu veya daha önce ameliyat olup tekrar nüks edip şikayetleri devam eden ağrıları kola bacağa vuran, uyuşmaları olan cerrahlar tarafından ameliyat önerilen boyun, sırt ve bel fıtığı vakalarını büyük başarı ile tamamen iyileştirerek tedavi ediyoruz. Ayrıca kol, omuz, el, ayak ve diz rahatsızlıklarında çok etkilidir.”* gibi tıbbi işlemlere ilişkin talep yaratıcı ifadelere yer verildiği,

Muayenehane uygunluk belgesine sahip olan şahsa ait kuruluşun *“Cosmoturkey Getat”* şeklinde isimlendirilerek muayenehane faaliyetlerinin klinik intibası yaratılarak internet ortamında tanıtımlarının yapıldığı,

Bu bağlamda, inceleme konusu tanıtımlar ile hekimlik mesleğini yürüten şahsa yönlendirme yapıldığı, söz konusu internet sitesinde yer alan ifade ve görüntülerin tıbbi işlemlerle ilgili ve talep yaratıcı nitelikte olduğu, sağlık alanında çalışan şahsın faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı, diğer kuruluşlar açısından da haksız rekabete yol açtığı ve bilgilendirme sınırını aşarak *“reklam”* olarak değerlendirildiği,

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

**65)**

**Dosya No:** **2021/544**

**Şikayet Edilen: Prof. Dr. Selçuk İnanlı**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.selcukinanli.com/ adresli internet sitesinde;“*Botoks… 30 Dakikada daha gergin bir yüz...,* *Burun estetiği… Hayalinizdeki buruna kavuşun…*, *Revizyon rinoplasti… Bu son olsun… Deviasyon… Rahat bir nefes alın…, Göz kapağı estetiği… Yerçekimine yenilmeyin…, Kaş kaldırma estetiği… Yılların yorgunluğunu üstünüzden atın…, Dudak dolgusu… Mükemmel dudaklar için…”* gibi ifadelere yer verildiği,

https://www.instagram.com/rinoplasti/ adresli internet sitesinde;*“Burun estetiği”* gibi tıbbi işlemlere yönelik hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** https://www.selcukinanli.com/ adresli internet sitesinde;“*Botoks… 30 Dakikada daha gergin bir yüz…,* *Burun estetiği… Hayalinizdeki buruna kavuşun…*, *Revizyon rinoplasti… Bu son olsun… Deviasyon… Rahat bir nefes alın…, Göz kapağı estetiği… Yerçekimine yenilmeyin…, Kaş kaldırma estetiği… Yılların yorgunluğunu üstünüzden atın…Dudak dolgusu… Mükemmel dudaklar için…”* gibi ifadelere yer verildiği,

https://www.instagram.com/rinoplasti/ adresli internet sitesinde;*“Burun estetiği”* gibi tıbbi işlemlere yönelik hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği,

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

**66)**

**Dosya No:** **2021/624**

**Şikayet Edilen: Diş Hekimi Ural Karaduman**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Dr. Dt Ural Karaduman Diş Kliniği-İmplant-Dişeti Hastalıkları” isimli facebook hesabında yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** “Dr. Dt Ural Karaduman Diş Kliniği-İmplant-Dişeti Hastalıkları” isimli facebook hesabında yer alan tanıtımlarda; *“Büyük kırık dişlerde dişe hiç zarar vermeden Bonding (beyaz dolguyla) Tek seansta restorasyon yapabiliyoruz. Dişeti çekilmesi tedavisi ve bonding ile dişlerimiz daha sağlıklı. Sadece estetik dolgularla dişlerimizi koruyabiliriz.* *Sadece dolgu ile diestemalar (diş arası boşluklar) kapatılabilir”* ifadelerine yer verildiği,

Ayrıca bahsi geçen facebook hesabında tıbbi işlemlere yönelik hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Dr. Dt Ural Karaduman Diş Kliniği-İmplant-Dişeti Hastalıkları” isimli facebook hesabında yer alan tanıtımlarda;*“Büyük kırık dişlerde dişe hiç zarar vermeden Bonding (beyaz dolguyla) Tek seansta restorasyon yapabiliyoruz. Dişeti çekilmesi tedavisi ve bonding ile dişlerimiz daha sağlıklı. Sadece estetik dolgularla dişlerimizi koruyabiliriz.* *Sadece dolgu ile diestemalar (diş arası boşluklar) kapatılabilir”* gibi tıbbi işlemlere ilişkin talep yaratıcı ifadelere yer verildiği,

Ayrıca bahsi geçen facebook hesabında tıbbi işlemlere yönelik hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği,

Söz konusu tanıtımların, tabip tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlerle ilgili, talep yaratıcı ve şahsa yönlendirme yapan nitelikte olduğu ve sağlık alanında çalışan şahsın 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 maddeleri,

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

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

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

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

**67)**

**Dosya No:** **2021/947**

**Şikayet Edilen: Erbil YAĞMUR, Tansel KAPLANCAN, Melike BATUKAN, Hande YAĞMUR**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.momart.com.tr/ adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda*;“* *Yaşamın en büyük mucizelerinden biri olan doğumla başlayan yolculuk sonrası, sağlıklı ve mutlu olmak bir kadın için hayatın daha güzel olması demektir. Bunlardan yola çıkarak hasta psikolojisinin ön planda tutulduğu, ruhuna hitap edecek kişiye özel hizmetin verildiği, onları evlerindeki gibi rahat ve konforlu hissetmelerini sağlayacak butik bir klinik yarattık... Türkiye'deki en ileri teknolojik donanımın yanı sıra, yurt dışı kadın sağlığı merkezlerinin sunduğu dünya standartlarına sahip olan butik hizmet veren bir klinik olmamızdır.”* ifadelerine yer verildiği,

Muayenehane uygunluk belgesine sahip olan kuruluşun *“Momart Klinik”* şeklinde isimlendirilerek muayenehane faaliyetlerinin klinik intibası yaratılarak internet ortamında tanıtımlarının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** https://www.momart.com.tr/ adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda*;“* *Yaşamın en büyük mucizelerinden biri olan doğumla başlayan yolculuk sonrası, sağlıklı ve mutlu olmak bir kadın için hayatın daha güzel olması demektir. Bunlardan yola çıkarak hasta psikolojisinin ön planda tutulduğu, ruhuna hitap edecek kişiye özel hizmetin verildiği, onları evlerindeki gibi rahat ve konforlu hissetmelerini sağlayacak butik bir klinik yarattık... Türkiye'deki en ileri teknolojik donanımın yanı sıra, yurt dışı kadın sağlığı merkezlerinin sunduğu dünya standartlarına sahip olan butik hizmet veren bir klinik olmamızdır.”* gibi tıbbi işlemlere ilişkin talep yaratıcı ifadelere yer verildiği,

Muayenehane uygunluk belgesine sahip olan kuruluşun *“Momart Klinik”* şeklinde isimlendirilerek muayenehane faaliyetlerinin klinik intibası yaratılarak internet ortamında tanıtımlarının yapıldığı,

Bu bağlamda, inceleme konusu tanıtımlar ile kuruluşa yönlendirme yapıldığı, söz konusu internet sitesinde yer alan ifade ve görüntülerin tıbbi işlemlerle ilgili ve talep yaratıcı nitelikte olduğu, sağlık alanında çalışan kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı, diğer kuruluşlar açısından da haksız rekabete yol açtığı ve bilgilendirme sınırını aşarak *“reklam”* olarak değerlendirildiği;

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 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 Kanunun 61 inci maddesi.

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

Buna göre, reklam veren **Erbil YAĞMUR, Tansel KAPLANCAN, Melike BATUKAN, Hande YAĞMUR** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**68)**

**Dosya No:** **2021/991**

**Şikayet Edilen: Op. Dr. Mehmet ÖZTAN**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.instagram.com/drmehmetoztan](http://www.instagram.com/drmehmetoztan) adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda; “*Ameliyatsız yüz germe tekniklerinden biri olan ip askı yöntemleri artık daha uzun süre kalıcılık sağlamaktadır. Hastamızın rinopilasti operasyonu sonrası 4. Ayı gayet fotojenik ve mutlu olan hastamıza paylaşım için teşekkür ederiz. Kendi yağınızdan elde ettiğimiz dolgularla hem hacim kazandırıyoruz hem de kök hücre etkisinden faydalanarak cilt kalitesini arttırıp gençliğinize gençlik katıyoruz. Cildimizde meydana gelen ve zamanla artan kırışıklıklar mimik kaslarının hareketi sonucu oluşur. Biz bunlara botoks ile dur diyebilmek için buradayız* *”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.instagram.com/drmehmetoztan](http://www.instagram.com/drmehmetoztan) adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda; “*Ameliyatsız yüz germe tekniklerinden biri olan ip askı yöntemleri artık daha uzun süre kalıcılık sağlamaktadır. Hastamızın rinopilasti operasyonu sonrası 4. Ayı gayet fotojenik ve mutlu olan hastamıza paylaşım için teşekkür ederiz. Kendi yağınızdan elde ettiğimiz dolgularla hem hacim kazandırıyoruz hem de kök hücre etkisinden faydalanarak cilt kalitesini arttırıp gençliğinize gençlik katıyoruz. Cildimizde meydana gelen ve zamanla artan kırışıklıklar mimik kaslarının hareketi sonucu oluşur. Biz bunlara botoks ile dur diyebilmek için buradayız”* gibi tıbbi işlemlere yönelik hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine ve tıbbi işlemlerin uygulama görüntülerine yer verildiği,

[http://www.mayaestetik.com/hizmet…/epilasyon/lazer-epilasyon](http://www.mayaestetik.com/hizmetler/epilasyon/lazer-epilasyon" \t "_blank)

Bu bağlamda; inceleme konusu tanıtımlarda yer alan ifade ve görüntülerin, tıbbi işlemlerle ilgili ve talep yaratıcı nitelikte olduğu, şahsa yönlendirme yaparak sağlık alanında çalışan şahsın faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı ve diğer kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açtığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

-1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanunun 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 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 Kanunun 61 inci maddesi.

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

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

**69)**

**Dosya No:** **2021/1544**

**Şikayet Edilen: Özel Karşıyaka Göz Sağlık Hizm. Tur. Gıda İnş. Taah. Org. San. Tic. Ltd. Şti.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.karsiyakagoz.com/ adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda; *“Hastanemiz, İzmir Karşıyaka’da göz hastalıkları alanında yaklaşık 15 yıldır hizmet vermektedir. Özellikle günümüzde görme bozukluklarının tedavisinde güncel olan refraktif cerrahi ve lazer tedavilerinde öncü rol üstlenmiştir.”* ifadelerine,

https://www.instagram.com/karsiyakagozhastanesi/?hl=tr adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda; “*Yaz gelmeden güneş lekelerinizden kurtulun! Yüzünüzü güldürmek için bazen küçük bir dokunuş yeter.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** https://www.karsiyakagoz.com/ adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda; *“Hastanemiz, İzmir Karşıyaka’da göz hastalıkları alanında yaklaşık 15 yıldır hizmet vermektedir. Özellikle günümüzde görme bozukluklarının tedavisinde güncel olan refraktif cerrahi ve lazer tedavilerinde öncü rol üstlenmiştir.”*

https://www.instagram.com/karsiyakagozhastanesi/?hl=tr adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda;

“*Yaz gelmeden güneş lekelerinizden kurtulun! Yüzünüzü güldürmek için bazen küçük bir dokunuş yeter.”* gibi tıbbi işlemlere ilişkin talep yaratıcı ifadelere yer verilerek söz konusu tanıtımların, 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,

https://www.instagram.com/karsiyakagozhastanesi/?hl=tr adresli internet sitesinde tıbbi işlemlere ilişkin görüntülere yer verildiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

-Özel Hastaneler Yönetmeliğinin 60 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,

- 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 Kanunun 61 inci maddesi.

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

Buna göre, reklam veren **Özel Karşıyaka Göz Sağlık Hizm. Tur. Gıda İnş. Taah. Org. San. Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**70)**

**Dosya No: 2021/2136**

**Şikayet Edilen: Dt. Neslişah ÖZ BULUT**

**Şikayet Edilen Reklam:** Dt. Neslişah ÖZ BULUT’a yönelik Instagram sosyal medya platformunun “dtihsankoyuncudisklinigi” hesabında yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 21.04.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Instagram sosyal medya platformunun; “dt ihsan koyuncu diş kliniği (@dtihsankoyuncudisklinigi)” hesabının 21.04.2021 tarihli görünümlerinde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *“ (…) Hastamız kliniğe üst ön bölgede şişlik, ağrı ve daha önceden yapılmış* *metal destekli porselenlerinin görünümünden şikâyetçi olarak geldi. Radyografik muayenede üst keser* *dişlerde derin çürük ve apse oluşumu görüldü. Kanal tedavisi sonucu şişlik ve ağrıyı çözdük. Zirkonyom* *kaplamalarla da estetiği sağladık (…) Daha önce yapılan kanal tedavisinin herhangi bir sebepten dolayı* *başarısız olması durumunda kanal tedavisinin tekrar yapılması gerekir. Bu vakada da hastamız* *kliniğimize yüzünde şişlik ve ağrı şikayetiyle başvurdu. Daha önceden yapılmış hijyenik olmayan kanal* *tedavilerini ve kaplamalarını yeniledik #kanaltedavisi #retreatment #endodonti #tedavi #diş #diştedavisi* *#dişkliniği #anamur #bozyazı #aydincik #mut (…)* gibiifadelerle birlikte hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere 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 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 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 **Neslişah ÖZ BULUT** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**71)**

**Dosya No: 2021/2137**

**Şikayet Edilen: Dr. Turhan ÇAKICI**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Instagram sosyal medya platformunun “Dr. Turhan Çakıcı, @dr.turhan.cakici” hesabında; 8 Mart Dünya Kadınlar Gününe Özel – “Büyük Çekiliş” başlıklı kampanyaya yer verildiği,

Söz konusu Instagram hesabının 25.05.2021 tarihli görünümlerinde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; “ *(…) Rus Tekniği Etkileyici Dudaklar (…) Rus volüm tekniği ile yaza etkileyici ve bakımlı dudaklarla girmeye ne dersiniz (…) Dudak dolgu uygulaması ile harika bir görüntüye hemen kavuşabilirsiniz (…) Dudak dolgu uygulaması ile neme doyan dudaklar (…) Muhteşem dudak dolgusu (…) Dudak dolgu uygulaması ile harika değişim (…) Küçük Dokunuşlar, Büyük Mutluluklar - Nazolabial dolgu uygulaması ile rahat rahat gülümsemenin keyfi ve yılların izlerini silebilirsiniz (…) Nazolabial ve dudak dolgu uygulaması ile yaza tam hazırız (…) Harika bir dudak dolgu uygulaması daha (…) Sizin için en uygun olan mezoterapi uygulamasını seçip sadece bir kaç seansta sonuç almanızı sağlıyoruz – sıkılaşma - lifting – gözenek küçülmesi - koyu lekelerin hafiflemesi - ince çizgilerin azalması için mezoterapi uygulamanızı yaptırabilirsiniz (…) Hollywood Yıldızlarının Tercihi Paris Işıltısı! … Siz de ışıl ışıl bir cilde sahip olmaya ne dersiniz ? Detaylı bilgi ve randevu icin 0544 716 33 26 (…) Yanak İnceltme Tedavisi - Genişlemiş yüz hattından kurtulmak ince bir yüz hattına sahip olmak artık çok kolay detaylı bilgi ve randevu için 0544 716 33 26 dan ulaşabilirsiniz (…) Dolgu ile dilediğin görünüme kavuş (…) Doğal, Dolgun, Etkileyici Dudaklar … Doğal dolgun dudaklara sadece 5 dk’da kavuşabilirsiniz (…) Mutlu ve memnun olması bizim için en kıymetlisi (…) Gözyaşı olukları ve gözaltı torbalarının görüntüsünden gözaltı dolgusu ile siz de kurtulabilirsiniz (…) Nazolabial dolgu uygulaması ile sizi yorgun gösteren oluklardan kurtulabilirsiniz (…) Bu güzeller güzeli kibar nazik bir o kadar mütevazı olan danışanımıza jawline , elmacık birazcık da dudak dolgusu yaptık Marmaris’ten kalkıp bizler için Ankara’ya geldi geldiğine kesinlikle değdi, kendisi de bizler de çok beğendik onu tanıdığımız için ve bizi tercih ettiği için çok teşekkür ediyoruz (…) Alın çizgileri kaderiniz değil istediğiniz zaman bu görüntüden kurtulabilirsiniz (…) Alın çizgilerinden hemen kurtulmak için tek yapmanız gereken bizi aramak (…) Gözaltı torba görüntüsünden anında kurtulabilirsiniz (…) Gözyaşı oluklarına dolgu uygulaması ile anında son verebilirsiniz (…) Kazayağı göz çevresi kırışıklıkları için tam bir nokta atışı olmuş (…)”* gibiifadelerle birlikte hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntüleri ile tıbbi işlem uygulandığı esnada çekildiği anlaşılan şahsa ait görüntülere ve anılan şahıs tarafından yapılan tıbbi işlemleri övücü nitelikte hasta yorumlarının yer aldığı videolara yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; inceleme konusu internet sitesinde yer alan ifade ve görüntülerin, tabip tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlerle ilgili olduğu; bu nedenle, söz konusu tanıtımların bilgilendirme kapsamını aşarak “reklam’’ niteliğinde değerlendirildiği ve hekimlik mesleğini yürüten şahsın faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı, talep yaratıcı nitelikte olduğu ve şahsa yönlendirme yaparak, benzer alanda faaliyet gösteren meslektaşları açısından haksız rekabete yol açtığı değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna ,

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

**72)**

**Dosya No: 2021/2138**

**Şikayet Edilen: Doğukan KARAKAŞ (Sanya Güzellik Salonu)**

**Şikayet Edilen Reklam:** Facebook sosyal medya platformunun “Sanya Kadıköy” ve Instagram sosyal medya platformunun “Sanya Güzellik Kadıköy (@sanyakadikoy)” hesaplarında yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 24.05.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Kuruluşun bir güzellik salonu olarak ruhsatlandırıldığı, buna karşın, inceleme konusu Facebook sosyal medya platformunun “Sanya Kadıköy” ve Instagram sosyal medya platformunun “Sanya Güzellik Kadıköy (@sanyakadikoy)” hesaplarının 24/05/2021 tarihli görünümlerinde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *“Buz Lazer Epilasyon, Dermapen”* gibi güzellik salonlarında uygulanması yasak olan ve tabip tarafından uygulaması gereken tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara, bu işlemlerle ilgili kampanya ve fiyat bilgilerine ve tıbbi yöntemlerin uygulandığı kişilerin yorumlarının yer aldığı “müşteri memnuniyeti” başlıklı videolara yer verildiği; ayrıca söz konusu tanıtımlarda kuruluşun isminin “Sanya Güzellik Salonu” isminin yanı sıra “Sanya Kadıköy”, “Sanya Güzelik Merkezi”, “Sanya Güzellik Kadıköy” gibi isimlerle 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 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,

Bu doğrultuda; güzellik salonu olarak faaliyet gösterdiği tespit edilen ve dolayısıyla sağlık alanında faaliyeti olmayan kuruluşun, inceleme konusu tanıtımlarda, tabipler tarafından uygulanması gereken ve güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen çeşitli tıbbi tedavi yöntemlerinin isimlerini sayarak bu alanda hizmet verdiği ve sağlık alanında faaliyet gösterdiği yönünde izlenim uyandırdığı, söz konusu tıbbiişlemlerin doktor kontrolünde ve sağlık kuruluşları bünyesinde uygulanması gerektiği, söz konusu tıbbi işlemlerin yetkili kişilerce dahi tanıtımının yapılmasının mevzuat gereği yasak olduğu 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 Geçici 5 inci maddesi,

- İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğin Ek-1 Kısım “J-(Ek: 29/6/2010 – 2010/671 K.) Güzellik Salonları”başlıklı bölümünün 16 ncı maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**73)**

**Dosya No: 2021/2139**

**Şikayet Edilen: Perihan YERŞEN (Perihan Yerşen Güzellik Salonu)**

**Şikayet Edilen Reklam:** Facebook ve Instagram sosyal medya mecralarında kuruluşa ait hesaplar üzerinden yayımlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 10.02.2021, 25.05.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Kuruluşun bir güzellik salonu olarak ruhsatlandırıldığı, buna karşın, inceleme konusu Facebook sosyal medya platformunun “@perihannyersenn” hesabının 25.05.2021 tarihli, Instagram sosyal medya platformunun “@perihanyersenestetikguzellik” hesabının 10.02.2021 tarihli ve “@perihanyersenguzelliksalonu” hesabının 25.05.2021 tarihli görünümlerinde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *“Buz Lazer Epilasyon, Dermapen, Lazer Epilasyon, Plazma Tedavisi, Mezoterapi, Gençlik Aşısı, Leke Tedavisi, Ben Tedavisi, Botoks, Dolgu, Kalıcı Makyaj, Dövme Silme”* gibi güzellik salonlarında uygulanması mevzuat gereği yasak olan ve tabip tarafından uygulanması gerektiğinden tanıtımının da yapılmasına izin verilmeyen tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara, tıbbi yöntemlerin uygulandığı hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ilişkin görüntülere ve bu işlemlerle ilgili kampanya ve fiyat bilgilerine yer verildiği; ayrıca Facebook “@perihannyersenn” hesabı ile Instagram “@perihanyersenestetikguzellik” hesabının 10.02.2021 tarihli görünümlerinde kuruluş isminin “Perihan Yerşen Estetik Güzellik” olarak nitelendirildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** 15/2/2008 tarih ve 26788 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin 39 uncu maddesi ile Güzellik ve Estetik Amaçlı Sağlık Kuruluşları Hakkında 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,

Bu doğrultuda; güzellik salonu olarak faaliyet gösterdiği tespit edilen ve dolayısıyla sağlık alanında faaliyeti olmayan kuruluşun, inceleme konusu tanıtımlarda, tabipler tarafından uygulanması gereken ve güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen çeşitli tıbbi tedavi yöntemlerinin isimlerini sayarak bu alanda hizmet verdiği ve sağlık alanında faaliyet gösterdiği yönünde izlenim uyandırdığı, söz konusu tıbbiişlemlerin doktor kontrolünde ve sağlık kuruluşları bünyesinde uygulanması gerektiği, söz konusu tıbbi işlemlerin yetkili kişilerce dahi tanıtımının yapılmasının mevzuat gereği yasak olduğu 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 Geçici 5 inci maddesi,

- İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğin Ek-1 Kısım “J-(Ek: 29/6/2010 – 2010/671 K.) Güzellik Salonları”başlıklı bölümünün 16 ncı maddesi,

-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, 7/5-g, 26 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**74)**

**Dosya No: 2020/4372**

**Şikayet Edilen: Prof. Dr. Ahmet AKGÜL**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 30.12.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.instagram.com/drahmetakgul/ adresli internet sitesinin 30.12.2020 tarihli görünümünde; *“Meme kanseri ameliyatı sonucu kolda lenfödem. Tedavi öncesi..Tedavi sonrası…(…)Lenfödem nedeniyle oluşan yaraların tedavisi farklıdır... hem yaranın altı hem de yaranın üstü aynı anda tedavi edilmelidir.”* şeklinde ifadeler ile birlikte hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine ve tıbbi işlem görüntülerine yer verildiği,

Bununla birlikte anılan internet sayfasında *“Çok değerli hocam asrın değil tıp tarihinin en sevimli ve en zeki işini severek yapan daha hastasını ilk muayene esnasında %95 tedavi eden dünyanın tek hekimisiniz.”* şeklinde hastalara ait ifadelere yer verildiği;

https://www.ahmetakgul.com.tr/ adresli internet sitesinin 30.12.2020 tarihli görünümünde; *“(…)Yapılan BASIN HABERLERİNİN bizzat Prof. Dr. Ahmet AKGÜL'ün yazdığı bilimsel makalelerle desteklendiğini, diğer web sitelerinde olduğu gibi MEDYADA GÖRÜNMEK amaçlı olmadığını görecek, "bu doktor kendi araştırmalarını ve tecrübelerini anlatıyor, diğerleri gibi dışardan duyduklarını değil" diyeceksiniz. (…)HASTALIĞI DEĞİL - HASTAYI TEDAVİ EDEN - FARKLI BİR ANLAYIŞLA ÇALIŞIYORUZ "Prof. Dr. Ahmet Akgül" ismi, TEK BİR HEKİMİN değil, aslında bir sağlık ekibinin markasıdır. Yani hasta muayenesi, hastalık tanısı ve tedavisinde bir değişim oluşturmuş ve bir hastanın tek bir hastalığına yönelik alışılagelen doktor-hasta ilişkisi değil, hastanın ve bazen hasta yakınlarının da tüm hastalıkları (beden ve ruh) için BÜTÜNCÜL tedavi sistemini geliştirmiştir. Yani hastaya “ben yalnızca hastalığın tedavisi yaparım ama diğer sıkıntın için başka bir doktora git” denilmemekte, HASTALIĞI değil HASTAYI tedavi etmektedir. Çünkü bilir ki, hiçbir kişi yalnızca bir organdan veya dokudan oluşmaz, tüm organlar birbiri ile ilişkilidir. Bu ilişkiye yalnızca bedensel sorunlar değil, ruhsal problemler de dahildir. (…)İŞTE...GELİŞTİRDİĞİ TEDAVİ YÖNTEMLERİYLE DÜNYAYA MEYDAN OKUYAN GENÇ BİR DEKAN PROF. DR. AHMET AKGÜL. (…)Yani o dönemde Türkiye'nin en iyi kalp ve damar hastalıkları hastanesinden, dünyanın en iyi kalp ve damar hastalıkları hastanesine geçmiş oldu.(…) Ameliyatı çok riskli olan hatta "ameliyat olamaz" denilen binlerce hastayı sağlığına kavuşturdu.(…) Kalp damarlarının yırtılmalarında kullanılmak üzere, ACİL KALP KRİZİ AMELİYATLARININ nasıl yapılacağını gösterdi. Bu teknikleri dünyanın en büyük kalp cerrahisi dergisinde yayınlandı ve hastaların şifa ile taburcu olmaları basına yansıdı ."Çok genç bir hastaydı. (...)Ziyaret amacıyla geldiği İstanbul'da şiddetli göğüs ağrısı ve tansiyon düşüklüğü ile hastaneye yatmıştı. Ben ise mesai sonrası eve gitmiş televizyon izliyordum. Saat 19 civarı sokaktan çok acı bir fren sesi geldi ve şiddetli korna sesleri duyuldu. (…)Baktım ki aşağıda jipten inen 3 kişi kapımda. 'Doktor Ahmet Akgül siz misiniz' dediler kibar bir şekilde. Ben de 'niye soruyorsunuz' dedim. Meğer hastanedeki kalp damarları yırtılan genç onların yeğeniymiş ve beni acilen almaya gelmişler. 'Hocam ne pahasına olursa olsun sizi götüreceğiz, sizden başka kimse bu ameliyatı yapamaz' deyip, daha giyinmeme bile fırsat vermeden hastaneye götürdüler. Gece boyunca o hastanın ameliyatını yaptım ve sağlıklı bir şekilde taburcu oldu.”* şeklinde ifadelere yer verildiği,

Bununla birlikte anılan internet sitesinde *“Bugün 16 Ekim 2020 tedaviden 2.5 ay sonra Ahmet hocamı ziyarete geldim. Fibromiyalji hastası olarak hastalığımdan eser kalmadı. Yeniden eski sağlıklı günlerime döndüm. İnci hanım can dost; tedavim bitmesine rağmen halen destek halen yol gösteren, Ahmet hocamı 2 yıl aradım. Bulana kadar çok acı çektim. İyi ki Ahmet hocam sizi buldum. Ağrılarımdan eser yok. İyi ki varsınız iyi ki şifalı ellerinizle bana yeniden hayatımı verdiniz.”* şeklinde hastalara ait ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

**75)**

**Dosya No: 2021/1763**

**Şikayet Edilen:** **Ali Tufan SOYDAN**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Söz konusu internet sitesinde; *“ navigasyonlu lazer liposuction ile bölgesel fazlalıklardan kurtulmaya devam, dolgu uygulaması yaparken altın orana dikkat ettiğimizden sonuçlar da altın gibi ışıldıyor, buz lazerin yeni versiyonu " soprano ıce platınum, gençlik aşısı fibroPlus FibroGel ...”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda internet sitesinde yer alan; *“navigasyonlu lazer liposuction ile bölgesel fazlalıklardan kurtulmaya devam, dolgu uygulaması yaparken altın orana dikkat ettiğimizden sonuçlar da altın gibi ışıldıyor, buz lazerin yeni versiyonu " soprano ıce platınum, gençlik aşısı fibroPlus FibroGel ...”* gibi ifadelere, tıbbi işlemlere yönelik kampanyalara, 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 ilgili mevzuata aykırılık teşkil ettiği ve bu sebeple tüketicilerin yanıltıldığı 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 Yönetmeliği’nin 5 inci maddesi,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

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

**76)**

**Dosya No: 2021/1765**

**Şikayet Edilen**: **Ela ÇUBUK**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.instagram.com/uzm.dt.elaback adresli internet sitesinde yayımlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 04.03.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com/uzm.dt.elaback adresli internet sitesinin 04.03.2021 tarihli görünümünde, hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ilişkin görüntülere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, www.instagram.com/uzm.dt.elaback adresli internet sitesinin 04.03.2021 tarihli görünümünde hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ilişkin görüntülere yer verildiği, bu ve benzeri tanıtımların sağlık hizmetlerine ticari bir görünüm yüklediği ve dolayısıyla ilgili mevzuata aykırılık teşkil ettiği dolayısıyla 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,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**77)**

**Dosya No: 2021/1767**

**Şikayet Edilen**: **Kubilay YILDIZ**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.instagram.com/dtihsankoyuncudisklinigi adresli internet sitesinde yayımlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 21.04.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com/dtihsankoyuncudisklinigi adresli internet sitesinin 21.04.2021 tarihli görünümünde, hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ilişkin görüntülere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, www.instagram.com/uzm.dt.elaback adresli internet sitesinin 04.03.2021 tarihli görünümünde hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ilişkin görüntülere yer verildiği, bu ve benzeri tanıtımların sağlık hizmetlerine ticari bir görünüm yüklediği ve dolayısıyla ilgili mevzuata aykırılık teşkil ettiği dolayısıyla 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,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

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

**78)**

**Dosya No: 2021/1772**

**Şikayet Edilen:** **Özay ÖZKAYA**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.drozayozkaya.com ve www.instagram.com/drozayozkaya adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımların yanıltıcı olduğu iddia edilmektedir.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:**"www.drozayozkaya.com" adresli internet sitesinde; "*yüz gençleştirmede yeni yöntem Yağ Dolgusu %70 daha kalıcı" şeklinde ifadelere ve " boşuna korkmuşum yıllarca bu yükü boşuna taşımışım, kendim için verdiğim en iyi karar bu* ..." şeklinde hasta yorumlarına, "www.instagram.com/drozayozkaya" adresli internet sitesinde ise; " *ameliyatsız yüz gençleştirme thermaga, bişektomi için uygun hatlara sahip olmayan kişilere yönelik ameliyatsız çözüm, highlighter dolgusu* ... ” şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda internet sitesinde yer alan; "*yüz gençleştirmede yeni yöntem Yağ Dolgusu %70 daha kalıcı" şeklinde ifadelere ve "boşuna korkmuşum yıllarca bu yükü boşuna taşımışım, kendim için verdiğim en iyi karar bu* ..." şeklinde hasta yorumlarına*.”* ve *“ … ameliyatsız yüz gençleştirme thermaga, bişektomi için uygun hatlara sahip olmayan kişilere yönelik ameliyatsız çözüm, highlighter dolgusu …”* şeklinde ifadelere yer verilerek doktor kontrolünde uygulanması gereken tıbbi işlemlere yönelik talep oluşturulduğu, bu ve benzeri tanıtımların sağlık hizmetlerine ticari bir görünüm yüklediği ve dolayısıyla ilgili mevzuata aykırılık teşkil ettiği ve bu sebeple tüketicilerin yanıltıldığı 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 Yönetmeliği’nin 5 inci maddesi,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

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

**79)**

**Dosya No: 2021/2065**

**Şikayet Edilen**: **Özel Dental Impılant Clinic Trakya Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait www.dentaliplanttrakya.com adresli internet sitesinde yayımlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.dentaliplanttrakya.com adresli internet sitesinde; "… *yaza merhaba derken beyaz gülüşlerle etrafa ışık saçmaya ne dersiniz, Philips Zoom Beyazlatma Paketi için fiyat alınız, diş beyazlatma paketinde %40 indirim*…" şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, www.dentaliplanttrakya.com adresli internet sitesinde "… *yaza merhaba derken beyaz gülüşlerle etrafa ışık saçmaya ne dersiniz, Philips Zoom Beyazlatma Paketi için fiyat alınız, diş beyazlatma paketinde %40 indirim*…" şeklinde ifadeler ile hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ilişkin görüntülere yer verildiği, bu ve benzeri tanıtımların sağlık hizmetlerine ticari bir görünüm yüklediği ve dolayısıyla ilgili mevzuata aykırılık teşkil ettiği, 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,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

Buna göre, reklam veren **Özel Dental Impılant Clinic Trakya 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.

**80)**

**Dosya No: 2021/2070**

**Şikayet Edilen:** **Zeynep KIRKER**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.zeynekirker.com ve www.instagram.com/zeynepkirkerklinik adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** “www.zeynepkirker.com" adresli internet sitesinde hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ilişkin görüntülerine, "www.instagram.com/dr.zeynepkirkerklinik" adresli internet sitesinin aynı tarihli görünümünde; " *15 dakika tek seans %24 yağ yakımı, bölgesel incelme, ağrısız saç mezoterapisi, sonbahar kampanyası, 1 gençlik aşısı yaptırana 1 seans somon DNA hediye ..."* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda "www.zeynepkirker.com" adresli internet sitesinin 21.05.2021 tarihli görünümünde hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ilişkin görüntülerine, "www.instagram.com/dr.zeynepkirkerklinik" adresli internet sitesinin aynı tarihli görünümünde; " *15 dakika tek seans %24 yağ yakımı, bölgesel incelme, ağrısız saç mezoterapisi, sonbahar kampanyası, 1 gençlik aşısı yaptırana 1 seans somon DNA hediye ..."* şeklinde ifadelere ve tıbbi işlemlere yönelik kampanyalara yer verilerek doktor kontrolünde uygulanması gereken tıbbi işlemlere yönelik talep oluşturulduğu, bu ve benzeri tanıtımların sağlık hizmetlerine ticari bir görünüm yüklediği ve dolayısıyla ilgili mevzuata aykırılık teşkil ettiği ve bu sebeple tüketicilerin yanıltıldığı 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 Yönetmeliği’nin 5 inci maddesi,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

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

**81)**

**Dosya No: 2021/2071**

**Şikayet Edilen**: **Dr. Zübeyir ÖRTER**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.instagram.com/dr.zubeyirorter adresli internet sitesinde yayımlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 10.05.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com/dr.zubeyirorter adresli internet sitesinin 10.05.2021 tarihli görünümünde, hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ilişkin görüntülere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda www.instagram.com/dr.zubeyirorter adresli internet sitesinin 10.05.2021 tarihli görünümünde, hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ilişkin görüntülere yer verildiği, bu ve benzeri tanıtımların sağlık hizmetlerine ticari bir görünüm yüklediği ve dolayısıyla ilgili mevzuata aykırılık teşkil ettiği dolayısıyla tüketicilerin yanıltıldığı 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 Yönetmeliği’nin 5 inci maddesi,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

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

**82)**

**Dosya No: 2021/2072**

**Şikayet Edilen**: **Elif DİNÇARSLAN**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.instagram.com/elifdinçarslanpolikliniği adresli internet sitesinde yayımlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com/elifdinçarslanpolikliniği adresli internet sitesinde; "*ozon tedavisi, black friday % 30 a varan indirim, şimdi al 3 ay içinde kullan, bizi mutlu müşterilerimizden dinleyin, Paris ışıltısı* ... *"* şeklinde ifadeler yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda www.instagram.com/ elifdinçarslanpolikliniği adresli internet sitesinde; " *ozon tedavisi, black friday % 30 a varan indirim, şimdi al 3 ay içinde kullan, bizi mutlu müşterilerimizden dinleyin, Paris ışıltısı* ..., gibi ifadelere, tıbbi işlemlere yönelik kampanyalara, hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ilişkin görüntülere ve hasta yorumlarına yer verilerek, doktor kontrolünde uygulanması gereken tıbbi işlemlere yönelik talep oluşturulduğu, bu ve benzeri tanıtımların sağlık hizmetlerine ticari bir görünüm yüklediği ve dolayısıyla ilgili mevzuata aykırılık teşkil ettiği dolayısıyla tüketicilerin yanıltıldığı 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 Yönetmeliği’nin 5 inci maddesi,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**83)**

**Dosya No: 2021/2073**

**Şikayet Edilen**: **Banu ÖZGAN- Jasmine Güzellik Merkezi**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.instagram.com/jasmine\_güzellik\_merkez adresli internet sitesinde yayımlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com/jasmine\_güzellik\_merkez adresli internet sitesinde; "*seans 1 dövme silme Nd lazer teknolojisi, renkli ve yeni dövme zordur fakat imkansız değildir, taklitlerimizden sakının, yanmayın iz bırakmasınlar tek yapmanız gereken 05456959019 nolu hattan bilgi ve randevu almak, buz başlık lazer epilasyon, cryo soğuk lipoliz, dermapen, somon dna, dövme silme, ben tedavisi* ..."şeklinde ifadeler yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda www.instagram.com/ jasmine\_güzellik\_merkez adresli internet sitesinde; "*seans 1 dövme silme Nd lazer teknolojisi, renkli ve yeni dövme zordur fakat imkansız değildir, taklitlerimizden sakının, yanmayın iz bırakmasınlar tek yapmanız gereken 05456959019 nolu hattan bilgi ve randevu almak, buz başlık lazer epilasyon, cryo soğuk lipoliz, dermapen, somon dna, dövme silme, ben tedavisi*...,” şeklinde ifadelere yer verilerek güzellik salonu olarak faaliyet gösterdiği tespit edilen ve dolayısıyla sağlık alanında faaliyeti olmayan kuruluşunuzun, inceleme konusu tanıtımlarda, tabipler tarafından uygulanması gereken ve güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen çeşitli tıbbi tedavi yöntemlerinin isimlerini sayarak bu alanda hizmet verdiği ve sağlık alanında faaliyet gösterdiği yönünde izlenim uyandırdığı, söz konusu tıbbi işlemlerin doktor kontrolünde ve sağlık kuruluşları bünyesinde uygulanması gerektiği ve dolayısıyla ilgili mevzuata aykırılık teşkil ettiği ve dolayısıyla tüketicilerin yanıltıldığı değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanunun, 1, 8, 24, 25 ve Ek-13 üncü maddeleri,

**-** Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliği’nin 5/2 nci maddesi,

İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliği’nin J başlıklı maddesi,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5 ve 7 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

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

**84)**

**Dosya No: 2019/9507**

**Şikayet Edilen: Ahmet BOLAT (Climed Sağlık)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 20.01.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://climed.com.tr adresli internet sitesinin 17.12.2020 tarihli görünümünde örnek olarak;

“*Climed’e hoş geldiniz… Yıllardır sizler için en iyi ve en modern tedavi yöntemlerimizle hizmetinizdeyiz…”,*

- “*CLİMED… Sağlığa dair her şey… Modern yöntemler kullanarak sizlere en iyi tedaviyi sağlamak adına 2002 yılından beri sizlerleyiz. Bizi tercih ettiğiniz için teşekkür ederiz. Climed Ailesi…”* gibi ifadelere yer verildiği,

-"*Ben tedavisi" başlığı altında; "Ücretsiz muayene olun… Tedavi öncesi sizler için en uygun tedavi yöntemini Ücretsiz muayene sırasında bizzat genel cerrahi uzmanlarımızdan öğrenin… Ameliyatsız tedavinin farkını yaşayın… Ben aldırma işleminde yeni yöntemler ile Genel Cerrahi Uzmanlarımız tarafından cerrahi müdahale gereksinimi olmadan kurtulabilirsiniz. Radyofrekans yöntemi… Ben tedavisi için en çok tercih edilen radyofrekans yöntemi ile çok kolay bir şekilde ben aldırma işlemi gerçekleşmektedir. Radyofrekans yöntemi sayesinde cerrahi operasyona gerek kalmadan benlerinizden kurtulun. Kesik, dikiş ve iz kalmadan ben sorununa elveda deyin... Değişimi anında görün… Radyofrekans sonrası direkt olarak benlerinizden kurtulduğunuzu göreceksiniz. Öğle arasında ben aldırma… Sadece 5 dakikada benlerinizden kurtulun. Bunu öğlen arasında bile rahat bir şekilde yapabilirsiniz... 15 Yıllık tecrübe… Uzman doktorlarımız tarafından yapılan ben tedavisi yaklaşık olarak 15 yıldır devam etmektedir. Her zaman en modern ve doğru yöntemi kullanmaktayız..."* gibi tıbbi işlemlere ilişkin talep yaratıcı ifadelere yer verildiği,

-"*Ben tedavisi*" gibi tıbbi işlemlere ilişkin hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği,

- “*İstanbul'da 5 Farklı Merkezde Hizmetinizdeyiz… Bakırköy, Nişantaşı, Kadıköy, Pendik ve Beylikdüzü merkezlerimizle hizmetinizdeyiz…* ” gibi ifadelerle "*Climed*" isimli firmanın ruhsatsız şekilde faaliyette bulunduğu, bahsi geçen tabiplere 6023 sayılı Türk Tabipleri Birliği Kanunu’nun 64 üncü maddesine aykırı şekilde hasta temin edildiği,

- Kuruluşun “*CLİMED… Sağlığa dair her şey…”* şeklinde isimlendirildiği, ancak ilgili mevzuatta bu şekilde tanımlanan bir kuruluş türünün bulunmadığı, dolayısıyla söz konusu tanıtımlarda kuruluşun türünün açıkça belirtilmemesi sebebiyle tüketicilerin yanıltıldığı,

https://www.instagram.com/climedklinik/ adresli internet sitesinin 17.12.2020 tarihli görünümünde örnek olarak;

- “*Varis tedavisi, Ben tedavisi, yağ bezesi (lipom) tedavisi*” gibi tıbbi işlemlere yönelik hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine ve tıbbi işlem uygulama görüntülerine yer verildiği,

- Kuruluşun “*Ameliyatsız Tedavi Merkezi... Climed... Climed Sağlık Merkezi...”* olarak isimlendirildiği,

https://www.instagram.com/climednisantasi/ adresli internet sitesinin 27.01.2020 tarihli görünümünde örnek olarak;

- “*Varis tedavisi, Ben tedavisi, yağ bezesi (lipom) tedavisi*” gibi tıbbi işlemlere yönelik hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine ve tıbbi işlem uygulama görüntülerine yer verildiği,

- Kuruluşun “*Ameliyatsız Tedavi Merkezi... Climed*” olarak isimlendirildiği,

https://www.youtube.com/watch?v=ylh3iyUSL6Q adresli internet sitesinin 17.12.2020 tarihli görünümünde; "*25 Yılı aşkın bir süreçte yüzbinlerce vaka deneyimi olan kadromuzla güvenilir, kolay erişilebilir, ağrısız ve kalıcı tedavi metotları sunuyoruz...*" gibi ifadelerle tanıtım videosuna yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu tanıtımlar aracılığıyla adı geçen şahıs tarafından yetkisiz ve izinsiz şekilde sağlık hizmeti verdiği yönünde bir algı oluşturulduğu; dolayısıyla, söz konusu tanıtımların tüketicileri yanıltıcı, aldatıcı ve kamu sağlığını bozucu nitelikte olduğu, "Ameliyatsız Tedavi Merkezi, Climed Sağlık Merkezi vb." ismiyle tanıtımlarda yer alan adreslerde bulunan hekimlere yönlendirme yapılarak, diğer kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açtığı; diğer taraftan, bahsi geçen tıbbi işlemleri uygulama yetkisine sahip olunsa bile tanıtımlarda yer alan 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;

- 6023 sayılı Türk Tabipleri Birliği Kanununun 64 üncü maddesi,

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

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

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

- Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin 29 unu 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 Kanun’un 61 inci maddesi.

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre, reklam veren **Ahmet BOLAT (Climed Sağlık)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**85)**

**Dosya No: 2021/190**

**Şikayet Edilen: Op. Dr. Özer KAVALCIOĞLU**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 20.01.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.instagram.com/dr.ozerkavalcioglu/ adresli internet sitesinin 20.01.2021 tarihli görünümünde örnek olarak; *"Herkese merhaba. Bugün size yeni bir kavramdan bahsedeceğim. Çok uzun süredir gündemde olan akıllı lens kavramına yeni bir tanımlama... Akıllı lensleri biz çok uzun süredir uzak, yakın, ara mesafe problemi olan insanlar için uyguluyoruz. Çok basit uygulanan, damla ile uygulanan bir cerrahi. Ancak bazı meslek gruplarında; örneğin pilotlar, örneğin gece işi gereği araç kullanması gerekenler ya da özel bazı meslekleri, tasarımları yapan insanlar için sıkıntılar yaşayabiliyoruz. Bazı kısıtlarımız vardır. Yeni nesil akıllı premiım lenslerle bunların tamamını aştık artık. Her meslek gubuna; gece araç kullanan, pilot olan, ayrıcalıklı bazı özel tasarım ya da ara mesafe işleri yapanlara da yeni nesil premium akıllı lensleri uygulayabiliyoruz. Bu bence yılın haberi olarak kabul edilmeli..."* gibi ifadelere yer verilen video paylaşıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu internet tanıtımlarında yer alan akıllı lenslere ilişkin ifadelerin talep yaratıcı nitelikte olduğu ve ilgili yasal mevzuatta düzenlenmediği ve Sağlık Bakanlığınca kabul gören tıbbi işlemler arasında yer almadığı; ayrıca söz konusu ifadelerin anılan şahsa yönlendirme yaparak, sağlık alanında çalışan şahsın 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,

- Tıbbi Deontoloji Tüzüğünün 8, 9 ve 39 uncu maddeleri, 63

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

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

**86)**

**Dosya No: 2021/561**

**Şikayet Edilen: Op. Dr. Belma KARİNİ**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.facebook.com/ads/library/?active\_status=all&ad\_ type=political\_and\_issue\_ads&country=TR&id=3716126791815699&view\_all\_page\_id=156856426162936 adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 15.02.2021, 24.02.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.facebook.com/ads/library/?active\_status=all&ad\_type=political\_and

\_issue\_ads&country=TR&id=3716126791815699&view\_all\_page\_id=156856426162936 adresli internet sitesinin 15.02.2021 ve 24.02.2021 tarihli görünümlerinde; "*Dr. Belma KARİNİ... Premium akıllı lens ile gözlüklerinizden kurtulun! Bu reklamdaki ilave içerikler… Bağlantılar… http://www.irisgozgrup.com/... Tel:+908504807545... GÖZLÜKSÜZ BİR YAŞAM SİZİ BEKLİYOR… Premium Akıllı Mercekler ile Göz Kusurlarınızdan Kurtulabilirsiniz. Akıllı Mercekler Hakkında Bilgi Almak İçin Formu Doldurun, Sağlık Danışmanlarımız Sizi Arasın…*" gibi ifadelerle "Sponsorlu" ibaresiyle tıbbi işlemlere ilişkin tanıtımlara yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu internet tanıtımlarında yer alan akıllı lenslere ilişkin ifadelerin talep yaratıcı nitelikte olduğu ve ilgili yasal mevzuatta düzenlenmediği ve Sağlık Bakanlığınca kabul gören tıbbi işlemler arasında yer almadığı; ayrıca söz konusu ifadelerin şahsa yönlendirme yaparak, sağlık alanında çalışan şahsın 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,

- Tıbbi Deontoloji Tüzüğünün 8, 9 ve 39 uncu maddeleri, 63

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

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

**87)**

**Dosya No: 2021/632**

**Şikayet Edilen: Prof. Dr. Yusufhan SÜOĞLU**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 09.02.2021, 09.02.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.yusufhansuoglu.com adresli internet sitesinin 09.02.2021 ve 09.02.2021 tarihli görünümlerinde örnek olarak; "Burun estetiği" gibi tıbbi işlemlere yönelik hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği, https://www.instagram.com/suoglu/ adresli internet sitesinin 09.02.2021 ve 19.02.2021 tarihli görünümlerinde örnek olarak; “Burun estetiği” gibi tıbbi bir işleme ilişkin uygulama görüntülerine ve hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği 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, 63

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

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

**88)**

**Dosya No: 2021/633**

**Şikayet Edilen: Prof. Dr. Ümit TAŞKIN**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://umittaskin.com/, https://www.facebook.com/pg/ drumittaskin/, https://www.instagram.com/drumittaskin/, https://istanbulestetik.com.tr/, https://www.instagram.com/istanbulestetik/?hl=tr ve https://tr-tr.facebook.com/pg/IstanbulEstetik/ adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 12.02.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://umittaskin.com/ adresli internet sitesinin 12.02.2021 tarihli görünümünde örnek olarak; *"Ufak dokunuşlarla yüzünüze yakışan fonksiyonel bir burna sahip olabilirsin...*", "*Revizyon Rinoplasti… Tecrübe ve yeterli bilgi birikimi ile revizyon cerrahide başarı kolaydır.*", "*Sağlığınız emin ellerde. Tecrübeli ve akademik kadro ile yüksek teknolojinin buluştuğu sağlıklı ve estetik yaşam alanı..*.", *"Neden Piezo ile Rinoplasti? Teknoloji çağında yeni gelişmelerden biz cerrahlar da mümkün olduğunca faydalanmaya çalışıyoruz. Piezo teknolojisi özellikle Rinoplasti'de kemikteki işlemlerimizi kolaylaştırır. Kusursuz ve muntazam burun ortaya çıkartır. İstenmeyen kırık ve çökmeler olmaz. Daha az doku hasarı yaptığı için daha az morluk olur. Tabi ki tecrübeli ve sihirli cerrahi eller her zaman en son sözü söyler."* gibi ifadelere yer verildiği, https://www.facebook.com/pg/drumittaskin/ ve https://www.instagram.com/drumittaskin/ adresli internet sitelerinin 12.02.2021 tarihli görünümlerinde örnek olarak; *“Burun estetiği”* gibi tıbbi işlemlere ilişkin hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine ve tıbbi işlemlere ilişkin uygulama görüntülerine yer verildiği, https://istanbulestetik.com.tr/ adresli internet sitesinin 12.02.2021 tarihli görünümünde örnek olarak; *"Ufak dokunuşlarla yüzünüze yakışan fonksiyonel bir burna sahip olabilirsin...*", https://www.instagram.com/istanbulestetik/?hl=tr ve https://tr-tr.facebook.com/pg/IstanbulEstetik/ adresli internet sitelerinin 12.02.2021 tarihli görünümlerinde örnek olarak; *“Burun estetiği, diş estetiği, saç ekimi”* gibi tıbbi işlemlere ilişkin hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine ve tıbbi işlemlere ilişkin uygulama görüntülerine yer verildiği 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, 63

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

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

**89)**

**Dosya No: 2021/634**

**Şikayet Edilen: Op. Dr. Ümit ÇAKIR**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://drumitcakir.com/, https://www.instagram.com/ op.dr.umitcakir/ ve https://www.facebook.com/drumitcakir/ adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 20.01.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:**  https://drumitcakir.com/ adresli internet sitesinin 03.02.2021 tarihli görünümünde örnek olarak; *"Rinoplasti le burnunuza estetik kazandırın..."*, *"Kepçe kulak tedavisi, otoplasti, kepçe kulak operasyonu ile kulaklarınız istediğiniz gibi olsun..."*, *"Bursa'da burun estetiği, botolinum toksin ve dolgu işlemlerinizde Ümit ÇAKIR doğru tercih..."* gibi ifadelere yer verildiği, "*Neler Dediler?*" başlığı altında; "*Samimi ve yaptığı başarılı operasyonlarla her zaman kendinizi iyi hissetmenizi sağlıyor. Ümit Bey tecrübeli ve kaliteli bir doktor, hem burun estetiği hem medikal uygulamalar konusunda uzman. Herkese tavsiye ederim... Uuzn zamandır takıntılı olduğum burnum, şimdi tam istediğim gibi. Doktor bey, tüm kararsızlık ve tereddütlerime rağmen çok iyi bir iş çıkardı. Üstelik kısa sürede burnum iyileşti ve çok güzel görünüyor. Teşekkürler...*" gibi tıbbi işlemlere ilişkin olarak şahsı övücü nitelikte teşekkür, övgü ve tavsiye ifadelerine yer verildiği, https://www.instagram.com/op.dr.umitcakir/ ve https://www.facebook.com/drumitcakir/ adresli internet sitelerinin 13.01.2021 ve 12.02.2021 tarihli görünümlerinde örnek olarak; *“Burun estetiği”* gibi tıbbi işlemlere ilişkin hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine ve tıbbi işlemlere ilişkin uygulama görüntülerine yer verildiği 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, 63

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

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

**90)**

**Dosya No: 2021/1875**

**Şikayet Edilen:** **Dt. İhsan KOYUNCU**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 21.04.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.instagram.com/dtihsankoyuncudisklinigi/ adresli internet sitesinin 21.04.2021 tarihli görünümünde örnek olarak; "*Kompozit uygulaması, diş çekimi, hareketli protez uygulaması, implant, hibrit protez, ortodontik tedavi, gülüş estetiği, kompozit restorasyon*" gibi tıbbi işlemlere ilişkin hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine ve tıbbi işlemlerin uygulama görüntülerine yer verildiği, "*Hastamız kliniğimizde ön dişlerinin seyrek olması şikayetiyle geldi. Hastamıza dişlerine anestezi ve aşındırma yapmadan bir tedavi şekli önerdik. Direkt kompozit lamine restorasyon yaptık... Sonuç..*.", "*14 Yaşında kliniğimize dişlerindeki çapraşıklık şikayetiyle gelen hastamıza 6 ay süren ortodontik tedavi yaptık...*", "*Ağız hijyeni kötü olan hastamızın tedacvisine çok isteksiz başladık. Gecikmiş tedavi, isteksiz hasta... Ama yine de sonuç...*" gibi ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu internet sitesinde yer alan ifade ve görüntülerin tıbbi işlemlere yönelik talep yaratıcı nitelikte olduğu ve kuruluşa yönlendirme yaparak, sağlık alanında çalışan şahsın faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı ve diğer kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açtığı değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

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

**91)**

**Dosya No: 2021/1876**

**Şikayet Edilen: Op. Dr. Nazmi YOĞURTÇU**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.instagram.com/op.dr.nazmiyogurtcu/?hl=tradresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 27.05.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.instagram.com/op.dr.nazmiyogurtcu/?hl=tr adresli internet sitesinin 27.05.2021 tarihli görünümlerinde örnek olarak; "*Göz Altı Işık Dolgusu ile yorgun bakışlara son!İşlem 10-15 dakika sürmektedir. Öncesinde antezik krem sürülür, böylelikle acı ve ağrı seviyesi minimuma düşer. Torbaları ve gözaltındaki çukur problemlerini gidermek için uygulanır*.", "*Kişinin ihtiyacına göre meme estetiği ile karın estetiği aynı anda tek ameliyatla yapılabilir. Kombine estetik operasyonları iyileşme süreçlerini birleştirir. Kişi iki farklı operasyon ve iyileşme süreci yaşamak durumunda kalmaz. Kısacası hastanın öncelikle zamandan kazanmasını sağlar. Randevu ve ücretsiz görüşme için;️0 (543) 916 90 13.*..", "*Doğal ve hacimli dudaklar.. Detaylı bilgi ve randevu için ulaşabilirsiniz...0 (543) 916 90 13...",* "*Göğüs estetiği, dudak dolgusu, botoks*" gibi tıbbi işlemlere yönelik 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 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 **Op. Dr. Nazmi YOĞURTÇU** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**92)**

**Dosya No: 2021/1877**

**Şikayet Edilen: Batı Özel Göz Sağlığı ve Lazer Merkezi Medikal Gereçler Tic. ve San. A.Ş.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 20.01.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.instagram.com/batigozsaglikgrubu/ adresli internet sitesinin 04:06.2021, 18.05.2021 tarihli görünümlerinde örnek olarak; "*Görme Bozukluklarına Karşı Uygulanan ReLEx SMILE Lazer ile kişiye özel tedavi. #ReLExSMILE varken daha azıyla yetinmeyin... Detaylı bilgi için Türkiye'nin her yerinden 444 23 24...*", "*Femtosaniye Lazer ile her şey eskisi gibi daha net... Detaylı bilgi için Türkiye'nin her yerinden 444 23 24...*", "*Klinik ve Kozmetik Dermatoloji Uzmanı Dr. Meltem CİK DİKİLİTAŞ tarafından uygulanan işlemler ile Zamanın Etkilerini Ortadan Kaldırın! Polikliniğimizde uygulanan bu işlemler, cilt kalitesini arttırmak, ciltte oluşan elastikiyet kaybını kontrol etmek ve cilt sarkmalarının azaltılması için kullanılır. Kırışıklıkların azalmasına, cilt sarkmasının, gevşemesinin toparlanmasına, cildin nemlenmesine ve yenilenmesine katkı sağlar.*" gibi ifadelere yer verildiği, https://www.batigoz.com/ adresli internet sitesinin 07:06.2021 tarihli görünümünde örnek olarak; *“NEDEN BATIGÖZ… Tanı, teşhis ve tedavi konusunda dünya standartlarındaki teknolojik alt yapımız, güncel bilimsel bilgilere sahip sağlık kadromuz ile ayrıcalıklı bir sağlık hizmeti sunuyoruz. Merkezlerimizin ayırt edici özelliklerini keşfetmek için aşağıdaki başlıkları inceleyebilirsiniz.”, “ÖNE ÇIKAN HİZMETLER… Batıgöz Sağlık Grubu olarak her biri alanında uzman sağlık kadromuz, son teknoloji ekipmanlarımız ve 17 yıllık deneyimimizle yüksek standartlarda sağlık hizmetini hastalarımıza sunmaktayız."* gibi ifadelere yer verildiği, *“Tamamen tesadüf eseri gittiğim bu hastanede hiçbir çzel hastanede görmediğim ilgi ve alakayı gördüm. Herkes güler yüzlü herkes yardımcı… İzmir’de böyle bir kurum olduğunu öğrendiğim için çok mutluyum. Doktorumuz Uğur Bey başta olmak üzere tüm ekibe teşekkür ederim… Batıgöz’ün iki şubesine gittim bu zamana kadar ikisinde de gittiğim doktorlar ve personel o kadar ilgiliydi ki kafamda hiçbir soru işareti olmadan ayrıldığım tek sağlık kuruluşu diyebilirim…”* gibi yorumlar ile kuruluşa yönelik teşekkür, övgü, tavsiye ve onay ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu tanıtımların bilgilendirme kapsamını aşarak “reklam’’ niteliğinde değerlendirildiği ve tüketicileri yanıltıcı, aldatıcı nitelikte olduğu, 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 **Batı Özel Göz Sağlığı ve Lazer Merkezi Medikal Gereçler Tic. ve San. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**GIDA**

**93)**

**Dosya No: 2021/1382**

**Şikayet Edilen: Easyvit Sağlık Ürünleri San. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından Easyfishoil markalı balık yağı ürünlerine ilişkin olarak televizyon kanallarında, www.easyfishoil.com ve www.easyvit.com.tr adresli internet sitelerinde ve firmaya ait kurumsal sosyal medya sayfalarında yayınlanan reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020-2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, Televizyon

**Tespitler:** Yapılan inceleme sonucunda, firma tarafından "Easyfishoil" markalı çocuk balık yağı ürünlerine ilişkin olarak "EasyVit" isimli Youtube kanalının https://www.youtube.com/watch?v=IwZ7XHUdHVk URL adresinde ve televizyon kanallarında yayınlanan ve Bergüzer Korel isimli oyuncunun rol aldığı "Easyfishoil ile hayat Hep Artı" başlıklı reklam filminde, *“Hepimizin çocukları çok özel ve hepsinin kendine göre farklı ihtiyaçları var. Türkiye’nin en çok tercih edilen çocuk balık yağı EasyFishoil bizden aldığı güvenle yepyeni formüller geliştirdi ve içeriğine artılar kattı. Çocuklarımız zorlu zamanlarda yaşıyor. Gündelik yaşam koşulları oldukça yoğunlaşabiliyor. Beslenmeleri de özellikle dikkat isteyebiliyor. EasyFishoil, çocuklarımıza ve bizlere yardımcı olmak için farklı ürünler sunuyor. Hayattan daha fazlasını istemek hepimizin en doğal hakkı. Hele ki çocuklarımız için. Onlardan daha değerli olan ne var ki? Benim için EasyFishoil artık sadece balık yağı değil, daha fazlası. EasyFishoil ile hayat hep artı. EasyFishoil balıkyağı dünyasına hoş geldiniz.”* şeklinde sesli ifadelere, alt yazı olarak ise *“İlaç değildir, takviye edici gıdadır. EasyFishoil, EasyFishoil Multi, Easyfishoil BetaGlukan 3-10 yaş grubu, Easyfishoil Q 4-10 yaş grubu çocukların kullanımına uygundur. Dengeli ve çeşitli beslenme sağlıklı yaşam için önemlidir. IQVIA Tıbbi İstatistik Tic. Ve Müş. Ltd. Şti. Ocak – Aralık 2020 toplam kutu satış verilerine dayanmaktadır.”* şeklinde yazılı ifadelere yer verildiği,

Bergüzer Korel adlı oyuncuya ait kişisel Instagram hesabının https://www.instagram.com/stories/berguzarkorel/2527574820164933898/?hl=tr URL adresinde yayınlanan hikaye paylaşımında, *“Çocuklarımızdan daha değerli hiçbir şey yok bu hayatta. Her birinin farklı ihtiyaçlarına göre üretilen Easyvit balık yağını gönül rahatlığıyla kullanabilirsiniz. Ayrıca şeker ilavesiz, katkısız minik tabletleri çok lezzetli olduğu için yavrularımız artık burnunu tıkayıp balık yağı içmek zorunda değil. Teşekkürler @easyvitailesi”* şeklinde ifadelere yer verildiği,

Firmaya ait “EasyVit” isimli Youtube kanalınınhttps://www.youtube.com/watch?v=tO\_vpQYwnd4 URL adresinde yayınlanan “Easyfishoil – Oksidasyona Karşı Özel Ambalaj” başlıklı tanıtım filmine ilişkin olarak, sayfanın açıklama bölümünde, *“EasyFishoil tek tek paketlendiği özel ambalajında her yere taşınabiliyor. Açılana kadar oksijenle temas etmiyor, oksidasyona uğramıyor. Tadı ve kokusu bozulmuyor.”* ifadelerine yer verildiği,

Benzer şekilde, firmaya ait “easyvitailesi” isimli Instagram kurumsal hesabının https://www.instagram.com/p/CK1K6SZLAo5/ URL adresinde 03.02.2021 tarihinde yayınlanan reklamda, *“Balık yağınız oksidasyona uğramasın. Tat ve koku bozulması yaşamasın. Balık yağı seçerken nelere dikkat ediyorsunuz? Ölçütlerinizden biri de oksidasyon mu? O da ne mi dediniz? Balık yağları ilk açıldığı andan itibaren, havadaki oksijenle temas ettiğinde oksidasyon süreci başlayabilir. Bu süreç sonunda balık yağlarında istenmeyen tat ve koku bozulmaları yaşanabilir. Tek kullanımlık ambalajıyla açılana kadar oksijenle temas etmeyen EasyFishoil yepyeni ürünleriyle tüm eczanelerde. #Oksideolmayan #BalıkYağı**#Omega3 #Blister #JelForm #Easyfishoil #Easyvitailesi #ConCordix”* ifadelerine yer verildiği,

Diğer yandan, firma ile ticari ilişkisi bulunan sosyal medya etkileyicileri tarafından Instagram’da yayınlanan reklam ve tanıtımlarda, firmanın da onayından geçtikten sonra yayınlanan paylaşımlarda yer verilen ifadeler ile paylaşımlara ilişkin etiketlerde, Easyfishoil markalı ürünlerin oksidasyona uğramadığını belirten ve oksidasyon riskinin sıfır olduğunu öne süren iddia ve beyanlarda bulunulduğu,

Firma tarafından www.easyfishoil.com adresli internet sitesinin “Sık Sorulan Sorular” başlığı altında soru-cevap şeklinde yayınlanan açıklama ve tanıtımlarda, *“ConCordix teknolojisi ile üretilen EasyFishoil ürünlerinin önerilen saklama koşulu nedir? - ConCordix teknolojisi ile üretilen Easyvit ürünleri, vücut sıcaklığında çözünecek şekilde geliştirilmişlerdir ve oda sıcaklığında veya altında muhafaza edilmeleri gerekir. Tavsiye edilen saklama sıcaklığı 5-25°’dir. Genellikle, stabilite açısından, oksitlenebilen ürünlerin daha düşük sıcaklıklarda muhafaza edilmeleri daima daha iyidir. Bu nedenle, ConCordix teknolojisi ile üretilen Easyvit ürününüzü oda sıcaklığından ziyade buzdolabında daha uygun şekilde muhafaza edebilirsiniz… ConCordix teknolojisi ile üretilen EasyFishoil ürünleri erir ve sonra yeniden jelleşirse ne olur? - ConCordix teknolojisi ile üretilen EasyFishoil ürünleri, 25°C’yi aşan sıcaklıklarda saklanmamalıdır. Daha yüksek sıcaklıklara maruz kalırlarsa eriyerek sıvılaşabilirler. Ürün kutusunu birkaç saat buzdolabında bekleterek ürünün tekrar jelleşmelerini sağlayabilirsiniz. Ürün daha yüksek sıcaklıklara maruz kalırsa duyusal özellikler (tat, koku) etkilenebilir ve alüminyum blistere yapışma riski de artabilir.”* şeklinde ifadelere yer verildiği,

Ayrıca firma tarafından yapılan açıklamalarda, balık yağları da dahil olmak üzere yağ bazlı ürünlerin hava ile temas etmesi halinde oksidasyona uğradığı ve bunun bir sonucu olarak tat ve koku bozulmalarının yaşanabileceğinin genel kabul görmüş bilimsel veriler ile sabit olduğunun ifade edildiği, diğer yandan, hava, sıcaklık, ışık ve nem gibi faktörlerin Omega-3 yağ asitlerinin oksidasyonuna neden olan faktörler arasında sayıldığı,

Bu hususlara ek olarak, www.easyfishoil.com adresli internet sitesinde “Neden Easyfishoil?” ana başlığı altında yayınlanan tanıtımlarda, *“Total Oksidasyon (TOTOX) Değeri nedir? Nasıl ölçülür? - Yağ asitlerinin oksidasyonu sürecinde, peroksit ve anisidin gibi bazı bileşikler açığa çıkar. Peroksit değerinin 5, anisidin değerinin ise 20’yi geçmemesi gerekir. Total oksidasyon (TOTOX) değeri, bu değerlerin toplamı ile belirlenir ve Uluslararası Beslenme Konseyi (CRN) standartlarına göre 19,5’un altında olması beklenir. TOTOX değeri ne kadar düşükse balık yağı da o kadar stabildir (dayanıklıdır).”* ifadelerine yer verildiği, yine anılan internet sitesinin “Sıkça Sorulan Sorular” ana başlığı altında yayınlanan açıklama ve tanıtımlarda, *“IFOS nedir? - IFOS, Omega 3 içerikli ürünleri dünyadaki en yüksek kalite, güvenlik ve saflık standartlarına göre tarafsızca test eden Kanada’da kurulmuş bağımsız bir programdır. Omega-3 ürünlerini saflık, stabilite, içerik ve ağır metaller olmak üzere 4 kategoride değerlendirmektedir. Bu kategorilerden stabilite, TOTOX denilen “total oksidasyon” değeri ile ifade edilir ve bu değerin 19,5’un altında olması beklenir.”* ifadelerinin yer aldığı, ayrıca firma tarafından yayınlanan reklam ve tanıtımlarda, EasyFishoil’in IFOS 5 yıldız onayına sahip olduğunun ifade edildiği, öte yandan, www.easyfishoil.com adresli internet sitesinde Easyfishoil çocuk balık yağlarının IFOS tarafından yapılan analizlerine https://certifications.nutrasource.ca/certified-products/brand?id=EVPH URL adresinden ulaşılabileceğinin belirtildiği, anılan internet sitesinde yapılan incelemelerde ise, Easyfishoil çocuk balık yağı adlı ürünün parti numarasına göre yapılan analizlerinde TOTOX değerinin 19,5 altında olmakla birlikte sıfır değerinde olmadığının görüldüğü,

www.easyfishoil.com ve www.easyvit.com.tr adresli internet sitesinde yer verilen reklam ve tanıtımlarda, *“İlk günkü tazeliği ve etkiyi koruyan, her jel formun ayrı paketlendiği hava, ışık ve nem geçirmeyen Alu-Alu blister ambalaja sahiptir… Oksijen ve neme karşı bariyer oluşturan tekli paketleme teknolojisiyle ilk günkü gibi hijyenik ve taze… İlk günkü tazeliği ve etkiyi koruyan her jel formun ayrı olarak paketlendiği ambalaj… Tek tek paketlendiği özel ambalajında tazeliğini korur”* şeklinde ifadelere yer verildiği,

Firmaya ait “EasyVit” isimli Youtube kanalının, https://www.youtube.com/watch?v=aBL1gZ2rFDo URL adresinde yer alan “Easyfishoil Yetişkin – İşin Şeklini Değiştiriyoruz” başlıklı reklamda, *“İçerisindeki D vitamini ile bağışıklık sisteminin normal fonksiyonuna katkıda bulunur.”* ifadesine ve https://www.youtube.com/watch?v=jq\_jf71AMvk URL adresinde yayınlanan “Easyfishoil – O İş Bende!” başlıklı reklamda yine, *“İçerisindeki D vitamini ile bağışıklık sisteminin normal fonksiyonuna katkıda bulunur.”* ifadesine yer verildiği,

Easyfishoil markalı çocuk balık yağı ürünlerine ilişkin olarak www.easyfishoil.com adresli internet sitesinde yer verilen reklam ve tanıtımlarda, *“Çocuğu tadını ve kokusunu sevmediğinden dolayı balık yağı kullanmayan 100 anneden 63’ü çocukları için EasyFishoil ile düzenli olarak balık yağı kullanmaya başlıyor.\* \*Nielsen tarafından 8-16 Eylül 2020 tarihleri arasında İstanbul, Ankara ve İzmir illerinde 2-11 yaş arası çocuğu olan toplam 411 anneyle yürütülen online araştırma sonuçlarına dayanmaktadır.” ifadelerine yer verildiği, bu itibarla, “Çocuğu tadını ve kokusunu sevmediğinden dolayı balık yağı kullanmayan 100 anneden 63’ü çocukları için EasyFishoil ile düzenli olarak balık yağı kullanmaya başlıyor.”* ifadelerine yer verildiği,

Firmaya ait “EasyVit” isimli Youtube kanalının, https://www.youtube.com/watch?v=jq\_jf71AMvk URL adresinde yayınlanan “Easyfishoil – O İş Bende!” başlıklı reklamda, bir anne ile küçük kızı arasında geçen karşılıklı konuşmada*, “-Küçük kız çocuğu: Anneciğim, bu günkü Easyfishoil’imi alabilir miyim? – Anne: Hiç değilse bu normal!”* şeklinde sözlü ifadelere yer verildiği,

Firmaya ait “easyvitailesi” isimli Instagram sayfasının https://www.instagram.com/p/B\_4fsASD3G9/ URL adresinde 07.05.2020 tarihinde yayınlanan reklamda, *“Boğazına kapsül/hap formunda balık yağı kaçtığı için öksüren ve boğulmakta olduğu görülen bir kadının”* fotoğrafı ile birlikte paylaşımın açıklama *bölümünde “Siz de balık yağı kapsüllerini, haplarını yutarken zorlananlardan mısınız? Hatta onu yutacağıma hiç kullanmam diyenlerden misiniz? Artık EasyFishoil yetişkin form var. Şeker ilavesiz, kolay kullanılan, susuz tüketilebilen çiğnenebilir jel form ile balık yağı kullanmak artık çok kolay. #omega3 #balıkyağı #çiğnenebilir #jelform #concordix #easyfishoil #yetişkinform #easyvitailesi”* şeklinde ifadelere yer verildiği,

Televizyon kanallarında ve firmaya ait “EasyVit” isimli Youtube kanalının https://www.youtube.com/watch?v=v1mZJsGFFP8 URL adresinde 22.04.2021 tarihinde yayınlanan “Çocuklar Balık Yağına EasyFishoil ile başlıyor” başlıklı reklam filminde, *“Türkiye’deki çocukların büyük bir bölümünün düzenli olarak balık yağı kullanımına EasyFishoil ile başladığını biliyor muydunuz? Siz de EasyFishoil balık yağı dünyasında bize katılın”* sesli ifadelerine ve alt yazı olarak, *“İlaç değildir, takviye edici gıdadır. Nielsen tarafından Eylül 2020’de anneler ile gerçekleştirilen tüketici anketi sonuçlarına göre.”* şeklinde ifadelere yer verildiği,

Diğer yandan, firmaya ait www.easyfishoil.com adresli internet sitesinde yayınlanan reklamlarda, inceleme konusu reklam filminde belirtilen Nielsen firması tarafından yapılan araştırmaya atıfta bulunularak, *“100 anneden 63’ü EasyFishoil ile düzenli balık yağı kullanımına başlıyor! Çocuğu tadını ve kokusunu sevmediğinden dolayı balık yağı kullanmayan 100 anneden 63’ü çocukları için EasyFishoil ile düzenli olarak balık yağı kullanmaya başlıyor. \*\* Nielsen tarafından 8-16 Eylül 2020 tarihleri arasında İstanbul, Ankara ve İzmir illerinde 2-11 yaş arası çocuğu olan toplam 411 anneyle yürütülen online araştırma sonuçlarına dayanmaktadır.”* şeklinde tanıtımlarda bulunulduğu,

Firma tarafından "Easyvit Multi" adlı ürüne ilişkin olarak "easyvitailesi" isimli Instagram hesabının https://www.instagram.com/p/B-DQmRIDHsE/ URL adresinde 23.03.2020 tarihinde yayınlanan reklamda, *"Kaslı kollarını göstererek pazılarını sıkan bir bebeğin fotoğrafına, ön planda ürünün görseli ile hemen sağ tarafında havuç, limon, portakal, elma gibi meyveler ile dereotu ve maydanoz olduğu anlaşılan bazı yeşilliklerin görüntülerine ve bunların ortasında bir bardak portakal suyu görseline"* yer verildiği, reklam paylaşımının açıklama bölümünde ise, *"Çocuklarımızın doğru beslenmesi, vitamin ve mineral açısından zengin besinler alması çok önemli. Bunların yanı sıra bir takviye ihtiyacınız varsa EasyVit Multi tüm eczanelerde. #easyvitmulti #easyfishoil #easyq #easydefence #vitaminler #easyvitailesi"* şeklinde yazılı ifadelerin yer aldığı, ayrıca paylaşımın yorumlar bölümünde "Ürünün 2 yaşındaki küçük çocuklar için kullanımının uygun olup olmadığını soran" bir tüketiciye, firma kurumsal sosyal medya hesabı tarafından "Uygundur" anlamına gelen bir cevap verildiği, diğer yandan, Takviye Edici Gıdalar Tebliği’nin (Tebliğ No:2013/49) “Etiketleme” başlıklı 13/2 maddesinde, *"ğ)(Değişik:RG-21/11/2015-29539)2 yaşın altındaki bebek ve küçük çocuklar için takviye edici gıda üretilemez ve piyasaya arz edilemez."* hükmünün yer aldığı,

Bir örneği https://www.youtube.com/watch?v=zpxjivybgX4 URL adresinde yer alan ve firma tarafından hazırlandığı görülen “Uzman Görüşü – Easyfishoil” başlıklı reklam filminde, Levent GÖKGÜNNEÇ isimli eczacı tarafından Easyfishoil ile sıvı balık yağı karşılaştırmasının anlatıldığı, diğer yandan, anılan reklamın içeriğinde, *“Balık yağını şurup formunda veya likit formda aldığımız zaman mide sıvısıyla homojen şekilde karışmıyor ve mide sıvısının üzerinde bir tabaka oluşturuyor yağ tabakası oluşturuyor. Bu da daha sonradan ağzımıza gelen kötü balık tadına, gaza ve reflüye yol açabiliyor.”* gibi beyanlarda bulunulduğu hususları tespit edilmiştir.

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

a)Firma tarafından "Easyfishoil" markalı çocuk balık yağı ürünlerine ilişkin olarak "EasyVit" isimli Youtube kanalının https://www.youtube.com/watch?v=IwZ7XHUdHVk URL adresinde ve televizyon kanallarında yayınlanan ve Bergüzer Korel isimli oyuncunun rol aldığı "Easyfishoil ile hayat Hep Artı" başlıklı reklam filminde, *“Hepimizin çocukları çok özel ve hepsinin kendine göre farklı ihtiyaçları var.* ***Türkiye’nin en çok tercih edilen çocuk balık yağı EasyFishoil*** *bizden aldığı güvenle yepyeni formüller geliştirdi ve içeriğine artılar kattı. Çocuklarımız zorlu zamanlarda yaşıyor. Gündelik yaşam koşulları oldukça yoğunlaşabiliyor. Beslenmeleri de özellikle dikkat isteyebiliyor. EasyFishoil, çocuklarımıza ve bizlere yardımcı olmak için farklı ürünler sunuyor. Hayattan daha fazlasını istemek hepimizin en doğal hakkı. Hele ki çocuklarımız için. Onlardan daha değerli olan ne var ki? Benim için EasyFishoil artık sadece balık yağı değil, daha fazlası. EasyFishoil ile hayat hep artı. EasyFishoil balıkyağı dünyasına hoş geldiniz.”* şeklinde sesli ifadelere, alt yazı olarak ise *“İlaç değildir, takviye edici gıdadır. EasyFishoil, EasyFishoil Multi, Easyfishoil BetaGlukan 3-10 yaş grubu, Easyfishoil Q 4-10 yaş grubu çocukların kullanımına uygundur. Dengeli ve çeşitli beslenme sağlıklı yaşam için önemlidir. IQVIA Tıbbi İstatistik Tic. Ve Müş. Ltd. Şti. Ocak – Aralık 2020 toplam kutu satış verilerine dayanmaktadır.”* şeklinde yazılı ifadelere yer verildiği,

Bu itibarla, **"En çok tercih edilen çocuk balık yağı"** gibi ifadeler takviye edici gıdalar arasında yapılan bir karşılaştırmayı da içerdiğinden söz konusu tanıtımın Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin “Karşılaştırmalı reklamlar” başlıklı 8/3 maddesinin, *“Takviye edici gıdaların karşılaştırmalı reklamı ise hiçbir şekilde yapılamaz.”* hükmünü ihlal ettiği;

b) Firmanın reklam yüzü Bergüzer Korel adlı oyuncuya ait kişisel Instagram hesabının https://www.instagram.com/stories/berguzarkorel/2527574820164933898/?hl=tr URL adresinde yayınlanan hikaye paylaşımında, *“Çocuklarımızdan daha değerli hiçbir şey yok bu hayatta. Her birinin farklı ihtiyaçlarına göre üretilen Easyvit balık yağını gönül rahatlığıyla kullanabilirsiniz. Ayrıca şeker ilavesiz, katkısız minik tabletleri çok lezzetli olduğu için yavrularımız artık burnunu tıkayıp balık yağı içmek zorunda değil. Teşekkürler @easyvitailesi”* şeklinde ifadelere yer verildiği, söz konusu reklam paylaşımında yer alan “Yavrularımız artık burnunu tıkayıp balık yağı içmek zorunda değil” ifadesinin, diğer balık yağı ürünlerinin tadının kötü olduğu ve kötü kokmaları nedeniyle çocuklar tarafından burunları tıkanarak içildiği şeklinde bir izlenim oluşturduğu, böylece piyasada özellikle likit formda satışı yapılan diğer balık yağı ürünlerinin açıkça kötülendiği, ayrıca ebeveynlere yönelik olarak diğer ürünlerin kullanımının zor olduğu ve kötü kokmaları nedeniyle çocukları için tercih edilmemeleri gerektiği şeklinde bir mesaj verildiği, diğer taraftan, söz konusu ifadenin dolaylı yoldan yapılan bir karşılaştırmayı da içermesi nedeniyle Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin “Karşılaştırmalı reklamlar” başlıklı 8/3 maddesinin, *“Takviye edici gıdaların karşılaştırmalı reklamı ise hiçbir şekilde yapılamaz.”* hükmünü ihlal ettiği;

c)Firmaya ait “EasyVit” isimli Youtube kanalınınhttps://www.youtube.com/watch?v=tO\_vpQYwnd4 URL adresinde yayınlanan “Easyfishoil – Oksidasyona Karşı Özel Ambalaj” başlıklı tanıtım filmine ilişkin olarak, sayfanın açıklama bölümünde, *“EasyFishoil tek tek paketlendiği özel ambalajında her yere taşınabiliyor. Açılana kadar oksijenle temas etmiyor, oksidasyona uğramıyor. Tadı ve kokusu bozulmuyor.”* ifadelerine yer verilerek Easyfishoil markalı balık yağlarının oksidasyona uğramadığı iddiasında bulunulduğu,

Benzer şekilde, firmaya ait “easyvitailesi” isimli Instagram kurumsal hesabının https://www.instagram.com/p/CK1K6SZLAo5/ URL adresinde 03.02.2021 tarihinde yayınlanan reklamda yer verilen, *“Balık yağınız oksidasyona uğramasın. Tat ve koku bozulması yaşamasın. Balık yağı seçerken nelere dikkat ediyorsunuz? Ölçütlerinizden biri de oksidasyon mu? O da ne mi dediniz? Balık yağları ilk açıldığı andan itibaren, havadaki oksijenle temas ettiğinde oksidasyon süreci başlayabilir. Bu süreç sonunda balık yağlarında istenmeyen tat ve koku bozulmaları yaşanabilir. Tek kullanımlık ambalajıyla açılana kadar oksijenle temas etmeyen EasyFishoil yepyeni ürünleriyle tüm eczanelerde. #Oksideolmayan #BalıkYağı #Omega3 #Blister #JelForm #Easyfishoil #Easyvitailesi #ConCordix”* ifadeleri ile Easyfishoil markalı balık yağlarının okside olmadığı/oksidasyona uğramadığı iddiasında bulunulduğu,

Diğer yandan, firma ile ticari ilişkisi bulunan sosyal medya etkileyicileri tarafından Instagram’da yayınlanan reklam ve tanıtımlarda, firmanın da onayından geçtikten sonra yayınlanan paylaşımlarda yer verilen ifadeler ile paylaşımlara ilişkin etiketlerde, Easyfishoil markalı ürünlerin oksidasyona uğramadığını belirten ve oksidasyon riskinin sıfır olduğunu öne süren iddia ve beyanlarda bulunulduğu,

Firma tarafından www.easyfishoil.com adresli internet sitesinin “Sık Sorulan Sorular” başlığı altında soru-cevap şeklinde yayınlanan açıklama ve tanıtımlarda, *“ConCordix teknolojisi ile üretilen EasyFishoil ürünlerinin önerilen saklama koşulu nedir? - ConCordix teknolojisi ile üretilen Easyvit ürünleri, vücut sıcaklığında çözünecek şekilde geliştirilmişlerdir ve oda sıcaklığında veya altında muhafaza edilmeleri gerekir. Tavsiye edilen saklama sıcaklığı 5-25°’dir. Genellikle, stabilite açısından, oksitlenebilen ürünlerin daha düşük sıcaklıklarda muhafaza edilmeleri daima daha iyidir. Bu nedenle, ConCordix teknolojisi ile üretilen Easyvit ürününüzü oda sıcaklığından ziyade buzdolabında daha uygun şekilde muhafaza edebilirsiniz… ConCordix teknolojisi ile üretilen EasyFishoil ürünleri erir ve sonra yeniden jelleşirse ne olur? - ConCordix teknolojisi ile üretilen EasyFishoil ürünleri, 25°C’yi aşan sıcaklıklarda saklanmamalıdır. Daha yüksek sıcaklıklara maruz kalırlarsa eriyerek sıvılaşabilirler. Ürün kutusunu birkaç saat buzdolabında bekleterek ürünün tekrar jelleşmelerini sağlayabilirsiniz. Ürün daha yüksek sıcaklıklara maruz kalırsa duyusal özellikler (tat, koku) etkilenebilir ve alüminyum blistere yapışma riski de artabilir.”* şeklinde ifadelere yer verildiği,

Ayrıca firma tarafından yapılan açıklamalarda, balık yağları da dahil olmak üzere yağ bazlı ürünlerin hava ile temas etmesi halinde oksidasyona uğradığı ve bunun bir sonucu olarak tat ve koku bozulmalarının yaşanabileceğinin genel kabul görmüş bilimsel veriler ile sabit olduğunun ifade edildiği, diğer yandan, hava, sıcaklık, ışık ve nem gibi faktörlerin Omega-3 yağ asitlerinin oksidasyonuna neden olan faktörler arasında sayıldığı,

Bu hususlara ek olarak, www.easyfishoil.com adresli internet sitesinde “Neden Easyfishoil?” ana başlığı altında yayınlanan tanıtımlarda, *“Total Oksidasyon (TOTOX) Değeri nedir? Nasıl ölçülür? - Yağ asitlerinin oksidasyonu sürecinde, peroksit ve anisidin gibi bazı bileşikler açığa çıkar. Peroksit değerinin 5, anisidin değerinin ise 20’yi geçmemesi gerekir. Total oksidasyon (TOTOX) değeri, bu değerlerin toplamı ile belirlenir ve Uluslararası Beslenme Konseyi (CRN) standartlarına göre 19,5’un altında olması beklenir. TOTOX değeri ne kadar düşükse balık yağı da o kadar stabildir (dayanıklıdır).”* ifadelerine yer verildiği, yine anılan internet sitesinin “Sıkça Sorulan Sorular” ana başlığı altında yayınlanan açıklama ve tanıtımlarda, *“IFOS nedir? - IFOS, Omega 3 içerikli ürünleri dünyadaki en yüksek kalite, güvenlik ve saflık standartlarına göre tarafsızca test eden Kanada’da kurulmuş bağımsız bir programdır. Omega-3 ürünlerini saflık, stabilite, içerik ve ağır metaller olmak üzere 4 kategoride değerlendirmektedir. Bu kategorilerden stabilite, TOTOX denilen “total oksidasyon” değeri ile ifade edilir ve bu değerin 19,5’un altında olması beklenir.”* ifadelerinin yer aldığı, ayrıca firma tarafından yayınlanan reklam ve tanıtımlarda, EasyFishoil’in IFOS 5 yıldız onayına sahip olduğunun ifade edildiği, öte yandan, www.easyfishoil.com adresli internet sitesinde Easyfishoil çocuk balık yağlarının IFOS tarafından yapılan analizlerine https://certifications.nutrasource.ca/certified-products/brand?id=EVPH URL adresinden ulaşılabileceğinin belirtildiği, anılan internet sitesinde yapılan incelemelerde ise, Easyfishoil çocuk balık yağı adlı ürünün parti numarasına göre yapılan analizlerinde TOTOX değerinin 19,5 altında olmakla birlikte sıfır değerinde olmadığının görüldüğü,

Bu açıklamalar doğrultusunda, balık yağlarının havayla temas, sıcaklık, ışık, nem ve süre gibi faktörlere bağlı olarak oksidasyona uğramasının bilimsel bir gerçeklik olduğu, ayrıca firma tarafından www.easyfishoil.com adresli internet sitesinin “Sık Sorulan Sorular” başlığı altında soru-cevap şeklinde yayınlanan açıklama ve tanıtımlarda yer verilen, *“ConCordix teknolojisi ile üretilen EasyFishoil ürünlerinin önerilen saklama koşulu nedir? - ConCordix teknolojisi ile üretilen Easyvit ürünleri, vücut sıcaklığında çözünecek şekilde geliştirilmişlerdir ve oda sıcaklığında veya altında muhafaza edilmeleri gerekir. Tavsiye edilen saklama sıcaklığı 5-25°’dir. Genellikle, stabilite açısından, oksitlenebilen ürünlerin daha düşük sıcaklıklarda muhafaza edilmeleri daima daha iyidir. Bu nedenle, ConCordix teknolojisi ile üretilen Easyvit ürününüzü oda sıcaklığından ziyade buzdolabında daha uygun şekilde muhafaza edebilirsiniz.”* şeklindeki ifadeler doğrultusunda, Easyfishoil de dahil olmak üzere oksitlenebilen ürünlerin düşük sıcaklıklarda saklanmasının daha uygun olduğunun belirtildiği, böylelikle ürünün oksidasyon riskine açık olduğunun ve uygun koşullar altında oksidasyona uğrayabileceğinin firma tarafından da kabul edildiği,

Bu itibarla, Easyfishoil markalı balık yağlarının muhtelif mecralarda yayınlanan tanıtımlarında yer verilen ve ürünün hiçbir koşulda oksidasyona uğramadığını belirten “okside olmayan balık yağı”, “oksidasyon riski sıfır”, “oksidasyona uğramıyor”, “balık yağınız oksidasyona uğramasın” gibi ifadelerin tüketicileri aldatıcı-yanıltıcı nitelikte olduğu, ürünün ambalajlama teknolojisi ve ürün bileşiminde antioksidan madde kullanılarak oksidasyon riskinin azaltılması ve stabilitenin sağlanması amaçlanmış olmakla birlikte, “okside olmayan balık yağı” ifadesinin, balık yağlarının uygun koşulların oluşması durumunda oksidasyona uğradığı göz önünde bulundurulduğunda, bilimsel gerçeklerle çeliştiği, kaldı ki, belirtildiği üzere, firma ürününün total oksidasyon değerinin de sıfır olmadığı, sonuç olarak, “okside olmayan balık yağı”, “oksidasyon riski sıfır”, “oksidasyona uğramıyor”, “balık yağınız oksidasyona uğramasın” gibi ifade ve tanıtımlarla ürünün hiçbir koşulda oksidasyona uğramadığı gibi bir algı yaratılmasının tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı olarak değerlendirildiği;

ç)www.easyfishoil.com ve www.easyvit.com.tr adresli internet sitesinde yer verilen reklam ve tanıtımlarda, *“İlk günkü tazeliği ve etkiyi koruyan, her jel formun ayrı paketlendiği hava, ışık ve nem geçirmeyen Alu-Alu blister ambalaja sahiptir… Oksijen ve neme karşı bariyer oluşturan tekli paketleme teknolojisiyle ilk günkü gibi hijyenik ve taze… İlk günkü tazeliği ve etkiyi koruyan her jel formun ayrı olarak paketlendiği ambalaj… Tek tek paketlendiği özel ambalajında tazeliğini korur”* şeklinde ifadelere yer verilerek Easyfishoil’in taze olduğu ve kullanımına kadar tazeliğini koruduğu iddia edilmekle birlikte Gıda Etiketleme ve Tüketicileri Bilgilendirme Kılavuzu’nda “Taze” teriminin kullanımına ilişkin olarak, “Taze teriminin işlenmemiş gıdaları tanımlamak için kullanılabileceğinin” hüküm altına alındığı, bu itibarla işlenmiş bir takviye edici gıda olan Easyfishoil’e yönelik tanıtımlarda yer verilen taze/tazelik iddiasının mevzuata aykırı olduğu;

d)Firmaya ait“EasyVit” isimli Youtube kanalının, https://www.youtube.com/watch?v=aBL1gZ2rFDo URL adresinde yer alan “Easyfishoil Yetişkin – İşin Şeklini Değiştiriyoruz” başlıklı reklamda, “İçerisindeki D vitamini ile bağışıklık sisteminin normal fonksiyonuna katkıda bulunur.” ifadesine ve https://www.youtube.com/watch?v=jq\_jf71AMvk URL adresinde yayınlanan “Easyfishoil – O İş Bende!” başlıklı reklamda yine, “İçerisindeki D vitamini ile bağışıklık sisteminin normal fonksiyonuna katkıda bulunur.” ifadesine yer verilerek sağlık beyanında bulunulduğu, yürürlükte olan mevzuat hükümlerine göre, kullanımına izin verilen sağlık beyanlarının gıdanın/ürünün kendisine değil gıdanın/ürünün içeriğinde bulunan bileşene atıf yapması ve doğrudan ilgili bileşenle birlikte kullanılması gerektiği, bununla birlikte, anılan tanıtımlarda yer alan bağışıklık sistemi ile ilişkili sağlık beyanının, doğrudan firmaya ait “Easyfishoil” markalı ürünlere atıf yapacak ve beyanda belirtilen etkinin ürünlerin kendisi tarafından sağlandığını öne sürecek şekilde kullanılmasının mevzuata aykırı olduğu;

e)Easyfishoil markalı çocuk balık yağı ürünlerine ilişkin olarak www.easyfishoil.com adresli internet sitesinde yer verilen reklam ve tanıtımlarda, *“Çocuğu tadını ve kokusunu sevmediğinden dolayı balık yağı kullanmayan 100 anneden 63’ü çocukları için EasyFishoil ile düzenli olarak balık yağı kullanmaya başlıyor.\* \*Nielsen tarafından 8-16 Eylül 2020 tarihleri arasında İstanbul, Ankara ve İzmir illerinde 2-11 yaş arası çocuğu olan toplam 411 anneyle yürütülen online araştırma sonuçlarına dayanmaktadır.”* ifadelerine yer verildiği, bu itibarla, *“Çocuğu tadını ve kokusunu sevmediğinden dolayı balık yağı kullanmayan 100 anneden 63’ü çocukları için EasyFishoil ile düzenli olarak balık yağı kullanmaya başlıyor.”* ifadesinin Easyfishoil dışındaki balık yağlarının tadı ve kokusunun çocuklar tarafından sevilmediği ve tadı ve kokusu güzel olan Easyfishoil’in tercih edilmesi gerektiği şeklinde bir izlenim oluşturarak rakip firma ürünlerine yönelik kötüleme içerdiği,

Bu itibarla, inceleme konusu reklam ve tanıtımlarda yer verilen bu iddialar tüketicilerle yapılmış anket çalışmalarına dayandırılmakla birlikte anket çıktılarına bağlı olarak yer verilen bu ifadelerin tüketici algısını rakip firma ürünleri aleyhine yönlendirmeyi amaçladığı, ayrıca rakip firma ürünlerine yönelik kötüleme içeren söz konusu ifadelerle rakipler aleyhine haksız rekabete yol açıldığı;

f)Firmaya ait **“**EasyVit” isimli Youtube kanalının, https://www.youtube.com/watch?v=jq\_jf71AMvk URL adresinde yayınlanan “Easyfishoil – O İş Bende!” başlıklı reklamda, bir anne ile küçük kızı arasında geçen karşılıklı konuşmada, “-Küçük kız çocuğu: Anneciğim, bu günkü Easyfishoil’imi alabilir miyim? – Anne: Hiç değilse bu normal!” şeklinde sözlü ifadelere yer verilerek annesinden günlük Easyfishoil’ini isteyen çocuk ile bu durumu normal olarak nitelendiren annenin tasvir edildiği, bununla birlikte, reklamdaki kız çocuğunun yaş grubunun özellikleri dikkate alındığında o yaştaki bir çocuğun annesinden günlük takviye edici gıdasını istemesinin normal olarak karşılanamayacağı, diğer yandan, çocuğun annesinden günlük Easyfishoil'ini istemesinin Easyfishoil'in her çocuk tarafından her gün kullanılması gereken olmazsa olmaz elzem bir gıda takviyesiymiş izlenimi oluşturduğu, bu durumun ise Takviye Edici Gıdalar Tebliği'nde yer alan "Takviye edici gıdalar normal beslenmenin yerine geçemez" hükmüne aykırılık oluşturduğu, ayrıca söz konusu tanıtımın Easyfishoil’i kullanmanın çocuğa, yaşıtı olan diğer çocuklara göre fiziksel, sosyal veya psikolojik bir üstünlük sağlayacağına veya Easyfishoil’i kullanmamanın aksi yönde bir etki oluşturacağına yönelik bir mesaj içerdiği, bu nedenle, söz konusu reklam ve tanıtımların, Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin “Çocuklara yönelik reklamlar” başlıklı 24/1-c maddesine aykırı olarak değerlendirildiği;

g)Firmaya ait “easyvitailesi” isimli Instagram sayfasının https://www.instagram.com/p/B\_4fsASD3G9/ URL adresinde 07.05.2020 tarihinde yayınlanan reklamda, “Boğazına kapsül/hap formunda balık yağı kaçtığı için öksüren ve boğulmakta olduğu görülen bir kadının” fotoğrafı ile birlikte paylaşımın açıklama bölümünde *“Siz de balık yağı kapsüllerini, haplarını yutarken zorlananlardan mısınız? Hatta onu yutacağıma hiç kullanmam diyenlerden misiniz? Artık EasyFishoil yetişkin form var. Şeker ilavesiz, kolay kullanılan, susuz tüketilebilen çiğnenebilir jel form ile balık yağı kullanmak artık çok kolay. #omega3 #balıkyağı #çiğnenebilir #jelform #concordix #easyfishoil #yetişkinform #easyvitailesi”* şeklinde ifadelere yer verildiği, söz konusu tanıtımın kapsül formunda satışı yapılan balık yağı ürünlerine yönelik açık bir kötüleme içerdiği, anılan paylaşım ile tüketici algısı ve korkuları istismar edilerek rakipler aleyhine haksız rekabet yaratıldığı, ayrıca kolay kullanıldığı ve susuz tüketildiği belirtilen firma ürünü ile boğazda kaldığı ve zor yutulduğu öne sürülen kapsül formdaki balık yağları arasında bir karşılaştırmayı da içeren söz konusu tanıtımın, Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin “Karşılaştırmalı reklamlar” başlıklı 8/3 maddesinin, *“Takviye edici gıdaların karşılaştırmalı reklamı ise hiçbir şekilde yapılamaz.”* hükmünü ihlal ettiği;

h)Televizyon kanallarında ve firmaya ait “EasyVit” isimli Youtube kanalının https://www.youtube.com/watch?v=v1mZJsGFFP8 URL adresinde 22.04.2021 tarihinde yayınlanan “Çocuklar Balık Yağına EasyFishoil ile başlıyor” başlıklı reklam filminde, *“Türkiye’deki çocukların büyük bir bölümünün düzenli olarak balık yağı kullanımına EasyFishoil ile başladığını biliyor muydunuz? Siz de EasyFishoil balık yağı dünyasında bize katılın”* sesli ifadelerine ve alt yazı olarak, *“İlaç değildir, takviye edici gıdadır. Nielsen tarafından Eylül 2020’de anneler ile gerçekleştirilen tüketici anketi sonuçlarına göre.”* şeklinde ifadelere yer verildiği,

Diğer yandan, firmaya ait www.easyfishoil.com adresli internet sitesinde yayınlanan reklamlarda, inceleme konusu reklam filminde belirtilen Nielsen firması tarafından yapılan araştırmaya atıfta bulunularak, *“100 anneden 63’ü EasyFishoil ile düzenli balık yağı kullanımına başlıyor! Çocuğu tadını ve kokusunu sevmediğinden dolayı balık yağı kullanmayan 100 anneden 63’ü çocukları için EasyFishoil ile düzenli olarak balık yağı kullanmaya başlıyor. \*\** *Nielsen tarafından 8-16 Eylül 2020 tarihleri arasında İstanbul, Ankara ve İzmir illerinde 2-11 yaş arası çocuğu olan toplam 411 anneyle yürütülen online araştırma sonuçlarına dayanmaktadır.”* şeklinde tanıtımlarda bulunulduğu,

Bu itibarla, Nielsen firması tarafından yapılan anket kapsamında,*“100 anneden 63’ü EasyFishoil ile düzenli balık yağı kullanımına başlıyor! Çocuğu tadını ve kokusunu sevmediğinden dolayı balık yağı kullanmayan 100 anneden 63’ü çocukları için EasyFishoil ile düzenli olarak balık yağı kullanmaya başlıyor”* şeklinde bir tespitte bulunulmakla birlikte, 3 ildeki 411 annenin sadece yüzde 63’ünün (259 kişi) Easyfishoil ile düzenli balık yağı kullanmaya başladığını belirtmesinin, “Türkiye’deki çocukların büyük bir bölümü” iddiasını hiçbir koşulda desteklemediği, dolayısıyla söz konusu iddianın, Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin “Doğruluk ve dürüstlük” başlıklı 7/8 maddesinin *“(8) Reklamlarda yer alan; a) Araştırma sonuçları veya bilimsel yayınlardan yapılan alıntılar çarpıtılamaz. b) İstatistikler gerçekte olduklarından farklı sonuçlar doğuracak biçimde sunulamaz. (...)”* hükümlerine aykırı olarak değerlendirildiği,

Diğer yandan, kısa bir süre içinde, ülkemizin üç şehrinde ve az sayıda katılımcı ile yapılan bir ankete dayanılarak tüm Türkiye geneline yönelik bir iddiada bulunulmasının tüketicileri aldatıcı-yanıltıcı nitelikte olduğu, ayrıcasöz konusu tanıtım ile Türkiye’deki çocukların büyük bir bölümünün diğer balık yağlarını denemekle birlikte tadını ve kokusunu beğenmedikleri için düzenli olarak balık yağı kullanımına başlamadıkları, ancak Easyfishoil denedikten sonra düzenli balık yağı kullanımına başladıkları şeklinde bir izlenim oluşturulduğu, bu durumun ise rakipler aleyhine haksız rekabete yol açıcı ve rakip firma ürünlerini kötüleyici nitelikte olduğu;

ı)Firma tarafından "Easyvit Multi" adlı ürüne ilişkin olarak "easyvitailesi" isimli Instagram hesabının https://www.instagram.com/p/B-DQmRIDHsE/ URL adresinde 23.03.2020 tarihinde yayınlanan reklamda, *"Kaslı kollarını göstererek pazılarını sıkan bir bebeğin fotoğrafına, ön planda ürünün görseli ile hemen sağ tarafında havuç, limon, portakal, elma gibi meyveler ile dereotu ve maydanoz olduğu anlaşılan bazı yeşilliklerin görüntülerine ve bunların ortasında bir bardak portakal suyu görseline"* yer verildiği, reklam paylaşımının açıklama bölümünde ise, *"Çocuklarımızın doğru beslenmesi, vitamin ve mineral açısından zengin besinler alması çok önemli. Bunların yanı sıra bir takviye ihtiyacınız varsa EasyVit Multi tüm eczanelerde. #easyvitmulti #easyfishoil #easyq #easydefence #vitaminler #easyvitailesi"* şeklinde yazılı ifadelerin yer aldığı,

Bu kapsamda, "Easyvit Multi" adlı ürünün içeriğinde havuç, portakal, elma, maydanoz ve dereotu gibi meyve ve sebzeler bulunmamakla birlikte reklam paylaşımında söz konusu gıdaların fotoğraflarına yer verilerek firma ürününün tüm bu gıdaları ve bu gıdaların sahip olduğu besin öğelerini içeren bir multivitamin olduğu izlenimi oluşturulduğu, böylece "Easyvit Multi" adlı ürün söz konusu gıdalarla bir tutularak bu gıdaların sağladığı tüm faydaların firma ürünü tarafından tek başına sağlanıyormuş gibi bir algı yaratıldığı, bilindiği üzere, yürürlükte olan mevzuat hükümleri gereğince takviye edici gıdaların normal beslenmenin yerine geçecek şekilde tanıtılamayacağı, dolayısıyla, inceleme konusu reklam görselinin bu haliyle tüketicileri yanıltıcı ve mevzuata aykırı olduğu,

Diğer yandan, Takviye Edici Gıdalar Tebliği’nin (Tebliğ No:2013/49) “Etiketleme” başlıklı 13/2 maddesinde, *"ğ)(Değişik:RG-21/11/2015-29539)2 yaşın altındaki bebek ve küçük çocuklar için takviye edici gıda üretilemez ve piyasaya arz edilemez."* hükmünün yer aldığı, bu kapsamda, anılan reklam görselinde 2 yaş altında olduğu açık olan bir bebeğin fotoğrafı kullanılarak firma ürününün bebeklerde güvenle kullanılabileceği algısının oluşturulmasının söz konusu madde hükmünü ihlal ettiği, ayrıca paylaşımın yorumlar bölümünde "Ürünün 2 yaşındaki küçük çocuklar için kullanımının uygun olup olmadığını soran" bir tüketiciye, firma kurumsal sosyal medya hesabı tarafından "Uygundur" anlamına gelen bir cevap verilmesinin de açıkça mevzuata aykırı olarak değerlendirildiği, diğer yandan, görselde yer alan bebeğin "güçlü" ve "kaslı" görüntüsünün kaynağının "Easyvit Multi" adlı ürün olduğu şeklinde aldatıcı bir izlenim uyandırılarak tüketicilerin bebekleri için söz konusu ürünü tüketmeye teşvik edilmelerinin kamu sağlığını tehdit edici nitelikte olduğu, bu hususlara ek olarak, bebeğin kaslı ve güçlü görüntüsünün firma ürünü tarafından sağlandığı şeklinde bir mesaj verilmesinin mevzuatta izin verilen sınırların dışına çıkan bir sağlık beyanı olarak değerlendirildiği;

i)Bir örneği https://www.youtube.com/watch?v=zpxjivybgX4 URL adresinde yer alan ve firma tarafından hazırlandığı görülen “Uzman Görüşü – Easyfishoil” başlıklı reklam filminde, Levent GÖKGÜNNEÇ isimli eczacı tarafından Easyfishoil ile sıvı balık yağı karşılaştırmasının anlatıldığı, bu itibarla, Easyfishoil ile likit formdaki balık yağları arasında karşılaştırma yapılan reklamın, Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin “Karşılaştırmalı reklamlar” başlıklı 8/3 maddesinin, *“Takviye edici gıdaların karşılaştırmalı reklamı ise hiçbir şekilde yapılamaz.”* hükmünü ihlal ettiği, diğer yandan, reklamda yer alan *“Balık yağını şurup formunda veya likit formda aldığımız zaman mide sıvısıyla homojen şekilde karışmıyor ve mide sıvısının üzerinde bir tabaka oluşturuyor yağ tabakası oluşturuyor. Bu da daha sonradan ağzımıza gelen kötü balık tadına, gaza ve reflüye yol açabiliyor.”* gibi beyanların piyasada satışı yapılan likit formdaki balık yağı ürünlerine yönelik kötüleme içerdiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

- 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 Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği’nin 5/1, 5/2, 8/2, 9/1, 9/2 ve 13/1, 13/2 ve 15/1-c maddeleri,

- Takviye Edici Gıdalar Tebliği’nin 13/2-ğ maddesi,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 6/1, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/8, 8/3, 9, 10, 24/1-b, 24/1-c, 26 ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna ,

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

**94)**

**Dosya No: 2021/1892**

**Şikayet Edilen: Dardanel Önentaş Gıda Sanayi A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait "dardanel" isimli Instagram sayfasında “Dardanel Ton” markalı gıda ürünlerine yönelik olarak 11.06.2021 tarihinde yayınlanan reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 11.06.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan inceleme sonucunda, firmaya ait "dardanel" isimli Instagram sayfasında “Dardanel Ton” markalı gıda ürünlerine yönelik olarak 11.06.2021 tarihinde yayınlanan paylaşımda, paylaşımın yayınlandığı gün oynanacak olan ve aynı zamanda EURO 2020 Avrupa Futbol Şampiyonası'nın da açılış maçı olan İtalya-Türkiye futbol karşılaşmasına atıf yapılarak, "*Bu akşam makarnaya koyuyoruz!"* ifadelerinin ve ton balıklı makarna görselinin yer aldığı bir reklamın yayınlandığı, söz konusu reklam paylaşımının kamuoyunda oluşan tepki üzerine kısa bir süre sonra yayından kaldırıldığı,

Firma tarafından bir gün sonra kurumsal sosyal medya hesaplarında yayınlanan özür metninde, *“11 Haziran tarihinde sosyal medya hesaplarımızda yapılan paylaşımdan dolayı, başta kadınlarımız olmak üzere tüm kamuoyundan özür diliyoruz. Dikkatimizden kaçan ve kurum kültürümüzü hiçbir şekilde yansıtmayan bu paylaşımı hazırlayan kurumlar ile de ilişkilerimizin sonlandırılacağını kamuoyuna saygı ile bildiririz. Kadın çalışanlarımızın emeği ile bugünlere gelmiş bir firma olarak şu andan itibaren iletişimimiz ve sosyal sorumluluk girişimlerimizde bu bilinci yerine getirmek için çok daha fazla çalışacağız. Saygılarımızla, Dardanel”* şeklinde beyanlara yer verildiği hususları tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, firmaya ait "dardanel" isimli Instagram sayfasında “Dardanel Ton” markalı gıda ürünlerine yönelik olarak 11.06.2021 tarihinde yayınlanan paylaşımda, paylaşımın yayınlandığı gün oynanacak olan ve aynı zamanda EURO 2020 Avrupa Futbol Şampiyonası'nın da açılış maçı olan İtalya-Türkiye futbol karşılaşmasına atıf yapılarak, *"Bu akşam makarnaya koyuyoruz*!" ifadelerinin ve ton balıklı makarna görselinin yer aldığı bir reklam yayınlandığı, söz konusu reklamda, İtalyanların milli yemeği olarak kabul edilen makarna İtalya milli futbol takımı ile bir tutularak Türk milli futbol takımımızın rakibi İtalya karşısında galip geleceği şeklinde bir imada bulunulduğu, bununla birlikte, söz konusu reklam mesajının, *"Bu akşam makarnaya koyuyoruz!"* şeklinde argo bir dille ifade edilmesinin genel ahlak kurallarına aykırı, şiddet hareketleri ile yasadışı veya kınanacak davranışlara yol açıcı veya bu davranışları özendirici/destekleyici nitelikte olduğu ve aynı zamanda ırk ve cinsiyet gibi kişilik özelliklerine yönelik kötüleme, istismar, önyargı ve ayrımcılık içerdiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu reklamın;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/1-a, 5/1-c, 5/1-d, 5/1-e, 10 ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre, reklam veren **Dardanel Önentaş Gıda Sanayi 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.

**95)**

**Dosya No: 2021/2149**

**Şikayet Edilen: Vitabiotics Sağlık Ürünleri Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından "Perfectil" isimli takviye edici gıdaya ilişkin olarak televizyon kanallarında, www.vitabiotics.com.tr adresli internet sitesinde, "Vitabiotics TR" isimli Youtube kanalında ve firmaya ait kurumsal sosyal medya sayfalarında yayınlanan reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, Televizyon

**Tespitler:** Yapılan inceleme sonucunda, firma tarafından "Perfectil" adlı ürüne ilişkin olarak www.vitabiotics.com.tr adresli internet sitesinde yayınlanan reklamlarda, *"Sadece 1 ayda gözle görülür değişim. Saç, cilt ve tırnaklar için içeriden gelen güzellik formülü. Ürün Bilgisi - Sadece bir ayda gözle görülür değişim için Perfectil, senin vitaminin. Perfectil; cildin, saçların ve tırnakların için gerekli vitamin ve mineralleri en uç noktaya kadar ileterek üçlü destek sağlar. Perfectil; saç, cilt ve tırnak sağlığını desteklemek isteyenler için Vitabiotics’in beslenme uzmanları tarafından formüle edilmiş İngiltere’nin en çok tercih edilen güzellik vitaminidir. Kraliçe İnovasyon Ödüllü Güzellik Vitamini - İngiltere’nin bir numaralı vitamin şirketi olarak, Kraliçe 2. Elizabeth’in 92. doğum günü 21 Nisan 2018’ de sunduğumuz olağanüstü ürün ve hizmet kalitesi ile Kraliçe İnovasyon Ödülü’nü almaya hak kazandığımızı belirtmekten büyük bir onur duyuyoruz. Perfectil içerisindeki esansiyel elementler saç folikülleri, tırnak yatağı ve cildin en derin tabakalarını kan dolaşımı yoluyla ulaşır. Perfectil aynı zamanda, geniş kapsamlı vitamin & mineral içeriği ile günlük ihtiyacınız olan desteği de size sağlar. Perfectil içerdiği Biotin, Niasin, Riboflavin ve Çinko ile normal cildin korunmasına katkıda bulunurken; Biotin, Selenyum ve Çinko normal saçın korunmasına katkıda bulunur... Hayatınızın hangi evresinde olursanız olun, Perfectil® SAÇ, CİLT ve TIRNAKLARINIZ için ÜÇLÜ DESTEK göstererek günlük güzellik rutininizin ayrılmaz bir parçası olmak için dizayn edilmiştir... Perfectil vücudun diğer bölgelerinde de tüylenmeye sebep olur mu? Perfectil, saç kökündeki folikülleri destekleyen vitamin, mineral ve sülfürlü amino asitler içererek normal saçın korunmasına katkıda bulunur. Vücudun diğer bölgelerinde tüylenmeye sebep olmaz... Perfectil kollajen sentezini destekler mi? Perfectil, içerisindeki C vitamini sayesinde cildin normal fonksiyonu için gerekli olan normal kollajen oluşumuna katkıda bulunur. Perfectil®'in yanında ekstra olarak Ultra Vitamin C kullanmanızda sakınca yoktur... Perfectil kilo aldırır mı? Perfectil içerisindeki Krom sayesinde insülin direncini düşürür. Böylelikle kilo aldırmaz..."* şeklinde tanıtım ve ifadelere yer verildiği,

Firmaya ait "vitabioticstr" isimli kurumsal Instagram sayfasında "Perfectil" adlı takviye edici gıdaya ilişkin olarak yayınlanan tanıtımlarda; https://www.instagram.com/p/CPS5AFQqZlz/ URL adresinde 25.05.2021 tarihinde yayınlanan paylaşımda, *"#BirAydaGözleGörülürDeğişim #bağışıklık"* etiketlerine yer verildiği, https://www.instagram.com/p/CPNmL7DrNrx/ URL adresinde 23.05.2021 tarihinde yayınlanan paylaşımda, *"Güzellik vitamini Perfectil; geniş kapsamlı vitamin ve mineral içeriği ile cildinin, saçlarının ve tırnaklarının günlük ihtiyacını tek bir tablet ile karşılar. #Vitabiotics #SeninVitaminin #Perfectil #BirAydaGözleGörülürDeğişim #ciltsağlığı #ciltbakımı#sağlıklıbronzlaşmak #üzümçekirdeği #çinko #biotin #cvitamini #kollajen #selenyum"* ifadelerine yer verildiği, https://www.instagram.com/p/CO72LUILDqu/ URL adresinde 16.05.2021 tarihinde yayınlanan paylaşımda, *"Perfectil’in içeriğindeki Selenyum ve Çinko ile normal tırnakların korunmasına katkıda bulunabilirsin. Perfectil, içerdiği esansiyel elementler ile saç folikülleri, tırnak yatağı ve cildin en derin tabakalarına kan dolaşımı yoluyla ulaşır. #BirAydaGözleGörülürDeğişim #GüzellikVitamini #bağışıklık"* şeklinde ifadelere yer verildiği, https://www.instagram.com/p/CPF9A7lLB10/ URL adresinde 20.05.2021 tarihinde yayınlanan paylaşımda, *"Güneşlenmeyi hepimiz özledik! Koruma faktörlü güneş kremleri ile güneşin tadını çıkarırken aynı zamanda cildini içeriden de korumaya destek olacak bir güzellik vitaminine ne dersin? Perfectil içerdiği Biotin, Niasin, Riboflavin ve Çinko ile normal cildin korunmasına katkıda bulunur. C vitamini ile cildin normal fonksiyonu icin gerekli olan normal kollajen oluşumuna katkıda bulunur. #Vitabiotics #SeninVitaminin #Perfectil #BirAydaGözleGörülürDeğişim #ciltsağlığı #ciltbakımı #sağlıklıbronzlaşmak #üzümçekirdeği #çinko #biotin #cvitamini #kollajen"* şeklinde ifadelere yer verildiği, https://www.instagram.com/p/COXxvCrrejL/ URL adresinde 02.05.2021 tarihinde yayınlanan paylaşımda ise, *“Ruhunu beslemenin yanında doğal güzelliğini de içeriden destekleyecek bir besin takviyesi arıyorsan, bir ayda gözle görülür değişim için Perfectil’i yanından ayırma! #SeninVitaminin #Vitabiotics #Perfectil #SadeceBirAydaGözleGörülürDeğişim #bağışıklık #çinko #biotin #selenyum #ciltbakımı #tırnakbakımı #saçbakımı"* şeklinde ifadelerin yer aldığı,

Benzer tanıtımların firmaya ait Facebook ve Twitter kurumsal sosyal medya sayfalarında da yayınlandığı,

Firmaya ait "Vitabiotics TR" isimli Youtube kanalının https://www.youtube.com/watch?v=jmugnjx3YIo URL adresinde ve aynı zamanda televizyon kanallarında yayınlanan reklam filminde, *"Cildinde, saçında, tırnaklarında sadece 1 ayda gözle görülür değişim için Perfectil. Senin vitaminin, Vitabiotics'ten"* sesli ifadelerine, ekranda durağan yazı olarak, *"Sadece 1 Ayda\* Gözle Görülür Değişim. Perfectil. Takviye edici gıdadır. Sadece Eczanelerde. Vitabiotics, UK's No.1 Vitamin Company"* ifadelerine ve alt yazı olarak ise, *"Nielsen GB ScanTrack toplam kapsam birim satışlarına göre İngiltere'nin 1 numaralı güzellik vitaminidir. Tüketici çalışması sonuçlarına dayanmaktadır."* şeklinde ifadelere yer verildiği,

https://www.youtube.com/watch?v=C\_XOsRmM7Yw URL adresinde ve televizyon kanallarında yayınlanan reklam filminde, *"Perfectil'in içeriğindeki Biotin cildinin, Çinko saçlarının, Selenyum tırnaklarının korunmasına katkıda bulunur. Sadece 1 ayda gözle görülür değişim için Perfectil. Senin vitaminin, Vitabiotics'ten"* sesli ifadelerine, ekranda durağan yazı olarak, *"Sadece 1 Ayda\* Gözle Görülür Değişim. Perfectil. Sadece Eczanelerde. Vitabiotics, UK's No.1 Vitamin Company"* ifadelerine ve alt yazı olarak ise, *"Takviye edici gıdadır. Nielsen GB ScanTrack toplam kapsam birim satışlarına göre İngiltere'nin 1 numaralı güzellik vitaminidir. Tüketici çalışması sonuçlarına dayanmaktadır."* şeklinde ifadelere yer verildiği, ayrıca 23.04.2021 tarihinde FOX TV'de yayınlandığı tespit edilen benzer içerikli televizyon reklamında, yukarıda açıklanan ifadelerin dışında, *"Perfectil cildin, saçların ve tırnakların için gerekli vitamin ve mineralleri en uç noktaya kadar ileterek güçlü destek sağlar... Günlük bakım rutinini İngiltere'nin 1 numaralı güzellik vitamini Perfectil ile tamamla"* şeklinde sesli ifadelerin de yer aldığı,

https://www.youtube.com/watch?v=U7gDuDt-ww8 URL adresinde yayınlanan "Saç & Cilt & Tırnak Sağlığını İçeriden Besleyin - Perfectil" başlıklı tanıtım filminde ise, "Mehmet Müderrisoğlu" isimli bir eczacı tarafından Perfectil adlı ürüne ilişkin olarak çeşitli sağlık beyanlarıyla ürünün tavsiyesini belirten tanıtımlarda bulunulduğu

Bu hususlara ek olarak, inceleme konusu reklamlarda "1 Ayda Gözle Görülür Değişim" iddiasına dayanak olarak "Tüketici araştırması sonuçlarına dayanmaktadır" şeklinde bir açıklamada bulunulduğu, söz konusu tüketici araştırmasının firmanın kendisi tarafından gerçekleştirildiği ve araştırmanın sonuç raporunun 1998 yılı Ocak ayı tarihli olduğu hususları tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, firma tarafından "Perfectil" adlı ürüne ilişkin olarak www.vitabiotics.com.tr adresli internet sitesinde yayınlanan reklamlarda, *"Sadece 1 ayda gözle görülür değişim. Saç, cilt ve tırnaklar için içeriden gelen güzellik formülü. Ürün Bilgisi - Sadece bir ayda gözle görülür değişim için Perfectil, senin vitaminin. Perfectil; cildin, saçların ve tırnakların için gerekli vitamin ve mineralleri en uç noktaya kadar ileterek üçlü destek sağlar. Perfectil; saç, cilt ve tırnak sağlığını desteklemek isteyenler için Vitabiotics’in beslenme uzmanları tarafından formüle edilmiş İngiltere’nin en çok tercih edilen güzellik vitaminidir. Kraliçe İnovasyon Ödüllü Güzellik Vitamini - İngiltere’nin bir numaralı vitamin şirketi olarak, Kraliçe 2. Elizabeth’in 92. doğum günü 21 Nisan 2018’ de sunduğumuz olağanüstü ürün ve hizmet kalitesi ile Kraliçe İnovasyon Ödülü’nü almaya hak kazandığımızı belirtmekten büyük bir onur duyuyoruz. Perfectil içerisindeki esansiyel elementler saç folikülleri, tırnak yatağı ve cildin en derin tabakalarını kan dolaşımı yoluyla ulaşır. Perfectil aynı zamanda, geniş kapsamlı vitamin & mineral içeriği ile günlük ihtiyacınız olan desteği de size sağlar. Perfectil içerdiği Biotin, Niasin, Riboflavin ve Çinko ile normal cildin korunmasına katkıda bulunurken; Biotin, Selenyum ve Çinko normal saçın korunmasına katkıda bulunur... Hayatınızın hangi evresinde olursanız olun, Perfectil® SAÇ, CİLT ve TIRNAKLARINIZ için ÜÇLÜ DESTEK göstererek günlük güzellik rutininizin ayrılmaz bir parçası olmak için dizayn edilmiştir... Perfectil vücudun diğer bölgelerinde de tüylenmeye sebep olur mu? Perfectil, saç kökündeki folikülleri destekleyen vitamin, mineral ve sülfürlü amino asitler içererek normal saçın korunmasına katkıda bulunur. Vücudun diğer bölgelerinde tüylenmeye sebep olmaz... Perfectil kollajen sentezini destekler mi? Perfectil, içerisindeki C vitamini sayesinde cildin normal fonksiyonu için gerekli olan normal kollajen oluşumuna katkıda bulunur. Perfectil®'in yanında ekstra olarak Ultra Vitamin C kullanmanızda sakınca yoktur... Perfectil kilo aldırır mı? Perfectil içerisindeki Krom sayesinde insülin direncini düşürür. Böylelikle kilo aldırmaz...*" şeklinde tanıtım ve ifadelere yer verildiği,

Firmaya ait "vitabioticstr" isimli kurumsal Instagram sayfasında "Perfectil" adlı takviye edici gıdaya ilişkin olarak yayınlanan tanıtımlarda; https://www.instagram.com/p/CPS5AFQqZlz/ URL adresinde 25.05.2021 tarihinde yayınlanan paylaşımda, *"#BirAydaGözleGörülürDeğişim #bağışıklık"* etiketlerine yer verildiği, https://www.instagram.com/p/CPNmL7DrNrx/ URL adresinde 23.05.2021 tarihinde yayınlanan paylaşımda, *"Güzellik vitamini Perfectil; geniş kapsamlı vitamin ve mineral içeriği ile cildinin, saçlarının ve tırnaklarının günlük ihtiyacını tek bir tablet ile karşılar. #Vitabiotics #SeninVitaminin #Perfectil #BirAydaGözleGörülürDeğişim #ciltsağlığı #ciltbakımı#sağlıklıbronzlaşmak #üzümçekirdeği #çinko #biotin #cvitamini #kollajen #selenyum"* ifadelerine yer verildiği, https://www.instagram.com/p/CO72LUILDqu/ URL adresinde 16.05.2021 tarihinde yayınlanan paylaşımda, *"Perfectil’in içeriğindeki Selenyum ve Çinko ile normal tırnakların korunmasına katkıda bulunabilirsin. Perfectil, içerdiği esansiyel elementler ile saç folikülleri, tırnak yatağı ve cildin en derin tabakalarına kan dolaşımı yoluyla ulaşır. #BirAydaGözleGörülürDeğişim #GüzellikVitamini #bağışıklık"* şeklinde ifadelere yer verildiği, https://www.instagram.com/p/CPF9A7lLB10/ URL adresinde 20.05.2021 tarihinde yayınlanan paylaşımda, *"Güneşlenmeyi hepimiz özledik! Koruma faktörlü güneş kremleri ile güneşin tadını çıkarırken aynı zamanda cildini içeriden de korumaya destek olacak bir güzellik vitaminine ne dersin? Perfectil içerdiği Biotin, Niasin, Riboflavin ve Çinko ile normal cildin korunmasına katkıda bulunur. C vitamini ile cildin normal fonksiyonu icin gerekli olan normal kollajen oluşumuna katkıda bulunur. #Vitabiotics #SeninVitaminin #Perfectil #BirAydaGözleGörülürDeğişim #ciltsağlığı #ciltbakımı #sağlıklıbronzlaşmak #üzümçekirdeği #çinko #biotin #cvitamini #kollajen"* şeklinde ifadelere yer verildiği, https://www.instagram.com/p/COXxvCrrejL/ URL adresinde 02.05.2021 tarihinde yayınlanan paylaşımda ise, *“Ruhunu beslemenin yanında doğal güzelliğini de içeriden destekleyecek bir besin takviyesi arıyorsan, bir ayda gözle görülür değişim için Perfectil’i yanından ayırma! #SeninVitaminin #Vitabiotics #Perfectil #SadeceBirAydaGözleGörülürDeğişim #bağışıklık #çinko #biotin #selenyum #ciltbakımı #tırnakbakımı #saçbakımı"* şeklinde ifadelerin yer aldığı,

Benzer tanıtımların firmaya ait Facebook ve Twitter kurumsal sosyal medya sayfalarında da yayınlandığı,

Firmaya ait "Vitabiotics TR" isimli Youtube kanalınınhttps://www.youtube.com/watch?v=jmugnjx3YIo URL adresinde ve aynı zamanda televizyon kanallarında yayınlanan reklam filminde, *"Cildinde, saçında, tırnaklarında sadece 1 ayda gözle görülür değişim için Perfectil. Senin vitaminin, Vitabiotics'ten"* sesli ifadelerine, ekranda durağan yazı olarak, *"Sadece 1 Ayda\* Gözle Görülür Değişim. Perfectil. Takviye edici gıdadır. Sadece Eczanelerde. Vitabiotics, UK's No.1 Vitamin Company"* ifadelerine ve alt yazı olarak ise, *"Nielsen GB ScanTrack toplam kapsam birim satışlarına göre İngiltere'nin 1 numaralı güzellik vitaminidir. Tüketici çalışması sonuçlarına dayanmaktadır."* şeklinde ifadelere yer verildiği,

https://www.youtube.com/watch?v=C\_XOsRmM7Yw URL adresinde ve televizyon kanallarında yayınlanan reklam filminde, *"Perfectil'in içeriğindeki Biotin cildinin, Çinko saçlarının, Selenyum tırnaklarının korunmasına katkıda bulunur. Sadece 1 ayda gözle görülür değişim için Perfectil. Senin vitaminin, Vitabiotics'ten"* sesli ifadelerine, ekranda durağan yazı olarak, *"Sadece 1 Ayda\* Gözle Görülür Değişim. Perfectil. Sadece Eczanelerde. Vitabiotics, UK's No.1 Vitamin Company"* ifadelerine ve alt yazı olarak ise, *"Takviye edici gıdadır. Nielsen GB ScanTrack toplam kapsam birim satışlarına göre İngiltere'nin 1 numaralı güzellik vitaminidir. Tüketici çalışması sonuçlarına dayanmaktadır."* şeklinde ifadelere yer verildiği, ayrıca 23.04.2021 tarihinde FOX TV'de yayınlandığı tespit edilen benzer içerikli televizyon reklamında, yukarıda açıklanan ifadelerin dışında, *"Perfectil cildin, saçların ve tırnakların için gerekli vitamin ve mineralleri en uç noktaya kadar ileterek güçlü destek sağlar... Günlük bakım rutinini İngiltere'nin 1 numaralı güzellik vitamini Perfectil ile tamamla"* şeklinde sesli ifadelerin de yer aldığı,

https://www.youtube.com/watch?v=U7gDuDt-ww8 URL adresinde yayınlanan "Saç & Cilt & Tırnak Sağlığını İçeriden Besleyin - Perfectil" başlıklı tanıtım filminde ise, "Mehmet Müderrisoğlu" isimli bir eczacı tarafından Perfectil adlı ürüne ilişkin olarak mevzuatta izin verilen sınırların dışına çıkan sağlık beyanlarıyla ürünün tavsiyesini belirten tanıtımlarda bulunulduğu,

Bu itibarla, yukarıda detaylarıyla açıklanan reklam ve tanıtımlarda altı çizili olarak vurgulanan ifadelerin tanıtımı yapılan Perfectil adlı ürünü insan sağlığıyla ilişkilendiren ve mevzuatta izin verilen sınırların dışına çıkan sağlık beyanları olduğu, bu tür beyanlarla sadece bir takviye edici gıda olan söz konusu ürünün saç, cilt ve tırnak sağlığını desteklediği, kullanan kişileri güzelleştirdiği ve saçların, cildin ve tırnakların görünümünde 1 ayda gözle görülür değişim yarattığı şeklinde yanıltıcı bir izlenim oluşturularak anılan ürünün sanki bir ilaç veya beşeri tıbbi ürün gibi tanıtıldığı, yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre takviye edici gıdalar için bu tür sağlık beyanlarının kullanılmasının kesinlikle yasak olduğu, bir ürüne ilişkin olarak her hangi bir sağlık beyanında bulunabilmesi için ilgili idari otoriteden (Sağlık Bakanlığı Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Kurumu) izin alınması gerektiği, kullanılan bu beyanlar için ilgili otoriteden izin alınmadığından söz konusu beyanların doğruluğunun bilimsel olarak ispat edilmiş sayılamayacağı, dolayısıyla doğruluğu bilimsel olarak ispat edilmemiş bu beyanlarla tüketicilerin aldatılıp yanıltıldığı,

Diğer yandan, 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 "*Perfectil içerdiği Biotin, Niasin, Riboflavin ve Çinko ile normal cildin korunmasına katkıda bulunurken... Perfectil, saç kökündeki folikülleri destekleyen vitamin, mineral ve sülfürlü amino asitler içererek normal saçın korunmasına katkıda bulunur... Perfectil, içerisindeki C vitamini sayesinde cildin normal fonksiyonu için gerekli olan normal kollajen oluşumuna katkıda bulunur... Perfectil içerdiği Biotin, Niasin, Riboflavin ve Çinko ile normal cildin korunmasına katkıda bulunur. C vitamini ile cildin normal fonksiyonu icin gerekli olan normal kollajen oluşumuna katkıda bulunur."* şeklindeki sağlık beyanlarının "Perfectil" adlı ürüne atıf yapacak ve beyanda belirtilen etkilerin ürünün kendisi tarafından sağlandığını öne sürecek şekilde kullanıldığı,

Bu hususlara ek olarak, inceleme konusu reklamlarda yer verilen "1 Ayda Gözle Görülür Değişim" iddiasının bilimsel geçerliliği olan bilgi ve belgelerle ispatlanamadığı, reklamlarda söz konusu iddiaya dayanak olarak "Tüketici araştırması sonuçlarına dayanmaktadır" şeklinde bir açıklamada bulunulmakla birlikte belirtilen tüketici araştırmasının Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin "İspat külfeti" başlıklı 9 uncu maddesi hükmünün gerektirdiği şekilde akredite ya da bağımsız araştırma, test ve değerlendirme kuruluşları tarafından değil doğrudan firmanın kendisi tarafından gerçekleştirildiği, ayrıca firma tarafından 125 tüketici ile yapıldığı belirtilen ve "1 Ayda Gözle Görülür Değişim" iddiasına dayanak gösterilen söz konusu tüketici araştırmasının sonuç raporunun 1998 yılı Ocak ayı tarihli olduğu, bu durumun da yine Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin "İspat külfeti" başlıklı 9/4 maddesinin *"(4) İkinci ve üçüncü fıkralar kapsamında sunulan raporların, reklamda yer alan iddiaları reklamın yayınlandığı dönemde kanıtlar nitelikte olması esastır."* hükmüne aykırı olarak değerlendirildiği,

Öte yandan, https://www.youtube.com/watch?v=U7gDuDt-ww8 URL adresinde yayınlanan "Saç & Cilt & Tırnak Sağlığını İçeriden Besleyin - Perfectil" başlıklı tanıtım filminde, "Mehmet Müderrisoğlu" isimli sağlık meslek mensubu bir eczacı tarafından, eczacıların tüketicilerde sahip olduğu güven algısı da kullanılarak Perfectil adlı ürüne yönelik mevzuatta izin verilen sınırların dışına çıkan sağlık beyanlarıyla ürünün tavsiyesini belirten tanıtımlarda bulunulmasının, Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği’nin 15/1-c maddesi, Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 5/1-i maddesi ve Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 16/3 maddesi hükümlerine açıkça aykırı olduğu,

Ayrıca inceleme konusu reklamlarda yer verilen *"İngiltere'nin 1 numaralı güzellik vitamini Perfectil"* ifadesi, Perfectil ile diğer takviye edici gıdalar arasında yapılan bir karşılaştırmayı da içerdiğinden, Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin “Karşılaştırmalı reklamlar” başlıklı 8/3 maddesinin, *“Takviye edici gıdaların karşılaştırmalı reklamı ise hiçbir şekilde yapılamaz.”* hükmünü ihlal 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 ürünün ilaç veya beşeri tıbbi ürün olduğu algısı oluşturması ve ayrıca eczanelerin tüketicilerde sahip olduğu güven algısı kullanılarak söz konusu ürünün 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 5/1 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, 13/2 ve 15/1 maddeleri,

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna ,

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

**96)**

**Dosya No: 2021/973**

**Şikâyet Edilen: Farmaturk İlaç San. ve Tic. A.Ş.**

**Şikâyet Edilen Reklam:** https://cerebramax.com/ internet adresinde “Cerebramax” isimli ürüne ilişkin reklamlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firma tarafından https://cerebramax.com.tr/ adlı internet sitesinin 17.02.2021 tarihli görünümünde yayımlanan reklamlarda “*Dikkat Eksikliği ve Hiperaktivite Bozukluğu, Öğrenme Güçlüğü (Disleksi), Hızlı öğrenme becerinizi geliştirerek beyninizi daha verimli kullanabilirsiniz, Konsantrasyon Bozukluğu, Beyin Yorgunluğu, Alzheimer ve Demans, Çağımızın hastalığı Alzheimer ve Demans’a karşı tedbirlerini alıp sağlıklı yaşlanmanın keyfini çıkarabilirsin*.” şeklinde beyanlara yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, bahse konu tanıtımlarda ilgili mevzuatta izin verilen sağlık beyanları dışına çıkılarak tanıtımının yapıldığı, tanıtımlarda yer alan ifadelerin bir bütün olarak değerlendirildiğinde “sağlık beyanı” olduğu, yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre herhangi bir ürüne ilişkin olarak sağlık beyanında bulunabilmesi için ilgili idari otoriteden (Sağlık Bakanlığı Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Kurumu) izin alınması gerektiği, kullanılan bu beyanlar için ilgili otoriteden izin alınmadığından söz konusu beyanların doğruluğunun ispat edilmiş sayılamayacağı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu reklamların;

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

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

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

- Türk Gıda Kodeksi Takviye Edici Gıdalar Tebliği’nin (Tebliğ No: 2013/49) 13/2-c maddesi,

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

- 5996 sayılı Veteriner Hizmetleri, Bitki Sağlığı, Gıda ve Yem Kanunu’nun 23/2 ve 24/3’üncü 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 **Farmaturk İlaç San. ve Tic. Anonim Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**97)**

**Dosya No: 2021/1137**

**Şikayet Edilen: Medfors Farma Tıbbi Ürünler San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.medforsfarma.com/tr internet adresinde ve https://www.instagram.com/medforsfarma/ sosyal medya hesabında “Aguline, Korax, GetDirect Elderberry+ ve GetDirect Caffeine+” isimli ürünlere ilişkin reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.medforsfarma.com/tr adlı internet sitesinin 02.12.2020 tarihli görünümünde yayımlanan reklamlarda: “Aguline” adlı ürünün; “*Bağırsaklarında biriken ve atılamayan gazın kolaylıkla atılmasını sağlar. Mide ve bağırsak sistemindeki krampları hafifletir. Hazmını kolaylaştırır ve kabızlığını önler. Bağışıklık sisteminin güçlenmesine destek olur.”* şeklinde, “Korax” adlı ürünün; "*Akut solunum yolu hastalıkları ve kronik bronşiyal hastalıklarla beraber gelişen öksürüğün tedavisine yardımcı olur. Ekspektoran ve Dekonjestan özelliğe sahiptir. Antibakteriyal ve antiviral etkisi ile solunum yolları enfeksiyolarının giderilmesine yardımcı olur. Alkol ve Gluten içermeyen formulasyonu sayesinde 1 yaşından itibaren bebeklerde dahi güvenle kullanılabilir*.” şeklinde, “GetDirect Elderberry+” adlı ürünün; “*Kara mürver yüksek oranda antioksidan içeren, bir çalı bitkisinin koyu renkli meyvesidir. Kara mürver soğuk algınlığı ve nezle semptomlarının şiddetini ve süresini azaltmaya yardımcıdır. Afrika Sardunyası, bağışıklık sistemini güçlendirir, virüslere ve bazı bakterilere karşı etkilidir, antioksidatif özelliğe sahiptir. Okaliptüs, geniş spektrumlu antimikrobiyal etkisi vardır. Yani; yabancı patojenlere ve enfeksiyonlara karşı etkilidir. Ateş düşürücü özelliği de vardır. GetDirect Elderberry+ soğuk algınlığı, grip başlangıcında ve döneminde vücudunuzun güçlü bir şekilde savunulmasına katkıda bulunur.*” şeklinde, “GetDirect Caffeine+” adlı ürünün; “*GetDirect Caffeine+ içerisindeki Micro-pellet teknolojisine sahip Uzun Salınımlı Kafein sayesinde kullananlara; daha fazla uyanıklık hissi, daha uzun süreli konsantrasyon ve daha fazla egzersiz performansı sağlar*.” şeklinde; “Korax ve Aguline” isimli ürünlerin https://www.instagram.com/medforsfarma/ adresli internet sayfasında; "*Havaların soğumaya başlamasıyla birlikte öksürük şikayetleri de artmaya başladı. Korax, oluşan boğaz ağrılarınızı ve öksürüklerinizi bitkisel olarak tedavi etmeye yardımcı olmaya hazır. Tüm eczanelerde bulabilirsiniz. İçeriğinde bulunan meyan kökü ekstratı, kekik, fesleğen, okaliptüs ve nane ile birlikte kronikleşmiş öksürüğe karşı doğal yardımcınız Korax’ı tüm eczanelerde bulabilirsiniz. Korax, soğuk algınlığı ve kronik bronşiyal rahatsızlıklar sebebiyle ortaya çıkan öksürüklerin hafiflemesine ve dolayısı ile rahatlamanıza yardımcı olur. Uyumadan önce Korax’la öksürüğünüz geçsin! Korax, şeker ve alkol içermeyen bitkisel formülü ile uykularınızın öksürükle kaçmasına izin vermez. Bu sayede huzurla uyursunuz. Korax’la öksürüğünüz geçsin! Şeker içermeyen bitkisel formülasyonlu Korax hastalık sırasında ve sonrasında oluşan öksürüğün geçmesine yardımcı olur şeklinde, Aguline adlı ürünün; Yenidoğan bebeklerde en sık yaşanan problemlerden biri de gaz sancısı. Gaz sancıları bebeğinizin uykusuz kalmasına, kasılmalar yaşamasına ve sürekli ağlamasına sebep olabilir. Aguline, bebeğinizin bağırsaklarında biriken gaz kolayca atılmasını sağlar, kabızlığın giderilmesine yardımcı olur. Aguline şeker, alkol ve paraben içermemektedir. Şeker, alkol, paraben ve gluten içermeyen bitkisel formülü sayesinde Aguline, bebeğinizin mide ve bağırsağındaki krampların hafiflemesine ve gaz sancılarının hafiflemesine yardımcı olur*." şeklinde beyanlara yer verilerek yapıldığı yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, bahse konu tanıtımlarda ilgili mevzuatta izin verilen sağlık beyanları dışına çıkılarak tanıtımının yapıldığı, tanıtımlarda yer alan ifadelerin bir bütün olarak değerlendirildiğinde, “sağlık beyanı” olduğu, yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre herhangi bir ürüne ilişkin olarak sağlık beyanında bulunabilmesi için ilgili idari otoriteden (Sağlık Bakanlığı Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Kurumu) izin alınması gerektiği, kullanılan bu beyanlar için ilgili otoriteden izin alınmadığından söz konusu beyanların doğruluğunun ispat edilmiş sayılamayacağı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu reklamların;

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

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

- Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği’nin 5/1, 5/2-a,b,c, 8/1, 8/2, 8/3, 8/4 ve 8/5 maddeleri,

- Türk Gıda Kodeksi Takviye Edici Gıdalar Tebliği’nin (Tebliğ No: 2013/49) 13/2-c maddesi,

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

- 5996 sayılı Veteriner Hizmetleri, Bitki Sağlığı, Gıda ve Yem Kanunu’nun 23/2 ve 24/3’üncü 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 **Medfors Farma Tıbbi Ürünler San. ve Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**98)**

**Dosya No: 2021/1709**

**Şikâyet Edilen: Oğuz Dolma Restoran Unlu Mamulleri San. ve Tic. Ltd. Şti. (Hakiki Gümüşhane Ana Ekmeği Fırını)**

**Şikâyet Edilen Reklam:** “Askıda Ekmek Kampanyası 1 TL” başlıklı broşürde yer alan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** Broşür

**Tespitler:** “Askıda Ekmek Kampanyası 1 TL” başlıklı broşürde “*Alacağınız her (200 gr) tekli ekmeğin 50 kuruşu askıda ekmek kampanyasından karşılanmaktadır. Bu broşür ile fırınımızdaki askıda ekmek kampanyasından faydalanabilirsiniz*” şeklinde ifadelerle tanıtım yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, firma tarafından yazılı bir kurala bağlı olmayan askıda ekmek uygulamasının amacına ulaşması noktasında iyi niyetli olarak yürütülmeye çalışıldığı, ancak uygulamaya ilişkin reklamlarının bütünü ele alındığında söz konusu tanıtımlarda indirimli satış fiyatının geçerliliğiyle ilgili süre ve stok miktarı ile kampanyanın başlangıç ve bitiş tarihlerinin belirtilmediği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu reklamların;

Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 9/1, 9/5, 13/1, 13/9, 14/1, 14/2, 14/3, 14/4, 26/1’inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

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

**99)**

**Dosya No: 2021/1976**

**Şikayet Edilen: Üç İlke Kozmetik Optik İnş. Gıda İç ve Dış Tic. Ltd. Şirketi**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.ciceksepeti.com/ adlı internet sitesinde yayımlanan reklamlarda, “Passiflora Kapsül” markalı takviye edici gıdaya ilişkin “Ürün açıklaması” kısmında “*Uyku problemlerinde yatmadan 1 saat önce 1-2 kapsül alınabilir*.” şeklinde beyanlara yer verilerek tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, bahse konu tanıtımlarda ilgili mevzuatta izin verilen sağlık beyanları dışına çıkılarak tanıtımının yapıldığı, tanıtımlarda yer alan ifadelerin bir bütün olarak değerlendirildiğinde, “sağlık beyanı” olduğu, yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre herhangi bir ürüne ilişkin olarak sağlık beyanında bulunabilmesi için ilgili idari otoriteden (Sağlık Bakanlığı Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Kurumu) izin alınması gerektiği, kullanılan bu beyanlar için ilgili otoriteden izin alınmadığından söz konusu beyanların doğruluğunun ispat edilmiş sayılamayacağı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu reklamların;

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

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

- Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği’nin 5/1, 5/2-a,b,c, 8/1, 8/2, 8/3, 8/4 ve 8/5 maddeleri,

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

- Türk Gıda Kodeksi Takviye Edici Gıdalar Tebliği’nin (Tebliğ No: 2013/49) 13/2-c maddesi,

- 5996 sayılı Veteriner Hizmetleri, Bitki Sağlığı, Gıda ve Yem Kanunu’nun 23/2 ve 24/3’üncü 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 **Üç İlke Kozmetik Optik İnş. Gıda İç ve Dış Tic. Ltd. Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**100)**

**Dosya No: 2021/2109**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmada satışa sunulan paket erik ürününün kabı üzerinde ürünün gramajının “250 gr” olarak belirtilmesine karşın yapılan tespitlerde ürünün kabın üzerinde yazan gramajın altındaki gramajlarda satışa sunulması**.**

**Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj, etiket

**Tespitler:** Firmanın bahse konu şubesinde satışa sunulan paket erik ürününün ambalajı üzerinde ürün gramajının 250 gr olarak belirtildiği ancak şubede yapılan denetimde ürünlerin 160-180 gram tartıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, bahse konu tanıtımlarda paket erik adlı ürünün ambalaj üzerinde yer alan etikette belirtilen gramajdan daha düşük ağırlıkta satışa sunulmasının tüketicileri aldattığı ve aynı zamanda ortalama tüketicinin ekonomik davranış biçimini ve bilinçli olarak karar verme yeteneğini azalttığı 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, 28/1, 28/2, 28/3, 28/4, 29/1, 29/2-a, Haksız Ticari Uygulama Olarak Kabul Edilen Örnek Uygulamalar başlıklı Ek’ininA - Aldatıcı Ticari Uygulamalar altında yer alan 20’inci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61/2, 61/3, 61/6, 61/7, 62/1, 62/2 ve 62/3’ üncü maddeleri

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre, reklam veren **Yeni Mağazacılık Anonim Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **11.429,00-TL (Onbirbindörtyüzyirmidokuz Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**101)**

**Dosya No: 2021/2111**

**Şikayet Edilen: Anadolu Tanıtım ve Medya Hizmetleri Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** TV 19 adlı televizyon kanalında Aronia Özlü Ultra Panax adlı takviye edici gıdanın tanıtımları.

**Reklam Yayın Tarihi:** 15.02.2021, 17.02.2021, 21.02.2021, 19.02.2021 ve 23.02.2021

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** TV 19 isimli televizyon kanalında 15.02.2021 tarihinde saat 10.33’te, 17.02.2021 tarihinde saat 11.42’de, 21.02.2021 tarihinde saat 08.54’te, 19.02.2021 tarihinde saat 10.01’de ve 23.02.2021 tarihinde saat 09.54’te “Aronia Özlü Ultra Panax” adlı ürüne yönelik reklamlarda “*Kalp damar rahatsızlıklarından... damar sertliği şikayeti olanlar varsa, ailesinde yüksek tansiyon şikayeti olanlar var ise, bunun dışında böbrek yetmezliği şikayeti olanlar varsa bulunmaz bir nimettir. Mesela bazı insanları görürsünüz bypass olmuştur, merdiven çıkarken tekrar o 5-6 ay sonra yorulur, nefes nefese kalır. Bu kürü uyguladığında evelallah ne kadar zinde çıktıklarının da farkına varacaklardır. Bu öyle bir kür ki; bunu dediğim gibi yüksek tansiyon şikayeti olanlar, kalp damarları içten yağlananlar, karaciğer yağlanması olanlar, kalp damar rahatsızlıkları işte damar sertliği. Bakın normalde bakın benim altı ayda bir uyguladığım bir kürdür...", "...Adı "Aronia", süper bitki olarak tanımlanıyor; çünkü faydaları saymakla bitmiyor. En önemlisi de kansere karşı önleyici etkisi...", "Kanserin her türlüsüne iyi geliyor. Mide rahatsızlıkları, pankreas rahatsızlıkları, her şeye iyi geliyor. Mucize bitki olarak tanımlanıyor..." üstelik bu çayla metabolizmanız dengelenecek, boşaltım sistemi çalışacak, zayıflama hususunda yüksek etki sağlayacak ve özel formül çayımız damar sertleşmesine karşı etkili. Tam olarak sağlığınıza kavuşun,.., "...Tansiyon sorunu olanlardan metabolizması çalışmayanlara kadar, kalp hastaları, damar hastaları, şeker hastaları, cinsel fonksiyon bozukluğu olan hastalar. Evet, kalp ve damar yolları açtığı için Aronia Özlü Ultra Panax'la cinsel sorunlarınıza da ultra etkileyecek. Kilo sorunu olanlar, karaciğer hastaları, cilt hastaları, sivilce ve aknesi olanlar, nefes darlığı çekenler, uyku sorunu olanlar; bu Allah'ın mucize bitkilerinden olan aronia bitkisi size sağlık, dinçlik ve mutlu bir yaşam verecek...", "... Panax; kalp damar hastalıklarının ortadan kalkmasına, damarlarınızda oluşabilecek bütün sorunları ortadan kaldırmaya, organlarınızın düzenli çalışmasına yardımcı bir üründür...", "... Kas gücünü, vücut dayanıklılığını ve fiziksel performansı artırmak, kolesterol ve kan şekeri seviyesini dengelemek, erkek ve kadınlardaki cinsel sorunlarıngiderilmesine yardımcı olmak, kısaca her yaşta genç kalabilmek için size Panax'ı sunuyoruz...", "...Kalp hastaları, damar hastaları, şeker hastaları, karaciğer yağlanmaları olanlar, fazla kiloları olanlar için Aronia Özlü Ultra Panax çok etkili ve kuvvetlidir. Aynı zamanda sivilce ve akne yaraları olanlar, cilt hastaları, idrarını tutamayanlar, metabolizması çalışmayanlar, nefes darlığı olanlar, kilo sorunu olanlar, fazla kilolarından kurtulamayanlar için de aronia ve aloe vera özlü çayımız da etkili ve tesirlidir...", "0212 700 18 ..", "Aronia Özlü Ultra Panax", "4 Kavanoz 120 Kapsül", "109 TL + Kargo", "Aronia Özlü ve Aleo Vera Özlü 30 Adet Çay Hediye", "Damar Hastaları", "Şeker Hastaları", "Tansiyon Hastaları", "Kalp Hastaları", "Karaciğer Yağlanması", "Nefes Darlığı", "Kilo Sorunu", "Metabolizma Sorunu", "Cinsel Sorun", "Saç Sorunu", "Sivilce Sorunu", "Uyku Sorunu", "Tüm Hastalıklarınıza Faydalı Kü*r" vb. şeklinde sağlık beyanları kullanılarak ve Prof. Dr. İbrahim Saraçoğlu, Prof. Dr. Canan Karatay ve Uzm. Dr. Ender Saraç adlı şahıslar tarafından muhtelif televizyon programlarında yapılan açıklamalar ile anılan şahıslara ait görüntülere yer verilmek suretiyle tanıtım yapıldığıtespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** TV 19 isimli televizyon kanalında yukarıda belirtilen tarih ve saatlerde yayınlanan “Aronia Özlü Ultra Panax” isimli ürüne ilişkin reklam ve tanıtımlarda “*Kalp damar rahatsızlıklarından ... damar sertliği şikayeti olanlar varsa, ailesinde yüksek tansiyon şikayeti olanlar var ise, bunun dışında böbrek yetmezliği şikayeti olanlar varsa bulunmaz bir nimettir. Mesela bazı insanları görürsünüz bypass olmuştur, merdiven çıkarken tekrar o 5-6 ay sonra yorulur, nefes nefese kalır. Bu kürü uyguladığında evelallah ne kadar zinde çıktıklarının da farkına varacaklardır. Bu öyle bir kür ki; bunu dediğim gibi yüksek tansiyon şikayeti olanlar, kalp damarları içten yağlananlar, karaciğer yağlanması olanlar, kalp damar rahatsızlıkları işte damar sertliği. Bakın normalde bakın benim altı ayda bir uyguladığım bir kürdür...", "...Adı "Aronia", süper bitki olarak tanımlanıyor; çünkü faydaları saymakla bitmiyor. En önemlisi de kansere karşı önleyici etkisi...", "Kanserin her türlüsüne iyi geliyor. Mide rahatsızlıkları, pankreas rahatsızlıkları, her şeye iyi geliyor. Mucize bitki olarak tanımlanıyor..." üstelik bu çayla metabolizmanız dengelenecek, boşaltım sistemi çalışacak, zayıflama hususunda yüksek etki sağlayacak ve özel formül çayımız damar sertleşmesine karşı etkili. Tam olarak sağlığınıza kavuşun,.., "...Tansiyon sorunu olanlardan metabolizması çalışmayanlara kadar, kalp hastaları, damar hastaları, şeker hastaları, cinsel fonksiyon bozukluğu olan hastalar. Evet, kalp ve damar yolları açtığı için Aronia Özlü Ultra Panax'la cinsel sorunlarınıza da ultra etkileyecek. Kilo sorunu olanlar, karaciğer hastaları, cilt hastaları, sivilce ve aknesi olanlar, nefes darlığı çekenler, uyku sorunu olanlar; bu Allah'ın mucize bitkilerinden olan aronia bitkisi size sağlık, dinçlik ve mutlu bir yaşam verecek...", "... Panax; kalp damar hastalıklarının ortadan kalkmasına, damarlarınızda oluşabilecek bütün sorunları ortadan kaldırmaya, organlarınızın düzenli çalışmasına yardımcı bir üründür...", "... Kas gücünü, vücut dayanıklılığını ve fiziksel performansı artırmak, kolesterol ve kan şekeri seviyesini dengelemek, erkek ve kadınlardaki cinsel sorunlarıngiderilmesine yardımcı olmak, kısaca her yaşta genç kalabilmek için size Panax'ı sunuyoruz...", "...Kalp hastaları, damar hastaları, şeker hastaları, karaciğer yağlanmaları olanlar, fazla kiloları olanlar için Aronia Özlü Ultra Panax çok etkili ve kuvvetlidir. Aynı zamanda sivilce ve akne yaraları olanlar, cilt hastaları, idrarını tutamayanlar, metabolizması çalışmayanlar, nefes darlığı olanlar, kilo sorunu olanlar, fazla kilolarından kurtulamayanlar için de aronia ve aloe vera özlü çayımız da etkili ve tesirlidir...", "0212 700 18 ..", "Aronia Özlü Ultra Panax", "4 Kavanoz 120 Kapsül", "109 TL + Kargo", "Aronia Özlü ve Aleo Vera Özlü 30 Adet Çay Hediye", "Damar Hastaları", "Şeker Hastaları", "Tansiyon Hastaları", "Kalp Hastaları", "Karaciğer Yağlanması", "Nefes Darlığı", "Kilo Sorunu", "Metabolizma Sorunu", "Cinsel Sorun", "Saç Sorunu", "Sivilce Sorunu", "Uyku Sorunu", "Tüm Hastalıklarınıza Faydalı Kür*" vb. şeklinde sözlü ve yazılı ifadelerle, ürünün kalp hastalarına, damar sertleşmesi sorunu olanlara, tansiyon sorununa, metabolizması çalışmayanlara, şeker hastalarına, cinsel fonksiyon bozukluğu olan hastalara, kilo sorunu olanlara, karaciğer hastalarına, cilt hastalarına, sivilce ve aknesi olanlara, nefes darlığı çekenlere, uyku sorunu olanlara iyi geldiği vurgulanarak hastalıkların tedavisine yönelik sağlık beyanlarıyla tanıtım ve satışının yapıldığı, gıda takviyesi niteliğindeki söz konusu ürünün insan fizyolojisine ve/veya metabolizmasına etki eden “tıbbi bir ürün” olduğu izlenimi oluşturan söz konusu sağlık beyanlarının bilimsel olarak ispata muhtaç olduğu ve mevzuatta izin verilen sağlık beyanlarının dışına çıktığı, yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre bu tür sağlık beyanlarının kullanılmasının kesinlikle yasak olduğu, söz konusu sağlık beyanlarının kullanımı için yetkili idari otoriteden izin alınmadığı, ayrıca inceleme konusu reklamlarda, Prof. Dr. İbrahim Saraçoğlu, Prof. Dr. Canan Karatay ve Uzm. Dr. Ender Saraç adlı şahıslar tarafından muhtelif televizyon programlarında yapılan açıklamalar ile anılan şahıslara ait görüntülere yer verilmek suretiyle firmaca tanıtımı yapılan ürünlerin konunun uzmanları tarafından tavsiye edildiği gibi yanıltıcı bir izlenim oluşturulduğu, bununla birlikte, anılan şahıslara ait görüntülerin montajlama yöntemiyle firmanın reklamına uyarlandığı, bu itibarla, söz konusu reklamlarda, Prof. Dr. İbrahim Saraçoğlu, Prof. Dr. Canan Karatay ve Uzm. Dr. Ender Saraç'a ait olmayan ve gerçekleri yansıtmayan tanıklık ve tavsiye niteliğinde ifadelere yer verilmesinin mevzuata aykırı, tüketicileri aldatıcı, tüketici güveni ile tüketicilerin tecrübe ve bilgi noksanlıklarını istismar edici nitelikte olduğu ve bu şekilde tüketicilerin yanıltıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- 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,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/1-b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 9/1, 9/2, 9/5, 16/1, 16/3, 26/1 ve 27/1’inci maddeleri,

- 5996 sayılı Veteriner Hizmetleri, Bitki Sağlığı, Gıda ve Yem Kanunu’nun 23/2 ve 24/3 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 **Anadolu Tanıtım ve Medya Hizmetleri Anonim Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **22.861,00-TL (Yirmiikibinsekizyüzaltmışbir Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**102)**

**Dosya No: 2021/2112**

**Şikayet Edilen: ŞU Televizyon ve Yayıncılık Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** ŞUTV adlı televizyon kanalında Aronia Özlü Ultra Panax adlı takviye edici gıdanın tanıtımları.

**Reklam Yayın Tarihi:** 29.12.2020, 30.12.2020, 25.12.2020, 26.12.2020, 28.12.2020, 07.12.2020, 15.12.2020, 09.12.2020, 10.12.2020, 12.12.2020, 13.12.2020 ve 11.12.2020

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** ŞU TV isimli televizyon kanalında 29.12.2020 tarihinde saat 11.56’da, 30.12.2020 tarihinde saat 08.33’te, 25.12.2020 tarihinde saat 14.58’de, 26.12.2020 tarihinde saat 11.30’da, 28.12.2020 tarihinde saat 08.54'te, 07.12.2020 tarihinde saat 13:13’de, 15.12.2020 tarihinde saat 09:08’de, 09.12.2020 tarihinde saat 11:03’de, 10.12.2020 tarihinde saat 11:06’da, 12.12.2020 tarihinde saat 11:26’da, 13.12.2020 tarihinde saat 10:55’de ve 11.12. 2020 tarihinde saat 13:14’te “Aronia Özlü Ultra Panax” adlı ürüne yönelik reklamlarda “*Kalp damar rahatsızlıklarından... damar sertliği şikayeti olanlar varsa, ailesinde yüksek tansiyon şikayeti olanlar var ise, bunun dışında böbrek yetmezliği şikayeti olanlar varsa bulunmaz bir nimettir. Mesela bazı insanları görürsünüz bypass olmuştur, merdiven çıkarken tekrar o 5-6 ay sonra yorulur, nefes nefese kalır. Bu kürü uyguladığında evelallah ne kadar zinde çıktıklarının da farkına varacaklardır. Bu öyle bir kür ki; bunu dediğim gibi yüksek tansiyon şikayeti olanlar, kalp damarları içten yağlananlar, karaciğer yağlanması olanlar, kalp damar rahatsızlıkları işte damar sertliği. Bakın normalde bakın benim altı ayda bir uyguladığım bir kürdür...", "...Adı "Aronia", süper bitki olarak tanımlanıyor; çünkü faydaları saymakla bitmiyor. En önemlisi de kansere karşı önleyici etkisi...", "Kanserin her türlüsüne iyi geliyor. Mide rahatsızlıkları, pankreas rahatsızlıkları, her şeye iyi geliyor. Mucize bitki olarak tanımlanıyor..." üstelik bu çayla metabolizmanız dengelenecek, boşaltım sistemi çalışacak, zayıflama hususunda yüksek etki sağlayacak ve özel formül çayımız damar sertleşmesine karşı etkili. Tam olarak sağlığınıza kavuşun,.., "...Tansiyon sorunu olanlardan metabolizması çalışmayanlara kadar, kalp hastaları, damar hastaları, şeker hastaları, cinsel fonksiyon bozukluğu olan hastalar. Evet, kalp ve damar yolları açtığı için Aronia Özlü Ultra Panax'la cinsel sorunlarınıza da ultra etkileyecek. Kilo sorunu olanlar, karaciğer hastaları, cilt hastaları, sivilce ve aknesi olanlar, nefes darlığı çekenler, uyku sorunu olanlar; bu Allah'ın mucize bitkilerinden olan aronia bitkisi size sağlık, dinçlik ve mutlu bir yaşam verecek...", "... Panax; kalp damar hastalıklarının ortadan kalkmasına, damarlarınızda oluşabilecek bütün sorunları ortadan kaldırmaya, organlarınızın düzenli çalışmasına yardımcı bir üründür...", "... Kas gücünü, vücut dayanıklılığını ve fiziksel performansı artırmak, kolesterol ve kan şekeri seviyesini dengelemek, erkek ve kadınlardaki cinsel sorunlarıngiderilmesine yardımcı olmak, kısaca her yaşta genç kalabilmek için size Panax'ı sunuyoruz...", "...Kalp hastaları, damar hastaları, şeker hastaları, karaciğer yağlanmaları olanlar, fazla kiloları olanlar için Aronia Özlü Ultra Panax çok etkili ve kuvvetlidir. Aynı zamanda sivilce ve akne yaraları olanlar, cilt hastaları, idrarını tutamayanlar, metabolizması çalışmayanlar, nefes darlığı olanlar, kilo sorunu olanlar, fazla kilolarından kurtulamayanlar için de aronia ve aloe vera özlü çayımız da etkili ve tesirlidir...", "0212 700 18 ..", "Aronia Özlü Ultra Panax", "4 Kavanoz 120 Kapsül", "109 TL + Kargo", "Aronia Özlü ve Aleo Vera Özlü 30 Adet Çay Hediye", "Damar Hastaları", "Şeker Hastaları", "Tansiyon Hastaları", "Kalp Hastaları", "Karaciğer Yağlanması", "Nefes Darlığı", "Kilo Sorunu", "Metabolizma Sorunu", "Cinsel Sorun", "Saç Sorunu", "Sivilce Sorunu", "Uyku Sorunu", "Tüm Hastalıklarınıza Faydalı Kü*r" vb. şeklinde sağlık beyanları kullanılarak ve Prof. Dr. İbrahim Saraçoğlu, Prof. Dr. Canan Karatay ve Uzm. Dr. Ender Saraç adlı şahıslar tarafından muhtelif televizyon programlarında yapılan açıklamalar ile anılan şahıslara ait görüntülere yer verilmek suretiyle tanıtım yapıldığıtespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** ŞU TV isimli televizyon kanalında 29.12.2020 tarihinde saat 11.56’da, 30.12.2020 tarihinde saat 08.33’te, 25.12.2020 tarihinde saat 14.58’de, 26.12.2020 tarihinde saat 11.30’da, 28.12.2020 tarihinde saat 08.54'te, 07.12.2020 tarihinde saat 13:13’de, 15.12.2020 tarihinde saat 09:08’de, 09.12.2020 tarihinde saat 11:03’de, 10.12.2020 tarihinde saat 11:06’da, 12.12.2020 tarihinde saat 11:26’da, 13.12.2020 tarihinde saat 10:55’de ve 11.12.2020 tarihinde saat 13:14’de saatleri arasında yer alan tanıtımlarda "Aronia Özlü Ultra Panax” isimli ürüne ilişkin reklam ve tanıtımlarda “*Kalp damar rahatsızlıklarından ... damar sertliği şikayeti olanlar varsa, ailesinde yüksek tansiyon şikayeti olanlar var ise, bunun dışında böbrek yetmezliği şikayeti olanlar varsa bulunmaz bir nimettir. Mesela bazı insanları görürsünüz bypass olmuştur, merdiven çıkarken tekrar o 5-6 ay sonra yorulur, nefes nefese kalır. Bu kürü uyguladığında evelallah ne kadar zinde çıktıklarının da farkına varacaklardır. Bu öyle bir kür ki; bunu dediğim gibi yüksek tansiyon şikayeti olanlar, kalp damarları içten yağlananlar, karaciğer yağlanması olanlar, kalp damar rahatsızlıkları işte damar sertliği. Bakın normalde bakın benim altı ayda bir uyguladığım bir kürdür...", "...Adı "Aronia", süper bitki olarak tanımlanıyor; çünkü faydaları saymakla bitmiyor. En önemlisi de kansere karşı önleyici etkisi...", "Kanserin her türlüsüne iyi geliyor. Mide rahatsızlıkları, pankreas rahatsızlıkları, her şeye iyi geliyor. Mucize bitki olarak tanımlanıyor..." üstelik bu çayla metabolizmanız dengelenecek, boşaltım sistemi çalışacak, zayıflama hususunda yüksek etki sağlayacak ve özel formül çayımız damar sertleşmesine karşı etkili. Tam olarak sağlığınıza kavuşun,.., "...Tansiyon sorunu olanlardan metabolizması çalışmayanlara kadar, kalp hastaları, damar hastaları, şeker hastaları, cinsel fonksiyon bozukluğu olan hastalar. Evet, kalp ve damar yolları açtığı için Aronia Özlü Ultra Panax'la cinsel sorunlarınıza da ultra etkileyecek. Kilo sorunu olanlar, karaciğer hastaları, cilt hastaları, sivilce ve aknesi olanlar, nefes darlığı çekenler, uyku sorunu olanlar; bu Allah'ın mucize bitkilerinden olan aronia bitkisi size sağlık, dinçlik ve mutlu bir yaşam verecek...", "... Panax; kalp damar hastalıklarının ortadan kalkmasına, damarlarınızda oluşabilecek bütün sorunları ortadan kaldırmaya, organlarınızın düzenli çalışmasına yardımcı bir üründür...", "... Kas gücünü, vücut dayanıklılığını ve fiziksel performansı artırmak, kolesterol ve kan şekeri seviyesini dengelemek, erkek ve kadınlardaki cinsel sorunlarıngiderilmesine yardımcı olmak, kısaca her yaşta genç kalabilmek için size Panax'ı sunuyoruz...", "...Kalp hastaları, damar hastaları, şeker hastaları, karaciğer yağlanmaları olanlar, fazla kiloları olanlar için Aronia Özlü Ultra Panax çok etkili ve kuvvetlidir. Aynı zamanda sivilce ve akne yaraları olanlar, cilt hastaları, idrarını tutamayanlar, metabolizması çalışmayanlar, nefes darlığı olanlar, kilo sorunu olanlar, fazla kilolarından kurtulamayanlar için de aronia ve aloe vera özlü çayımız da etkili ve tesirlidir...", "0212 700 18 ..", "Aronia Özlü Ultra Panax", "4 Kavanoz 120 Kapsül", "109 TL + Kargo", "Aronia Özlü ve Aleo Vera Özlü 30 Adet Çay Hediye", "Damar Hastaları", "Şeker Hastaları", "Tansiyon Hastaları", "Kalp Hastaları", "Karaciğer Yağlanması", "Nefes Darlığı", "Kilo Sorunu", "Metabolizma Sorunu", "Cinsel Sorun", "Saç Sorunu", "Sivilce Sorunu", "Uyku Sorunu", "Tüm Hastalıklarınıza Faydalı Kür*" vb. şeklinde sözlü ve yazılı ifadelerle, ürünün kalp hastalarına, damar sertleşmesi sorunu olanlara, tansiyon sorununa, metabolizması çalışmayanlara, şeker hastalarına, cinsel fonksiyon bozukluğu olan hastalara, kilo sorunu olanlara, karaciğer hastalarına, cilt hastalarına, sivilce ve aknesi olanlara, nefes darlığı çekenlere, uyku sorunu olanlara iyi geldiği vurgulanarak hastalıkların tedavisine yönelik sağlık beyanlarıyla tanıtım ve satışının yapıldığı, gıda takviyesi niteliğindeki söz konusu ürünün insan fizyolojisine ve/veya metabolizmasına etki eden “tıbbi bir ürün” olduğu izlenimi oluşturan söz konusu sağlık beyanlarının bilimsel olarak ispata muhtaç olduğu ve mevzuatta izin verilen sağlık beyanlarının dışına çıktığı, yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre 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;

Diğer taraftan, Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin “Tanıklı reklamlar” başlıklı 16 ncı maddesinde, “(1) Reklamlarda, tanıklığına başvurulan kişi, kurum veya kuruluşun tecrübesine, bilgisine veya araştırma sonuçlarına dayanmayan ve gerçek olmayan hiçbir tanıklık ya da onay ifadesine yer verilemez veya atıfta bulunulamaz. (…)” hükmünün yer aldığı, bu kapsamda, inceleme konusu reklamlarda, Prof. Dr. İbrahim Saraçoğlu, Prof. Dr. Canan Karatay ve Uzm. Dr. Ender Saraç adlı şahıslar tarafından muhtelif televizyon programlarında yapılan açıklamalar ile anılan şahıslara ait görüntülere yer verilmek suretiyle firmaca tanıtımı yapılan ürünlerin konunun uzmanları tarafından tavsiye edildiği gibi yanıltıcı bir izlenim oluşturulduğu, bununla birlikte, anılan şahıslara ait görüntülerin montajlama yöntemiyle firmanın reklamına uyarlandığı, bu itibarla, söz konusu reklamlarda, Prof. Dr. İbrahim Saraçoğlu, Prof. Dr. Canan Karatay ve Uzm. Dr. Ender Saraç'a ait olmayan ve gerçekleri yansıtmayan tanıklık ve tavsiye niteliğinde ifadelere yer verilmesinin mevzuata aykırı, tüketicileri aldatıcı, tüketici güveni ile tüketicilerin tecrübe ve bilgi noksanlıklarını istismar edici nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- 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,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/1-b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 9/1, 9/2, 9/5, 16/1, 16/3, 26/1 ve 27/1’inci maddeleri,

- 5996 sayılı Veteriner Hizmetleri, Bitki Sağlığı, Gıda ve Yem Kanunu’nun 23/2 ve 24/3 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 ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **20.953,00-TL (Yirmibindokuzyüzelliüç Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**103)**

**Dosya No: 2021/2113**

**Şikayet Edilen: Kaful Radyo ve Televizyon İletişim Reklam Yayıncılık A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** HMlogolu televizyon kanalında 17.01.2021 tarihinde saat 12.36'da, 16.01.2021 tarihinde saat 13.35'te, 15.01.2021 tarihinde saat 14.35'te, 19.01.2021 tarihinde saat 10.02'de, 18.01.2021 tarihinde saat 14.55'de, 23.01.2021 tarihinde saat 14.51'de, 24.01.2021 tarihinde saat 09.10'da, 22.01.2021 tarihinde saat 09.52'de, 20.01.2021 tarihinde saat 09.38'de, 21.01.2021 tarihinde saat 09.53'te, 25.01.2021 tarihinde saat 15.13'te, 26.01.2021 tarihinde saat 16.37'de, 27.01.2021 tarihinde saat 10.19'da, 28.01.2021 tarihinde saat 09.00'da, 29.01.2021 tarihinde saat 10.20'de, 01.02.2021 tarihinde saat 11.38'de, 02.02.2021 tarihinde saat 10.50'de, 03.02.2021 tarihinde saat 11.29'da, 05.02.2021 tarihinde saat 14.28'de ve 04.02.2021 tarihinde saat 11.07'de Aronia Özlü Ultra Panax" adlı ürüne yönelik yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 17.01.2021, 16.01.2021, 15.01.2021, 19.01.2021, 18.01.2021, 23.01.2021, 24.01.2021, 22.01.2021, 20.01.2021, 21.01.2021, 25.01.2021, 26.01.2021, 27.01.2021, 28.01.2021, 29.01.2021, 01.02.2021, 02.02.2021, 03.02.2021, 05.02.2021 ve 04.02.2021

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** HMlogolu televizyon kanalında 17.01.2021 tarihinde saat 12.36'da, 16.01.2021 tarihinde saat 13.35'te, 15.01.2021 tarihinde saat 14.35'te, 19.01.2021 tarihinde saat 10.02'de, 18.01.2021 tarihinde saat 14.55'de, 23.01.2021 tarihinde saat 14.51'de, 24.01.2021 tarihinde saat 09.10'da, 22.01.2021 tarihinde saat 09.52'de, 20.01.2021 tarihinde saat 09.38'de, 21.01.2021 tarihinde saat 09.53'te, 25.01.2021 tarihinde saat 15.13'te, 26.01.2021 tarihinde saat 16.37'de, 27.01.2021 tarihinde saat 10.19'da, 28.01.2021 tarihinde saat 09.00'da, 29.01.2021 tarihinde saat 10.20'de, 01.02.2021 tarihinde saat 11.38'de, 02.02.2021 tarihinde saat 10.50'de, 03.02.2021 tarihinde saat 11.29'da, 05.02.2021 tarihinde saat 14.28'de ve 04.02.2021 tarihinde saat 11.07'de Aronia Özlü Ultra Panax" adlı ürüne yönelik yayınlanan reklamlarda “*Kalp damar rahatsızlıklarından... damar sertliği şikayeti olanlar varsa, ailesinde yüksek tansiyon şikayeti olanlar var ise, bunun dışında böbrek yetmezliği şikayeti olanlar varsa bulunmaz bir nimettir. Mesela bazı insanları görürsünüz bypass olmuştur, merdiven çıkarken tekrar o 5-6 ay sonra yorulur, nefes nefese kalır. Bu kürü uyguladığında evelallah ne kadar zinde çıktıklarının da farkına varacaklardır. Bu öyle bir kür ki; bunu dediğim gibi yüksek tansiyon şikayeti olanlar, kalp damarları içten yağlananlar, karaciğer yağlanması olanlar, kalp damar rahatsızlıkları işte damar sertliği. Bakın normalde bakın benim altı ayda bir uyguladığım bir kürdür...", "...Adı "Aronia", süper bitki olarak tanımlanıyor; çünkü faydaları saymakla bitmiyor. En önemlisi de kansere karşı önleyici etkisi...", "Kanserin her türlüsüne iyi geliyor. Mide rahatsızlıkları, pankreas rahatsızlıkları, her şeye iyi geliyor. Mucize bitki olarak tanımlanıyor..." üstelik bu çayla metabolizmanız dengelenecek, boşaltım sistemi çalışacak, zayıflama hususunda yüksek etki sağlayacak ve özel formül çayımız damar sertleşmesine karşı etkili. Tam olarak sağlığınıza kavuşun,.., "...Tansiyon sorunu olanlardan metabolizması çalışmayanlara kadar, kalp hastaları, damar hastaları, şeker hastaları, cinsel fonksiyon bozukluğu olan hastalar. Evet, kalp ve damar yolları açtığı için Aronia Özlü Ultra Panax'la cinsel sorunlarınıza da ultra etkileyecek. Kilo sorunu olanlar, karaciğer hastaları, cilt hastaları, sivilce ve aknesi olanlar, nefes darlığı çekenler, uyku sorunu olanlar; bu Allah'ın mucize bitkilerinden olan aronia bitkisi size sağlık, dinçlik ve mutlu bir yaşam verecek...", "... Panax; kalp damar hastalıklarının ortadan kalkmasına, damarlarınızda oluşabilecek bütün sorunları ortadan kaldırmaya, organlarınızın düzenli çalışmasına yardımcı bir üründür...", "... Kas gücünü, vücut dayanıklılığını ve fiziksel performansı artırmak, kolesterol ve kan şekeri seviyesini dengelemek, erkek ve kadınlardaki cinsel sorunlarıngiderilmesine yardımcı olmak, kısaca her yaşta genç kalabilmek için size Panax'ı sunuyoruz...", "...Kalp hastaları, damar hastaları, şeker hastaları, karaciğer yağlanmaları olanlar, fazla kiloları olanlar için Aronia Özlü Ultra Panax çok etkili ve kuvvetlidir. Aynı zamanda sivilce ve akne yaraları olanlar, cilt hastaları, idrarını tutamayanlar, metabolizması çalışmayanlar, nefes darlığı olanlar, kilo sorunu olanlar, fazla kilolarından kurtulamayanlar için de aronia ve aloe vera özlü çayımız da etkili ve tesirlidir...", "0212 700 13 ..", "Aronia Özlü Ultra Panax", "4 Kavanoz 120 Kapsül", "109 TL + Kargo", "Aronia Özlü ve Aleo Vera Özlü 30 Adet Çay Hediye", "Damar Hastaları", "Şeker Hastaları", "Tansiyon Hastaları", "Kalp Hastaları", "Karaciğer Yağlanması", "Nefes Darlığı", "Kilo Sorunu", "Metabolizma Sorunu", "Cinsel Sorun", "Saç Sorunu", "Sivilce Sorunu", "Uyku Sorunu", "Tüm Hastalıklarınıza Faydalı Kü*r" vb. şeklinde sağlık beyanları kullanılarak ve Prof. Dr. İbrahim Saraçoğlu, Prof. Dr. Canan Karatay ve Uzm. Dr. Ender Saraç adlı şahıslar tarafından muhtelif televizyon programlarında yapılan açıklamalar ile anılan şahıslara ait görüntülere yer verilmek suretiyle tanıtım yapıldığıtespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** HMlogolu televizyon kanalında 17.01.2021 tarihinde saat 12.36'da, 16.01.2021 tarihinde saat 13.35'te, 15.01.2021 tarihinde saat 14.35'te, 19.01.2021 tarihinde saat 10.02'de, 18.01.2021 tarihinde saat 14.55'de, 23.01.2021 tarihinde saat 14.51'de, 24.01.2021 tarihinde saat 09.10'da, 22.01.2021 tarihinde saat 09.52'de, 20.01.2021 tarihinde saat 09.38'de, 21.01.2021 tarihinde saat 09.53'te, 25.01.2021 tarihinde saat 15.13'te, 26.01.2021 tarihinde saat 16.37'de, 27.01.2021 tarihinde saat 10.19'da, 28.01.2021 tarihinde saat 09.00'da, 29.01.2021 tarihinde saat 10.20'de, 01.02.2021 tarihinde saat 11.38'de, 02.02.2021 tarihinde saat 10.50'de, 03.02.2021 tarihinde saat 11.29'da, 05.02.2021 tarihinde saat 14.28'de ve 04.02.2021 tarihinde saat 11.07'de Aronia Özlü Ultra Panax" adlı ürün tanıtımlarında *“Kalp damar rahatsızlıklarından... damar sertliği şikayeti olanlar varsa, ailesinde yüksek tansiyon şikayeti olanlar var ise, bunun dışında böbrek yetmezliği şikayeti olanlar varsa bulunmaz bir nimettir. Mesela bazı insanları görürsünüz bypass olmuştur, merdiven çıkarken tekrar o 5-6 ay sonra yorulur, nefes nefese kalır. Bu kürü uyguladığında evelallah ne kadar zinde çıktıklarının da farkına varacaklardır. Bu öyle bir kür ki; bunu dediğim gibi yüksek tansiyon şikayeti olanlar, kalp damarları içten yağlananlar, karaciğer yağlanması olanlar, kalp damar rahatsızlıkları işte damar sertliği. Bakın normalde bakın benim altı ayda bir uyguladığım bir kürdür...", "...Adı "Aronia", süper bitki olarak tanımlanıyor; çünkü faydaları saymakla bitmiyor. En önemlisi de kansere karşı önleyici etkisi...", "Kanserin her türlüsüne iyi geliyor. Mide rahatsızlıkları, pankreas rahatsızlıkları, her şeye iyi geliyor. Mucize bitki olarak tanımlanıyor..." üstelik bu çayla metabolizmanız dengelenecek, boşaltım sistemi çalışacak, zayıflama hususunda yüksek etki sağlayacak ve özel formül çayımız damar sertleşmesine karşı etkili. Tam olarak sağlığınıza kavuşun,.., "...Tansiyon sorunu olanlardan metabolizması çalışmayanlara kadar, kalp hastaları, damar hastaları, şeker hastaları, cinsel fonksiyon bozukluğu olan hastalar. Evet, kalp ve damar yolları açtığı için Aronia Özlü Ultra Panax'la cinsel sorunlarınıza da ultra etkileyecek. Kilo sorunu olanlar, karaciğer hastaları, cilt hastaları, sivilce ve aknesi olanlar, nefes darlığı çekenler, uyku sorunu olanlar; bu Allah'ın mucize bitkilerinden olan aronia bitkisi size sağlık, dinçlik ve mutlu bir yaşam verecek...", "... Panax; kalp damar hastalıklarının ortadan kalkmasına, damarlarınızda oluşabilecek bütün sorunları ortadan kaldırmaya, organlarınızın düzenli çalışmasına yardımcı bir üründür...", "... Kas gücünü, vücut dayanıklılığını ve fiziksel performansı artırmak, kolesterol ve kan şekeri seviyesini dengelemek, erkek ve kadınlardaki cinsel sorunlarıngiderilmesine yardımcı olmak, kısaca her yaşta genç kalabilmek için size Panax'ı sunuyoruz...", "...Kalp hastaları, damar hastaları, şeker hastaları, karaciğer yağlanmaları olanlar, fazla kiloları olanlar için Aronia Özlü Ultra Panax çok etkili ve kuvvetlidir. Aynı zamanda sivilce ve akne yaraları olanlar, cilt hastaları, idrarını tutamayanlar, metabolizması çalışmayanlar, nefes darlığı olanlar, kilo sorunu olanlar, fazla kilolarından kurtulamayanlar için de aronia ve aloe vera özlü çayımız da etkili ve tesirlidir...", "0212 700 13 ..", "Aronia Özlü Ultra Panax", "4 Kavanoz 120 Kapsül", "109 TL + Kargo", "Aronia Özlü ve Aleo Vera Özlü 30 Adet Çay Hediye", "Damar Hastaları", "Şeker Hastaları", "Tansiyon Hastaları", "Kalp Hastaları", "Karaciğer Yağlanması", "Nefes Darlığı", "Kilo Sorunu", "Metabolizma Sorunu", "Cinsel Sorun", "Saç Sorunu", "Sivilce Sorunu", "Uyku Sorunu", "Tüm Hastalıklarınıza Faydalı Kür" vb.* şeklinde sözlü ve yazılı ifadelerle, ürünün kalp hastalarına, damar sertleşmesi sorunu olanlara, tansiyon sorununa, metabolizması çalışmayanlara, şeker hastalarına, cinsel fonksiyon bozukluğu olan hastalara, kilo sorunu olanlara, karaciğer hastalarına, cilt hastalarına, sivilce ve aknesi olanlara, nefes darlığı çekenlere, uyku sorunu olanlara iyi geldiği vurgulanarak hastalıkların tedavisine yönelik sağlık beyanlarıyla tanıtım ve satışının yapıldığı*,* gıda takviyesi niteliğindeki söz konusu ürünün insan fizyolojisine ve/veya metabolizmasına etki eden “tıbbi bir ürün” olduğu izlenimi oluşturan söz konusu sağlık beyanlarının bilimsel olarak ispata muhtaç olduğu ve mevzuatta izin verilen sağlık beyanlarının dışına çıktığı, yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre 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; diğer taraftan, Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin “Tanıklı reklamlar” başlıklı 16 ncı maddesinde, “(1) Reklamlarda, tanıklığına başvurulan kişi, kurum veya kuruluşun tecrübesine, bilgisine veya araştırma sonuçlarına dayanmayan ve gerçek olmayan hiçbir tanıklık ya da onay ifadesine yer verilemez veya atıfta bulunulamaz. (…)” hükmünün yer aldığı, bu kapsamda, inceleme konusu reklamlarda, Prof. Dr. İbrahim Saraçoğlu, Prof. Dr. Canan Karatay ve Uzm. Dr. Ender Saraç adlı şahıslar tarafından muhtelif televizyon programlarında yapılan açıklamalar ile anılan şahıslara ait görüntülere yer verilmek suretiyle firmaca tanıtımı yapılan ürünlerin konunun uzmanları tarafından tavsiye edildiği gibi yanıltıcı bir izlenim oluşturulduğu, bununla birlikte, anılan şahıslara ait görüntülerin montajlama yöntemiyle firmanın reklamına uyarlandığı, bu itibarla, söz konusu reklamlarda, Prof. Dr. İbrahim Saraçoğlu, Prof. Dr. Canan Karatay ve Uzm. Dr. Ender Saraç'a ait olmayan ve gerçekleri yansıtmayan tanıklık ve tavsiye niteliğinde ifadelere yer verilmesinin mevzuata aykırı, tüketicileri aldatıcı, tüketici güveni ile tüketicilerin tecrübe ve bilgi noksanlıklarını istismar edici nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- 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,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/1-b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 9/1, 9/2, 9/5, 16/1, 16/3, 26/1 ve 27/1’inci maddeleri,

- 5996 sayılı Veteriner Hizmetleri, Bitki Sağlığı, Gıda ve Yem Kanunu’nun 23/2 ve 24/3 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 **Kaful Radyo ve Televizyon İletişim Reklam Yayıncılık A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **22.861,00-TL (Yirmiikibinsekizyüzaltmışbir Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**104)**

**Dosya No: 2021/2207**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** Yerel düzeyde yayın yapan Nehir TV isimli televizyon kanalında “Aronia Özlü Ultra Panax” adlı ürüne yönelik reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 02.10.2020, 04.10.2020, 08.10.2020, 09.10.2020, 12.10.2020, 13.10.2020, 15.10.2020, 16.10.2020, 17.10.2020, 18.10.2020, 19.10.2020, 20.10.2020, 22.10.2020, 24.10.2020, 25.10.2020, 26.10.2020, 27.10.2020, 30.10.2020, 31.10.2020, 01.11.2020, 02.11.2020, 03.11.2020, 04.11.2020, 05.11.2020 ve 06.11.2020,

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** Nehir TVisimli televizyon kanalında 02.10.2020 tarihinde saat 13.22'de, 04.10.2020 tarihinde saat 13.03'te, 08.10.2020 tarihinde saat 10.39'da, 09.10.2020 tarihinde saat 09.30'da, 12.10.2020 tarihinde saat 14.49'da, 13.10.2020 tarihinde saat 10.57'de, 15.10.2020 tarihinde saat 12.42'de, 16.10.2020 tarihinde saat 10.29'da, 17.10.2020 tarihinde saat 11.35'te, 18.10.2020 tarihinde saat 12.31'de, 19.10.2020 tarihinde saat 14.45'te, 20.10.2020 tarihinde saat 10.43'de, 22.10.2020 tarihinde saat 10.51'de, 24.10.2020 tarihinde saat 11.52'de, 25.10.2020 tarihinde saat 10.49'da, 26.10.2020 tarihinde saat 11.27'de, 27.10.2020 tarihinde saat 14:01'de, 30.10.2020 tarihinde saat 08.40'ta, 31.10.2020 tarihinde saat 10.58'de, 01.11.2020 tarihinde saat 10.03'te, 02.11.2020 tarihinde saat 08.51'de, 03.11.2020 tarihinde saat 12.44'te, 04.11.2020 tarihinde saat 08.45'te, 05.11.2020 tarihinde saat 11.13'te ve 06.11.2020 tarihinde saat 08.51'de, “Aronia Özlü Ultra Panax” adlı ürüne yönelik reklamlarda “*Kalp damar rahatsızlıklarından ... damar sertliği şikayeti olanlar varsa, ailesinde yüksek tansiyon şikayeti olanlar var ise, bunun dışında böbrek yetmezliği şikayeti olanlar varsa bulunmaz bir nimettir. Mesela bazı insanları görürsünüz bypass olmuştur, merdiven çıkarken tekrar o 5-6 ay sonra yorulur, nefes nefese kalır. Bu kürü uyguladığında evelallah ne kadar zinde çıktıklarının da farkına varacaklardır. Bu öyle bir kür ki; bunu dediğim gibi yüksek tansiyon şikayeti olanlar, kalp damarları içten yağlananlar, karaciğer yağlanması olanlar, kalp damar rahatsızlıkları işte damar sertliği. Bakın normalde bakın benim altı ayda bir uyguladığım bir kürdür...", "...Adı "Aronia", süper bitki olarak tanımlanıyor; çünkü faydaları saymakla bitmiyor. En önemlisi de kansere karşı önleyici etkisi...", "Kanserin her türlüsüne iyi geliyor. Mide rahatsızlıkları, pankreas rahatsızlıkları, her şeye iyi geliyor. Mucize bitki olarak tanımlanıyor..." üstelik bu çayla metabolizmanız dengelenecek, boşaltım sistemi çalışacak, zayıflama hususunda yüksek etki sağlayacak ve özel formül çayımız damar sertleşmesine karşı etkili. Tam olarak sağlığınıza kavuşun,.., "...Tansiyon sorunu olanlardan metabolizması çalışmayanlara kadar, kalp hastaları, damar hastaları, şeker hastaları, cinsel fonksiyon bozukluğu olan hastalar. Evet, kalp ve damar yolları açtığı için Aronia Özlü Ultra Panax'la cinsel sorunlarınıza da ultra etkileyecek. Kilo sorunu olanlar, karaciğer hastaları, cilt hastaları, sivilce ve aknesi olanlar, nefes darlığı çekenler, uyku sorunu olanlar; bu Allah'ın mucize bitkilerinden olan aronia bitkisi size sağlık, dinçlik ve mutlu bir yaşam verecek...", "... Panax; kalp damar hastalıklarının ortadan kalkmasına, damarlarınızda oluşabilecek bütün sorunları ortadan kaldırmaya, organlarınızın düzenli çalışmasına yardımcı bir üründür...", "... Kas gücünü, vücut dayanıklılığını ve fiziksel performansı artırmak, kolesterol ve kan şekeri seviyesini dengelemek, erkek ve kadınlardaki cinsel sorunlarıngiderilmesine yardımcı olmak, kısaca her yaşta genç kalabilmek için size Panax'ı sunuyoruz...", "...Kalp hastaları, damar hastaları, şeker hastaları, karaciğer yağlanmaları olanlar, fazla kiloları olanlar için Aronia Özlü Ultra Panax çok etkili ve kuvvetlidir. Aynı zamanda sivilce ve akne yaraları olanlar, cilt hastaları, idrarını tutamayanlar, metabolizması çalışmayanlar, nefes darlığı olanlar, kilo sorunu olanlar, fazla kilolarından kurtulamayanlar için de aronia ve aloe vera özlü çayımız da etkili ve tesirlidir...", "0212 700 18 ..", "Aronia Özlü Ultra Panax", "4 Kavanoz 120 Kapsül", "109 TL + Kargo", "Aronia Özlü ve Aleo Vera Özlü 30 Adet Çay Hediye", "Damar Hastaları", "Şeker Hastaları", "Tansiyon Hastaları", "Kalp Hastaları", "Karaciğer Yağlanması", "Nefes Darlığı", "Kilo Sorunu", "Metabolizma Sorunu", "Cinsel Sorun", "Saç Sorunu", "Sivilce Sorunu", "Uyku Sorunu", "Tüm Hastalıklarınıza Faydalı Kür*" vb. şeklinde sağlık beyanları kullanılarak tanıtım yapıldığı, diğer taraftan, inceleme konusu reklamlarda, Prof. Dr. İbrahim Saraçoğlu, Prof. Dr. Canan Karatay ve Prof. Dr. Ahmet Maranki adlı şahıslar tarafından muhtelif televizyon programlarında yapılan açıklamalar ile anılan şahıslara ait görüntülere yer verilmek suretiyle tanıtım yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Nehir TVisimli televizyon kanalında 02.10.2020 tarihinde saat 13.22'de, 04.10.2020 tarihinde saat 13.03'te, 08.10.2020 tarihinde saat 10.39'da, 09.10.2020 tarihinde saat 09.30'da, 12.10.2020 tarihinde saat 14.49'da, 13.10.2020 tarihinde saat 10.57'de, 15.10.2020 tarihinde saat 12.42'de, 16.10.2020 tarihinde saat 10.29'da, 17.10.2020 tarihinde saat 11.35'te, 18.10.2020 tarihinde saat 12.31'de, 19.10.2020 tarihinde saat 14.45'te, 20.10.2020 tarihinde saat 10.43'de, 22.10.2020 tarihinde saat 10.51'de, 24.10.2020 tarihinde saat 11.52'de, 25.10.2020 tarihinde saat 10.49'da, 26.10.2020 tarihinde saat 11.27'de, 27.10.2020 tarihinde saat 14:01'de, 30.10.2020 tarihinde saat 08.40'ta, 31.10.2020 tarihinde saat 10.58'de, 01.11.2020 tarihinde saat 10.03'te, 02.11.2020 tarihinde saat 08.51'de, 03.11.2020 tarihinde saat 12.44'te, 04.11.2020 tarihinde saat 08.45'te, 05.11.2020 tarihinde saat 11.13'te ve 06.11.2020 tarihinde saat 08.51'de, Aronia Özlü Ultra Panax" adlı ürüne yönelik yayınlanan tanıtımlarda *“Kalp damar rahatsızlıklarından ... damar sertliği şikayeti olanlar varsa, ailesinde yüksek tansiyon şikayeti olanlar var ise, bunun dışında böbrek yetmezliği şikayeti olanlar varsa bulunmaz bir nimettir. Mesela bazı insanları görürsünüz bypass olmuştur, merdiven çıkarken tekrar o 5-6 ay sonra yorulur, nefes nefese kalır. Bu kürü uyguladığında evelallah ne kadar zinde çıktıklarının da farkına varacaklardır. Bu öyle bir kür ki; bunu dediğim gibi yüksek tansiyon şikayeti olanlar, kalp damarları içten yağlananlar, karaciğer yağlanması olanlar, kalp damar rahatsızlıkları işte damar sertliği. Bakın normalde bakın benim altı ayda bir uyguladığım bir kürdür...", "...Adı "Aronia", süper bitki olarak tanımlanıyor; çünkü faydaları saymakla bitmiyor. En önemlisi de kansere karşı önleyici etkisi...", "Kanserin her türlüsüne iyi geliyor. Mide rahatsızlıkları, pankreas rahatsızlıkları, her şeye iyi geliyor. Mucize bitki olarak tanımlanıyor..." üstelik bu çayla metabolizmanız dengelenecek, boşaltım sistemi çalışacak, zayıflama hususunda yüksek etki sağlayacak ve özel formül çayımız damar sertleşmesine karşı etkili. Tam olarak sağlığınıza kavuşun,.., "...Tansiyon sorunu olanlardan metabolizması çalışmayanlara kadar, kalp hastaları, damar hastaları, şeker hastaları, cinsel fonksiyon bozukluğu olan hastalar. Evet, kalp ve damar yolları açtığı için Aronia Özlü Ultra Panax'la cinsel sorunlarınıza da ultra etkileyecek. Kilo sorunu olanlar, karaciğer hastaları, cilt hastaları, sivilce ve aknesi olanlar, nefes darlığı çekenler, uyku sorunu olanlar; bu Allah'ın mucize bitkilerinden olan aronia bitkisi size sağlık, dinçlik ve mutlu bir yaşam verecek...", "... Panax; kalp damar hastalıklarının ortadan kalkmasına, damarlarınızda oluşabilecek bütün sorunları ortadan kaldırmaya, organlarınızın düzenli çalışmasına yardımcı bir üründür...", "... Kas gücünü, vücut dayanıklılığını ve fiziksel performansı artırmak, kolesterol ve kan şekeri seviyesini dengelemek, erkek ve kadınlardaki cinsel sorunlarıngiderilmesine yardımcı olmak, kısaca her yaşta genç kalabilmek için size Panax'ı sunuyoruz...", "...Kalp hastaları, damar hastaları, şeker hastaları, karaciğer yağlanmaları olanlar, fazla kiloları olanlar için Aronia Özlü Ultra Panax çok etkili ve kuvvetlidir. Aynı zamanda sivilce ve akne yaraları olanlar, cilt hastaları, idrarını tutamayanlar, metabolizması çalışmayanlar, nefes darlığı olanlar, kilo sorunu olanlar, fazla kilolarından kurtulamayanlar için de aronia ve aloe vera özlü çayımız da etkili ve tesirlidir...", "0212 700 18 ..", "Aronia Özlü Ultra Panax", "4 Kavanoz 120 Kapsül", "109 TL + Kargo", "Aronia Özlü ve Aleo Vera Özlü 30 Adet Çay Hediye", "Damar Hastaları", "Şeker Hastaları", "Tansiyon Hastaları", "Kalp Hastaları", "Karaciğer Yağlanması", "Nefes Darlığı", "Kilo Sorunu", "Metabolizma Sorunu", "Cinsel Sorun", "Saç Sorunu", "Sivilce Sorunu", "Uyku Sorunu", "Tüm Hastalıklarınıza Faydalı Kür" vb.* şeklinde sözlü ve yazılı ifadelerle, ürünün kalp hastalarına, damar sertleşmesi sorunu olanlara, tansiyon sorununa, metabolizması çalışmayanlara, şeker hastalarına, cinsel fonksiyon bozukluğu olan hastalara, kilo sorunu olanlara, karaciğer hastalarına, cilt hastalarına, sivilce ve aknesi olanlara, nefes darlığı çekenlere, uyku sorunu olanlara iyi geldiği vurgulanarak hastalıkların tedavisine yönelik sağlık beyanlarıyla tanıtım ve satışının yapıldığı*,* gıda takviyesi niteliğindeki söz konusu ürünün insan fizyolojisine ve/veya metabolizmasına etki eden “tıbbi bir ürün” olduğu izlenimi oluşturan söz konusu sağlık beyanlarının bilimsel olarak ispata muhtaç olduğu ve mevzuatta izin verilen sağlık beyanlarının dışına çıktığı, yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre 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; diğer taraftan, Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin “Tanıklı reklamlar” başlıklı 16 ncı maddesinde, “(1) Reklamlarda, tanıklığına başvurulan kişi, kurum veya kuruluşun tecrübesine, bilgisine veya araştırma sonuçlarına dayanmayan ve gerçek olmayan hiçbir tanıklık ya da onay ifadesine yer verilemez veya atıfta bulunulamaz. (…)” hükmünün yer aldığı, bu kapsamda, inceleme konusu reklamlarda, Prof. Dr. İbrahim Saraçoğlu, Prof. Dr. Canan Karatay ve Prof. Dr. Ahmet Maranki adlı şahıslar tarafından muhtelif televizyon programlarında yapılan açıklamalar ile anılan şahıslara ait görüntülere yer verilmek suretiyle firmaca tanıtımı yapılan ürünlerin konunun uzmanları tarafından tavsiye edildiği gibi yanıltıcı bir izlenim oluşturulduğu, bununla birlikte, anılan şahıslara ait görüntülerin montajlama yöntemiyle firmanın reklamına uyarlandığı, bu itibarla, söz konusu reklamlarda, Prof. Dr. İbrahim Saraçoğlu, Prof. Dr. Canan Karatay ve Prof. Dr. Ahmet Maranki'ye ait olmayan ve gerçekleri yansıtmayan tanıklık ve tavsiye niteliğinde ifadelere yer verilmesinin mevzuata aykırı, tüketicileri aldatıcı, tüketici güveni ile tüketicilerin tecrübe ve bilgi noksanlıklarını istismar edici nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- 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,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/1-b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 9/1, 9/2, 9/5, 16/1, 16/3, 26/1 ve 27/1’inci maddeleri,

- 5996 sayılı Veteriner Hizmetleri, Bitki Sağlığı, Gıda ve Yem Kanunu’nun 23/2 ve 24/3 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 **Toru Medya Televizyon Radyo ve Reklamcılık Hizmetleri A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **20.953,00-TL (Yirmibindokuzyüzelliüç Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**105)**

**Dosya No: 2021/1525**

**Şikayet Edilen: HB Grup Kimya ve Teknoloji Sanayi Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** “BorPolis” isimli Facebook hesabının 10.05.2021 tarihli görünümünde yer alan muhtelif takviye edici gıda ürünlerine ilişkin tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 10.05.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan incelemede, “BorPolis” isimli Facebook hesabının 10.05.2021 tarihli görünümünde yer alan muhtelif takviye edici gıda ürünlerine ilişkin tanıtımlarda,

“Okta-Bor Bor ve Bitkisel Ekstrakt İçeren Sıvı”isimli ürüne ilişkin 18.12.2020tarihli gönderide; *“Kullanım Alanı: Oktabor, prostat büyümesi ve buna bağlı işeme sorunları ile PSA değeri yüksek olanlar, idrar yolu enfeksiyonu, mesane problemi bulunanlar ve böbrek taşı düşürenler ile prostat kanseri tedavisi görmüş veya prostat kanseri riski taşıyan erkeklerin tedavilerine destek amacıyla kullanmaları önerilir. Ayrıca sağlıklı yaşama önem veren, alkali su kullanmak isteyen, bor’u gıda takviyesi olarak almak herkese tavsiye edilir.”,*

“Multibor Mineralli Tuz Solesi” isimli ürüne ilişkin 18.12.2020 tarihli gönderide; *“Kullanım Alanları: Bor ve iyot ilaveli “multibor mineralli tuz solesi”, genel itibariyle çinko, magnezyum ve iyot eksikliğinden kaynaklı rahatsızlıklara maruz kalmamak için ya da bu rahatsızlıklardan ötürü tedavi görülüyor ise tedavilere destek sağlamak amacıyla kullanılabilinir. Ayrıca kemik sağlığı sorunu yaşayanlara, vitamin-D takviyesi alanlara, gençlere ve sağlıklı yaşama önem veren herkese önerilir.”,*

“OrtoBor Damla” isimli ürüne ilişkin 18.12.2020 tarihli gönderide; *“Kalsiyum ve bor eksikliğinden kaynaklı bu olumsuzlukların ve yaş ilerledikçe ortaya çıkan ortopedik sorunların önlenmesi ve üstesinden gelinmesi amacıyla bor konusunda Türkiye’nin öncüsü Dr. Octa tarafından daha önce iyonik formda kullanıma sunulan “meta-bor damla” geliştirilmek suretiyle kalsiyum takviyeli “orto-BOR” diye yeni bir ürün hazırlanmıştır. Kullanım Alanları: Ortobor Damla, genel itibariyle kalsiyum ve bor eksikliğinden kaynaklı rahatsızlıklara maruz kalmamak için ya da bu rahatsızlıklardan ötürü tedavi görülüyor ise tedavilere destek amacıyla kullanılabilinir. Ayrıca kemik sağlığı sorunu yaşayanlara, vitamin-D takviyesi alanlara, menopoz dönemindeki ve her yaştaki kadınlara ve sağlıklı yaşama önem veren herkese önerilir.”,*

“Altın Bor Damla” isimli ürüne ilişkin 06.01.2021 tarihli gönderide; *“Bizler de Dr.Octa olarak bor’un ve altın’ın beyin ve sinir sistemine olumlu etkilerinden hareketle, altın suyu ve şifalı bitkilerden “altın-BOR damla” diye yeni bir karışım hazırladık. (…) Hafızanızı yenileyin”,*

“Bor-Koza Servi Kozalağı, Zencefil ve Bor İçeren Sıvı Takviye Edici Gıda” isimli ürüne ilişkin 06.01.2021 tarihli gönderide; *“Çam Kozalağı;Çam Ormanlarının Ferahlığı Solunum Yolu Hastalıklarında Rahat Nefes Almayı Sağlar. Astım Hastalığının Olumsuz Etkilerini Azaltır. Mevsim Geçişlerindeki Hastalıkları Atlatmaya Yardımcı Olur, Bağışıklık Sistemini Güçlendirir. Yıpranan Saçları Canlandırma Etkisi Yapar. Stres Seviyesini Azaltmaya Yardımcı Olur. Gün İçinde İhtiyaç Duyulan Enerjiyi Verir. Şeker Seviyesini Dengede Tutar. Diş Eti Problemlerini İyileştirmeye Yardımcı Olur. Cilt Hücrelerinin Yenilenmesine Destek Olur, Kırışıklığı ve Yaşlanmayı Azaltır.”,*

12.01.2021 tarihli gönderide yer verilen broşür görselinde *“Altın BOR Kimler İçin; Konsantrasyon zorluğu çekenler ve dikkat dağınıklığı olanlar. Hafıza kaybı ve demans rahatsızlığı bulunanlar. Alzheimer potansiyeli bulunanlar. Beyinsel fonksiyonlarını güçlendirmek isteyenler. Haşimatosu olanlar. Orto BOR Kimler İçin; Depresyon, cinsel isteksizlik ve uykusuzluk sorunu olanlar. Menapoz döneminde bulunanlar, adet dönemi sancılı geçenler. Magnezyum ve kalsiyum takviyesi ihtiyacı olanlar. Kemik erimesi ile mücadele etmek durumunda kalanlar. Meme kanseri, rahim ağzı kanseri ve riski olanlar.İltihaplı eklem romatizması olanlar.”* ifadelerine ve Multi BOR, BorKOZA, OktaBOR, BorPolis isimli diğer ürünlere yönelik olarak da sağlık beyanı ve endikasyon içeren benzer ifadelere,

“OktaBOR” isimli ürüne ilişkin 26.01.2021 tarihli gönderide; *“Prostat Paketi”* ve 10.02.2021 tarihli gönderide; *“Türkiye’de erkeklerin en büyük sorunu prostat.”,*

“BorKOZA” ve “Dop Propolis” isimli ürünlere ilişkin 08.02.2020 tarihli gönderide; *“Bağışıklık sisteminiz için Bor’lu ürünleri seçin.”,*

“Bor-Polis” isimli ürüne ilişkin 15.02.2021 tarihli gönderide; *“En kıymetlilerimizin de bağışıklk sistemini güçlendirmeliyiz…Bağışıklık sisteminizi güçlendirin. Borpolis vücudun enfeksiyonlara karşı doğal savunma mekanizmasını artırmak için alternatif bir çözümdür…Özellikle enfeksiyon rahatsızlığı olanlara tavsiye edilir. Bağışıklık Sisteminizi Güçlendirin Bu Kış Çok Çetin Geçiyor.”* şeklinde ifadelere ve benzeri birçok sağlık beyanı içeren ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** “BorPolis” isimli Facebook hesabının 10.05.2021 tarihli görünümünde yer alan muhtelif takviye edici gıda ürünlerine ilişkin tanıtımlarda,

“Okta-Bor Bor ve Bitkisel Ekstrakt İçeren Sıvı”isimli ürüne ilişkin 18.12.2020tarihli gönderide; *“Kullanım Alanı: Oktabor, prostat büyümesi ve buna bağlı işeme sorunları ile PSA değeri yüksek olanlar, idrar yolu enfeksiyonu, mesane problemi bulunanlar ve böbrek taşı düşürenler ile prostat kanseri tedavisi görmüş veya prostat kanseri riski taşıyan erkeklerin tedavilerine destek amacıyla kullanmaları önerilir. Ayrıca sağlıklı yaşama önem veren, alkali su kullanmak isteyen, bor’u gıda takviyesi olarak almak herkese tavsiye edilir.”,*

“Multibor Mineralli Tuz Solesi” isimli ürüne ilişkin 18.12.2020 tarihli gönderide; *“Kullanım Alanları: Bor ve iyot ilaveli “multibor mineralli tuz solesi”, genel itibariyle çinko, magnezyum ve iyot eksikliğinden kaynaklı rahatsızlıklara maruz kalmamak için ya da bu rahatsızlıklardan ötürü tedavi görülüyor ise tedavilere destek sağlamak amacıyla kullanılabilinir. Ayrıca kemik sağlığı sorunu yaşayanlara, vitamin-D takviyesi alanlara, gençlere ve sağlıklı yaşama önem veren herkese önerilir.”,*

“OrtoBor Damla” isimli ürüne ilişkin 18.12.2020 tarihli gönderide; *“Kalsiyum ve bor eksikliğinden kaynaklı bu olumsuzlukların ve yaş ilerledikçe ortaya çıkan ortopedik sorunların önlenmesi ve üstesinden gelinmesi amacıyla bor konusunda Türkiye’nin öncüsü Dr. Octa tarafından daha önce iyonik formda kullanıma sunulan “meta-bor damla” geliştirilmek suretiyle kalsiyum takviyeli “orto-BOR” diye yeni bir ürün hazırlanmıştır. Kullanım Alanları: Ortobor Damla, genel itibariyle kalsiyum ve bor eksikliğinden kaynaklı rahatsızlıklara maruz kalmamak için ya da bu rahatsızlıklardan ötürü tedavi görülüyor ise tedavilere destek amacıyla kullanılabilinir. Ayrıca kemik sağlığı sorunu yaşayanlara, vitamin-D takviyesi alanlara, menopoz dönemindeki ve her yaştaki kadınlara ve sağlıklı yaşama önem veren herkese önerilir.”,*

“Altın Bor Damla” isimli ürüne ilişkin 06.01.2021 tarihli gönderide; *“Bizler de Dr.Octa olarak bor’un ve altın’ın beyin ve sinir sistemine olumlu etkilerinden hareketle, altın suyu ve şifalı bitkilerden “altın-BOR damla” diye yeni bir karışım hazırladık. (…) Hafızanızı yenileyin”,*

“Bor-Koza Servi Kozalağı, Zencefil ve Bor İçeren Sıvı Takviye Edici Gıda” isimli ürüne ilişkin 06.01.2021 tarihli gönderide; *“Çam Kozalağı;Çam Ormanlarının Ferahlığı Solunum Yolu Hastalıklarında Rahat Nefes Almayı Sağlar. Astım Hastalığının Olumsuz Etkilerini Azaltır. Mevsim Geçişlerindeki Hastalıkları Atlatmaya Yardımcı Olur, Bağışıklık Sistemini Güçlendirir. Yıpranan Saçları Canlandırma Etkisi Yapar. Stres Seviyesini Azaltmaya Yardımcı Olur. Gün İçinde İhtiyaç Duyulan Enerjiyi Verir. Şeker Seviyesini Dengede Tutar. Diş Eti Problemlerini İyileştirmeye Yardımcı Olur. Cilt Hücrelerinin Yenilenmesine Destek Olur, Kırışıklığı ve Yaşlanmayı Azaltır.”,*

12.01.2021 tarihli gönderide yer verilen broşür görselinde *“Altın BOR Kimler İçin; Konsantrasyon zorluğu çekenler ve dikkat dağınıklığı olanlar. Hafıza kaybı ve demans rahatsızlığı bulunanlar. Alzheimer potansiyeli bulunanlar. Beyinsel fonksiyonlarını güçlendirmek isteyenler. Haşimatosu olanlar. Orto BOR Kimler İçin; Depresyon, cinsel isteksizlik ve uykusuzluk sorunu olanlar. Menapoz döneminde bulunanlar, adet dönemi sancılı geçenler. Magnezyum ve kalsiyum takviyesi ihtiyacı olanlar. Kemik erimesi ile mücadele etmek durumunda kalanlar. Meme kanseri, rahim ağzı kanseri ve riski olanlar.İltihaplı eklem romatizması olanlar.”* ifadelerine ve Multi BOR, BorKOZA, OktaBOR, BorPolis isimli diğer ürünlere yönelik olarak da sağlık beyanı ve endikasyon içeren benzer ifadelere,

“OktaBOR” isimli ürüne ilişkin 26.01.2021 tarihli gönderide; *“Prostat Paketi”* ve 10.02.2021 tarihli gönderide; *“Türkiye’de erkeklerin en büyük sorunu prostat.”,*

“BorKOZA” ve “Dop Propolis” isimli ürünlere ilişkin 08.02.2020 tarihli gönderide; *“Bağışıklık sisteminiz için Bor’lu ürünleri seçin.”,*

“Bor-Polis” isimli ürüne ilişkin 15.02.2021 tarihli gönderide; *“En kıymetlilerimizin de bağışıklk sistemini güçlendirmeliyiz…Bağışıklık sisteminizi güçlendirin. Borpolis vücudun enfeksiyonlara karşı doğal savunma mekanizmasını artırmak için alternatif bir çözümdür…Özellikle enfeksiyon rahatsızlığı olanlara tavsiye edilir. Bağışıklık Sisteminizi Güçlendirin Bu Kış Çok Çetin Geçiyor.”* şeklinde ifadelere ve benzeri birçok sağlık beyanı içeren ifadelere yer verildiği,

Ancak, söz konusu 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 ürünlerin 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 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, 9 uncu, 26 ncı ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre, reklam veren **HB Grup Kimya ve Teknoloji Sanayi Limited Şirketi** 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.

**106)**

**Dosya No: 2021/1784**

**Şikayet Edilen: İtimat Tavukçuluk ve Gıda Sanayi Ticaret Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** Dondurulmuş Paketli Bütün Tavuk (Lele Tavuk) isimli gıda ürünlerine ilişkin ambalaj üzerinde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj

**Tespitler:** Ankara İl Tarım Müdürlüğü tarafından yapılan denetim sonucunda; Yakacık Mahallesi Sedefçiler Sokak No:3/A Keçiören/ANKARA adresinde faaliyet gösteren İtimat Tavukçuluk ve Gıda Sanayi Ticaret Anonim Şirketi unvanlı işletme tarafından üretilen Dondurulmuş Paketli Bütün Tavuk (Lele Tavuk) adlı ürünlerin son kullanma tarihlerinin üzeri başka etiket ile kapatılarak (Altta kalan etikette Üretim Tarihi: 05.07.2018, SKT: 04.07.2019, Parti No:390339 ve TR14-0102 Onay numaralı işletmede üretildiği, üstte kalan etikette ise Üretim Tarihi 18.05.2020, SKT:17.05.2021, Parti No:18052020-1 ve TR42-0646 Onay numaralı işletmede üretildiği) satışa sunulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, Firma tarafından piyasaya sürülen Dondurulmuş Paketli Bütün Tavuk (Lele Tavuk) isimli gıda ürünlerine ilişkin olarak; Üretim Tarihi: 05.07.2018, SKT: 04.07.2019, Parti No:390339 ve TR14-0102 Onay numaralı işletmede üretildiği bilgilerinin yer aldığı etiketlerin kapatılarak Üretim Tarihi 18.05.2020, SKT:17.05.2021, Parti No:18052020-1 ve TR42-0646 Onay numaralı işletmede üretildiği bilgilerinin yer aldığı etiket ile satışa sunulduğu, buna göre söz konusu ürünlerin üretim ve son tüketim tarihleri konusunda 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-a ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre, reklam veren **İtimat Tavukçuluk ve Gıda Sanayi Ticaret Anonim Şirketi** hakkında6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**107)**

**Dosya No: 2021/2185**

**Şikayet Edilen: Seba Ülgen Estetisyenlik Güzellik Enstitüsü Özel Eğitim ve Turizm Sanayi ve Ticaret Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:**“Moringa Çayı” isimli gıda ürününe ilişkin. www.mucizeagacmoringa.com ve www.mucizeagacmoringamarket.com adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 07.05.2021 ve 30.05.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan inceleme sonucunda, www.mucizeagacmoringa.com adresli internet sitesinde yer alan “Moringa Çayı” isimli gıda ürününe ilişkin tanıtımlarda; *“Moringa Çayının Faydaları. Moringa bitkisi ülser ve yaraları temizlemede oldukça faydalıdır. Moringa çok iyi bir protein kaynağıdır, ayrıca çok düşük yağ ve karbonhidrat içerir. Sindirim sistemini düzenler, daha iyi çalışmasını sağlar. İçerdiği A, C, E gibi antioksidan vitaminler sayesinde diyabetin iyileşmesinde yardımcı rol oynar. Kansere karşı mücadelede, bağışıklık sisteminin kuvvetlendirilmesinde sıkça kullanılır. Göz ile ilgili rahatsızlıkları tedavi eder, kişinin görme kalitesini artırarak daha iyi görmesini sağlar. Moringanın faydalarından bir diğeri de enfeksiyonlara karşı vücudu korur, vücudun kendini daha iyi savunmasını sağlar. Moringanın ağrı kesici özelliği de vardır. Özellikle kulak ve baş ağrılarına karşı oldukça iyi gelir. Anti- inflamatuar özelliği sayesinde gut hastalığında meydana gelen iltihap ve ağrıları azaltır. İçerdiği kalsiyum sayesinde kemik ve dişler için oldukça önemlidir. Kemikleri güçlendirir, kemik kaybını önler. Bağırsak hareketlerini düzenleyerek kolaylaştırır. Bu özelliği diyet yapan kişiler için oldukça önemlidir, düşük yağ ve karbonhidrt değerleri sayesinde zayıflamaya katkıda bulunur. Ayrıca mide ağrılarını geçirir.”* ifadelerine yer verilirken, söz konusu ürünün satışına ilişkin olarak www.mucizeagacmoringamarket.com adresli internet sitesine yönlendirme yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** www.mucizeagacmoringa.com adresli internet sitesinde yer alan “Moringa Çayı” isimli gıda ürününe ilişkin tanıtımlarda yer verilen; *““Moringa Çayının Faydaları. Moringa bitkisi ülser ve yaraları temizlemede oldukça faydalıdır. Moringa çok iyi bir protein kaynağıdır, ayrıca çok düşük yağ ve karbonhidrat içerir. Sindirim sistemini düzenler, daha iyi çalışmasını sağlar. İçerdiği A, C, E gibi antioksidan vitaminler sayesinde diyabetin iyileşmesinde yardımcı rol oynar. Kansere karşı mücadelede, bağışıklık sisteminin kuvvetlendirilmesinde sıkça kullanılır. Göz ile ilgili rahatsızlıkları tedavi eder, kişinin görme kalitesini artırarak daha iyi görmesini sağlar. Moringanın faydalarından bir diğeri de enfeksiyonlara karşı vücudu korur, vücudun kendini daha iyi savunmasını sağlar. Moringanın ağrı kesici özelliği de vardır. Özellikle kulak ve baş ağrılarına karşı oldukça iyi gelir. Anti- inflamatuar özelliği sayesinde gut hastalığında meydana gelen iltihap ve ağrıları azaltır. İçerdiği kalsiyum sayesinde kemik ve dişler için oldukça önemlidir. Kemikleri güçlendirir, kemik kaybını önler. Bağırsak hareketlerini düzenleyerek kolaylaştırır. Bu özelliği diyet yapan kişiler için oldukça önemlidir, düşük yağ ve karbonhidrt değerleri sayesinde zayıflamaya katkıda bulunur. Ayrıca mide ağrılarını geçirir.”* 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 **Seba Ülgen Estetisyenlik Güzellik Enstitüsü Özel Eğitim ve Turizm Sanayi ve Ticaret Limited Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca anılan reklamları **durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**108)**

**Dosya No: 2021/2186**

**Şikayet Edilen: Muammer FİDAN**

**Şikayet Edilen Reklam:** Facebook isimli sosyal paylaşım sitesinde reklam veren şahsa ait olduğu tespit edilen “AktarAmca” isimli kullanıcı hesabının 05.04.2021 tarihli görünümünde yer alan “Form Extra Organik Zayıflama Kürü” isimli gıda ürününe ilişkin tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 05.04.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan inceleme sonucunda, “AktarAmca” isimli kullanıcı hesabında yer alan “Form Extra Organik Zayıflama Kürü” isimli gıda ürününe ilişkin tanıtımlarda; *“Mucize karışım form extra zayıflama kürü ile fazlalıklardan kurtulma zamanı. Yağ yakıcı. Ödem atıcı. Metabolizma düzenleyici. (…)12 kilo gitti. (…)Ben 15 gündür kullanıyorum set olarak ve 3 kilo verdim. (…) 5 günde 1 kilo gitti, çok memnunum çayınızdan.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Reklam veren şahsa ait olduğu tespit edilen “AktarAmca” isimli kullanıcı hesabında yer alan “Form Extra Organik Zayıflama Kürü” isimli gıda ürününe ilişkin tanıtımlarda yer verilen; *“Mucize karışım form extra zayıflama kürü ile fazlalıklardan kurtulma zamanı. Yağ yakıcı. Ödem atıcı. Metabolizma düzenleyici. (…)12 kilo gitti. (…)Ben 15 gündür kullanıyorum set olarak ve 3 kilo verdim. (…) 5 günde 1 kilo gitti, çok memnunum çayınızdan.”* 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 **Muammer FİDAN** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca anılan reklamları **durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**109)**

**Dosya No: 2021/2187**

**Şikayet Edilen: Güneş BARAK**

**Şikayet Edilen Reklam:** Instagram isimli sosyal paylaşım sitesinde reklam veren şahsa ait olduğu tespit edilen “kinoacayim” isimli kullanıcı hesabının 13.04.2021 tarihli görünümünde yer alan “Kinoa Bitkisel Zayıflama Çayı” isimli gıda ürününe ilişkin tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 13.04.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan inceleme sonucunda, “kinoacayim” isimli kullanıcı hesabında yer alan “Kinoa Bitkisel Zayıflama Çayı” isimli gıda ürününe ilişkin tanıtımlarda yer verilen; *“Zayıflama Çayı. Sabahları tüketeceğiniz 1 bardak kinoa ile akşamları da ise bir bardak enerji dolu bir gün geçirebilir, verdiği tokluk hissi ile açlığı unutabilir ve metabolizma hızlandırma hareketi ile yağları yakabilirsiniz… . Güne @kinocayım ile başlamak mükemmel ötesi 10 günde 3 kilo verdim düzensiz kullandığım halde… . Yağları yakar. Enerji verir. Tok tutar. Ödem atar.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Reklam veren şahsa ait olduğu tespit edilen “kinoacayim” isimli kullanıcı hesabında yer alan “Kinoa Bitkisel Zayıflama Çayı” isimli gıda ürününe ilişkin tanıtımlarda yer verilen; *“Zayıflama Çayı. Sabahları tüketeceğiniz 1 bardak kinoa ile akşamları da ise bir bardak enerji dolu bir gün geçirebilir, verdiği tokluk hissi ile açlığı unutabilir ve metabolizma hızlandırma hareketi ile yağları yakabilirsiniz… . Güne @kinocayım ile başlamak mükemmel ötesi 10 günde 3 kilo verdim düzensiz kullandığım halde… . Yağları yakar. Enerji verir. Tok tutar. Ödem atar.”* 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 **Güneş BARAK** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca anılan reklamları **durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**110)**

**Dosya No: 2021/2188**

**Şikayet Edilen: Biocodex İlaç Sanayi İthalat İhracat ve Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Symbiosys Alflorex”* markalı gıda takviyesi ürünlerine ilişkin olarak Instagram ve Twitter isimli sosyal paylaşım sitelerinde reklam veren firmaya ait “symbiosys\_tr” isimli kullanıcı hesaplarının 23.05.2021 tarihli görünümlerinde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 23.05.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: Yapılan incelemede, *“Symbiosys Alflorex”* markalı gıda takviyesi ürünlerine ilişkin olarak Instagram ve Twitter isimli sosyal paylaşım sitelerinde reklam veren firmaya ait “symbiosys\_tr” isimli kullanıcı hesaplarında yer alan tanıtımlarda;

*“Karın ağrıları, ne zaman geleceği belli olmayan tuvalet ihtiyacı, şişkinlik ve fazlası… Günde 1 adet Symbiosys Alflorex İrritabl Bağırsak Sendromu semptomlarını azaltır.”, “#SymbiosysAlflorex #gluten ve #laktoz içermez. Hayvansal #yağ barındırmaz. #SadeceEczanelerde #gaz #şişkinlik #kabızlık #ishal #karınağrısı #probiyotik #sağlık”, “#Ramazan ayında #sindirim şikayetleri artabilir. #Gaz, #şişkinlik, #karın ağrısı, #kabızlık ve #ishal şikayetleriniz için sahurda 1 adet #SymbiosysAlflorex alın, rahatlığı tadın. #SadeceEczanelerde”, “Sabahları dümdüz bir karınla uyanıp, akşamüzeri kendinizi 3-5 beden büyümüş buluyor, pantolona, eteğe sığamıyorsanız; #SymbiosysAlflorex kullanın, özgürlüğün keyfini çıkarın. #Gaz #Şişkinlik #KarınAğrısı #Kabızlık”* ifadelerine ve benzeri ifadelere,

Firmaya ait “symbiosys\_tr” isimli Instagram hesabında yer alan 07.10.2020 tarihli gönderide; *“Merhaba alflorex ile alflorex ibs arasındaki fark nedir alacağım bugün karar veremedim”* ifadelerine cevaben *“Alflorex ile Alflorex İBS içerik olarak aynı ürünler olup, ambalaj değişikliği mevcuttur. Sağlıklı günler dileriz.”* ifadelerine,

Söz konusu tanıtımlarda *“Kiloların fişini çekmek için haydi eczanelere! Eczaneden aldığınız Symbiosys Alflorex’i ve fişini fotoğraflayın, bize DM ile iletin ve 1 aylık #OnlineDiyetisyen desteği kazanın. #SymbiosysAlflorex ile özgürlüğün tadını çıkarın! #SadeceEczanelerde #Askipo #ÖzgürlüğüSeç #diyet”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** *“Symbiosys Alflorex”* markalı gıda takviyesi ürünlerine ilişkin olarak Instagram ve Twitter isimli sosyal paylaşım sitelerinde reklam veren firmaya ait “symbiosys\_tr” isimli kullanıcı hesaplarında yer alan tanıtımlarda;

*“Karın ağrıları, ne zaman geleceği belli olmayan tuvalet ihtiyacı, şişkinlik ve fazlası… Günde 1 adet Symbiosys Alflorex İrritabl Bağırsak Sendromu semptomlarını azaltır.”, “#SymbiosysAlflorex #gluten ve #laktoz içermez. Hayvansal #yağ barındırmaz. #SadeceEczanelerde #gaz #şişkinlik #kabızlık #ishal #karınağrısı #probiyotik #sağlık”, “#Ramazan ayında #sindirim şikayetleri artabilir. #Gaz, #şişkinlik, #karın ağrısı, #kabızlık ve #ishal şikayetleriniz için sahurda 1 adet #SymbiosysAlflorex alın, rahatlığı tadın. #SadeceEczanelerde”, “Sabahları dümdüz bir karınla uyanıp, akşamüzeri kendinizi 3-5 beden büyümüş buluyor, pantolona, eteğe sığamıyorsanız; #SymbiosysAlflorex kullanın, özgürlüğün keyfini çıkarın. #Gaz #Şişkinlik #KarınAğrısı #Kabızlık”* ifadelerine ve benzeri 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, böylelikle söz konusu ürünün sanki bir ilaç veya beşeri tıbbi ürün gibi tanıtıldığı, yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre takviye edici gıdalar için bu tür sağlık beyanlarının kullanılmasının kesinlikle yasak olduğu, bir ürüne ilişkin olarak her hangi bir sağlık beyanında bulunabilmesi için ilgili idari otoriteden (Sağlık Bakanlığı Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Kurumu) izin alınması gerektiği, kullanılan bu beyanlar için ilgili otoriteden izin alınmadığından söz konusu beyanların doğruluğunun bilimsel olarak ispat edilmiş sayılamayacağı, dolayısıyla doğruluğu bilimsel olarak ispat edilmemiş bu beyanlarla tüketicilerin aldatılıp yanıltıldığı,

Diğer taraftan, reklam veren firmaya ait ait “symbiosys\_tr” isimli Instagram hesabında yer alan 07.10.2020 tarihli gönderide; *“Merhaba alflorex ile alflorex ibs arasındaki fark nedir alacağım bugün karar veremedim”* ifadelerine cevaben *“Alflorex ile Alflorex İBS içerik olarak aynı ürünler olup, ambalaj değişikliği mevcuttur. Sağlıklı günler dileriz.”* ifadelerine yer verilmesine rağmen, söz konusu ürünlerden “Symbiosys Alflorex İBS” isimli ürün tıbbi cihaz olarak ruhsatlandırılırken Symbiosys Alflorex ürününün takviye edici gıda statüsünde olduğu, bu nedenle söz konusu tanıtımlar ile tüketicilerin yanıltıldığı,

Öte yandan, söz konusu tanıtımlarda *“Kiloların fişini çekmek için haydi eczanelere! Eczaneden aldığınız Symbiosys Alflorex’i ve fişini fotoğraflayın, bize DM ile iletin ve 1 aylık #OnlineDiyetisyen desteği kazanın. #SymbiosysAlflorex ile özgürlüğün tadını çıkarın! #SadeceEczanelerde #Askipo #ÖzgürlüğüSeç #diyet”* ifadeleri ile tanıtımı yapılan kampanya ile reklama konu takviye edici gıda ürününün fazla tüketiminin teşvik edilmesinin kamu sağlığını bozucu olacağı,

Son olarak, inceleme konusu reklamlar de dahil olmak üzere takviye edici gıda tanıtımlarında sıklıkla karşılaşılan ve ürünlerin sadece eczanelerde satıldığını belirten "Sadece Eczanelerde" beyanına ilişkin olarak Tarım ve Orman Bakanlığı'ndan alınan yazılı görüşte, *"Türk Gıda Kodeksi Gıda Etiketleme ve Tüketicileri Bilgilendirme Yönetmeliğinin 7 nci maddesinin üçüncü fıkrasında yer alan "Özel beslenme amaçlı gıdalar ile ilgili mevzuat hükümleri saklı kalmak kaydıyla, gıdanın bir hastalığı önleme, tedavi etme veya iyileştirme özelliğine sahip olduğuna dair bilgilendirme yapılamaz, bu tür özelliklere atıfta bulunulamaz." hükmüne istinaden, takviye edici gıdaların etiketinde/reklamında yer verilen "Sadece Eczanelerde Satılır" ifadesinin, ürünün tedavi etme ve iyileştirme özelliği olan bir ilaç olduğu algısı yaratacağından, söz konusu ifadenin mevzuata uygun bulunmadığı"* belirtildiği, diğer taraftan 6197 Sayılı Eczacılar ve Eczaneler Hakkında Kanunun 28 inci maddesinde münhasıran eczanelerde satılacak tıbbi ürünlerin belirtilmiş olduğu, bu doğrultuda "Sadece Eczanelerde" beyanının tüketiciler nezdinde ürünlerin ilaç veya beşeri tıbbi ürün olduğu algısı oluşturması ve ayrıca eczanelerin tüketicilerde sahip olduğu güven algısı kullanılarak söz konusu ürünlerin de güvenilir olduğu izlenimi yaratması nedeniyle mevzuata aykırı ve tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğudeğerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- 5996 sayılı Veteriner Hizmetleri, Bitki Sağlığı, Gıda ve Yem Kanunu’nun 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,

-6197 Sayılı Eczacılar ve Eczaneler Hakkında Kanun’un 28 inci 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, 26 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

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

**111)**

**Dosya No: 2021/1958**

**Şikayet Edilen: ŞU Televizyon ve Yayıncılık Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** 15.01.2021 tarihinde 11:30 - 12:15, 16.01.2021 tarihinde 15:45 - 16:08, 17.01.2021 tarihinde 09:53 - 10:16, 18.01.2021 tarihinde 11:06 - 11:32, 26.01.2021 tarihinde 10:25 - 11:07 saatleri arasında “ŞU TV” logosuyla uydu üzerinden yayın yapan televizyon kanalında yer alan, “Anadolu Doğal Yöresel Antibiyotix” markalı takviye edici gıda mahiyetindeki ürün reklamı.

**Reklam Yayın Tarihi:** 15.01.2021, 16.01.2021, 17.01.2021, 18.01.2021, 26.01.2021

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** 15.01.2021 tarihinde 11:30 - 12:15, 16.01.2021 tarihinde 15:45 - 16:08, 17.01.2021 tarihinde 09:53 - 10:16, 18.01.2021 tarihinde 11:06 - 11:32, 26.01.2021 tarihinde 10:25 - 11:07 saatleri arasında “ŞU TV” logosuyla uydu üzerinden yayın yapan televizyon kanalında yer alan, “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 sağlık beyanları kullanılarak tanıtım yapıldığıtespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** 15.01.2021 tarihinde 11:30 - 12:15, 16.01.2021 tarihinde 15:45 - 16:08, 17.01.2021 tarihinde 09:53 - 10:16, 18.01.2021 tarihinde 11:06 - 11:32, 26.01.2021 tarihinde 10:25 - 11:07 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,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- 1262 sayılı İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanunu’nun 18/2, 18/3 ve 19/1 maddeleri,

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

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliği’nin 5/1-a, 5/1-b, 5/1-c, 5/1-ç ve 5/1-d maddeleri,

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

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

- Türk Gıda Kodeksi Takviye Edici Gıdalar Tebliği’nin (Tebliğ No: 2013/49) 13/1, 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 ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **22.861,00-TL (Yirmiikibinsekizyüzaltmışbir Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**112)**

**Dosya No: 2021/1959**

**Şikayet Edilen: Hedef TV Radyo Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** 16.01.2021 tarihinde 15:45-16:08 saatleri arasında “ŞU TV” logosuyla uydu üzerinden yayın yapan televizyon kanalında yer alan, “Anadolu Doğal Yöresel Antibiyotix” markalı takviye edici gıda mahiyetindeki ürün reklamı.

**Reklam Yayın Tarihi:** 16.01.2021

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** 16.01.2021 tarihinde 15:45-16:08 saatleri arasında “ŞU TV” logosuyla uydu üzerinden yayın yapan televizyon kanalında yer alan, “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 sağlık beyanları kullanılarak tanıtım yapıldığıtespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** 16.01.2021 tarihinde 15:45-16:08 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,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- 1262 sayılı İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanunu’nun 18/2, 18/3 ve 19/1 maddeleri,

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

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliği’nin 5/1-a, 5/1-b, 5/1-c, 5/1-ç ve 5/1-d maddeleri,

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

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

- Türk Gıda Kodeksi Takviye Edici Gıdalar Tebliği’nin (Tebliğ No: 2013/49) 13/1, 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 ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **22.861,00-TL (Yirmiikibinsekizyüzaltmışbir Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**113)**

**Dosya No: 2021/1960**

**Şikayet Edilen: Lions Reklam Güvenlik Malzemeleri Temizlik Kozmetik İnşaat Malzemeleri Organizasyon Sanayi Ticaret Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** 15.01.2021 tarihinde 11:30 - 12:15, 17.01.2021 tarihinde 09:53 - 10:16, 18.01.2021 tarihinde 11:06 - 11:32, 26.01.2021 tarihinde 10:25 - 11:07 saatleri arasında “ŞU TV” logosuyla uydu üzerinden yayın yapan televizyon kanalında yer alan, “Anadolu Doğal Yöresel Antibiyotix” markalı takviye edici gıda mahiyetindeki ürün reklamı.

**Reklam Yayın Tarihi:** 15.01.2021, 17.01.2021, 18.01.2021, 26.01.2021

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** 15.01.2021 tarihinde 11:30 - 12:15, 17.01.2021 tarihinde 09:53 - 10:16, 18.01.2021 tarihinde 11:06 - 11:32, 26.01.2021 tarihinde 10:25 - 11:07 saatleri arasında “ŞU TV” logosuyla uydu üzerinden yayın yapan televizyon kanalında yer alan, “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 sağlık beyanları kullanılarak tanıtım yapıldığıtespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** 15.01.2021 tarihinde 11:30 - 12:15, 17.01.2021 tarihinde 09:53 - 10:16, 18.01.2021 tarihinde 11:06 - 11:32, 26.01.2021 tarihinde 10:25 - 11:07 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,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- 1262 sayılı İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanunu’nun 18/2, 18/3 ve 19/1 maddeleri,

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

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliği’nin 5/1-a, 5/1-b, 5/1-c, 5/1-ç ve 5/1-d maddeleri,

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

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

- Türk Gıda Kodeksi Takviye Edici Gıdalar Tebliği’nin (Tebliğ No: 2013/49) 13/1, 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 ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **22.861,00-TL (Yirmiikibinsekizyüzaltmışbir Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**114)**

**Dosya No: 2021/1961**

**Şikayet Edilen: Anadolu Tanıtım ve Medya Hizmetleri Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** 12.02.2021 tarihinde 15:41 - 16:27 saatleri arasında “TV 19” logosuyla uydu üzerinden yayın yapan televizyon kanalında yer alan, “Anadolu Doğal Yöresel Antibiyotix” markalı takviye edici gıda mahiyetindeki ürün reklamı.

**Reklam Yayın Tarihi:** 12.02.2021

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** 12.02.2021 tarihinde 15:41 - 16:27 saatleri arasında “TV 19” logosuyla uydu üzerinden yayın yapan televizyon kanalında yer alan, “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 sağlık beyanları kullanılarak tanıtım yapıldığıtespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Reklam Kurulu’nun 13.07.2021 tarihli ve 311 sayılı toplantısında konu ile ilgili olarak yapılan görüşme ve değerlendirmeler sonucunda;

12.02.2021 tarihinde 15:41 - 16:27 saatleri arasında “TV 19” 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,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- 1262 sayılı İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanunu’nun 18/2, 18/3 ve 19/1 maddeleri,

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

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliği’nin 5/1-a, 5/1-b, 5/1-c, 5/1-ç ve 5/1-d maddeleri,

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

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

- Türk Gıda Kodeksi Takviye Edici Gıdalar Tebliği’nin (Tebliğ No: 2013/49) 13/1, 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 **Anadolu Tanıtım ve Medya Hizmetleri Anonim Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **22.861,00-TL (Yirmiikibinsekizyüzaltmışbir Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**115)**

**Dosya No: 2021/1962**

**Şikayet Edilen: Lions Reklam Güvenlik Malzemeleri Temizlik Kozmetik İnşaat Malzemeleri Organizasyon Sanayi Ticaret Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** 12.02.2021 tarihinde 15:41 - 16:27 saatleri arasında “TV 19” logosuyla uydu üzerinden yayın yapan televizyon kanalında yer alan, “Anadolu Doğal Yöresel Antibiyotix” markalı takviye edici gıda mahiyetindeki ürün reklamı.

**Reklam Yayın Tarihi:** 12.02.2021

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** 12.02.2021 tarihinde 15:41-16:27 saatleri arasında “TV 19” logosuyla uydu üzerinden yayın yapan televizyon kanalında yer alan, “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 sağlık beyanları kullanılarak tanıtım yapıldığıtespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** 12.02.2021 tarihinde 15:41-16:27 saatleri arasında “TV 19” 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,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- 1262 sayılı İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanunu’nun 18/2, 18/3 ve 19/1 maddeleri,

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

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliği’nin 5/1-a, 5/1-b, 5/1-c, 5/1-ç ve 5/1-d maddeleri,

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

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

- Türk Gıda Kodeksi Takviye Edici Gıdalar Tebliği’nin (Tebliğ No: 2013/49) 13/1, 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 ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **22.861,00-TL (Yirmiikibinsekizyüzaltmışbir Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**116)**

**Dosya No: 2021/1963**

**Şikayet Edilen: Kaful Radyo ve Televizyon İletişim Reklam Yayıncılık A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** 20.01.2021 tarihinde 18:08 - 18:38, 21.01.2021 tarihinde 11:44 - 12:14, 22.01.2021 tarihinde 17:52 - 18:22, 23.01.2021 tarihinde 10:30 - 11:00, 24.01.2021 tarihinde 14:46 - 15:17, 25.01.2021 tarihinde 11:58 - 12:29, 26.01.2021 tarihinde 12:00 - 12:31, 27.01.2021 tarihinde 12:20 - 12:51, 29.01.2021 tarihinde 09:38 - 10:09, 01.02.2021 tarihinde 17:34 - 18:05, 02.02.2021 tarihinde 09:59 - 10:30, 03.02.2021 tarihinde 13:28 - 13:59, 04.02.2021 tarihinde 13:01 - 13:32, 05.02.2021 tarihinde 12:22 - 12:53 saatleri arasında “HM (Haberin Merkezi)” logosuyla uydu üzerinden yayın yapan televizyon kanalında yer alan, “Mahmut Efend-i Enginar Macunu” markalı takviye edici gıda mahiyetindeki ürün reklamı.

**Reklam Yayın Tarihi:** 20.01.2021, 21.01.2021, 22.01.2021, 23.01.2021, 24.01.2021, 25.01.2021, 26.01.2021, 27.01.2021, 29.01.2021, 01.02.2021, 02.02.2021, 03.02.2021, 04.02.2021, 05.02.2021

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** 20.01.2021 tarihinde 18:08 - 18:38, 21.01.2021 tarihinde 11:44 - 12:14, 22.01.2021 tarihinde 17:52 - 18:22, 23.01.2021 tarihinde 10:30 - 11:00, 24.01.2021 tarihinde 14:46 - 15:17, 25.01.2021 tarihinde 11:58 - 12:29, 26.01.2021 tarihinde 12:00 - 12:31, 27.01.2021 tarihinde 12:20 - 12:51, 29.01.2021 tarihinde 09:38 - 10:09, 01.02.2021 tarihinde 17:34 - 18:05, 02.02.2021 tarihinde 09:59 - 10:30, 03.02.2021 tarihinde 13:28 - 13:59, 04.02.2021 tarihinde 13:01 - 13:32, 05.02.2021 tarihinde 12:22 - 12:53 saatleri arasında “HM (Haberin Merkezi)” logosuyla uydu üzerinden yayın yapan televizyon kanalında yer alan, “Mahmut Efend-i Enginar Macunu” markalı takviye edici gıda mahiyetindeki ürün reklamında *“Akciğer hastaları, karaciğer hastaları, kanında mikrop olanlar, kansızlık sorunu yaşayanlar, unutkanlık sorunu olanlar, siz de üç kutu sağlık ve hastalıklarınıza deva olacak bu fırsatı kaçırmayın. Osmanlı ecdad formulü Mahmut Efend-i Enginar Macunu'ndan siz de fayda bulun.”, “... Başta karaciğeri, akciğeri temizliyor. Kanı temizliyor. Vücuttaki zararlı maddeleri, toksinleri yok ediyor. İdrar yoluyla attırıyor. Böbreklerin düzenli çalışmasını sağlıyor. Böbrek kumlarını düşürüyor. Ayrıca solunum yollarını açıyor.”, “Enginar Macunu karaciğeri temizliyor ve artık vücudunuz eskisi gibi çalışır hale geliyor. Bu sayede metabolizmanız da düzeliyor ve kilo vermeye başlıyorsunuz. Vücudunuz da gençleşiyor efendim.”* şeklinde sağlık beyanları kullanılarak tanıtım yapıldığıtespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** 20.01.2021 tarihinde 18:08 - 18:38, 21.01.2021 tarihinde 11:44 - 12:14, 22.01.2021 tarihinde 17:52 - 18:22, 23.01.2021 tarihinde 10:30 - 11:00, 24.01.2021 tarihinde 14:46 - 15:17, 25.01.2021 tarihinde 11:58 - 12:29, 26.01.2021 tarihinde 12:00 - 12:31, 27.01.2021 tarihinde 12:20 - 12:51, 29.01.2021 tarihinde 09:38 - 10:09, 01.02.2021 tarihinde 17:34 - 18:05, 02.02.2021 tarihinde 09:59 - 10:30, 03.02.2021 tarihinde 13:28 - 13:59, 04.02.2021 tarihinde 13:01 - 13:32, 05.02.2021 tarihinde 12:22 - 12:53 saatleri arasında “HM (Haberin Merkezi)” logosuyla uydu üzerinden yayın yapan televizyon kanalında, “Mahmut Efend-i Enginar Macunu” markalı takviye edici gıda mahiyetindeki ürün *“Akciğer hastaları, karaciğer hastaları, kanında mikrop olanlar, kansızlık sorunu yaşayanlar, unutkanlık sorunu olanlar, siz de üç kutu sağlık ve hastalıklarınıza deva olacak bu fırsatı kaçırmayın. Osmanlı ecdad formulü Mahmut Efend-i Enginar Macunu'ndan siz de fayda bulun.”, “... Başta karaciğeri, akciğeri temizliyor. Kanı temizliyor. Vücuttaki zararlı maddeleri, toksinleri yok ediyor. İdrar yoluyla attırıyor. Böbreklerin düzenli çalışmasını sağlıyor. Böbrek kumlarını düşürüyor. Ayrıca solunum yollarını açıyor.”, “Enginar Macunu karaciğeri temizliyor ve artık vücudunuz eskisi gibi çalışır hale geliyor. Bu sayede metabolizmanız da düzeliyor ve kilo vermeye başlıyorsunuz. Vücudunuz da gençleşiyor efendim.”* şeklinde mevzuata aykırı sağlık beyanları kullanılarak tanıtım yapıldığı, söz konusu sağlık beyanlarının kullanımı için yetkili idari otoriteden izin alınmadığı ve bu şekilde tüketicilerin yanıltıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- 1262 sayılı İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanunu’nun 18/2, 18/3 ve 19/1 maddeleri,

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

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliği’nin 5/1-a, 5/1-b, 5/1-c, 5/1-ç ve 5/1-d maddeleri,

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

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

- Türk Gıda Kodeksi Takviye Edici Gıdalar Tebliği’nin (Tebliğ No: 2013/49) 13/1, 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 **Kaful Radyo Ve Televizyon İletişim Reklam Yayıncılık A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **22.861,00-TL (Yirmiikibinsekizyüzaltmışbir Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**117)**

**Dosya No: 2021/1964**

**Şikayet Edilen: Lions Reklam Güvenlik Malzemeleri Temizlik Kozmetik İnşaat Malzemeleri Organizasyon Sanayi Ticaret Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** 20.01.2021 tarihinde 18:08 - 18:38, 21.01.2021 tarihinde 11:44 - 12:14, 22.01.2021 tarihinde 17:52 - 18:22, 23.01.2021 tarihinde 10:30 - 11:00, 24.01.2021 tarihinde 14:46 - 15:17, 25.01.2021 tarihinde 11:58 - 12:29, 26.01.2021 tarihinde 12:00 - 12:31, 27.01.2021 tarihinde 12:20 - 12:51, 29.01.2021 tarihinde 09:38 - 10:09, 01.02.2021 tarihinde 17:34 - 18:05, 02.02.2021 tarihinde 09:59 - 10:30, 03.02.2021 tarihinde 13:28 - 13:59, 04.02.2021 tarihinde 13:01 - 13:32, 05.02.2021 tarihinde 12:22 - 12:53 saatleri arasında “HM (Haberin Merkezi)” logosuyla uydu üzerinden yayın yapan televizyon kanalında yer alan, “Mahmut Efend-i Enginar Macunu” markalı takviye edici gıda mahiyetindeki ürün reklamı.

**Reklam Yayın Tarihi:** 20.01.2021, 21.01.2021, 22.01.2021, 23.01.2021, 24.01.2021, 25.01.2021, 26.01.2021, 27.01.2021, 29.01.2021, 01.02.2021, 02.02.2021, 03.02.2021, 04.02.2021, 05.02.2021

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** 20.01.2021 tarihinde 18:08 - 18:38, 21.01.2021 tarihinde 11:44 - 12:14, 22.01.2021 tarihinde 17:52 - 18:22, 23.01.2021 tarihinde 10:30 - 11:00, 24.01.2021 tarihinde 14:46 - 15:17, 25.01.2021 tarihinde 11:58 - 12:29, 26.01.2021 tarihinde 12:00 - 12:31, 27.01.2021 tarihinde 12:20 - 12:51, 29.01.2021 tarihinde 09:38 - 10:09, 01.02.2021 tarihinde 17:34 - 18:05, 02.02.2021 tarihinde 09:59 - 10:30, 03.02.2021 tarihinde 13:28 - 13:59, 04.02.2021 tarihinde 13:01 - 13:32, 05.02.2021 tarihinde 12:22 - 12:53 saatleri arasında “HM (Haberin Merkezi)” logosuyla uydu üzerinden yayın yapan televizyon kanalında yer alan, “Mahmut Efend-i Enginar Macunu” markalı takviye edici gıda mahiyetindeki ürün reklamında *“Akciğer hastaları, karaciğer hastaları, kanında mikrop olanlar, kansızlık sorunu yaşayanlar, unutkanlık sorunu olanlar, siz de üç kutu sağlık ve hastalıklarınıza deva olacak bu fırsatı kaçırmayın. Osmanlı ecdad formulü Mahmut Efend-i Enginar Macunu'ndan siz de fayda bulun.”, “... Başta karaciğeri, akciğeri temizliyor. Kanı temizliyor. Vücuttaki zararlı maddeleri, toksinleri yok ediyor. İdrar yoluyla attırıyor. Böbreklerin düzenli çalışmasını sağlıyor. Böbrek kumlarını düşürüyor. Ayrıca solunum yollarını açıyor.”, “Enginar Macunu karaciğeri temizliyor ve artık vücudunuz eskisi gibi çalışır hale geliyor. Bu sayede metabolizmanız da düzeliyor ve kilo vermeye başlıyorsunuz. Vücudunuz da gençleşiyor efendim.”* şeklinde sağlık beyanları kullanılarak tanıtım yapıldığıtespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** 20.01.2021 tarihinde 18:08 - 18:38, 21.01.2021 tarihinde 11:44 - 12:14, 22.01.2021 tarihinde 17:52 - 18:22, 23.01.2021 tarihinde 10:30 - 11:00, 24.01.2021 tarihinde 14:46 - 15:17, 25.01.2021 tarihinde 11:58 - 12:29, 26.01.2021 tarihinde 12:00 - 12:31, 27.01.2021 tarihinde 12:20 - 12:51, 29.01.2021 tarihinde 09:38 - 10:09, 01.02.2021 tarihinde 17:34 - 18:05, 02.02.2021 tarihinde 09:59 - 10:30, 03.02.2021 tarihinde 13:28 - 13:59, 04.02.2021 tarihinde 13:01 - 13:32, 05.02.2021 tarihinde 12:22 - 12:53 saatleri arasında “HM (Haberin Merkezi)” logosuyla uydu üzerinden yayın yapan televizyon kanalında, “Mahmut Efend-i Enginar Macunu” markalı takviye edici gıda mahiyetindeki ürün *“Akciğer hastaları, karaciğer hastaları, kanında mikrop olanlar, kansızlık sorunu yaşayanlar, unutkanlık sorunu olanlar, siz de üç kutu sağlık ve hastalıklarınıza deva olacak bu fırsatı kaçırmayın. Osmanlı ecdad formulü Mahmut Efend-i Enginar Macunu'ndan siz de fayda bulun.”, “... Başta karaciğeri, akciğeri temizliyor. Kanı temizliyor. Vücuttaki zararlı maddeleri, toksinleri yok ediyor. İdrar yoluyla attırıyor. Böbreklerin düzenli çalışmasını sağlıyor. Böbrek kumlarını düşürüyor. Ayrıca solunum yollarını açıyor.”, “Enginar Macunu karaciğeri temizliyor ve artık vücudunuz eskisi gibi çalışır hale geliyor. Bu sayede metabolizmanız da düzeliyor ve kilo vermeye başlıyorsunuz. Vücudunuz da gençleşiyor efendim.”* şeklinde mevzuata aykırı sağlık beyanları kullanılarak tanıtım yapıldığı, söz konusu sağlık beyanlarının kullanımı için yetkili idari otoriteden izin alınmadığı ve bu şekilde tüketicilerin yanıltıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- 1262 sayılı İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanunu’nun 18/2, 18/3 ve 19/1 maddeleri,

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

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliği’nin 5/1-a, 5/1-b, 5/1-c, 5/1-ç ve 5/1-d maddeleri,

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

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

- Türk Gıda Kodeksi Takviye Edici Gıdalar Tebliği’nin (Tebliğ No: 2013/49) 13/1, 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 ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **22.861,00-TL (Yirmiikibinsekizyüzaltmışbir Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**118)**

**Dosya No: 2021/1965**

**Şikayet Edilen: Türkü Yayıncılık Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** 03.02.2021 tarihinde 06:00 - 06:47 ve 07:00 - 07:47, 09.02.2021 tarihinde 12:30 - 12:51 saatleri arasında “GÜÇLÜ TV” logosuyla uydu üzerinden yayın yapan televizyon kanalında yer alan, “Garantili Viagra Set”markalı takviye edici gıda mahiyetindeki ürün reklamı.

**Reklam Yayın Tarihi:** 03.02.2021, 09.02.2021

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** 03.02.2021 tarihinde 06:00 - 06:47 ve 07:00 - 07:47, 09.02.2021 tarihinde 12:30 - 12:51 saatleri arasında “GÜÇLÜ TV” logosuyla uydu üzerinden yayın yapan televizyon kanalında yer alan, “Garantili Viagra Set” markalı takviye edici gıda mahiyetindeki ürün reklamında *“İşte bu gönderdiğimiz 2 kutu hem büyütmeyi sağlıyor, hem de geciktirici. 45 dakika geciktirme özelliğine sahip 2 kutu gönderiyoruz.”, “Şimdi 100 tablet göndereceğiz performans artırıcı ve büyütücü. Artı geciktirici krem gönderiyoruz bu çok etkili. iki kutu göndereceğiz bundan. bayanları azdıran, isteksiz olan bayanları coşturan. İki kutu da bundan gönderiyoruz. 6 kutu dev set geliyor.”, “İşte bu gönderdiğimiz bayan damla, kadının libidosunu yükseltiyor, kızışma sağlıyor. O bölgeyi kızıştırıyor, dolayısıyla artık diyor ki ben hazırım yani gel benimle bir şeyler yaşa.”* şeklinde sağlık beyanları kullanılarak tanıtım yapıldığıtespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** 03.02.2021 tarihinde 06:00 - 06:47 ve 07:00 - 07:47, 09.02.2021 tarihinde 12:30 - 12:51 saatleri arasında “GÜÇLÜ TV” logosuyla uydu üzerinden yayın yapan televizyon kanalında, “Garantili Viagra Set” markalı takviye edici gıda mahiyetindeki ürün *“İşte bu gönderdiğimiz 2 kutu hem büyütmeyi sağlıyor, hem de geciktirici. 45 dakika geciktirme özelliğine sahip 2 kutu gönderiyoruz.”, “Şimdi 100 tablet göndereceğiz performans artırıcı ve büyütücü. Artı geciktirici krem gönderiyoruz bu çok etkili. iki kutu göndereceğiz bundan. bayanları azdıran, isteksiz olan bayanları coşturan. İki kutu da bundan gönderiyoruz. 6 kutu dev set geliyor.”, “İşte bu gönderdiğimiz bayan damla, kadının libidosunu yükseltiyor, kızışma sağlıyor. O bölgeyi kızıştırıyor, dolayısıyla artık diyor ki ben hazırım yani gel benimle bir şeyler yaşa.”* şeklinde mevzuata aykırı sağlık beyanları kullanılarak tanıtım yapıldığı, söz konusu sağlık beyanlarının kullanımı için yetkili idari otoriteden izin alınmadığı ve bu şekilde tüketicilerin yanıltıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- 1262 sayılı İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanunu’nun 18/2, 18/3 ve 19/1 maddeleri,

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

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliği’nin 5/1-a, 5/1-b, 5/1-c, 5/1-ç ve 5/1-d maddeleri,

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

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

- Türk Gıda Kodeksi Takviye Edici Gıdalar Tebliği’nin (Tebliğ No: 2013/49) 13/1, 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 **Türkü Yayıncılık Anonim Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **22.861,00-TL (Yirmiikibinsekizyüzaltmışbir Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**119)**

**Dosya No: 2021/1966**

**Şikayet Edilen: Ergene Yayıncılık Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** 03.02.2021 tarihinde 06:00 - 06:47 ve 07:00 - 07:47, 09.02.2021 tarihinde 12:30 - 12:51 saatleri arasında “GÜÇLÜ TV” logosuyla uydu üzerinden yayın yapan televizyon kanalında yer alan, “Garantili Viagra Set”markalı takviye edici gıda mahiyetindeki ürün reklamı.

**Reklam Yayın Tarihi:** 03.02.2021, 09.02.2021

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** 03.02.2021 tarihinde 06:00 - 06:47 ve 07:00 - 07:47, 09.02.2021 tarihinde 12:30 - 12:51 saatleri arasında “GÜÇLÜ TV” logosuyla uydu üzerinden yayın yapan televizyon kanalında yer alan, “Garantili Viagra Set” markalı takviye edici gıda mahiyetindeki ürün reklamında *“İşte bu gönderdiğimiz 2 kutu hem büyütmeyi sağlıyor, hem de geciktirici. 45 dakika geciktirme özelliğine sahip 2 kutu gönderiyoruz.”, “Şimdi 100 tablet göndereceğiz performans artırıcı ve büyütücü. Artı geciktirici krem gönderiyoruz bu çok etkili. iki kutu göndereceğiz bundan. bayanları azdıran, isteksiz olan bayanları coşturan. İki kutu da bundan gönderiyoruz. 6 kutu dev set geliyor.”, “İşte bu gönderdiğimiz bayan damla, kadının libidosunu yükseltiyor, kızışma sağlıyor. O bölgeyi kızıştırıyor, dolayısıyla artık diyor ki ben hazırım yani gel benimle bir şeyler yaşa.”* şeklinde sağlık beyanları kullanılarak tanıtım yapıldığıtespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** 03.02.2021 tarihinde 06:00 - 06:47 ve 07:00 - 07:47, 09.02.2021 tarihinde 12:30 - 12:51 saatleri arasında “GÜÇLÜ TV” logosuyla uydu üzerinden yayın yapan televizyon kanalında, “Garantili Viagra Set” markalı takviye edici gıda mahiyetindeki ürün *“İşte bu gönderdiğimiz 2 kutu hem büyütmeyi sağlıyor, hem de geciktirici. 45 dakika geciktirme özelliğine sahip 2 kutu gönderiyoruz.”, “Şimdi 100 tablet göndereceğiz performans artırıcı ve büyütücü. Artı geciktirici krem gönderiyoruz bu çok etkili. iki kutu göndereceğiz bundan. bayanları azdıran, isteksiz olan bayanları coşturan. İki kutu da bundan gönderiyoruz. 6 kutu dev set geliyor.”, “İşte bu gönderdiğimiz bayan damla, kadının libidosunu yükseltiyor, kızışma sağlıyor. O bölgeyi kızıştırıyor, dolayısıyla artık diyor ki ben hazırım yani gel benimle bir şeyler yaşa.”* şeklinde mevzuata aykırı sağlık beyanları kullanılarak tanıtım yapıldığı, söz konusu sağlık beyanlarının kullanımı için yetkili idari otoriteden izin alınmadığı ve bu şekilde tüketicilerin yanıltıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- 1262 sayılı İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanunu’nun 18/2, 18/3 ve 19/1 maddeleri,

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

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliği’nin 5/1-a, 5/1-b, 5/1-c, 5/1-ç ve 5/1-d maddeleri,

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

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

- Türk Gıda Kodeksi Takviye Edici Gıdalar Tebliği’nin (Tebliğ No: 2013/49) 13/1, 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 **Ergene Yayıncılık Anonim Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **22.861,00-TL (Yirmiikibinsekizyüzaltmışbir Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**120)**

**Dosya No: 2021/1967**

**Şikayet Edilen: Anadolu Tanıtım ve Medya Hizmetleri Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** 13.02.2021 tarihinde 14:28 - 15:14, 14.02.2021 tarihinde 15:40 - 16:42, 19.02.2021 tarihinde 17:24 - 18:26 saatleri arasında “TV 19” logosuyla uydu üzerinden yayın yapan televizyon kanalında yer alan, “Anadolu Doğal Yöresel Antibiyotix” markalı takviye edici gıda mahiyetindeki ürün reklamı.

**Reklam Yayın Tarihi:** 13.02.2021, 14.02.2021, 19.02.2021

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** 13.02.2021 tarihinde 14:28 - 15:14, 14.02.2021 tarihinde 15:40 - 16:42, 19.02.2021 tarihinde 17:24 - 18:26 saatleri arasında “TV 19” logosuyla uydu üzerinden yayın yapan televizyon kanalında yer alan, “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 sağlık beyanları kullanılarak tanıtım yapıldığıtespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** 13.02.2021 tarihinde 14:28 - 15:14, 14.02.2021 tarihinde 15:40 - 16:42, 19.02.2021 tarihinde 17:24 - 18:26 saatleri arasında “TV 19” 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,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- 1262 sayılı İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanunu’nun 18/2, 18/3 ve 19/1 maddeleri,

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

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliği’nin 5/1-a, 5/1-b, 5/1-c, 5/1-ç ve 5/1-d maddeleri,

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

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

- Türk Gıda Kodeksi Takviye Edici Gıdalar Tebliği’nin (Tebliğ No: 2013/49) 13/1, 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 **Anadolu Tanıtım ve Medya Hizmetleri Anonim Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **22.861,00-TL (Yirmiikibinsekizyüzaltmışbir Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**121)**

**Dosya No: 2021/1968**

**Şikayet Edilen: Lions Reklam Güvenlik Malzemeleri Temizlik Kozmetik İnşaat Malzemeleri Organizasyon Sanayi Ticaret Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** 13.02.2021 tarihinde 14:28 - 15:14, 14.02.2021 tarihinde 15:40 - 16:42, 19.02.2021 tarihinde 17:24 - 18:26 saatleri arasında “TV 19” logosuyla uydu üzerinden yayın yapan televizyon kanalında yer alan, “Anadolu Doğal Yöresel Antibiyotix” markalı takviye edici gıda mahiyetindeki ürün reklamı.

**Reklam Yayın Tarihi:** 13.02.2021, 14.02.2021, 19.02.2021

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** 13.02.2021 tarihinde 14:28 - 15:14, 14.02.2021 tarihinde 15:40 - 16:42, 19.02.2021 tarihinde 17:24 - 18:26 saatleri arasında “TV 19” logosuyla uydu üzerinden yayın yapan televizyon kanalında yer alan, “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 sağlık beyanları kullanılarak tanıtım yapıldığıtespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** 13.02.2021 tarihinde 14:28 - 15:14, 14.02.2021 tarihinde 15:40 - 16:42, 19.02.2021 tarihinde 17:24 - 18:26 saatleri arasında “TV 19” 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,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- 1262 sayılı İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanunu’nun 18/2, 18/3 ve 19/1 maddeleri,

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

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliği’nin 5/1-a, 5/1-b, 5/1-c, 5/1-ç ve 5/1-d maddeleri,

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

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

- Türk Gıda Kodeksi Takviye Edici Gıdalar Tebliği’nin (Tebliğ No: 2013/49) 13/1, 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 ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **22.861,00-TL (Yirmiikibinsekizyüzaltmışbir Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**122)**

**Dosya No: 2021/1969**

**Şikayet Edilen: Ful Yayıncılık Medya Hizmetleri Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** 22.02.2021 tarihinde 13:25 - 13:56 ve 21:32 - 22:03, 23.02.2021 tarihinde 07:43 - 08:14 saatleri arasında “FUL TV” logosuyla uydu üzerinden yayın yapan televizyon kanalında yer alan, “Anadolu Doğal Yöresel Antibiyotix” markalı takviye edici gıda mahiyetindeki ürün reklamı.

**Reklam Yayın Tarihi:** 22.02.2021, 23.02.2021

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** 22.02.2021 tarihinde 13:25 - 13:56 ve 21:32 - 22:03, 23.02.2021 tarihinde 07:43 - 08:14 saatleri arasında “FUL TV” logosuyla uydu üzerinden yayın yapan televizyon kanalında yer alan, “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 sağlık beyanları kullanılarak tanıtım yapıldığıtespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** 22.02.2021 tarihinde 13:25 - 13:56 ve 21:32 - 22:03, 23.02.2021 tarihinde 07:43 - 08:14 saatleri arasında “FUL 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,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- 1262 sayılı İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanunu’nun 18/2, 18/3 ve 19/1 maddeleri,

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

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliği’nin 5/1-a, 5/1-b, 5/1-c, 5/1-ç ve 5/1-d maddeleri,

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

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

- Türk Gıda Kodeksi Takviye Edici Gıdalar Tebliği’nin (Tebliğ No: 2013/49) 13/1, 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 **Ful Yayıncılık Medya Hizmetleri Anonim Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **22.861,00-TL (Yirmiikibinsekizyüzaltmışbir Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**123)**

**Dosya No: 2021/1970**

**Şikayet Edilen: Hedef TV Radyo Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** 22.02.2021 tarihinde 13:25 - 13:56 ve 21:32 - 22:03, 23.02.2021 tarihinde 07:43 - 08:14 saatleri arasında “FUL TV” logosuyla uydu üzerinden yayın yapan televizyon kanalında yer alan, “Anadolu Doğal Yöresel Antibiyotix” markalı takviye edici gıda mahiyetindeki ürün reklamı.

**Reklam Yayın Tarihi:** 13.02.2021, 14.02.2021, 19.02.2021

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** 22.02.2021 tarihinde 13:25 - 13:56 ve tarihinde 21:32 - 22:03, 23.02.2021 tarihinde 07:43 - 08:14 saatleri arasında “FUL TV” logosuyla uydu üzerinden yayın yapan televizyon kanalında yer alan, “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 sağlık beyanları kullanılarak tanıtım yapıldığıtespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** 22.02.2021 tarihinde 13:25 - 13:56 ve 21:32 - 22:03, 23.02.2021 tarihinde 07:43 - 08:14 saatleri arasında “FUL 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,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- 1262 sayılı İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanunu’nun 18/2, 18/3 ve 19/1 maddeleri,

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

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliği’nin 5/1-a, 5/1-b, 5/1-c, 5/1-ç ve 5/1-d maddeleri,

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

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

- Türk Gıda Kodeksi Takviye Edici Gıdalar Tebliği’nin (Tebliğ No: 2013/49) 13/1, 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 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **22.861,00-TL (Yirmiikibinsekizyüzaltmışbir Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**124)**

**Dosya No: 2021/1971**

**Şikayet Edilen: Kaful Radyo ve Televizyon İletişim Reklam Yayıncılık A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** 06.02.2021 tarihinde 14:42 - 15:12, 07.02.2021 tarihinde 12:23 - 12:54, 11.02.2021 tarihinde 09:21 - 09:52, 12.02.2021 tarihinde 12:52 - 13:23, 14.02.2021 tarihinde 07:32 - 08:03, 15.02.2021 tarihinde 14:08 - 14:39, 17.02.2021 tarihinde 10:37 - 11:08, 19.02.2021 tarihinde 10:51 - 11:21 saatleri arasında “HM (Haberin Merkezi)” logosuyla uydu üzerinden yayın yapan televizyon kanalında yer alan, “Mahmut Efend-i Enginar Macunu” markalı takviye edici gıda mahiyetindeki ürün reklamı.

**Reklam Yayın Tarihi:** 06.02.2021, 07.02.2021, 11.02.2021, 12.02.2021, 14.02.2021, 15.02.2021, 17.02.2021, 19.02.2021

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** 06.02.2021 tarihinde 14:42 - 15:12, 07.02.2021 tarihinde 12:23 - 12:54, 11.02.2021 tarihinde 09:21 - 09:52, 12.02.2021 tarihinde 12:52 - 13:23, 14.02.2021 tarihinde 07:32 - 08:03, 15.02.2021 tarihinde 14:08 - 14:39, 17.02.2021 tarihinde 10:37 - 11:08, 19.02.2021 tarihinde 10:51 - 11:21 saatleri arasında “HM (Haberin Merkezi)” logosuyla uydu üzerinden yayın yapan televizyon kanalında yer alan, “Mahmut Efend-i Enginar Macunu” markalı takviye edici gıda mahiyetindeki ürün reklamında *“Akciğer hastaları, karaciğer hastaları, kanında mikrop olanlar, kansızlık sorunu yaşayanlar, unutkanlık sorunu olanlar, siz de üç kutu sağlık ve hastalıklarınıza deva olacak bu fırsatı kaçırmayın. Osmanlı ecdad formulü Mahmut Efend-i Enginar Macunu'ndan siz de fayda bulun.”, “... Başta karaciğeri, akciğeri temizliyor. Kanı temizliyor. Vücuttaki zararlı maddeleri, toksinleri yok ediyor. İdrar yoluyla attırıyor. Böbreklerin düzenli çalışmasını sağlıyor. Böbrek kumlarını düşürüyor. Ayrıca solunum yollarını açıyor.”, “Enginar Macunu karaciğeri temizliyor ve artık vücudunuz eskisi gibi çalışır hale geliyor. Bu sayede metabolizmanız da düzeliyor ve kilo vermeye başlıyorsunuz. Vücudunuz da gençleşiyor efendim.”* şeklinde sağlık beyanları kullanılarak tanıtım yapıldığıtespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** 06.02.2021 tarihinde 14:42 - 15:12, 07.02.2021 tarihinde 12:23 - 12:54, 11.02.2021 tarihinde 09:21 - 09:52, 12.02.2021 tarihinde 12:52 - 13:23, 14.02.2021 tarihinde 07:32 - 08:03, 15.02.2021 tarihinde 14:08 - 14:39, 17.02.2021 tarihinde 10:37 - 11:08, 19.02.2021 tarihinde 10:51 - 11:21 saatleri arasında “HM (Haberin Merkezi)” logosuyla uydu üzerinden yayın yapan televizyon kanalında, “Mahmut Efend-i Enginar Macunu” markalı takviye edici gıda mahiyetindeki ürün *“Akciğer hastaları, karaciğer hastaları, kanında mikrop olanlar, kansızlık sorunu yaşayanlar, unutkanlık sorunu olanlar, siz de üç kutu sağlık ve hastalıklarınıza deva olacak bu fırsatı kaçırmayın. Osmanlı ecdad formulü Mahmut Efend-i Enginar Macunu'ndan siz de fayda bulun.”, “... Başta karaciğeri, akciğeri temizliyor. Kanı temizliyor. Vücuttaki zararlı maddeleri, toksinleri yok ediyor. İdrar yoluyla attırıyor. Böbreklerin düzenli çalışmasını sağlıyor. Böbrek kumlarını düşürüyor. Ayrıca solunum yollarını açıyor.”, “Enginar Macunu karaciğeri temizliyor ve artık vücudunuz eskisi gibi çalışır hale geliyor. Bu sayede metabolizmanız da düzeliyor ve kilo vermeye başlıyorsunuz. Vücudunuz da gençleşiyor efendim.”* şeklinde mevzuata aykırı sağlık beyanları kullanılarak tanıtım yapıldığı, söz konusu sağlık beyanlarının kullanımı için yetkili idari otoriteden izin alınmadığı ve bu şekilde tüketicilerin yanıltıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- 1262 sayılı İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanunu’nun 18/2, 18/3 ve 19/1 maddeleri,

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

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliği’nin 5/1-a, 5/1-b, 5/1-c, 5/1-ç ve 5/1-d maddeleri,

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

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

- Türk Gıda Kodeksi Takviye Edici Gıdalar Tebliği’nin (Tebliğ No: 2013/49) 13/1, 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 **Kaful Radyo ve Televizyon İletişim Reklam Yayıncılık A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **22.861,00-TL (Yirmiikibinsekizyüzaltmışbir Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**125)**

**Dosya No: 2021/1972**

**Şikayet Edilen: Lions Reklam Güvenlik Malzemeleri Temizlik Kozmetik İnşaat Malzemeleri Organizasyon Sanayi Ticaret Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** 06.02.2021 tarihinde 14:42 - 15:12, 07.02.2021 tarihinde 12:23 - 12:54, 11.02.2021 tarihinde 09:21 - 09:52, 12.02.2021 tarihinde 12:52 - 13:23, 14.02.2021 tarihinde 07:32 - 08:03, 15.02.2021 tarihinde 14:08 - 14:39, 17.02.2021 tarihinde 10:37 - 11:08, 19.02.2021 tarihinde 10:51 - 11:21 saatleri arasında “HM (Haberin Merkezi)” logosuyla uydu üzerinden yayın yapan televizyon kanalında yer alan, “Mahmut Efend-i Enginar Macunu” markalı takviye edici gıda mahiyetindeki ürün reklamı.

**Reklam Yayın Tarihi:** 06.02.2021, 07.02.2021, 11.02.2021, 12.02.2021, 14.02.2021, 15.02.2021, 17.02.2021, 19.02.2021

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** 06.02.2021 tarihinde 14:42 - 15:12, 07.02.2021 tarihinde 12:23 - 12:54, 11.02.2021 tarihinde 09:21 - 09:52, 12.02.2021 tarihinde 12:52 - 13:23, 14.02.2021 tarihinde 07:32 - 08:03, 15.02.2021 tarihinde 14:08 - 14:39, 17.02.2021 tarihinde 10:37 - 11:08, 19.02.2021 tarihinde 10:51 - 11:21 saatleri arasında “HM (Haberin Merkezi)” logosuyla uydu üzerinden yayın yapan televizyon kanalında yer alan, “Mahmut Efend-i Enginar Macunu” markalı takviye edici gıda mahiyetindeki ürün reklamında *“Akciğer hastaları, karaciğer hastaları, kanında mikrop olanlar, kansızlık sorunu yaşayanlar, unutkanlık sorunu olanlar, siz de üç kutu sağlık ve hastalıklarınıza deva olacak bu fırsatı kaçırmayın. Osmanlı ecdad formulü Mahmut Efend-i Enginar Macunu'ndan siz de fayda bulun.”, “... Başta karaciğeri, akciğeri temizliyor. Kanı temizliyor. Vücuttaki zararlı maddeleri, toksinleri yok ediyor. İdrar yoluyla attırıyor. Böbreklerin düzenli çalışmasını sağlıyor. Böbrek kumlarını düşürüyor. Ayrıca solunum yollarını açıyor.”, “Enginar Macunu karaciğeri temizliyor ve artık vücudunuz eskisi gibi çalışır hale geliyor. Bu sayede metabolizmanız da düzeliyor ve kilo vermeye başlıyorsunuz. Vücudunuz da gençleşiyor efendim.”* şeklinde sağlık beyanları kullanılarak tanıtım yapıldığıtespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** 06.02.2021 tarihinde 14:42 - 15:12, 07.02.2021 tarihinde 12:23 - 12:54, 11.02.2021 tarihinde 09:21 - 09:52, 12.02.2021 tarihinde 12:52 - 13:23, 14.02.2021 tarihinde 07:32 - 08:03, 15.02.2021 tarihinde 14:08 - 14:39, 17.02.2021 tarihinde 10:37 - 11:08, 19.02.2021 tarihinde 10:51 - 11:21 saatleri arasında “HM (Haberin Merkezi)” logosuyla uydu üzerinden yayın yapan televizyon kanalında, “Mahmut Efend-i Enginar Macunu” markalı takviye edici gıda mahiyetindeki ürün *“Akciğer hastaları, karaciğer hastaları, kanında mikrop olanlar, kansızlık sorunu yaşayanlar, unutkanlık sorunu olanlar, siz de üç kutu sağlık ve hastalıklarınıza deva olacak bu fırsatı kaçırmayın. Osmanlı ecdad formulü Mahmut Efend-i Enginar Macunu'ndan siz de fayda bulun.”, “... Başta karaciğeri, akciğeri temizliyor. Kanı temizliyor. Vücuttaki zararlı maddeleri, toksinleri yok ediyor. İdrar yoluyla attırıyor. Böbreklerin düzenli çalışmasını sağlıyor. Böbrek kumlarını düşürüyor. Ayrıca solunum yollarını açıyor.”, “Enginar Macunu karaciğeri temizliyor ve artık vücudunuz eskisi gibi çalışır hale geliyor. Bu sayede metabolizmanız da düzeliyor ve kilo vermeye başlıyorsunuz. Vücudunuz da gençleşiyor efendim.”* şeklinde mevzuata aykırı sağlık beyanları kullanılarak tanıtım yapıldığı, söz konusu sağlık beyanlarının kullanımı için yetkili idari otoriteden izin alınmadığı ve bu şekilde tüketicilerin yanıltıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- 1262 sayılı İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanunu’nun 18/2, 18/3 ve 19/1 maddeleri,

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

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliği’nin 5/1-a, 5/1-b, 5/1-c, 5/1-ç ve 5/1-d maddeleri,

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

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

- Türk Gıda Kodeksi Takviye Edici Gıdalar Tebliği’nin (Tebliğ No: 2013/49) 13/1, 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 ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **22.861,00-TL (Yirmiikibinsekizyüzaltmışbir Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**126)**

**Dosya No: 2021/1973**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** 18.02.2021 tarihinde 14:30 - 15:18 ve 10:30 - 11:19, 19.02.2021 tarihinde 08:30 - 09:19, 24.02.2021 tarihinde 16:30 - 17:18, 25.02.2021 tarihinde 06:30 - 07:18 ve 13:30 - 14:18 saatleri arasında “PARK TV” logosuyla uydu üzerinden yayın yapan televizyon kanalında yer alan, “Viagra Performans 6 Kutu Set”markalı takviye edici gıda mahiyetindeki ürün reklamı.

**Reklam Yayın Tarihi:** 18.02.2021, 19.02.2021, 24.02.2021, 25.02.2021

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** 18.02.2021 tarihinde 14:30 - 15:18 ve 10:30 - 11:19, 19.02.2021 tarihinde 08:30 - 09:19, 24.02.2021 tarihinde 16:30 - 17:18, 25.02.2021 tarihinde 06:30 - 07:18 ve 13:30 - 14:18 saatleri arasında “PARK TV” logosuyla uydu üzerinden yayın yapan televizyon kanalında yer alan, “Viagra Performans 6 Kutu Set”markalı takviye edici gıda mahiyetindeki ürün reklamında *“Bu yüzden şimdi yanında bir tane daha ürünümüz var hanımlara özel bayan azdırıcı damla. Yeter artık diyen kadınlar için de bayan azdırıcı damlayı göndereceğiz.”, “Ya bugün iki kutu geciktirici krem bedava diyorum bedava. İki kutu azdırıcı, azdırıyor kadını. Kadın yerinde duramıyor. Yani 10 dakika içinde dokunduğun an kadın sana zıplar...”,“Performans arttırıcı tablet dedik mavi hap. Aynı zamanda sertleştiriyor.”* şeklinde sağlık beyanları kullanılarak tanıtım yapıldığıtespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** 18.02.2021 tarihinde 14:30 - 15:18 ve 10:30 - 11:19, 19.02.2021 tarihinde 08:30 - 09:19, 24.02.2021 tarihinde 16:30 - 17:18, 25.02.2021 tarihinde 06:30 - 07:18 ve 13:30 - 14:18 saatleri arasında “PARK TV” logosuyla uydu üzerinden yayın yapan televizyon kanalında, “Viagra Performans 6 Kutu Set” markalı takviye edici gıda mahiyetindeki ürün *“Bu yüzden şimdi yanında bir tane daha ürünümüz var hanımlara özel bayan azdırıcı damla. Yeter artık diyen kadınlar için de bayan azdırıcı damlayı göndereceğiz.”, “Ya bugün iki kutu geciktirici krem bedava diyorum bedava. İki kutu azdırıcı, azdırıyor kadını. Kadın yerinde duramıyor. Yani 10 dakika içinde dokunduğun an kadın sana zıplar...”,“Performans arttırıcı tablet dedik mavi hap. Aynı zamanda sertleştiriyor.”* şeklinde mevzuata aykırı sağlık beyanları kullanılarak tanıtım yapıldığı, söz konusu sağlık beyanlarının kullanımı için yetkili idari otoriteden izin alınmadığı ve bu şekilde tüketicilerin yanıltıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- 1262 sayılı İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanunu’nun 18/2, 18/3 ve 19/1 maddeleri,

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

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliği’nin 5/1-a, 5/1-b, 5/1-c, 5/1-ç ve 5/1-d maddeleri,

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

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

- Türk Gıda Kodeksi Takviye Edici Gıdalar Tebliği’nin (Tebliğ No: 2013/49) 13/1, 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 **Zirvepark Radyo Televizyon Yayıncılık Anonim Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **22.861,00-TL (Yirmiikibinsekizyüzaltmışbir Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**127)**

**Dosya No: 2021/1974**

**Şikayet Edilen: Ergene Yayıncılık Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** 18.02.2021 tarihinde 14:30 - 15:18 ve 10:30 - 11:19, 19.02.2021 tarihinde 08:30 - 09:19, 24.02.2021 tarihinde 16:30 - 17:18, 25.02.2021 tarihinde 06:30 - 07:18 ve 13:30 - 14:18 saatleri arasında “PARK TV” logosuyla uydu üzerinden yayın yapan televizyon kanalında yer alan, “Viagra Performans 6 Kutu Set”markalı takviye edici gıda mahiyetindeki ürün reklamı.

**Reklam Yayın Tarihi:** 18.02.2021, 19.02.2021, 24.02.2021, 25.02.2021

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** 18.02.2021 tarihinde 14:30 - 15:18 ve 10:30 - 11:19, 19.02.2021 tarihinde 08:30 - 09:19, 24.02.2021 tarihinde 16:30 - 17:18, 25.02.2021 tarihinde 06:30 - 07:18 ve 13:30 - 14:18 saatleri arasında “PARK TV” logosuyla uydu üzerinden yayın yapan televizyon kanalında yer alan, “Viagra Performans 6 Kutu Set”markalı takviye edici gıda mahiyetindeki ürün reklamında *“Bu yüzden şimdi yanında bir tane daha ürünümüz var hanımlara özel bayan azdırıcı damla. Yeter artık diyen kadınlar için de bayan azdırıcı damlayı göndereceğiz.”, “Ya bugün iki kutu geciktirici krem bedava diyorum bedava. İki kutu azdırıcı, azdırıyor kadını. Kadın yerinde duramıyor. Yani 10 dakika içinde dokunduğun an kadın sana zıplar...”,“Performans arttırıcı tablet dedik mavi hap. Aynı zamanda sertleştiriyor.”* şeklinde sağlık beyanları kullanılarak tanıtım yapıldığıtespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** 18.02.2021 tarihinde 14:30 - 15:18 ve 10:30 - 11:19, 19.02.2021 tarihinde 08:30 - 09:19, 24.02.2021 tarihinde 16:30 - 17:18, 25.02.2021 tarihinde 06:30 - 07:18 ve 13:30 - 14:18 saatleri arasında “PARK TV” logosuyla uydu üzerinden yayın yapan televizyon kanalında, “Viagra Performans 6 Kutu Set” markalı takviye edici gıda mahiyetindeki ürün *“Bu yüzden şimdi yanında bir tane daha ürünümüz var hanımlara özel bayan azdırıcı damla. Yeter artık diyen kadınlar için de bayan azdırıcı damlayı göndereceğiz.”, “Ya bugün iki kutu geciktirici krem bedava diyorum bedava. İki kutu azdırıcı, azdırıyor kadını. Kadın yerinde duramıyor. Yani 10 dakika içinde dokunduğun an kadın sana zıplar...”,“Performans arttırıcı tablet dedik mavi hap. Aynı zamanda sertleştiriyor.”* şeklinde mevzuata aykırı sağlık beyanları kullanılarak tanıtım yapıldığı, söz konusu sağlık beyanlarının kullanımı için yetkili idari otoriteden izin alınmadığı ve bu şekilde tüketicilerin yanıltıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- 1262 sayılı İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanunu’nun 18/2, 18/3 ve 19/1 maddeleri,

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

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliği’nin 5/1-a, 5/1-b, 5/1-c, 5/1-ç ve 5/1-d maddeleri,

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

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

- Türk Gıda Kodeksi Takviye Edici Gıdalar Tebliği’nin (Tebliğ No: 2013/49) 13/1, 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 **Ergene Yayıncılık Anonim Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **22.861,00-TL (Yirmiikibinsekizyüzaltmışbir Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**128)**

**Dosya No: 2021/2060**

**Şikayet Edilen: C P C Medya Radyo Televizyon Ve Yayıncılık Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** 16.06.2021 tarihinde 20:18-21:18 saatleri arasında “GALA TV” logosuyla uydu üzerinden yayın yapan televizyon kanalında yer alan, “Anadolu Doğal Yöresel Antibiyotix” markalı takviye edici gıda mahiyetindeki ürün reklamı.

**Reklam Yayın Tarihi:** 16.06.2021

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** 16.06.2021 tarihinde 20:18-21:18 saatleri arasında “GALA TV” logosuyla uydu üzerinden yayın yapan televizyon kanalında yer alan, “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.”, “Özetini söylüyorum, koahınız, kanseriniz, efendime söyleyeyim eklem rahatsızlıklarınız…”, “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 sağlık beyanları kullanılarak tanıtım yapıldığıtespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** 16.06.2021 tarihinde 20:18-21:18 saatleri arasında “GALA TV” logosuyla uydu üzerinden yayın yapan televizyon kanalında yer alan, “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.”, “Özetini söylüyorum, koahınız, kanseriniz, efendime söyleyeyim eklem rahatsızlıklarınız…”, “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,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- 1262 sayılı İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanunu’nun 18/2, 18/3 ve 19/1 maddeleri,

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

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliği’nin 5/1-a, 5/1-b, 5/1-c, 5/1-ç ve 5/1-d maddeleri,

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

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

- Türk Gıda Kodeksi Takviye Edici Gıdalar Tebliği’nin (Tebliğ No: 2013/49) 13/1, 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 **C P C Medya Radyo Televizyon Ve Yayıncılık Anonim Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **22.861,00-TL (Yirmiikibinsekizyüzaltmışbir Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**129)**

**Dosya No: 2021/2061**

**Şikayet Edilen: Lions Reklam Güvenlik Malzemeleri Temizlik Kozmetik İnşaat Malzemeleri Organizasyon Sanayi Ticaret Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** 16.06.2021 tarihinde 20:18-21:18 saatleri arasında “GALA TV” logosuyla uydu üzerinden yayın yapan televizyon kanalında yer alan, “Anadolu Doğal Yöresel Antibiyotix” markalı takviye edici gıda mahiyetindeki ürün reklamı.

**Reklam Yayın Tarihi:** 16.06.2021

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** 16.06.2021 tarihinde 20:18-21:18 saatleri arasında “GALA TV” logosuyla uydu üzerinden yayın yapan televizyon kanalında yer alan, “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.”, “Özetini söylüyorum, koahınız, kanseriniz, efendime söyleyeyim eklem rahatsızlıklarınız…”, “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 sağlık beyanları kullanılarak tanıtım yapıldığıtespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** 16.06.2021 tarihinde 20:18-21:18 saatleri arasında “GALA TV” logosuyla uydu üzerinden yayın yapan televizyon kanalında yer alan, “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.”, “Özetini söylüyorum, koahınız, kanseriniz, efendime söyleyeyim eklem rahatsızlıklarınız…”, “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,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- 1262 sayılı İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanunu’nun 18/2, 18/3 ve 19/1 maddeleri,

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

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliği’nin 5/1-a, 5/1-b, 5/1-c, 5/1-ç ve 5/1-d maddeleri,

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

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

- Türk Gıda Kodeksi Takviye Edici Gıdalar Tebliği’nin (Tebliğ No: 2013/49) 13/1, 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 ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **22.861,00-TL (Yirmiikibinsekizyüzaltmışbir Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**130)**

**Dosya No: 2020/846**

**Ernur Tavukçuluk San. ve Tic. A.Ş.**’ne ait Ernur Yumurta L boy ambalajlarına ilişkin Tarım ve Orman Bakanlığı’ndan ek bilgi, belge istenmesine karar verilmesi nedeniyle 2020/846 no’lu dosya ile ilgili görüşme ve değerlendirmelerin **ertelenmesine** karar verilmiştir.

**131)**

**Dosya No: 2021/2205**

**Şikayet Edilen: Kaful Radyo ve Televizyon İletişim Reklam Yayıncılık A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** HM logolu televizyon kanalının 04.01, 05.01, 06.01, 11.01, 12.01, 13.01.2021 tarihlerinde Orijinal Panax Set isimli ürüne yönelik yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 04.01.2021, 05.01.2021, 06.01.2021, 11.01.2021, 12.01.2021, 13.01.2021

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** HMlogolu televizyon kanalında 04.01, 05.01, 06.01, 11.01, 12.01, 13.01.2021 tarihlerinde Orijinal Panax Set isimli ürüne yönelik yayınlanan reklamlarda HM(Haberin Merkezi) logosuyla yayın yapan kuruluşunuzun Orijinal Panax Set isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *"(…) Tıkalı damarların açılmasın da bitkiler son derece önemlidir...Tansiyon hastaları, şeker hastaları, cinsel problem sorunları yaşayanlar, kalp sorunları yaşayanlar işte bu macunu ve Panaxı mutlaka ve mutlaka kullanmalı. Tabi Panax deyince piyasada bir sürü Panax var. Hangisini alacağınız konusunda kafanız karışabilir. Biz size burada da açıklayıcı delillerle geliyoruz. Görmüş olduğunuz gibi Panax'ın bir çok belgesi var. İşte bunlardan biri, marka tescil belgesi. Görmüş olduğunuz gibi elimde. Yine Panax'ın izin belgesi burada. Yine helal sertifikası, bakın bu her üründe yoktur. Bir çok sertifika yine burada mevcut. Bunlar sertifikalı ürünler sevgili izleyenler. Gönül rahatlığıyla kullanabilirsiniz, hiçbir şekilde size yan etkisi olmaz. Şuanda tedavi görüyorsanız, kullandığınız ilaçlar varsa onlarla da asla etkileşim göstermez…Bayanlarda da erkekler gibi infertilite de yani kısırlıkta son derece etkili...Tıkanıklıkta kullanırsınız, diyabette mutlaka kullanırsınız, emesde parkinsonda kullanırsınız, prostatda kullanabilirsiniz...Kanserde şuanda, Amerika da kanserde mutlaka emoride kullanıyorlar, onun dışında kısırlık da doğurganlık artmasında, erkeklerde performans artmasında yani birçok hastalıkta yani saymakla aslında bitmeyecek rahatsızlıklarda tepeden tırnağa diyebiliriz, biz buna kullanabilirsiniz..., "Orjinal Panax Set Kapsül - Macun Muhteşem 2'li Set", "Tıkanık Damarları Açar, Cinsel Performansı Arttırır, Prostata İyi Gelir, Tansiyonu Düşürür", "Etkisi Kanıtlanmış Özel Formül", "Bu Güne Özel, Hemen Arayın 0212 700 13 ..."* vb. şeklinde sözlü ve yazılı ifadelerle, ürünün kalp ve damar hastalığı, kısırlık, prostat, diyabet, cinsel problemler, tansiyon gibi çok sayıda rahatsızlığa iyi geldiği" 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 tanıtım yapıldığıtespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** HM(Haberin Merkezi) logosuyla yayın yapan kuruluşun Orijinal Panax Set isimli ürüne ilişkin tanıtımlarında; *"(…) Tıkalı damarların açılmasın da bitkiler son derece önemlidir...Tansiyon hastaları, şeker hastaları, cinsel problem sorunları yaşayanlar, kalp sorunları yaşayanlar işte bu macunu ve Panaxı mutlaka ve mutlaka kullanmalı. Tabi Panax deyince piyasada bir sürü Panax var. Hangisini alacağınız konusunda kafanız karışabilir. Biz size burada da açıklayıcı delillerle geliyoruz. Görmüş olduğunuz gibi Panax'ın bir çok belgesi var. İşte bunlardan biri, marka tescil belgesi. Görmüş olduğunuz gibi elimde. Yine Panax'ın izin belgesi burada. Yine helal sertifikası, bakın bu her üründe yoktur. Bir çok sertifika yine burada mevcut. Bunlar sertifikalı ürünler sevgili izleyenler. Gönül rahatlığıyla kullanabilirsiniz, hiçbir şekilde size yan etkisi olmaz. Şuanda tedavi görüyorsanız, kullandığınız ilaçlar varsa onlarla da asla etkileşim göstermez…Bayanlarda da erkekler gibi infertilite de yani kısırlıkta son derece etkili...Tıkanıklıkta kullanırsınız, diyabette mutlaka kullanırsınız, emesde parkinsonda kullanırsınız, prostatda kullanabilirsiniz...Kanserde şuanda, Amerika da kanserde mutlaka emoride kullanıyorlar, onun dışında kısırlık da doğurganlık artmasında, erkeklerde performans artmasında yani birçok hastalıkta yani saymakla aslında bitmeyecek rahatsızlıklarda tepeden tırnağa diyebiliriz, biz buna kullanabilirsiniz..., "Orjinal Panax Set Kapsül - Macun Muhteşem 2'li Set", "Tıkanık Damarları Açar, Cinsel Performansı Arttırır, Prostata İyi Gelir, Tansiyonu Düşürür", "Etkisi Kanıtlanmış Özel Formül", "Bu Güne Özel, Hemen Arayın 0212 700 13 ..."* vb. şeklinde sözlü ve yazılı ifadelerle, ürünün kalp ve damar hastalığı, kısırlık, prostat, diyabet, cinsel problemler, tansiyon gibi çok sayıda rahatsızlığa iyi geldiği" 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;

- 1262 sayılı İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanunu’nun 18/2, 18/3, 19/1 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,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/1-b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 9/1, 9/2, 9/5, 16/1, 16/3, 26/1 ve 27/1’inci maddeleri,

- 5996 sayılı Veteriner Hizmetleri, Bitki Sağlığı, Gıda ve Yem Kanunu’nun 23/2 ve 24/3 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 **Kaful Radyo ve Televizyon İletişim Reklam Yayıncılık A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **22.861,00-TL (Yirmiikibinsekizyüzaltmışbir Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**TEKNOLOJİ**

**132)**

**Dosya No: 2021/1297**

**Şikayet Edilen: Turkcell Satış ve Dijital İş Servisleri A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Turkcell Pasaj Uygulaması'nda yayınlanan “Uykusu Kaçanlar Buraya” başlıklı reklamlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 26.03.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

Diğer taraftan, söz konusu iptal işleminin akabinde tüketicinin kampanya dahilinde olmayan aynı ürünler için yaptığı 639,70 TL tutarındaki alışverişe ilişkin 3748513 numaralı siparişinin onaylandığı ve tüketiciye teslim edildiği, konuya ilişkin müşteri hizmetleri ile yapılan telefon görüşmesinde başvuru sahibi tüketiciye ilk siparişinde stok sorunu yaşandığına ilişkin bilgi verildiği, ancak kampanyasız fiyatlar dahilinde yapılan alışverişte herhangi bir stok sorunu yaşanmadığı göz önünde bulundurularak anılan reklamların tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu iddia edilmektedir.

**Tespitler**: Turkcell Pasaj Uygulamasında 26.03.2021 tarihinde yayınlanan “Uykusu Kaçanlar Buraya” başlıklı reklamlarda *“Uykusu Kaçanlar Buraya. 19,29,39 TL'den başlayan fiyatlar bu geceye özel 21.00'de Uykusu Kaçanlar Kulübü'nde! Fırsatları kaçırmayın. 26 Mart.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, Turkcell Pasaj Uygulamasında 26.03.2021 tarihinde yayınlanan “Uykusu Kaçanlar Buraya” başlıklı reklamlarda *“Uykusu Kaçanlar Buraya. 19,29,39 TL'den başlayan fiyatlar bu geceye özel 21.00'de Uykusu Kaçanlar Kulübü'nde! Fırsatları kaçırmayın. 26 Mart.”* ifadelerine yer verildiği, ancak \*\*\*\*\*\* isimli tüketicinin anılan kampanya kapsamında 26.03.2021 tarihinde verdiği siparişin stokta bulunmadığı gerekçesiyle tüketicinin rızası dışında 31.03.2021 tarihinde iptal edildiği, dolayısıyla temini mümkün olmadığı halde kampanya kapsamındaki ürünlerin 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, 28/1, 28/4 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

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

**133)**

**Dosya No: 2021/1673**

**Şikayet Edilen: Turkcell Satış ve Dijital İş Servisleri A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Turkcell Dijital Operatör Pasaj uygulamasında yayınlanan “Huawei MateBook D15” başlıklı reklamlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 13.05.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: Turkcell Dijital Operatör Pasaj uygulamasında 13.05.2021 tarihinde yayınlanan “Huawei MateBook D15” başlıklı reklamlarda *“Huawei MateBook D15 1999 TL yerine 1299 TL. Hemen incele.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, Turkcell Dijital Operatör Pasaj uygulamasında 13.05.2021 tarihinde yayınlanan “Huawei MateBook D15” başlıklı reklamlarda *“Huawei MateBook D15 1999 TL yerine 1299 TL. Hemen incele.”* ifadelerine yer verildiği, ancak başvuru sahibi tüketicinin ürünü satın almak üzere işlem yapması akabinde fiyatın 5974 TL'ye yükseldiği,

Diğer taraftan, tüketicinin 18.05.2021 tarihinde Müşteri Hizmetleri ile yaptığı görüşmede, kendisine söz konusu fiyat karışıklığının sistemsel bir hatadan kaynaklandığı belirtilerek ürünün satış fiyatının 5974 TL olduğu bilgisinin verildiği, bu durumda anılan reklamlarda vaat edilen indirimli fiyatın gerçeği yansıtmadığı ve tüketicilerin yanıltıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

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

**134)**

**Dosya No: 2021/250**

**Şikayet Edilen: Teknosa İç ve Dış Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.teknosa.com adresli internet sitesinde yer alan İphone 11 isimli ürüne ilişkin reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 26.01.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.teknosa.com adresli internet sitesinin 26.01.2021 tarihli görünümünde, bir tanesinin fiyatı 7.799 TL olan İphone 11 isimli cep telefonundan iki adet satın alındığında toplam fiyatın %36 indirimle 9.994 TL'ye düştüğü şeklinde bir kampanya tanımlandığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Dosyada yer alan bilgiler ile muhatap şirketten alınan cevabi yazı incelendiğinde söz konusu kampanyanın, sistemde başka bir ürün için tanımlanan bir kampanyanın ilgili alanı bozması üzerine sehven tanımlandığının ve fark edildikten sonra bu hatanın düzeltildiğinin anlaşıldığı, dolayısıyla bu kampanyada yer alan fiyat bilgileri ile indirim oranlarının gerçeği yansıtmadığı ve tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-ç, 13/1-2, 14/2-3-4, 32/1 maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

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

**135)**

**Dosya No: 2021/884**

**Şikayet Edilen: BİM Birleşik Mağazalar A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.bim.com.tr adresli internet sitesinde ve broşürlerde yayınlanan HP Pavilion Gaming Laptop adlı ürün reklamı

**Reklam Yayın Tarihi:** 27.11.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.bim.com.tr adresli internet sitesinde ve broşürlerde 27.11.2020 tarihinde yayınlanan HP Pavilion Gaming Laptop adlı ürün reklamında, ürünün ekran yenileme hızının 144 Hz olarak belirtildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Dosyada yer alan bilgiler ile reklam verenden alınan cevabi yazı incelendiğinde reklamda 144 Hz olarak belirtilen ekran yenileme hızının gerçekte 60 Hz olduğunun anlaşıldığı, dolayısıyla reklamda yer alan bilginin gerçeği yansıtmadığı ve tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

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

**DAYANIKLI TÜKETİM MALLARI**

**136)**

**Dosya No: 2019/8633**

**Şikayet Edilen: BİM Birleşik Mağazalar A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Haziran 2019 tarihli BİM Aktüel broşüründe yer alan Volta VSC Elektrikli Bisiklet adlı ürüne ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** Haziran 2019

**Yayınlandığı Mecra:** Broşür

**Tespitler:** Haziran 2019 tarihli BİM Aktüel broşüründe yer alan Volta VSC Elektrikli Bisiklet adlı ürüne ilişkin tanıtımlarda, ürünün ehliyet ve plaka gerektirmediği, motor gücünün 215 watt olduğu, maksimum hızının 25 km/s olduğunun belirtildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Reklam veren firma ile ürünün üreticisi olan Volta Motor San. ve Tic. A.Ş.’den alınan bilgi/belgeler ile adı geçen ürünle ilgili olarak sunulan test raporlarının incelenmesi neticesinde, reklamda yer alan bilgilerin gerçeği yansıttığı kanaatine varıldığı, dolayısıyla anılan reklamın 6502 sayılı Kanun’un 61 inci maddesi hükmüne **aykırı olmadığına**  karar verilmiştir.

**137)**

**Dosya No: 2019/9428**

**Şikayet Edilen: Yeşilyol Mobilya İnş. Bas. Yay. Rek. İth. İhr. San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Reklam verene ait satış mağazası tabelalarında ve broşürlerde yer alan “*Patron Çıldırdı Tüm Ürünler Maliyetine*” şeklindeki reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Yayınlandığı Mecra:** Tabela, broşür

**Tespitler:** Muğla Ticaret İl Müdürlüğünce firmaya ait satış mağazasında yapılan denetim sonucu düzenlenen 05.08.2019 tarihli tespit tutanağına göre, reklam verene ait satış mağazası tabelalarında ve kampanya broşürlerinde “Patron Çıldırdı Tüm Ürünler Maliyetine” şeklinde ifadelere yer verildiği, ayrıca Bakanlıkça reklam örneklerinde yapılan incelemelerde kampanya başlangıç ve bitiş tarihlerine ve stok miktarına yer verilmediği, ayrıca broşürlerde KDV hariç fiyatlara yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu reklam örnekleri ile dosyada yer alan bilgi ve belgeler incelendiğinde, reklamlarda "tüm ürünler maliyetine" şeklinde ifadelere yer verilmesine rağmen ürünlerin satın alma bedelleri üzerine mağaza kirası, ürün nakliye bedeli, mağaza çalışanlarının harcırahı adı altında kalemler eklendiği, bu durum göz önünde bulundurulduğunda satışın maliyetine yapıldığının kabul edilemeyeceği, ayrıca kampanya başlangıç ve bitiş tarihlerine ve stok miktarı sınırlı olduğu için stok miktarına reklamların yayınlandığı tüm mecralarda yer verilmesi gerektiği ancak yer verilmediğinin anlaşıldığı, diğer taraftan kampanya broşürlerinde KDV hariç fiyatlara yer verildiği, ancak mevzuat gereği tüm vergiler dahil fiyatlara yer verilmesi gerektiği, dolayısıyla anılan reklamların tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-ç, 9/1, 13/1-2, 14. maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

Buna göre, reklam veren **Yeşilyol Mobilya İnş. Bas. Yay. Rek. İth. İhr. San. ve Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**138)**

**Dosya No: 2021/1374**

**Şikayet Edilen: Arçelik Pazarlama A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Açık hava ilan panolarında yayınlanan *"Arçelik'ten Su Arıtma Abonelerine Özel Kahve Keyfi: Arçelik K 3300 Mini Beyaz Telve Arçelik su arıtma abonelerini bekliyor"* ibareli reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** Açık hava ilanı

**Tespitler:** 2021 yılı Nisan ayında, açık hava ilan panolarında yayınlanan reklamda, *"Arçelik'ten Su Arıtma Abonelerine Özel Kahve Keyfi: Arçelik K 3300 Mini Beyaz Telve Arçelik su arıtma abonelerini bekliyor"* ifadelerine yer verildiği ve ürünün 659 TL yerine indirimli olarak 199 TL'ye satışa sunulduğunun belirtildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Dosya kapsamındaki bilgi ve belgeler ile reklam verenden alınan cevabi yazı incelendiğinde söz konusu kampanyanın mevcut su arıtma abonelerine özel değil "yeni su arıtma abonelerine özel" olduğunun anlaşıldığı, ancak reklamda kullanılan ifadeden halihazırda su arıtma abonesi olanların da kampanyadan yararlanabileceği gibi bir izlenim oluşturulduğu, dolayısıyla anılan reklamların tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-ç, 9/1, 13/1-6, 14/1-2 maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

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

**TÜTÜN VE ALKOL**

**139)**

**Dosya No: 2021/1931**

**Şikayet Edilen: Mehmet Mustafa PARILTI**

**Şikayet Edilen Reklam:** *https://www.botanikshop.com/* URL uzantılı internet sitesinde yer alan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 18.05.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** *https://www.botanikshop.com/* URL uzantılı internet sitesinde “Tekilaa Kiti”, “Cin Kiti”, “Viskii Kiti” vb. alkollü içki marka ve isimleri kullanılarak aroma verici mahiyetindeki ürünlerin tanıtımlarının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** *https://www.botanikshop.com/* URL uzantılı internet sitesinde aroma verici mahiyetindeki ürünlere “Tekilaa Kiti”, “Cin Kiti”, “Viskii Kiti” vb. muhtelif alkollü içki marka ve isimleri verilerek yapılan tanıtımlarının yapıldığı ve bu şekilde tüketicilerin yanıltıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- 4250 sayılı İspirto ve İspirtolu İçkiler İnhisarı Kanunu’nun 6/1 ve 6/6 maddeleri,

- Tütün Mamulleri ve Alkollü İçkilerin Satışına ve Sunumuna İlişkin Usul ve Esaslar

Hakkında Yönetmelik’in 20/1, 20/2 ve 20/9 maddeleri,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/1-b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 9/1, 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 **Mehmet Mustafa PARILTI** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**140)**

**Dosya No: 2021/1932**

**Şikayet Edilen: Emre Bektaş ARGUNŞAH**

**Şikayet Edilen Reklam:** *https://vinotedarik.com/* URL uzantılı internet sitesinde yer alan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 31.03.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** *https://vinotedarik.com/* URL uzantılı internet sitesinde uzantılıinternet sitesinde “CVS Gold Malt”, “Ortaçağ ROM e-kiti”, “SAKE Aroma” vb. alkollü içki marka ve isimleri kullanılarak aroma verici mahiyetindeki ürünlerin tanıtımlarının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** *https://vinotedarik.com/* URL uzantılı internet sitesinde uzantılı internet sitesinde “CVS Gold Malt”, “Ortaçağ ROM e-kiti”, “SAKE Aroma” vb. alkollü içki marka ve isimleri kullanılarak aroma verici mahiyetindeki ürünlerin tanıtımlarının yapıldığı ve bu şekilde tüketicilerin yanıltıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- 4250 sayılı İspirto ve İspirtolu İçkiler İnhisarı Kanunu’nun 6/1 ve 6/6 maddeleri,

- Tütün Mamulleri ve Alkollü İçkilerin Satışına ve Sunumuna İlişkin Usul ve Esaslar Hakkında Yönetmelik’in 20/1, 20/2 ve 20/9 maddeleri,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/1-b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 9/1, 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 **Emre Bektaş ARGUNŞAH** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**141)**

**Dosya No: 2021/1933**

**Şikayet Edilen: King Aroma Gıda ve Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *https://aromadepom.com/* URL uzantılı internet sitesinde yer alan reklamlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 18.05.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** *https://aromadepom.com/* URL uzantılı internet sitesinde uzantılıinternet sitesinde “Absolut Elma Votka Aroması Kiti Elit Edition”, “Grey Goose Votka Aroması Kiti Elite Edition”, “Tekila Aroması Kiti Elit Edition” vb. alkollü içki marka ve isimleri kullanılarak aroma verici mahiyetindeki ürünlerin tanıtımlarının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** *https://aromadepom.com/* URL uzantılı internet sitesinde uzantılı internet sitesinde “Absolut Elma Votka Aroması Kiti Elit Edition”, “Grey Goose Votka Aroması Kiti Elite Edition”, “Tekila Aroması Kiti Elit Edition” vb. alkollü içki marka ve isimleri kullanılarak aroma verici mahiyetindeki ürünlerin tanıtımlarının yapıldığı ve bu şekilde tüketicilerin yanıltıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- 4250 sayılı İspirto ve İspirtolu İçkiler İnhisarı Kanunu’nun 6/1 ve 6/6 maddeleri,

- Tütün Mamulleri ve Alkollü İçkilerin Satışına ve Sunumuna İlişkin Usul ve Esaslar Hakkında Yönetmelik’in 20/1, 20/2 ve 20/9 maddeleri,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/1-b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 9/1, 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 **King Aroma Gıda ve Ticaret Ltd. Şti.**hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**142)**

**Dosya No: 2021/1934**

**Şikayet Edilen: Eskici Bilgi Teknolojileri Paz. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *https://www.aromasepetim.com/* URL uzantılı internet sitesinde yer alan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 18.05.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** *https://www.aromasepetim.com/* URL uzantılı internet sitesinde uzantılıinternet sitesinde “Chivas Viski Kiti”, “İrlanda Viski Kiti”, “İskoç Viskisi Shot Kit”, “Mastika Rakı Shot Kit” vb. alkollü içki marka ve isimleri kullanılarak aroma verici mahiyetindeki ürünlerin tanıtımlarının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** *https://www.aromasepetim.com/* URL uzantılı internet sitesinde uzantılı internet sitesinde “Chivas Viski Kiti”, “İrlanda Viski Kiti”, “İskoç Viskisi Shot Kit”, “Mastika Rakı Shot Kit” vb. alkollü içki marka ve isimleri kullanılarak aroma verici mahiyetindeki ürünlerin tanıtımlarının yapıldığı ve bu şekilde tüketicilerin yanıltıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- 4250 sayılı İspirto ve İspirtolu İçkiler İnhisarı Kanunu’nun 6/1 ve 6/6 maddeleri,

- Tütün Mamulleri ve Alkollü İçkilerin Satışına ve Sunumuna İlişkin Usul ve Esaslar Hakkında Yönetmelik’in 20/1, 20/2 ve 20/9 maddeleri,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/1-b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 9/1, 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 **Eskici Bilgi Teknolojileri Paz. ve Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü maddesi ile 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**143)**

**Dosya No: 2021/1935**

**Şikayet Edilen: Muhittin Öztürk Gaziantep Yöresel Gurme**

**Şikayet Edilen Reklam:** *https://www.aromasepetim.com/* URL uzantılı internet sitesinde yer alan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 18.05.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** *https://www.gaziantepyoreselgurme.com/* URL uzantılı internet sitesinde “Tekila Olmc Kiti”, “Coni Volkir Red Label Viski Kiti”, “Jb Viski Kiti”, “Rom Bacardi Kiti” vb. alkollü içki marka ve isimleri kullanılarak aroma verici mahiyetindeki ürünlerin tanıtımlarının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** *https://www.gaziantepyoreselgurme.com/* URL uzantılı internet sitesinde uzantılı internet sitesinde “Tekila Olmc Kiti”, “Coni Volkir Red Label Viski Kiti”, “Jb Viski Kiti”, “Rom Bacardi Kiti” vb. alkollü içki marka ve isimleri kullanılarak aroma verici mahiyetindeki ürünlerin tanıtımlarının yapıldığı ve bu şekilde tüketicilerin yanıltıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- 4250 sayılı İspirto ve İspirtolu İçkiler İnhisarı Kanunu’nun 6/1 ve 6/6 maddeleri,

- Tütün Mamulleri ve Alkollü İçkilerin Satışına ve Sunumuna İlişkin Usul ve Esaslar Hakkında Yönetmelik’in 20/1, 20/2 ve 20/9 maddeleri,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/1-b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 9/1, 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 **Muhittin Öztürk Gaziantep Yöresel Gurme** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**144)**

**Dosya No: 2021/1936**

**Şikayet Edilen: Andro Bilişim Sistemleri Tekstil Koz. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *https://www.aromapi.com/* URL uzantılı internet sitesinde yer alan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 18.05.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** *https://www.aromapi.com/* URLuzantılı internet sitesinde “Chvs Hazır Viski Kiti Tek Kullanımlık”, “Votka Abslt Kiti Hazır Tek Kullanımlık” vb. alkollü içki marka ve isimleri kullanılarak aroma verici mahiyetindeki ürünlerin tanıtımlarının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** *https://www.aromapi.com/* URL uzantılı internet sitesinde uzantılı internet sitesinde “Chvs Hazır Viski Kiti Tek Kullanımlık”, “Votka Abslt Kiti Hazır Tek Kullanımlık” vb. alkollü içki marka ve isimleri kullanılarak aroma verici mahiyetindeki ürünlerin tanıtımlarının yapıldığı ve bu şekilde tüketicilerin yanıltıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- 4250 sayılı İspirto ve İspirtolu İçkiler İnhisarı Kanunu’nun 6/1 ve 6/6 maddeleri,

- Tütün Mamulleri ve Alkollü İçkilerin Satışına ve Sunumuna İlişkin Usul ve Esaslar Hakkında Yönetmelik’in 20/1, 20/2 ve 20/9 maddeleri,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/1-b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 9/1, 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 **Andro Bilişim Sistemleri Tekstil Koz. ve Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**TURİZM**

**145)**

**Dosya No: 2020/407**

**Şikayet Edilen: Grand Derya Otel**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Grand Derya Otel (Hotel Öz Grand Derya)”* isimli tesise ilişkin olarak www.google.com, www.odamax.com, https://otelleri.net/grand-derya-otel, www.trivago.com.tr, www.kayak.com, https://grand-derya-otel-igdir.bookeder.com ve https://hotel-oz-grand-derya.business.site/#details adresli internet sitelerinde yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 29.09.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi bulunmayan *“Grand Derya Otel (Hotel Öz Grand Derya)”* isimli tesise ilişkin olarak www.google.com, www.odamax.com, https://otelleri.net/grand-derya-otel ve www.trivago.com.tr adresli internet sitelerinin 29.09.2020 tarihli görünümlerinde yayınlanan reklamlarda *“3 Yıldızlı Otel”;* www.kayak.com ve https://grand-derya-otel-igdir.bookeder.com adresli internet sitelerinin 29.09.2020 tarihli görünümlerinde yayınlanan reklamlarda ise *“4 Yıldızlı Otel”* şeklinde tanıtım yapıldığı, ayrıca https://hotel-oz-grand-derya.business.site/#details adresli internet sitesinin 29.09.2020 tarihli görünümünde *“Öyküler”* başlığı altında yer alan müşteri yorumlarında *“*\*\*\*\*\**”(beş yıldız)* görsellerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi bulunmayan *“Grand Derya Otel (Hotel Öz Grand Derya)”* isimli tesise ilişkin olarak www.google.com, www.odamax.com, https://otelleri.net/grand-derya-otel ve www.trivago.com.tr adresli internet sitelerinin 29.09.2020 tarihli görünümlerinde yayınlanan reklamlarda *“3 Yıldızlı Otel”;* www.kayak.com ve https://grand-derya-otel-igdir.bookeder.com adresli internet sitelerinin 29.09.2020 tarihli görünümlerinde yayınlanan reklamlarda ise *“4 Yıldızlı Otel”* şeklinde tanıtım yapılmasının, ayrıca https://hotel-oz-grand-derya.business.site/#details adresli internet sitesinin 29.09.2020 tarihli görünümünde *“Öyküler”* başlığı altında yer alan müşteri yorumlarında *“*\*\*\*\*\**”(beş yıldız)* görsellerine yer verilmesinintüketiciyi aldatıcı, yanıltıcı ve haksız rekabete yol açıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Turizmi Teşvik Kanunu’nun 5/a maddesi,

- Turizm Tesislerinin Niteliklerine İlişkin Yönetmeliğin 16 ncı maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

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

**146)**

**Dosya No: 2020/418**

**Şikayet Edilen: Pegasus Hava Taşımacılığı A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam/HTU:** www.flypgs.com adresli internet sitesinde yer alan *“Koronavirüs (COVID-19) Nedeniyle İptal Olan Seferlerin Bilet İşlemleri Hakkında”* başlıklı duyurular ve söz konusu duyurular kapsamında gerçekleştirilen ticari uygulamalar

**Reklam /HTU Yayın Tarihi:** 2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Pegasus Hava Taşımacılığı A.Ş.’ye ait www.flypgs.com adresli internet sitesinde 2020 yılı içerisinde yayınlanan *“Koronavirüs (COVID-19) Nedeniyle İptal Olan Seferlerin Bilet İşlemleri Hakkında”* başlıklı duyurularda, *“SHY-Yolcu yönetmeliğine istinaden Koronavirüs (COVID-19) nedeniyle iptal olan seferler için bilet işlemleri aşağıdaki gibi düzenlenecektir(…)”, “İptal olan uçuşlarınızdan doğan ücretsiz açığa alma işleminizi flypgs.com ve Pegasus Mobil Uygulaması üzerinden rahatlıkla yapabilirsiniz. Açığa alma ücretsizdir. Açık biletinizi 1 yıl süreyle dilediğiniz rotada kullanabilirsiniz. Açık biletinizi kullanmadığınız takdirde karşılıklı uçuş yasakları kalktıktan 2 ay sonra ÜCRETSİZ İADE hakkına sahip olursunuz. Açığa almış olduğunuz bileti yeniden kullanırken seçmiş olduğunuz yeni bilet ile eski biletiniz aynı ücret sınıfında olduğu sürece ceza bedeli ya da bilet farkı alınmayacaktır.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, Pegasus Hava Taşımacılığı A.Ş.’ye ait www.flypgs.com adresli internet sitesinde 2020 yılı içerisinde yayınlanan *“Koronavirüs (COVID-19) Nedeniyle İptal Olan Seferlerin Bilet İşlemleri Hakkında”* başlıklı duyurularda, *“SHY-Yolcu yönetmeliğine istinaden Koronavirüs (COVID-19) nedeniyle iptal olan seferler için bilet işlemleri aşağıdaki gibi düzenlenecektir(…)”, “İptal olan uçuşlarınızdan doğan ücretsiz açığa alma işleminizi flypgs.com ve Pegasus Mobil Uygulaması üzerinden rahatlıkla yapabilirsiniz. Açığa alma ücretsizdir. Açık biletinizi 1 yıl süreyle dilediğiniz rotada kullanabilirsiniz. Açık biletinizi kullanmadığınız takdirde karşılıklı uçuş yasakları kalktıktan 2 ay sonra ÜCRETSİZ İADE hakkına sahip olursunuz. Açığa almış olduğunuz bileti yeniden kullanırken seçmiş olduğunuz yeni bilet ile eski biletiniz aynı ücret sınıfında olduğu sürece ceza bedeli ya da bilet farkı alınmayacaktır.”* şeklinde ifadelere yer verilerek, Covid-19 vakalarına bağlı olarak firma tarafından tüketicilere ücretsiz açığa alma hakkı tanındığının açıklandığı, ancak başvuru sahibi tüketici tarafından firmaya ait online sistem üzerinden bu işlemin yapılamadığı ve konuyla ilgili müşteri hizmetlerine hiçbir şekilde ulaşılamadığı, uçuşa 24 saatten daha az süre kaldığında ve bilet iptal etmek istendiğinde ise tüketicinin ücret kesintisi ile karşı karşıya kaldığı, sonuç olarak başvuru sahibi tüketicinin firma tarafından duyurulan ücretsiz açığa alma işlemini gerçekleştiremediği ve uçuşundan bir gün önce ceza ödeyerek biletini iptal etmek durumunda kaldığı şeklindeki iddialara ilişkin olarak firma tarafından gönderilen cevabi yazıda yer verilen bilgi ve belgeler doğrultusunda yapılan değerlendirmeler sonucunda, yaşanan yoğunluk sebebi ile başvuru sahibi tüketicinin ve başvurucuya benzer şekilde mağduriyet yaşadığını ileten tüm yolcuların mağduriyetlerinin firma tarafından giderildiği ifade edilmiş olmakla birlikte, inceleme konusu duyurunun yayınlanmasını takiben salgın döneminden önce bilet satın alan yolcuların büyük bir kısmı tarafından biletlerin açığa alınması, değiştirilmesi veya iptal edilmesi için firmaya başvuruda bulunulduğu ve bu işlemlere yönelik taleplerde yaşanan yoğunluk sebebi ile çağrı merkezine ulaşamayan yolcuların olduğu, firmaya ait internet sitesi ve mobil uygulamada söz konusu duyuruda yer alan vaadi karşılamayan sistemsel aksaklıklar yaşandığı, dolayısıyla inceleme konusu www.flypgs.com adresli internet sitesinde yer alan *“Koronavirüs (COVID-19) Nedeniyle İptal Olan Seferlerin Bilet İşlemleri Hakkında”* başlıklı duyurularda yer alan ifadelerin gerçeği yansıtmadığı ve tüketiciyi yanıltıcı nitelikte olduğu, ayrıca anılan duyurular kapsamında firma tarafından 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un “Haksız ticari uygulamalar” başlıklı 62 inci maddesinin “*(1) Bir ticari uygulamanın; mesleki özenin gereklerine uymaması ve ulaştığı ortalama tüketicinin ya da yöneldiği grubun ortalama üyesinin mal veya hizmete ilişkin ekonomik davranış biçimini önemli ölçüde bozması veya önemli ölçüde bozma ihtimalinin olması durumunda haksız olduğu kabul edilir. Özellikle aldatıcı veya saldırgan nitelikte olan uygulamalar ile yönetmelik ekinde yer alan uygulamalar haksız ticari uygulama olarak kabul edilir. Tüketiciye yönelik haksız ticari uygulamalar yasaktır.”* hükmüne aykırı ticari uygulamalarda bulunulmak suretiyle tüketici mağduriyetine sebebiyet verildiği 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, 28, 29, 30 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre, reklam veren ve ticari uygulamada bulunan **Pegasus Hava Taşımacılığı A.Ş.** hakkında, söz konusu tanıtımlar ve ticari uygulamalar ile ilgili olarak, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12-13 üncü maddeleri uyarınca **anılan reklamları ve haksız ticari uygulamaları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**147)**

**Dosya No: 2020/729**

**Şikayet Edilen: Pegasus Hava Taşımacılığı A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.flypgs.com adresli internet sitesinde yayınlanan *“Kıbrıs uçuşlarım 9TL + vergilerle satışta!”* başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Pegasus Hava Taşımacılığı A.Ş.’ye ait www.flypgs.com adresli internet sitesinde yayınlanan *“Kıbrıs uçuşlarım 9TL + vergilerle satışta!”* başlıklı reklamlarda, *“Kıbrıs uçuşlarımda 17.000 koltuk 9 TL + vergilerle satışta! Sen de bu fırsatımı kaçırmak istemiyorsan 15 Ocak’a kadar biletini al, 5 Şubat - 26 Mart tarihleri arasında Kıbrıs’a bu inanılmaz fiyatlarla uç!” , “(…) Ücret Duyurusunun Geçerli Olduğu Hatlar: Kıbrıs kalkış ve varışlı Adana, Antalya, Ankara, Gaziantep, Hatay, İstanbul Sabiha Gökçen ve İzmir direkt uçuşlarında toplam 17.000 koltuk için geçerlidir.”, “Ücret: 9 TL + Vergiler”, “Vergiler ilgili tarifeli uçuşlar ile ilgili olarak seyahat gerçekleştirilen havalimanı/terminal işletmecisine geçerli tarifeler uyarınca ödenen yolcu servis ücreti veya benzer içerikli maliyet/vergi kalemlerini kapsar”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Pegasus Hava Taşımacılığı A.Ş.’ye ait www.flypgs.com adresli internet sitesinde yayınlanan *“Kıbrıs uçuşlarım 9TL + vergilerle satışta!”* başlıklı reklamlarda, *“Kıbrıs uçuşlarımda 17.000 koltuk 9 TL + vergilerle satışta! Sen de bu fırsatımı kaçırmak istemiyorsan 15 Ocak’a kadar biletini al, 5 Şubat - 26 Mart tarihleri arasında Kıbrıs’a bu inanılmaz fiyatlarla uç!” , “(…) Ücret Duyurusunun Geçerli Olduğu Hatlar: Kıbrıs kalkış ve varışlı Adana, Antalya, Ankara, Gaziantep, Hatay, İstanbul Sabiha Gökçen ve İzmir direkt uçuşlarında toplam 17.000 koltuk için geçerlidir.”, “Ücret: 9 TL + Vergiler”, “Vergiler ilgili tarifeli uçuşlar ile ilgili olarak seyahat gerçekleştirilen havalimanı/terminal işletmecisine geçerli tarifeler uyarınca ödenen yolcu servis ücreti veya benzer içerikli maliyet/vergi kalemlerini kapsar”* ifadelerine yer verilmek suretiyle kampanya kapsamındaki 9 TL’lik bilet ücretinin vergiler hariç ücret olduğu, vergilerin ilgili tarifeli uçuşlar ile ilgili olarak seyahat gerçekleştirilen havalimanı veya terminal işletmecisine geçerli tarifeler uyarınca ödenen maliyet veya vergi kalemlerini kapsadığı, geçerli vergilerin toplamının seyahat edilecek güzergâha göre değişiklik gösterdiği yönündeki bilgilendirmeye ve ücret duyurusunun geçerli olduğu hatlara ilişkin bilgiye reklamda açık ve anlaşılır bir şekilde yer verildiği tespit edilmiş ve firma tarafından gönderilen cevabi yazı ekinde kampanyadan yararlanan tüketicilere ait bilet örnekleri sunularak, kampanyanın toplam 17.000 koltuk için geçerli olacak şekilde duyurulduğu, kampanya şartlarını sağlayan 11.017 yolcunun ise söz konusu kampanyadan yararlandığı hususları ifade edilmiş olup, başvuruya konu olan şikâyet kapsamında kampanya kurallarına ait bir aykırılığın söz konusu olmadığı, inceleme konusu reklamlarda tüketicilere gerekli ve yeterli bilgilendirme imkânının sağlandığı ve tüketici mağduriyetine yol açıcı herhangi bir unsura yer verilmediği anlaşıldığından, söz konusu reklamların tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu yönündeki iddianın gerçeği yansıtmadığı, dolayısıyla anılan reklamların 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 inci maddesine **aykırı olmadığına** karar verilmiştir.

**DİĞER**

**148)**

**Dosya No: 2020/2409**

**Şikayet Edilen: Bidoludepo Bilişim E-Ticaret Hizmetleri Tic. ve San. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ilişkin olarak "Bidoludepo" isimli satıcı tarafından www.n11.com adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ilişkin olarak "Bidoludepo" isimli satıcı tarafından www.n11.com adresli internet sitesinde *"Drager N95 Maske Ventilli Alman Sertifikalı FFP1 1510"* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firmaya ilişkin olarak "Bidoludepo" isimli satıcı tarafından www.n11.com adresli internet sitesinde *"Drager N95 Maske Ventilli Alman Sertifikalı FFP1 1510"* şeklinde ifadelere yer verildiği ancak N95 ifadesinin Amerikan Ulusal Standartlarına göre belirlenen ve havadaki partiküllerin en az %95'ini filtreleyen bir solunum koruyucu tipini ifade ederken, FFP1 ifadesinin TSE 149 En + A1 standartı ile belirlenen ve havadaki partiküllerin %80'ini filtreleyen bir koruyucu tipini ifade ettiği, bu durumda “N95 ve FFP1” ifadelerinin bir arada kullanılmasının 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, 29 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Bidoludepo Bilişim E-Ticaret Hizmetleri Tic. ve San. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**149)**

**Dosya No: 2020/3024**

**Şikayet Edilen: Koton Mağazacılık Tekstil Sanayi ve Ticaret Anonim Şirketi**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ait www.koton.com adresli internet sitesinde *"Cep Detaylı Kaban Gri"* isimli ürünün fiyatının 299,99 TL üzerinden % 40 indirim uygulanarak 179,99 TL olduğu bilgisi verilmesine rağmen tüketici tarafından ürünün detay sayfasına girildiğinde ve sepete eklendiğinde ürünün indirimden önceki fiyatı olan 299,99 TL olduğunun görüldüğü, ana sayfada belirtilen % 40 indirimin uygulanmadığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firmaya ait www.koton.com adresli internet sitesinde *"Cep Detaylı Kaban Gri"* isimli ürününfiyatının 299,99 TL üzerinden % 40 indirim uygulanarak 179,99 TL olduğu bilgisi verilmesine rağmen tüketici tarafından ürünün detay sayfasına girildiğinde ve sepete eklendiğinde ürünün indirimden önceki fiyatı olan 299,99 TL olduğunun görüldüğü, ana sayfada belirtilen % 40 indirimin uygulanmadığı dolayısıyla, söz konusu tanıtımların; tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7, 13, 28 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Koton Mağazacılık Tekstil 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.

**150)**

**Dosya No: 2020/4837**

**Şikayet Edilen: Kitapseç Yayıncılık Elektronik Nakliye Makina İnşaat Taahhüt Sanayi ve Ticaret Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait www.kitapsec.com adresli internet sitesinde yer alan ifadeler.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020, 2019

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ait internet sitesinde *"24 Saatte kargoda"* ifadesine yer verilmesine istinaden internet sitesinden 6943488 sipariş numarasıyla 09.09.2020 tarihinde alışveriş yapan tüketicinin siparişinde yer alan bazı ürünlerin 14.09.2020 tarihinde hala tedarik aşamasında olduğu dolayısıyla kargoya verilmediği ve anılan internet sitesinde *"Son Bir Adet Kaldı"* tanıtımları ile satışa sunulan kitap setini tüketicinin satın aldığı ve satın aldıktan sonra söz konusu ürünün tükendiği bilgisinin ekranda göründüğü ve aynı gün içinde firma tarafından yayınevinde ürünün olmadığı gerekçesiyle siparişin iptal edildiği ancak daha sonra anılan ürünün stok sayısının artırılarak yeniden satışa sunulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firmaya ait www.kitapsec.com adresli internet sitesinde *"24 Saatte kargoda"* ifadesine yer verilmesine istinaden internet sitesinden 6943488 sipariş numarasıyla 09.09.2020 tarihinde alışveriş yapan tüketicinin siparişinde yer alan bazı ürünlerin 14.09.2020 tarihinde hala tedarik aşamasında olduğu dolayısıyla siparişte yer alan ürünlerin kargoya verilmediği bu sebeplesöz konusu ifadenin gerçeği yansıtmadığı,

Bununla birlikte anılan internet sitesinde *"Son Bir Adet Kaldı"* tanıtımları ile satışa sunulan kitap setini tüketicinin satın aldığı ve satın aldıktan sonra söz konusu ürünün tükendiği bilgisinin ekranda göründüğü ve aynı gün içinde firma tarafından yayınevinde ürünün olmadığı gerekçesiyle siparişin iptal edildiği ancak daha sonra anılan ürünün stok sayısının artırılarak yeniden satışa sunulduğu bu durumun da tüketicileri yanıltıcı olduğu,

Diğer taraftan, 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.kitapsec.com adresli internet sitesinde belirtilen satış fiyatları üzerinden edinmeye davet ederek haksız ticari uygulamada bulunduğu dolayısıyla, söz konusu tanıtımların; tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7, 28, 29 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Kitapseç Yayıncılık Elektronik Nakliye Makina İnşaat Taahhüt Sanayi ve Ticaret Limited Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**151)**

**Dosya No: 2019/2760**

**Şikayet Edilen: Hasan GÜNDÜZ (HSN Otomotiv Yedek Parça Tedarik Merkezi)**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şahıs tarafından www.sahibinden.com adresli internet sitesi üzerinden gerçekleştirilen reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yürütülen inceleme neticesinde, ilgili internet sitesi üzerinden “HSN Otomotiv Yedek Parça Tedarik Merkezi" kullanıcı adı ile reklam ve tanıtım faaliyetinde bulunan kullanıcının Hasan GÜNDÜZ olduğu anlaşılmıştır.

**Değerlendirme/Karar:** Hasan GÜNDÜZ tarafından www.sahibinden.com adresli internet sitesi üzerinden "HSN Otomotiv Yedek Parça Tedarik Merkezi" kullanıcı adıyla satışa sunulan oto yedek parça ürünlerinin tüketiciler tarafından gerekli ödemelerin yapılmasına teslimatının gerçekleştirilmediği, bu durumun da tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı 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; 28/1, 28/4; 29/1, 29/2-a; 32/1 maddeleri,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin Haksız Ticari Uygulama Olarak Kabul Edilen Örnek Uygulamalar Ekinin 5 inci maddesi,

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

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

**152)**

**Dosya No: 2020/2214**

**Şikayet Edilen: Azer Beyazgül (RONİA YIKANABİLİR MASKE)**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şahıs tarafından www.gardrops.com adresli internet sitesi üzerinden gerçekleştirilen reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yürütülen inceleme neticesinde, ilgili internet sitesi üzerinden “Yikanabilirmaske" kullanıcı adı ile reklam ve tanıtım faaliyetinde bulunan kullanıcının Azer Beyazgül olduğu, ilgili tanıtımlarda Covid-19", "Ronia Virüs Maskesi" ifadelerine yer verildiği anlaşılmıştır.

**Değerlendirme/Karar:** Şahıs tarafından www.gardrops.com adresli internet sitesinde, "Yikanabilirmaske" kullanıcı adı ile 2020 yılı içerisinde yayınlanan tanıtımlarda, "Covid-19", "Ronia Virüs Maskesi" ifadesine yer verildiği ancak söz konusu ürünün gerekli sertifikasyona ve niteliklere sahip olmadığı, virüs ile mücadelede yardımcı bir ürün olarak kullanılması tavsiye edilen maskelerin tek başına virüs önleyeceğine yönelik ifadelerin tanıtımlarda kullanılmasının tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı olduğu değerlendirilmiş olup

Dolayısıyla, inceleme konusu reklamların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/6, 8/c-ç; 9/1; 28/1, 28/4; 29/1, 29/2-a; 32/1 maddeleri,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin Haksız Ticari Uygulama Olarak Kabul Edilen Örnek Uygulamalar Ekinin 13 üncü maddesi

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

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

**153)**

**Dosya No: 2021/2145**

**Şikayet Edilen: Bim Birleşik Mağazaları A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait mağazalarda ve çeşitli mecralarda “Aktüel Ürün” başlığı altında gerçekleştirilen reklam ve tanıtımlar.

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

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

**Tespitler:** Firmaya ait mağazalarda yer alan afişler ile çeşitli mecralarda yayınlanan tanıtımlarda “6 Ocak’tan itibaren” vb. ifadelere yer verilerek çeşitli ürünlerin satışa sunulacağı yönünde tanıtımlarda bulunulduğu, Bakanlıkca yürütülen inceleme ve firma ile gerçekleştirilen toplantılar neticesinde yeni ürün afişlerinde ürünlere ilişkin stok bilgilerine de yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Aktüel ürün kampanyasıkapsamındaçok sayıda mağazada (yaklaşık 10000) satışa sunulan ürünlerin stok sayılarına ilişkin genel bilgilendirmeye yer verildiği ve bu çerçevede mağaza başına kısıtlı sayıda ürün düştüğü, bu ürünlerin mağazalardaki stok miktarı konusunda ortalama tüketicininyeterli bilgiye sahip olduğu, piyasaya göre uygun fiyatla ve oldukça düşük stokla (mağaza başı sınırlı adette) satışa sunulan ürünlerin hızlıca tükendiği, mazağa dış mekanlarında standart afişlerin kullanıldığı ve tüketicilerin genel olarak bu firmaya yönelik talebinin oluşturulmaya çalışıldığı, firmanın kendilerine yapılan başvurular üzerine tüketicileri ürünlerin bulunduğu ilgili şubelere yönlendirdiği, ürünlerin stoklarda bulunmaması durumunda kendisine başvuran tüketicilere üreticilerle temasa geçerek bu ürünleri sağladığı, bu hususlar göz önüne alındığında, ilgili mağazalarda yapılan afişlemenin mağazaya özgülenmesinin mevzuatta bir karşılığının bulunmadığı, tüketicilerce ürünlerin ilgili mağazalarda olmadığına ilişkin bir kanıt sunulamadığı, çok sayıda ürünün satışa sunulduğu bu kampanyalardaki şikayet adetlerinin sınırlı olduğu, bu çerçevede, firmanın tüketicileri yanıltmaya yönelik eylemler içerisinde olmadığı değerlendirilmiş olup

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların, 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.

**154)**

**Dosya No: 2021/2146**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait mağazalarda ve çeşitli mecralarda “Aldın Aldın” başlığı altında gerçekleştirilen reklam ve tanıtımlar

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

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

**Tespitler:** Firmaya ait mağazalarda yer alan afişler ile çeşitli mecralarda yayınlanan tanıtımlarda “7-13 Ocak’tan itibaren” vb. ifadelere yer verilerek çeşitli ürünlerin satışa sunulacağı yönünde tanıtımlarda bulunulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** “Aldın aldın” kampanyasıkapsamındaçok sayıda mağazada (yaklaşık 10000) satışa sunulan ürünlerin stok sayılarına ilişkin genel bilgilendirmeye yer verildiği ve bu çerçevede mağaza başına kısıtlı sayıda ürün düştüğü, bu ürünlerin mağazalardaki stok miktarı konusunda ortalama tüketicininyeterli bilgiye sahip olduğu, piyasaya göre uygun fiyatla ve oldukça düşük stokla (mağaza başı sınırlı adette) satışa sunulan ürünlerin hızlıca tükendiği, mazağa dış mekanlarında standart afişlerin kullanıldığı ve tüketicilerin bu firmaya yönelik talebinin oluşturulmaya çalışıldığı, firmanın kendilerine yapılan başvurular üzerine tüketicileri ürünlerin bulunduğu ilgili şubelere yönlendirdiği, firmanın internet mecrasını da etkin bir biçimde kullandığı ve ilgili ürünlerin bu mecra üzerinden de satın alınabildiği, ürünlerin stoklarda bulunmaması durumunda kendisine başvuran tüketicilere üreticilerle temasa geçerek bu ürünleri sağladığı, bu hususlar göz önüne alındığında, ilgili mağazalarda yapılan afişlemenin mağazaya özgülenmesinin mevzuatta bir karşılığının bulunmadığı, tüketicilerce ürünlerin ilgili mağazalarda olmadığına ilişkin bir kanıt sunulamadığı, çok sayıda ürünün satışa sunulduğu bu kampanyalardaki şikayet adetlerinin sınırlı olduğu, bu çerçevede, firmanın tüketicileri yanıltmaya yönelik eylemler içerisinde olmadığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların, Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin ilgili hükümleri ile 6502 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 ve 62 nci maddelerine maddelerine **aykırı olmadığına** karar verilmiştir.

**155)**

**Dosya No: 2021/2147**

**Şikayet Edilen: Şok Marketler A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait mağazalarda ve çeşitli mecralarda “Haftanın Fırsatları” başlığı altında gerçekleştirilen reklam ve tanıtımlar.

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

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

**Tespitler:** Firmaya ait mağazalarda yer alan afişler ile çeşitli mecralarda yayınlanan tanıtımlarda “6-12 Ocak arası” vb. ifadelere yer verilerek çeşitli ürünlerin satışa sunulacağı yönünde tanıtımlarda bulunulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** “Haftanın Fırsatları” kampanyasıkapsamındaçok sayıda mağazada (yaklaşık 8000) satışa sunulan ürünlerin stok sayılarına ilişkin genel bilgilendirmeye yer verildiği ve bu çerçevede mağaza başına kısıtlı sayıda ürün düştüğü, bu ürünlerin mağazalardaki stok miktarı konusunda ortalama tüketicininyeterli bilgiye sahip olduğu, piyasaya göre uygun fiyatla ve oldukça düşük stokla (mağaza başı sınırlı adette) satışa sunulan ürünlerin hızlıca tükendiği, mazağa dış mekanlarında standart afişlerin kullanıldığı ve tüketicilerin bu firmaya yönelik talebinin oluşturulmaya çalışıldığı, firmanın kendilerine yapılan başvurular üzerine tüketicileri ürünlerin bulunduğu ilgili şubelere yönlendirdiği, firmanın internet mecrasını da etkin bir biçimde kullandığı ve ilgili ürünlerin bu mecra üzerinden de satın alınabildiği, ürünlerin stoklarda bulunmaması durumunda kendisine başvuran tüketicilere üreticilerle temasa geçerek bu ürünleri sağladığı, bu hususlar göz önüne alındığında, ilgili mağazalarda yapılan afişlemenin mağazaya özgülenmesinin mevzuatta bir karşılığının bulunmadığı, tüketicilerce ürünlerin ilgili mağazalarda olmadığına ilişkin bir kanıt sunulamadığı, çok sayıda ürünün satışa sunulduğu bu kampanyalardaki şikayet adetlerinin sınırlı olduğu, bu çerçevede, firmanın tüketicileri yanıltmaya yönelik eylemler içerisinde olmadığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların, 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.

**156)**

**Dosya No:** 2021/546

**Şikayet Edilen: Maxmaxmax/Hasret GÜL**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından [www.n11.com](http://www.n11.com) adresli internet sitesinde satışı yapılan “Voit Super Fit 2 HP Katlanabilir Koşu Bandına” ilişkin reklamlar.

**Mecra**: İnternet

**Reklam Yayın Tarihi:** Şubat2021

**Tespitler:** Firma tarafından satışı yapılan “Voit Super Fit 2 HP Katlanabilir Koşu Bandının” Google reklamlarında, ürün satış fiyatının 4.250 TL olarak görüntülendiği, ancak ürün üzerine tıklandığı zaman [www.n11.com](http://www.n11.com) adresli internet sitesindeki satış fiyatının 5.990 TL olarak değiştiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firma tarafından, [www.n11.com](http://www.n11.com) adresli internet sitesinde satışı yapılan “Voit Super Fit 2 HP Katlanabilir Koşu Bandı reklamlarında, Google ana sayfada ürün satış fiyatının 4.250 TL olarak görüntülendiği, ancak ürün üzerine tıklandığı zaman [www.n11.com](http://www.n11.com) adresli internet sitesindeki satış fiyatının 5.990 TL olarak değiştiği ve arttığı, Google ana sayfada yer alan söz konusu ürün fiyatının gerçeği yansıtmadığı, söz konusu reklamların tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7, 9, 13, 28, 29 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**157)**

**Dosya No: 2021/1983**

**Şikayet Edilen: Optimum Kitap Dağ. Basım Yayın Paz. San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından www.trendyol.com adresli internet sitesinde satışı yapılan “Seninle Başlamadı” isimli kitaba ilişkin tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:**  2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Optimum Kitap Dağ. Basım Yayın Paz. San. ve Tic. Ltd. Şti. tarafından www.trendyol.com adresli internet sitesinde, “Seninle Başlamadı” isimli kitabın satışının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firma tarafından www.trendyol.com adresli internet sitesinde satışı yapılan “Seninle Başlamadı” isimli kitapların bandrollü, faturalı ve orijinal baskı olduğunun firma tarafından gönderilen cevabi yazı ekinde yer alan faturalarla ispatlandığı ve şu anda söz konusu kitap satışının tamamen durdurulduğu, tüketicileri aldatıcı nitelikte ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil edecek herhangi bir durum bulunmadığı değerlendirilmiş olup, dolayısıyla anılan tanıtımların 6502 sayılı Kanun’un 61 inci maddesine **aykırı olmadığına**karar verilmiştir.

**158)**

**Dosya No: 2021/2201**

**Şikayet Edilen: Eymen Çeyiz/Melike AMAN**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından, www.trendyol.com ve www.n11.com adresli internet sitelerinde “organik pamuklu” ibaresiyle satılan Markateks marka muhtelif ürünlere ilişkin reklamlar.

**Mecra:** İnternet

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Tespitler:** Firma tarafından, www.trendyol.com ve www.n11.com adresli internet sitelerinde satılan “Markateks” marka muhtelif ürünlerin “organik pamuklu” şeklinde tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firma tarafından, www.trendyol.com ve www.n11.com adresli internet sitelerinde satılan “Markateks” marka muhtelif ürünlerin “organik pamuklu” şeklinde tanıtımının yapıldığı, ancak söz konusu ürünlerin ilaç ve gübre kullanılmadan üretiminin yapıldığına dair herhangi ispatlayıcı nitelikte bir bilgi ya da belge sunulamadığı ve organik pamuklu olduklarına dair herhangi bir sertifika bulunmadığı, söz konusu reklamların tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7, 9, 17, 28, 29 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**159)**

**Dosya No:** **2021/2203**

**Şikayet Edilen: Osmanlı Tekstil/Oktay YAVAŞ**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından, www.trendyol.com ve www.n11.com adresli internet sitelerinde “organik pamuklu” ibaresiyle satılan Markateks marka muhtelif ürünlere ilişkin reklamlar.

**Mecra:** İnternet

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Tespitler:** Firma tarafından, www.trendyol.com adresli internet sitesinde satılan “Markateks” marka muhtelif ürünlerin “organik pamuklu” şeklinde tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firma tarafından, www.trendyol.com adresli internet sitesinde satılan “Markateks” marka muhtelif ürünlerin “organik pamuklu” şeklinde tanıtımının yapıldığı, ancak söz konusu ürünlerin ilaç ve gübre kullanılmadan üretiminin yapıldığına dair herhangi ispatlayıcı nitelikte bir bilgi ya da belge sunulamadığı ve organik pamuklu olduklarına dair herhangi bir sertifika bulunmadığı, söz konusu reklamların tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7, 9, 17, 28, 29 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**HAKSIZ TİCARİ UYGULAMALAR**

**160)**

**Dosya No: 2020/5111**

**Şikayet Edilen: Teknosa İç ve Dış Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından 9-12 Kasım 2020 tarihleri arasında düzenlenen “Alışveriş Festivali – 11.11 İndirimleri” başlıklı indirimli satış kampanyasına ilişkin reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** Kasım 2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firma tarafından 9-12 Kasım 2020 tarihleri arasında düzenlenen “Alışveriş Festivali – 11.11 İndirimleri” başlıklı indirimli satış kampanyası kapsamında;

-https://www.teknosa.com/vestel-43f9500-43-109-ekran-uydu-alicili-fhd-smart-tv-p-110019298 URL adresinde Vestel 43F9500 43” 109 Ekran Uydu Alıcılı FHD Smart TV adlı ürünün %22 indirimli olarak 3.449 TL yerine 2.675 TL fiyattan satışa sunulduğu,

-https://www.teknosa.com/remington-s6500-sac-duzlestirici-p-120200207 URL adresinde Remington S6500 Saç Düzleştirici adlı ürünün %46 indirimli olarak 439,90 TL yerine 239 TL fiyattan satışa sunulduğu,

-https://www.teknosa.com/philips-drycare-hp823000-2100w-sac-kurutma-makinesi-p-120203042 URL adresinde Philips DryCare HP8230/00 2100W Saç Kurutma Makinesi adlı ürünün %50 indirimli olarak 459 TL yerine 229 TL fiyattan satışa sunulduğu,

-https://www.teknosa.com/philips-s664044-islak-kuru-tiras-makinesi-p-120242312 URL adresinde Philips S6640/44 Islak Kuru Tıraş Makinesi adlı ürünün %56 indirimli olarak 1.599 TL yerine 699 TL fiyattan satışa sunulduğu,

-https://www.teknosa.com/sony-wic310nce7-kablosuz-gold-kulak-ici-kulaklik-p-110262947 URL adresinde Sony WIC310N.CE7 Kablosuz Gold Kulak İçi Kulaklık adlı ürünün %49 indirimli olarak 429 TL yerine 219 TL fiyattan satışa sunulduğu,

-https://www.teknosa.com/anker-a3109-soundcore-motion-siyah-bluetooth-hoparlor-p-145058563 yer alan Anker A3109 Soundcore Motion Siyah Bluetooth Hoparlör adlı ürünün %44 indirimli olarak 479 TL yerine 269 TL fiyattan satışa sunulduğu,

Anılan kampanya kapsamında indirime giren bu ürünlerden; Remington S6500 Saç Düzleştirici, Philips DryCare HP8230/00 2100W Saç Kurutma Makinesi, Philips S6640/44 Islak Kuru Tıraş Makinesi ve Sony WIC310N.CE7 Kablosuz Gold Kulak İçi Kulaklık adlı ürünlerin, kampanya döneminden daha önceki bir tarihte reklamlarında üstü çizilerek belirtilen indirimsiz fiyatlarından satışlarının yapıldığını gösteren satış faturalarının firma tarafından sunulamadığı, ayrıca ürünlerin son 1 yıllık fiyat hareketlerini içeren tabloların incelenmesi sonucunda, yine Remington S6500 Saç Düzleştirici, Philips DryCare HP8230/00 2100W Saç Kurutma Makinesi, Philips S6640/44 Islak Kuru Tıraş Makinesi ve Sony WIC310N.CE7 Kablosuz Gold Kulak İçi Kulaklık adlı ürünlerin kampanya süresince geçerli olan indirimli fiyatlarından bir önceki fiyatlarının, reklamlarda üstü çizilerek belirtilen indirimsiz fiyatlardan farklı olduğu, yine indirime giren bu ürünlerin www.teknosa.com adresli internet sitesinde yer alan satış sayfalarında stok bilgilerine yer verilmediği hususları tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu indirim kampanyası kapsamında indirime giren ürünlerden; Remington S6500 Saç Düzleştirici, Philips DryCare HP8230/00 2100W Saç Kurutma Makinesi, Philips S6640/44 Islak Kuru Tıraş Makinesi ve Sony WIC310N.CE7 Kablosuz Gold Kulak İçi Kulaklık adlı ürünlerin, kampanya döneminden daha önceki bir tarihte reklamlarında üstü çizilerek belirtilen indirimsiz fiyatlarından satışlarının yapıldığını gösteren satış faturalarının sunulamadığı, ayrıca ürünlerin son 1 yıllık fiyat hareketlerini içeren tabloların incelenmesi sonucunda, yine Remington S6500 Saç Düzleştirici, Philips DryCare HP8230/00 2100W Saç Kurutma Makinesi, Philips S6640/44 Islak Kuru Tıraş Makinesi ve Sony WIC310N.CE7 Kablosuz Gold Kulak İçi Kulaklık adlı ürünlerin kampanya süresince geçerli olan indirimli fiyatlarından bir önceki fiyatlarının, reklamlarda üstü çizilerek belirtilen indirimsiz fiyatlardan farklı olduğunun tespit edildiği, bu itibarla, gerçekleştirilen indirimli satış kampanyasına ilişkin olarak bahsi geçen ürünlerin indirimden bir önceki fiyatları ile uygulanan indirim oranlarının gerçekliğine ilişkin kanıtlayıcı bilgilerin Bakanlığa sunulamadığı, dolayısıyla, inceleme konusu kampanya reklamlarında, *"Yapılan indirimin miktarı veya oranı hesaplanırken, indirimli fiyattan bir önceki fiyat esas alınır"* ve *"İndirimli satış reklamlarında, hangi mal veya hizmetlerin indirimli satışa konu edileceği veya ne kadar indirim uygulanacağı hususlarında anlam karışıklığına yol açarak tüketicileri yanıltabilecek veya gerçekte olduğundan daha fazla indirim uygulanıyormuş izlenimi oluşturacak ifade veya görüntülere yer verilemez."* şeklindeki yükümlülükler başta olmak üzere indirimli olarak satışa sunulan ürünün miktarı sınırlı ise bu miktarın açıklanması şeklindeki Reklam Mevzuatında indirimli satışlara ilişkin olarak belirlenen hükümlerin ihlal edildiği, bu durumun da tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/5-ç, 9, 14, 28, 29 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre, reklam veren **Teknosa İç ve Dış Ticaret A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **104.781 TL (Yüzdörtbinyediyüzseksenbir Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**161)**

**Dosya No: 2020/5152**

**Şikayet Edilen: Teknosa İç ve Dış Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından 23-29 Kasım 2020 tarihleri arasında düzenlenen “Tekno Cuma - Black Friday İndirimleri” başlıklı indirimli satış kampanyasına ilişkin reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** Kasım 2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firma tarafından 23-29 Kasım 2020 tarihleri arasında düzenlenen “Tekno Cuma - Black Friday İndirimleri” başlıklı indirimli satış kampanyası kapsamında;

-https://www.teknosa.com/dijitsu-djtv55s-55-140-ekran-uydu-alicili-uhd-4k-smart-led-tv-p-110019644 URL adresinde Dijitsu DJTV55S 55" 140 Ekran Uydu Alıcılı UHD 4K Smart LED TV adlı ürünün %27 indirimli olarak 4.099 TL yerine 2.999 TL fiyattan satışa sunulduğu,

-https://www.teknosa.com/arzum-ar2031-gustos-izgara-tost-makinesi-kirmizi-p-120070472 URL adresinde Arzum AR2031 Gustos Izgara ve Tost Makinesi (Kırmızı) adlı ürünün %47 indirimli olarak 429,90 TL yerine 229 TL fiyattan satışa sunulduğu,

-https://www.teknosa.com/preo-mycare-sc03-dijital-vucut-tartisi-p-135112000 URL adresinde Preo MyCare SC03 Dijital Vücut Tartısı adlı ürünün %60 indirimli olarak 149 TL yerine 59 TL fiyattan satışa sunulduğu,

-https://www.teknosa.com/samsung-wd90k6b10osah-b-9-kg-1400-devir-kurutmali-inox-camasir-makinesi-p-115027702 URL adresinde Samsung WD90K6B10OS/AH B 9 Kg 1400 Devir Kurutmalı İnox Çamaşır Makinesi adlı ürünün %24 indirimli olarak 7.499 TL yerine 5.699 TL fiyattan satışa sunulduğu,

-https://www.teknosa.com/logitech-m330-silent-kablosuz-mouse-siyah-p-125194029 URL adresinde Logitech M330 Silent Kablosuz Mouse (Siyah) adlı ürünün %35 indirimli olarak 199 TL yerine 129 TL fiyattan satışa sunulduğu,

-https://www.teknosa.com/sennheiser-cx-80s-kulak-ici-mikrofonlu-kulaklik-p-110263083 URL adresinde Sennheiser CX 80S Kulak İçi Mikrofonlu Kulaklık adlı ürünün %44 indirimli olarak 249 TL yerine 139 TL fiyattan satışa sunulduğu,

Anılan kampanya kapsamında indirime giren bu ürünlerden; Arzum AR2031 Gustos Izgara ve Tost Makinesi, Preo MyCare SC03 Dijital Vücut Tartısı ve Samsung WD90K6B10OS/AH B 9 Kg 1400 Devir Kurutmalı İnox Çamaşır Makinesi adlı ürünlerin, kampanya döneminden daha önceki bir tarihte reklamlarında üstü çizilerek belirtilen indirimsiz fiyatlarından satışlarının yapıldığını gösteren satış faturalarının firma tarafından sunulamadığı, ayrıca ürünlerin son 1 yıllık fiyat hareketlerini içeren tabloların incelenmesi sonucunda ise, Arzum AR2031 Gustos Izgara ve Tost Makinesi, Preo MyCare SC03 Dijital Vücut Tartısı, Samsung WD90K6B10OS/AH B 9 Kg 1400 Devir Kurutmalı İnox Çamaşır Makinesi, Logitech M330 Silent Kablosuz Mouse ve Sennheiser CX 80S Kulak İçi Mikrofonlu Kulaklık adlı ürünlerin kampanya süresince geçerli olan indirimli fiyatlarından bir önceki fiyatlarının, reklamlarda üstü çizilerek belirtilen indirimsiz fiyatlardan farklı olduğu, yine indirime giren bu ürünlerin www.teknosa.com adresli internet sitesinde yer alan satış sayfalarında stok bilgilerine yer verilmediği hususları tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu indirim kampanyası kapsamında indirime giren ürünlerden; Arzum AR2031 Gustos Izgara ve Tost Makinesi, Preo MyCare SC03 Dijital Vücut Tartısı ve Samsung WD90K6B10OS/AH B 9 Kg 1400 Devir Kurutmalı İnox Çamaşır Makinesi adlı ürünlerin, kampanya döneminden daha önceki bir tarihte reklamlarında üstü çizilerek belirtilen indirimsiz fiyatlarından satışlarının yapıldığını gösteren satış faturalarının sunulamadığı, ayrıca ürünlerin son 1 yıllık fiyat hareketlerini içeren tabloların incelenmesi sonucunda ise, Arzum AR2031 Gustos Izgara ve Tost Makinesi, Preo MyCare SC03 Dijital Vücut Tartısı, Samsung WD90K6B10OS/AH B 9 Kg 1400 Devir Kurutmalı İnox Çamaşır Makinesi, Logitech M330 Silent Kablosuz Mouse ve Sennheiser CX 80S Kulak İçi Mikrofonlu Kulaklık adlı ürünlerin kampanya süresince geçerli olan indirimli fiyatlarından bir önceki fiyatlarının, reklamlarda üstü çizilerek belirtilen indirimsiz fiyatlardan farklı olduğunun tespit edildiği, bu itibarla, gerçekleştirilen indirimli satış kampanyasına ilişkin olarak bahsi geçen ürünlerin indirimden bir önceki fiyatları ile uygulanan indirim oranlarının gerçekliğine ilişkin kanıtlayıcı bilgilerin Bakanlığa sunulamadığı, dolayısıyla, inceleme konusu kampanya reklamlarında, *"Yapılan indirimin miktarı veya oranı hesaplanırken, indirimli fiyattan bir önceki fiyat esas alınır"* ve *"İndirimli satış reklamlarında, hangi mal veya hizmetlerin indirimli satışa konu edileceği veya ne kadar indirim uygulanacağı hususlarında anlam karışıklığına yol açarak tüketicileri yanıltabilecek veya gerçekte olduğundan daha fazla indirim uygulanıyormuş izlenimi oluşturacak ifade veya görüntülere yer verilemez."* şeklindeki yükümlülükler başta olmak üzere indirimli olarak satışa sunulan ürünün miktarı sınırlı ise bu miktarın açıklanması şeklindeki Reklam Mevzuatında indirimli satışlara ilişkin olarak belirlenen hükümlerin ihlal edildiği, bu durumun da tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/5-ç, 9, 14, 28, 29 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre, reklam veren **Teknosa İç ve Dış Ticaret A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **104.781 TL (Yüzdörtbinyediyüzseksenbir Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**162)**

**Dosya No: 2021/1564**

**Şikayet Edilen: Media Markt Turkey Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Adı geçen firma tarafından www.mediamarkt.com.tr adlı internet sitesi üzerinden 6-9 Kasım 2020 ve 13-16 Kasım 2020 tarihlerinde düzenlenen “Şahane Kasım Fırsatları” başlıklı indirimli satış kampanyaları kapsamında yapılan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 6–9 Kasım 2020 ve 13–16 Kasım 2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** 6–9 Kasım 2020 tarihli kampanya kapsamında;

https://www.mediamarkt.com.tr/tr/product/\_samsung-55tu8000-55-139-ekran-uydu-alıcılı-smart-ultra-hd-4k-led-tv-1209929.html URL adresinde yer alan "Samsung 139 Ekran Uydu Alıcılı Smart HD4K Led TV" adlı ürünün 06.11.2020 tarihinde %10,3 indirimli olarak 6.799 TL yerine 6.099 TL fiyattan satışa sunulduğu,

https://www.mediamarkt.com.tr/tr/product/\_grundıg-gwm-9901-a-enerji-sınıfı-9kg-1000-devir-çamaşır-makinesi-beyaz-1168989.html URL adresinde yer alan "GRUNDIG GWM 9901 A+++ Enerji Sınıfı 9Kg 1000 Devir Çamaşır Makinesi Beyaz" adlı ürünün 09.11.2020 tarihinde %13,3 indirimli olarak 2.999 TL yerine 2.599 TL fiyattan satışa sunulduğu,

https://www.mediamarkt.com.tr/tr/product/\_huaweı-p-smart-2021-128gb-akıllı-telefon-gece-yarısı-siyahı-1212366.html URL adresinde yer alan "HUAWEI P Smart 2021 128GB Akıllı Telefon Gece Yarısı Siyahı" adlı ürünün 09.11.2020 tarihinde %5,7 indirimli olarak 3.499 TL yerine 3.299 TL fiyattan satışa sunulduğu,

13-16 Kasım 2020 tarihli kampanya kapsamında;

https://www.mediamarkt.com.tr/tr/product/\_samsung-tab-a-t290-b-8-2gb-32gb-1-95-ghz-tablet-siyah-1199674.html URL adresinde yer alan "Samsung Tab A T290 B 8/2GB/32GB/1.95 GHZ Tablet Siyah" adlı ürünün %23,1 indirimli olarak 1.299 TL yerine 999 TL fiyattan satışa sunulduğu,

https://www.mediamarkt.com.tr/tr/product/\_tefal-fv5646-2600w-turbo-pro-kireç-avcısı-buharlı-ütü-beyaz-gold-makyaj-çantası-hediyeli-1211871.html URL adresinde yer alan "Tefal FV5646 2600W Turbo Pro Kireç Avcısı Buharlı Ütü Beyaz Gold + Makyaj Çantası Hediyeli" adlı ürünün %42,9 indirimli olarak 699 TL yerine 399 TL fiyattan satışa sunulduğu,

Tüm bunlarla birlikte, inceleme konusu tanıtımlarda adı geçen ürünlere ilişkin stok bilgilerinin paylaşılmadığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** https://www.mediamarkt.com.tr/tr/product/\_samsung-55tu8000-55-139-ekran-uydu-alıcılı-smart-ultra-hd-4k-led-tv-1209929.html URL adresinde yer alan "Samsung 139 Ekran Uydu Alıcılı Smart HD 4K Led TV" adlı ürünün satış fiyatı üzerinden yapılan indirimin 03.11.2020 tarihinde gerçekleştiğinin anlaşıldığı bu nedenle kampanyanın gerçeği yansıtmadığı, https://www.mediamarkt.com.tr/tr/product/\_grundıg-gwm-9901-a-enerji-sınıfı-9kg-1000-devir-çamaşır-makinesi-beyaz-1168989.html URL adresinde yer alan "GRUNDIG GWM 9901 A+++ Enerji Sınıfı 9Kg 1000 Devir Çamaşır Makinesi Beyaz" adlı ürünün 09.11.2020 tarihinde %13,3 indirimli olarak 2.999 TL yerine 2.599 TL fiyattan satışa sunulmasına karşın Bakanlığa iletilen indirim öncesi satışa ilişkin faturanın 03.11.2020 tarihli olduğu ancak fiyat çizelgesinden kampanya dönemi öncesinde ürüne ilişkin bir kez daha indirim yapıldığının anlaşıldığı bu nedenle indirimden bir önceki fiyat olduğunun ispat edilemediği, ayrıca tarafımıza iletilen fiyat çizelgesi incelendiğinde gerçek indirim oranından daha yüksek oranda indirim yapıldığı izleniminin oluşturulduğu, https://www.mediamarkt.com.tr/tr/product/\_huaweı-p-smart-2021-128gb-akıllı-telefon-gece-yarısı-siyahı-1212366.html URL adresinde yer alan "HUAWEI P Smart 2021 128GB Akıllı Telefon Gece Yarısı Siyahı" adlı ürüne ilişkin olarak gerçek indirim oranından daha yüksek oranda indirim yapıldığı izleniminin oluşturulduğu,

https://www.mediamarkt.com.tr/tr/product/\_samsung-tab-a-t290-b-8-2gb-32gb-1-95-ghz-tablet-siyah-1199674.html URL adresinde yer alan "Samsung Tab A T290 B 8/2GB/32GB/1.95 GHZ Tablet Siyah" adlı ürüne ilişkin indirimin gerçeği yansıtmadığı ve ürüne ilişkin gerçek indirim oranından daha yüksek oranda indirim yapıldığı izleniminin oluşturulduğu,

https://www.mediamarkt.com.tr/tr/product/\_tefal-fv5646-2600w-turbo-pro-kireç-avcısı-buharlı-ütü-beyaz-gold-makyaj-çantası-hediyeli-1211871.html URL adresinde yer alan "Tefal FV5646 2600W Turbo Pro Kireç Avcısı Buharlı Ütü Beyaz Gold + Makyaj Çantası Hediyeli" adlı ürüne ilişkin indirimin 04.11.2020 tarihinde gerçekleştiği bu nedenle indirim kampanyasının gerçeği yansıtmadığı,

İnceleme konusu tanıtımlarda adı geçen ürünlere ilişkin stok bilgilerinin paylaşılmadığı değerlendirilmiş olup

Dolayısıyla inceleme konusu reklamların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-ç, 9, 13, 14, 28, 29 uncu ve 32 nci maddeleri

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre,reklam veren **Media Markt Turkey Ticaret Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **104.781 TL (Yüzdörtbinyediyüzseksenbir Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**163)**

**Dosya No: 2021/1573**

**Şikayet Edilen: Media Markt Turkey Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Adı geçen firma tarafından www.mediamarkt.com.tr adlı internet sitesi üzerinden 24-29 Kasım 2020 tarihinde düzenlenen “Şahane Cuma” başlıklı indirimli satış kampanyası kapsamında yapılan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 24 - 29 Kasım 2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** 24 -29 Kasım 2020 tarihli kampanya kapsamında;

https://www.mediamarkt.com.tr/tr/product/\_9hn16ea-i5-10210u-4gb-256gb-ssd-15-6-w10-laptop-siyah-1212608.html URL adresinde yer alan "HP 9HN16EA/ i5-10210U/ 4GB/ 256GB SSD/ 15.6"/W10 Laptop Siyah" adlı ürünün 24.11.2020 tarihinde %10,8 indirimli olarak 6.499 TL yerine 5.799 TL fiyattan satışa sunulduğu,

https://www.mediamarkt.com.tr/tr/product/\_apple-airpods-2-nesil-ve-%C5%9Farj-kutusu-1195142.html URL adresinde yer alan "APPLE Airpods 2. Nesil ve Şarj Kutusu" adlı ürünün 24.11.2020tarihinde %37,5 indirimli olarak 1.599 TL yerine 999 TL fiyattan satışa sunulduğu,

https://www.mediamarkt.com.tr/tr/product/\_apple-iphone-xr-64gb-ak%C4%B1ll%C4%B1-telefon-siyah-1187293.html URL adresinde yer alan "APPLE iPhone XR 64GB Akıllı Telefon Siyah" adlı ürünün *"Sepette 300 TL İndirimli Fiyatı"* ifadesine yer verilerek %4,8 indirimli olarak 6.299 TL yerine 5.999 TL fiyattan satışa sunulduğu,

https://www.mediamarkt.com.tr/tr/product/\_electrolux-ew6f4923eb-cm-a-20-enerji-sınıfı-9kg-1200-devir-çamaşır-makinesi-beyaz-1179998.html URL adresinde yer alan "ELECTROLUX EW6F4923EBCM A+++(-20%) Enerji Sınıfı 9Kg 1200 Devir Çamaşır Makinesi Beyaz” adlı ürünün %18,2 indirimli olarak 3.299 TL yerine 2.699 TL fiyattan satışa sunulduğu,

https://mediamarkt.com.tr/tr/product/\_bosch-bcs612ka2-2-adet-bataryalı-şarjlı-el-süpürgesi-ınox-1207414.html URL adresinde yer alan "Bosch 2 Adet Bataryalı Şarjlı El Süpürgesi Inox" adlı ürünün %18,8 indirimli olarak 2.339 TL yerine 1.899 TL fiyattan satışa sunulduğu,

Tüm bunlarla birlikte, inceleme konusu tanıtımlarda adı geçen ürünlere ilişkin stok bilgilerinin paylaşılmadığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** https://www.mediamarkt.com.tr/tr/product/\_9hn16ea-i5-10210u-4gb-256gb-ssd-15-6-w10-laptop-siyah-1212608.html URL adresinde yer alan "HP 9HN16EA/ i5-10210U/ 4GB/ 256GB SSD/ 15.6"/ W10 Laptop Siyah" adlı ürünün 24.11.2020 tarihinde %10,8 indirimli olarak 6.499 TL yerine 5.799 TL fiyattan satışa sunulmasına karşın ürünün kampanya öncesi indirimsiz fiyattan satışına ilişkin kanıtlayıcı bilgi ve belgelerin sunulamadığı, tarafımıza iletilen fiyat çizelgesi incelendiğinde ise 23.11.2020 tarihinde 5.999 TL'lik fiyat üzerinden indirim yapılarak 5.799 TL'ye satışa sunulduğunun anlaşıldığı ayrıca 26.11.2020 tarihinde ürünün fiyatının 4.999 TL olarak belirlendiği 27.11.2020 tarihinde tekrar 5.799 TL olarak satışa sunulduğunun tespit edildiği bu nedenle kampanyanın gerçeği yansıtmadığı,

https://www.mediamarkt.com.tr/tr/product/\_apple-airpods-2-nesil-ve-%C5%9Farj-kutusu-1195142.html URL adresinde yer alan "APPLE Airpods 2. Nesil ve Şarj Kutusu" adlı ürünün 24.11.2020 tarihinde %37,5 indirimli olarak 1.599 TL yerine 999 TL fiyattan satışa sunulmasına karşın firma tarafından Bakanlığa, indirim öncesi satışa ilişkin 19.11.2020 tarihli faturanın iletildiği ancak fiyat çizelgesi incelendiğinde kampanya dönemi öncesinde ürüne ilişkin 20.11.2020 tarihinde 1.099 TL olarak 23.11.2020 tarihinde ise 999 TL'ye satışa sunulduğunun anlaşıldığından kampanyanın gerçeği yansıtmadığı,

https://www.mediamarkt.com.tr/tr/product/\_apple-iphone-xr-64gb-ak%C4%B1ll%C4%B1-telefon-siyah-1187293.html URL adresinde yer alan "APPLE iPhone XR 64GB Akıllı Telefon Siyah" adlı ürünün "Sepette 300 TL İndirimli Fiyatı" ifadesine yer verilerek %4,8 indirimli olarak 6.299 TL yerine 5.999 TL fiyattan satışa sunulmasına karşın fiyat çizelgesi incelendiğinde ürünün fiyatının 20.11.2020 tarihinde 6.399 TL'den 6.299 TL'ye düştüğü ve kampanya süresince bu fiyattan satışa sunulduğu bu nedenle anılan firma tarafından iletilen ve ürünün 6.299 TL'den satışa sunulduğunu ispatlayan 20.11.2020 tarihli faturanın indirimsiz son satış fiyatı olmadığı anlaşıldığından ve anılan firma tarafından 5.999 TL indirimli fiyattan satış yapıldığına ilişkin kanıtlayıcı bilgi ve belge sunulamadığından kampanyanın gerçeği yansıtmadığı,

https://www.mediamarkt.com.tr/tr/product/\_electrolux-ew6f4923eb-cm-a-20-enerji-sınıfı-9kg-1200-devir-çamaşır-makinesi-beyaz-1179998.html URL adresinde yer alan "ELECTROLUX EW6F4923EB CM A+++(-20%) Enerji Sınıfı 9Kg 1200 Devir Çamaşır Makinesi Beyaz” adlı ürünün %18,2 indirimli olarak 3.299 TL yerine 2.699 TL fiyattan satışa sunulmasına karşın indirim öncesi son fiyata ilişkin faturanın Bakanlığa iletilmediği ayrıca fiyat çizelgesi incelendiğinde ürünün fiyatının 23.11.2020 tarihinde 2.889 TL'den 3.099 TL'ye yükseldiği ve 26.11.2020 tarihinde 3.099 TL üzerinden indirim yapılarak 2.699 TL olarak satışa sunulduğu anlaşıldığından kampanyanın gerçeği yansıtmadığı, ürünün gerçekte olduğundan daha yüksek oranda indirimle satışa sunulduğu yönünde izlenim oluşturulduğu,

https://mediamarkt.com.tr/tr/product/\_bosch-bcs612ka2-2-adet-bataryalı-şarjlı-el-süpürgesi-ınox-1207414.html URL adresinde yer alan "Bosch 2 Adet Bataryalı Şarjlı El Süpürgesi Inox" adlı ürünün %18,8 indirimli olarak 2.339 TL yerine 1.899 TL fiyattan satışa sunulmasına karşın indirim öncesi son fiyata ilişkin faturanın Bakanlığa iletilmediği ayrıca fiyat çizelgesi incelendiğinde; ürünün 23.11.2020 tarihinde 2.099 TL olan satış fiyatı üzerinden indirim uygulandığı ve ürünün 1.899 TL'den satışa sunulduğu anlaşıldığından ürünün gerçekte olduğundan daha yüksek oranda indirimle satışa sunulduğu yönünde izlenim oluşturulduğu,

Son olarak, inceleme konusu tanıtımlarda adı geçen ürünlere ilişkin stok bilgilerinin paylaşılmadığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu reklamların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-ç, 9, 13, 14, 28, 29 uncu ve 32 nci maddeleri

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre,reklam veren **Media Markt Turkey Ticaret Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **104.781 TL (Yüzdörtbinyediyüzseksenbir Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**164)**

**Dosya No: 2020/3420**

**Şikayet Edilen: Evcom E-Ticaret Pazarlama Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.ciceksepeti.com adresli internet sitesinde, 09.11.2020-12.11.2020 tarihleri arasında düzenlenen *"Var Var Çok Satanlar Kampanyası"* sloganlı kampanya kapsamında *"Evyapshop"* kullanıcı adıyla satışı gerçekleştirilen muhtelif ürünlere ilişkin yapılan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 09.11.2020-12.11.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.ciceksepeti.com adresli internet sitesinde, 09.11.2020-12.11.2020 tarihleri arasında düzenlenen *"Var Var Çok Satanlar Kampanyası"* sloganlı kampanya kapsamında *"Evyapshop"* kullanıcı adıyla satışı gerçekleştirilen muhtelif ürünlere ilişkin yapılan tanıtımlarda,

*-"Evy Baby Bebek Bezi 4+ Beden Maxiplus 4'lüFırsat Paketi 104 Adet "* adlı ürünün %36 indirim oranı ile 120,95-TL yerine 77,95-TL fiyatı ile satışa sunulduğu;

*-"Evy Baby Bebek Bezi 5 Numara Junior 120 Adet ve 2 Paket Islak Hvl "* adlı ürünün %46 indirim oranı ile 179,95-TL yerine 96,95-TL fiyatı ile satışa sunulduğu;

-*"Evy Baby Bebek Bezi 6 Numara XL 102 Adet ve 2 Paket Islak Havlu"* adlı ürünün %46 indirim oranı ile 179,95-TL yerine 96,95-TL fiyatı ile satışa sunulduğu;

-*"Evy Baby Bebek Bezi 6 Numara Ekstra Large Ultra Fırsat 102 Adet Şamp. Hedyeli"* adlı ürünün %34 indirim oranı ile 149,95-TL yerine 98,95-TL fiyatı ile satışa sunulduğu;

*-"Activex Antibakteriyel Islak Mendil Aktif 12'liIslak Mendil 672 Yaprak"* adlı ürünün %40 indirim oranı ile 143,95-TL yerine 86,95-TL fiyatı ile satışa sunulduğu;

Bununla birlikte, *"Evy Baby Bebek Bezi 6 Numara Ekstra Large Ultra Fırsat 102 Adet Şamp. Hedyeli"* adlı ürüne ilişkin yapılan tanıtımlarda, stok bilgisine yer verilmediği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar**: www.ciceksepeti.com adresli internet sitesinin 11.11.2020 tarihli görünümünde,

*-"Evy Baby Bebek Bezi 4+ Beden Maxiplus 4'lüFırsat Paketi 104 Adet "* adlı ürünün %36 indirim oranı ile 120,95-TL yerine 77,95-TL fiyatı ile satışa sunulduğu;

*-"Evy Baby Bebek Bezi 5 Numara Junior 120 Adet ve 2 Paket Islak Hvl "* adlı ürünün %46 indirim oranı ile 179,95-TL yerine 96,95-TL fiyatı ile satışa sunulduğu;

*-"Evy Baby Bebek Bezi 6 Numara XL 102 Adet ve 2 Paket Islak Havlu"* adlı ürünün %46 indirim oranı ile 179,95-TL yerine 96,95-TL fiyatı ile satışa sunulduğu;

*-"Evy Baby Bebek Bezi 6 Numara Ekstra Large Ultra Fırsat 102 Adet Şamp. Hedyeli"* adlı ürünün %34 indirim oranı ile 149,95-TL yerine 98,95-TL fiyatı ile satışa sunulduğu;

*-"Activex Antibakteriyel Islak Mendil Aktif 12'liIslak Mendil 672 Yaprak"*adlı ürünün %40 indirim oranı ile 143,95-TL yerine 86,95-TL fiyatı ile satışa sunulduğu;

Buna göre; söz konusu kampanya kapsamında bahsi geçen ürünlere ilişkin yapılan tanıtımlarda, üstü çizilerek belirtilen indirimden önceki satış fiyatları ile uygulanan indirim oranlarının şikayet edilen firma tarafından sunulan bilgi ve belgelerle ispatlanamaması nedeniyle yapılan indirimin gerçek bir indirim olmadığı; bu itibarla, tüketiciler nezdinde olduğundan daha fazla indirim yapılıyormuş algısı uyandırılarak tüketicilerin yanıltıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/5-ç, 9/1, 9/2, 9/5, 14, 28, 29 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

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

**165)**

**Dosya No: 2021/17**

**Şikayet Edilen: Gençeller Ayakkabı Teks. San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.ciceksepeti.com adresli internet sitesinde, 09.11.2020-12.11.2020 tarihleri arasında düzenlenen *"Var Var Çok Satanlar Kampanyası"* sloganlı kampanya kapsamında *"Slazenger"* kullanıcı adıyla satışı gerçekleştirilen muhtelif ürünlere ilişkin yapılan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 09.11.2020-12.11.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.ciceksepeti.com adresli internet sitesinde yapılan tanıtımlarda,

- *"Slazenger ENYA Aqua Erkek Ayakkabı Siyah***"** adlı ürünün % 60 indirim oranı ile 214,95-TL yerine 85,96-TL fiyatı ile satışa sunulduğu;

-*"Slazenger FOX Günlük Giyim Erkek Ayakkabı Siyah"*adlı ürünün %60 indirim oranı ile 259,90-TL yerine 103,96-TL fiyatı ile satışa sunulduğu;

-*"Slazenger HUN I Erkek Mont "*adlı ürünün %70 indirim oranı ile 324,90-TL yerine 99,00-TL fiyatı ile satışa sunulduğu;

-*"Slazenger INTERNA Günlük Giyim Erkek Ayakkabı Petrol***"** adlı ürünün %62 indirim oranı ile 264,90-TL yerine 99,90-TL fiyatı ile satışa sunulduğu;

-*"Slazenger IRMAK I Kadın Tek Alt"*adlı ürünün %59 indirim oranı ile 144,90-TL yerine 99,90-TL fiyatı ile satışa sunulduğu;

-*"Slazenger PURGE Koşu & Yürüyüş Erkek Ayakkabı K.Gri"*adlı ürünün %62 indirim oranı ile 259,90-TL yerine 99,90-TL fiyatı ile satışa sunulduğu;

Bununla birlikte, *"Slazenger ENYA Aqua Erkek Ayakkabı Siyah", "Slazenger FOX Günlük Giyim Erkek Ayakkabı Siyah", "Slazenger HUN I Erkek Mont " ve "Slazenger PURGE Koşu & Yürüyüş Erkek Ayakkabı K.Gri"* adlı ürünlere ilişkin yapılan tanıtımlarda, stok bilgisine yer verilmediği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** www.ciceksepeti.com adresli internet sitesinde yapılan tanıtımlarda,

- *"Slazenger ENYA Aqua Erkek Ayakkabı Siyah***"** adlı ürünün % 60 indirim oranı ile 214,95-TL yerine 85,96-TL fiyatı ile satışa sunulduğu;

-*"Slazenger FOX Günlük Giyim Erkek Ayakkabı Siyah"*adlı ürünün %60 indirim oranı ile 259,90-TL yerine 103,96-TL fiyatı ile satışa sunulduğu;

-*"Slazenger HUN I Erkek Mont "*adlı ürünün %70 indirim oranı ile 324,90-TL yerine 99,00-TL fiyatı ile satışa sunulduğu;

-*"Slazenger INTERNA Günlük Giyim Erkek Ayakkabı Petrol***"** adlı ürünün %62 indirim oranı ile 264,90-TL yerine 99,90-TL fiyatı ile satışa sunulduğu;

-*"Slazenger IRMAK I Kadın Tek Alt"*adlı ürünün %59 indirim oranı ile 144,90-TL yerine 99,90-TL fiyatı ile satışa sunulduğu;

-*"Slazenger PURGE Koşu & Yürüyüş Erkek Ayakkabı K.Gri"*adlı ürünün %62 indirim oranı ile 259,90-TL yerine 99,90-TL fiyatı ile satışa sunulduğu;

Buna göre; söz konusu kampanya kapsamında bahsi geçen ürünlere ilişkin yapılan tanıtımlarda, üstü çizilerek belirtilen indirimden önceki satış fiyatları ile uygulanan indirim oranlarının şikayet edilen firma tarafından sunulan bilgi ve belgelerle ispatlanamaması nedeniyle yapılan indirimin gerçek bir indirim olmadığı; bu itibarla, tüketiciler nezdinde olduğundan daha fazla indirim yapılıyormuş algısı uyandırılarak tüketicilerin yanıltıldığı;

Ayrıca, fiyat bilgisi içeren reklamlarda, fiyatın geçerliliği ile ilgili sınır olması durumunda, stok miktarının belirtilmesi gerektiği halde, *"Slazenger ENYA Aqua Erkek Ayakkabı Siyah", "Slazenger FOX Günlük Giyim Erkek Ayakkabı Siyah", "Slazenger HUN I Erkek Mont " ve "Slazenger PURGE Koşu & Yürüyüş Erkek Ayakkabı K.Gri"* adlı ürünlere ilişkin yapılan tanıtımlarda, stok bilgisine yer verilmediği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/5-ç, 9/1, 9/2, 9/5, 14, 28, 29 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

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

**166)**

**Dosya No: 2021/19**

**Şikayet Edilen: Aktürk Elektronik Sanayi ve Dış Ticaret Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.ciceksepeti.com adresli internet sitesinde, 09.11.2020-12.11.2020 tarihleri arasında düzenlenen *"Var Var Çok Satanlar Kampanyası"* sloganlı kampanya kapsamında “*Webdensiparis"* kullanıcı adıyla satışı gerçekleştirilen *"Tefal Köpüklüm Compact Otomatik Türk Kahvesi Makinesi Siyah CM8118TR"* adlı ürüne ilişkin yapılan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 09.11.2020-12.11.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.ciceksepeti.com adresli internet sitesinde, 09.11.2020-12.11.2020 tarihleri arasında düzenlenen *"Var Var Çok Satanlar Kampanyası"* sloganlı kampanya kapsamında “Webdensiparis" kullanıcı adıyla satışı gerçekleştirilen *“Tefal Köpüklüm Compact Otomatik Türk Kahvesi Makinesi Siyah CM8118TR"* adlı ürünün %58 indirim oranı ile 799,00-TL yerine 339,00-TL fiyatı ile satışa sunulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** www.ciceksepeti.com adresli internet sitesinde, 09.11.2020-12.11.2020 tarihleri arasında düzenlenen *"Var Var Çok Satanlar Kampanyası"* sloganlı kampanya kapsamında “*Webdensiparis"* kullanıcı adıyla satışı gerçekleştirilen *“Tefal Köpüklüm Compact Otomatik Türk Kahvesi Makinesi Siyah CM8118TR"* adlı ürünün %58 indirim oranı ile 799,00-TL yerine 339,00-TL fiyatı ile satışa sunulduğu;

Buna göre; söz konusu kampanya kapsamında, bahsi geçen ürüne ilişkin yapılan tanıtımlarda, üstü çizilerek belirtilen indirimden önceki satış fiyatları ile uygulanan indirim oranlarının şikayet edilen firma tarafından sunulan bilgi ve belgelerle ispatlanamaması nedeniyle yapılan indirimin gerçek bir indirim olmadığı; bu itibarla, tüketiciler nezdinde olduğundan daha fazla indirim yapılıyormuş algısı uyandırılarak tüketicilerin yanıltıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/5-ç, 9/1, 9/2, 9/5, 14, 28, 29 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

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

**167)**

**Dosya No: 2021/1908**

**Şikayet Edilen: Ali Emre BAYER (AEB Kozmetik)**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.ciceksepeti.com adresli internet sitesinde, 09.11.2020-12.11.2020 tarihleri arasında düzenlenen *"Var Var Çok Satanlar Kampanyası"* sloganlı kampanya kapsamında *"AEB Kozmetik"* kullanıcı adıyla satışı gerçekleştirilen "Davidoff Cool Water Edt 125 Ml Erkek Parfüm"adlı ürüne ilişkin yapılan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 09.11.2020-12.11.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.ciceksepeti.com adresli internet sitesinde, 09.11.2020-12.11.2020 tarihleri arasında düzenlenen *"Var Var Çok Satanlar Kampanyası"* sloganlı kampanya kapsamında *"AEB Kozmetik"* kullanıcı adıyla satışı gerçekleştirilen "Davidoff Cool Water Edt 125 Ml Erkek Parfüm"adlı ürünün %82 indirim oranı ile 707,00-TL yerine 124,90-TL fiyatı ile satışa sunulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** www.ciceksepeti.com adresli internet sitesinde, 09.11.2020-12.11.2020 tarihleri arasında düzenlenen *"Var Var Çok Satanlar Kampanyası"* sloganlı kampanya kapsamında *"AEB Kozmetik"* kullanıcı adıyla satışı gerçekleştirilen *"Davidoff Cool Water Edt 125 Ml Erkek Parfüm"* adlı ürünün %82 indirim oranı ile 707,00-TL yerine 124,90-TL fiyatı ile satışa sunulduğu;;

Buna göre; söz konusu kampanya kapsamında, bahsi geçen ürüne ilişkin yapılan tanıtımlarda, üstü çizilerek belirtilen indirimden önceki satış fiyatları ile uygulanan indirim oranlarının şikayet edilen firma tarafından sunulan bilgi ve belgelerle ispatlanamaması nedeniyle yapılan indirimin gerçek bir indirim olmadığı; bu itibarla, tüketiciler nezdinde olduğundan daha fazla indirim yapılıyormuş algısı uyandırılarak tüketicilerin yanıltıldığı değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/5-ç, 9/1, 9/2, 9/5, 14, 28, 29 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

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

**168)**

**Dosya No: 2021/1909**

**Şikayet Edilen: Dufy Büyük Mağazacılık A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.ciceksepeti.com adresli internet sitesinde düzenlenen *"Var Var Çok Satanlar Kampanyası"* sloganlı kampanya kapsamında “Dufy" satıcı adıyla satışı gerçekleştirilen *"Dufy Oxford Klasik Erkek Gömlek-slim fit"* adlı ürüne ve www.gittigidiyor.comadresli internet sitesinde düzenlenen “Kazananlar Günü” sloganlı kampanya kapsamında “Dufy" satıcı adıyla satışı gerçekleştirilen *“Dufy Su Geçirmez Erkek Fermuarlı Kapitone Mont”* adlı ürüne ilişkin yapılan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 09.11.2020-12.11.2020, 10.11.2020-11.11.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.ciceksepeti.com adresli internet sitesinin 10.11.2020 tarihli görünümünde, *"Dufy Oxford Klasik Erkek Gömlek - Slim Fit"*adlı ürünün %80 indirim oranı ile 199,90-TL yerine 39,90-TL fiyatı ile satışa sunulduğu;

www.gittigidiyor.comadresli internet sitesinde düzenlenen “Kazananlar Günü” sloganlı kampanya kapsamında “Dufy" satıcı adıyla satışı gerçekleştirilen *“Dufy Su Geçirmez Erkek Fermuarlı Kapitone Mont”* adlı ürünün %80 indirimli olarak 499 TL yerine 99,90 TL fiyattan satışa sunulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** www.ciceksepeti.com adresli internet sitesinde düzenlenen *"Var Var Çok Satanlar Kampanyası "* kapsamında *"Dufy Oxford Klasik Erkek Gömlek - Slim Fit"*adlı ürünün %80 indirim oranı ile 199,90-TL yerine 39,90-TL fiyatıyla; www.gittigidiyor.comadresli internet sitesinde düzenlenen “Kazananlar Günü” sloganlı kampanya kapsamında ise *“Dufy Su Geçirmez Erkek Fermuarlı Kapitone Mont”* adlı ürünün %80 indirimli olarak 499 TL yerine 99,90 TL fiyattan satışa sunulduğu;

Buna göre; söz konusu kampanyalar kapsamında, bahsi geçen ürünlere ilişkin yapılan tanıtımlarda, üstü çizilerek belirtilen indirimden önceki satış fiyatları ile uygulanan indirim oranlarının şikayet edilen firma tarafından sunulan bilgi ve belgelerle ispatlanması nedeniyle yapılan indirimin gerçek bir indirim olduğu; bu itibarla, 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.

**169)**

**Dosya No: 2021/1910**

**Şikayet Edilen: Pazaranka Bilişim Hiz. Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.ciceksepeti.com adresli internet sitesinde, 09.11.2020-12.11.2020 tarihleri arasında düzenlenen *"Var Var Çok Satanlar Kampanyası"* sloganlı kampanya kapsamında *“Pazaranka Bilişim*" satıcı adıyla satışı gerçekleştirilen *"Xiomi 10000 mAh 18W Taşınabilir Hızlı Şarj Cihazı-Siyah"* adlı ürüne ilişkin yapılan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 09.11.2020-12.11.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.ciceksepeti.com adresli internet sitesinde, 09.11.2020-12.11.2020 tarihleri arasında düzenlenen *"Var Var Çok Satanlar Kampanyası"* sloganlı kampanya kapsamında *“Pazaranka Bilişim*" satıcı adıyla satışı gerçekleştirilen *"Xiomi 10000 mAh 18W Taşınabilir Hızlı Şarj Cihazı-Siyah"* adlı ürünün %66 indirim oranı ile 326,68-TL yerine 109,90-TL fiyatı ile satışa sunulduğu fiyatı ile satışa sunulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar**: www.ciceksepeti.com adresli internet sitesinde, 09.11.2020-12.11.2020 tarihleri arasında düzenlenen *"Var Var Çok Satanlar Kampanyası"* sloganlı kampanya kapsamında *“Pazaranka Bilişim*" satıcı adıyla satışı gerçekleştirilen *"Xiomi 10000 mAh 18W Taşınabilir Hızlı Şarj Cihazı-Siyah"* adlı ürünün %66 indirim oranı ile 326,68-TL yerine 109,90-TL fiyatı ile satışa sunulduğu fiyatı ile satışa sunulduğu;

Buna göre; söz konusu kampanya kapsamında, bahsi geçen ürüne ilişkin yapılan tanıtımlarda, üstü çizilerek belirtilen indirimden önceki satış fiyatları ile uygulanan indirim oranlarının şikayet edilen firma tarafından sunulan bilgi ve belgelerle ispatlanamaması nedeniyle yapılan indirimin gerçek bir indirim olmadığı; bu itibarla, tüketiciler nezdinde olduğundan daha fazla indirim yapılıyormuş algısı uyandırılarak tüketicilerin yanıltıldığı değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/5-ç, 9/1, 9/2, 9/5, 14, 28, 29 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

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

**170)**

**Dosya No: 2021/1911**

**Şikayet Edilen: Navas Teknoloji Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.ciceksepeti.com adresli internet sitesinde, 09.11.2020-12.11.2020 tarihleri arasında düzenlenen *"Var Var Çok Satanlar Kampanyası"* sloganlı kampanya kapsamında  *“Navas"* kullanıcı adıyla satışı gerçekleştirilen *"HP Foto Yazıcısı 1AS85A Sprocket 200 Beyaz"* adlı ürüne ilişkin yapılan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 09.11.2020-12.11.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.ciceksepeti.com adresli internet sitesinde, 09.11.2020-12.11.2020 tarihleri arasında düzenlenen *"Var Var Çok Satanlar Kampanyası"* sloganlı kampanya kapsamında “*Navas"* kullanıcı adıyla satışı gerçekleştirilen *"HP Foto Yazıcısı 1AS85A Sprocket 200 Beyaz"*adlı ürünün %53 indirim oranı ile 599,00-TL yerine 279,00-TL fiyatı ile satışa sunulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar**: **:** www.ciceksepeti.com adresli internet sitesinde, 09.11.2020-12.11.2020 tarihleri arasında düzenlenen *"Var Var Çok Satanlar Kampanyası"* sloganlı kampanya kapsamında “*Navas"* kullanıcı adıyla satışı gerçekleştirilen *"HP Foto Yazıcısı 1AS85A Sprocket 200 Beyaz"*adlı ürünün %53 indirim oranı ile 599,00-TL yerine 279,00-TL fiyatı ile satışa sunulduğu;

Buna göre; söz konusu kampanya kapsamında, bahsi geçen ürüne ilişkin yapılan tanıtımlarda, üstü çizilerek belirtilen indirimden önceki satış fiyatları ile uygulanan indirim oranlarının şikayet edilen firma tarafından sunulan bilgi ve belgelerle ispatlanamaması nedeniyle yapılan indirimin gerçek bir indirim olmadığı; bu itibarla, tüketiciler nezdinde olduğundan daha fazla indirim yapılıyormuş algısı uyandırılarak tüketicilerin yanıltıldığı değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/5-ç, 9/1, 9/2, 9/5, 14, 28, 29 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

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

**171)**

**Dosya No: 2021/1912**

**Şikayet Edilen: Gökhan Sağcan Teknoplanet Ticaret**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.ciceksepeti.com adresli internet sitesinde, 09.11.2020-12.11.2020 tarihleri arasında düzenlenen *"Var Var Çok Satanlar Kampanyası"* sloganlı kampanya kapsamında  *"Teknoplanet"* kullanıcı adıyla satışı gerçekleştirilen *"TF-600 3 Renkli Temassız Ateş Ölçer Termometre Sağlık Sertifikalı"* adlı ürüne ilişkin yapılan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 09.11.2020-12.11.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.ciceksepeti.com adresli internet sitesinin 11.11.2020 tarihli görünümünde, *"TF-600 3 Renkli Temassız Ateş Ölçer Termometre Sağlık Sertifikalı"*adlı ürünün %75 indirim oranı ile 399,98-TL yerine 99,00-TL fiyatı ile satışa sunulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** www.ciceksepeti.com adresli internet sitesinin 11.11.2020 tarihli görünümünde, *"TF-600 3 Renkli Temassız Ateş Ölçer Termometre Sağlık Sertifikalı"*adlı ürünün %75 indirim oranı ile 399,98-TL yerine 99,00-TL fiyatı ile satışa sunulduğu;

Buna göre; söz konusu kampanya kapsamında, bahsi geçen ürüne ilişkin yapılan tanıtımlarda, üstü çizilerek belirtilen indirimden önceki satış fiyatları ile uygulanan indirim oranlarının şikayet edilen firma tarafından sunulan bilgi ve belgelerle ispatlanamaması nedeniyle yapılan indirimin gerçek bir indirim olmadığı; bu itibarla, tüketiciler nezdinde olduğundan daha fazla indirim yapılıyormuş algısı uyandırılarak tüketicilerin yanıltıldığı değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/5-ç, 9/1, 9/2, 9/5, 14, 28, 29 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

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

**172)**

**Dosya No: 2021/318**

**Şikayet Edilen: Dilara ELMAS**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.gittigidiyor.com adresli internet sitesinde, 10-11 Kasım 2020 tarihleri arasında düzenlenen “Kazananlar Günü” başlıklı indirimli satış kampanyasına ilişkin gerçekleştirilen reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 11.11.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.gittigidiyor.com/supermarket/yeni-hasat-incirya-2-li-avantaj-paketi-tek-bahce soguksikim-naturel-sizma-zeytinyagi-5-litre\_pdp\_413581756 URL adresinde yer alan "Yeni Hasat-İncirya 2 li Avantaj Paketi" adlı ürünün 11.11.2020 tarihinde, %25 indirimli olarak 317,90 TL yerine 238,90 TL fiyattan satışa sunulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** https://www.gittigidiyor.com/supermarket/yeni-hasat-incirya-2-li avantaj-paketi-tek-bahce-soguksikim- naturel-sizma-zeytinyagi-5-litre\_pdp\_413581756 URL adresinde yer alan "Yeni Hasat-İncirya 2 li Avantaj Paketi" adlı ürünün 11.11.2020 tarihinde, %25 indirimli olarak 317,90 TL yerine 238,90 TL fiyattan satışa sunulmasına karşın, ürünün indirim uygulanmadan bir önceki fiyattan satışa sunulduğuna ilişkin kanıtlayıcı bilgi ve belgelerin sunulamadığı, bu kapsamda söz konusu indirimli satışa ilişkin tanıtımlar ile ürünün satış fiyatında gerçekte olduğundan daha fazla indirim yapıldığı izleniminin oluşturularak tüketicilerin yanıltıldığı ve "Yapılan indirimin miktarı veya oranı hesaplanırken, indirimli fiyattan bir önceki fiyat esas alınır" şeklindeki yasal mevzuat hükmünün ihlal edildiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-ç, 9/1, 9/5, 13/1, 13/9, 14, 28/1, 28/4, 29/1 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

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

**173)**

**Dosya No: 2021/319**

**Şikayet Edilen: Gökhan GÜNDOĞAN**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.gittigidiyor.com adresli internet sitesinde, 10-11 Kasım 2020 tarihleri arasında düzenlenen “Kazananlar Günü” başlıklı indirimli satış kampanyasına ilişkin gerçekleştirilen reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 11.11.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** http://www.gittigidiyor.com/bebek-bakim-saglik/ates-olcer/yasee-ft 100b\_spp\_784938?id=604481997 URL adresinde yer alan "Temassız Ateş Ölçer Alından Ölçer -FT-100B" adlı ürünün 11.11.2020 tarihinde, %54 indirimli olarak 149 TL yerine 69,90 TL fiyattan satışa sunulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** http://www.gittigidiyor.com/bebek-bakim-saglik/ates-olcer/yasee-ft 100b\_spp\_784938?id=604481997 URL adresinde yer alan "Temassız Ateş Ölçer Alından Ölçer -FT-100B" adlı ürünün 11.11.2020 tarihinde, %54 indirimli olarak 149 TL yerine 69,90 TL fiyattan satışa sunulmasına karşın, ürünün indirim uygulanmadan bir önceki fiyattan satışa sunulduğuna ilişkin kanıtlayıcı bilgi ve belgelerin sunulamadığı, bu kapsamda söz konusu indirimli satışa ilişkin tanıtımlar ile ürünün satış fiyatında gerçekte olduğundan daha fazla indirim yapıldığı izleniminin oluşturularak tüketicilerin yanıltıldığı ve "Yapılan indirimin miktarı veya oranı hesaplanırken, indirimli fiyattan bir önceki fiyat esas alınır" şeklindeki yasal mevzuat hükmünün ihlal edildiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-ç, 9/1, 9/5, 13/1, 13/9, 14, 28/1, 28/4, 29/1 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

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

**174)**

**Dosya No: 2021/320**

**Şikayet Edilen: Kinzy Teknoloji A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.gittigidiyor.com adresli internet sitesinde, 10-11 Kasım 2020 tarihleri arasında düzenlenen “Kazananlar Günü” başlıklı indirimli satış kampanyasına ilişkin gerçekleştirilen reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 11.11.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://wwwigittigidiyor.com/dizustu-laptop-notebook-bilgisayar/asus-vivobook-x505za-bq838\_spp\_824060?id=619952727 URL adresinde yer alan "AsusVivobookX505ZA-BQ838 Dizüstü Bilgisayar" adlı ürünün, 11.11.2020 tarihinde, %25 indirimli olarak 8.149 TL yerine 6.149 TL fiyattan satışa sunulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:**https://www.gittigidiyor.com/dizustu-laptop-notebook-bilgisayar/ asus-vivobook-x505za-bq838\_spp\_824060?id=619952727 URL adresinde yer alan "AsusVivobookX505ZA-BQ838 Dizüstü Bilgisayar" adlı ürünün, 11.11.2020 tarihinde, %25 indirimli olarak 8.149 TL yerine 6.149 TL fiyattan satışa sunulmasına karşın, ürünün indirim uygulanmadan bir önceki fiyattan satışa sunulduğuna ilişkin kanıtlayıcı bilgi ve belgelerin sunulamadığı, bu kapsamda söz konusu indirimli satışa ilişkin tanıtımlar ile ürünün satış fiyatında gerçekte olduğundan daha fazla indirim yapıldığı izleniminin oluşturularak tüketicilerin yanıltıldığı ve "Yapılan indirimin miktarı veya oranı hesaplanırken, indirimli fiyattan bir önceki fiyat esas alınır" şeklindeki yasal mevzuat hükmünün ihlal edildiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-ç, 9/1, 9/5, 13/1, 13/9, 14, 28/1, 28/4, 29/1 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

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

**175)**

**Dosya No: 2021/321**

**Şikayet Edilen: Mosh Tekn. ve Sanal Mağazacılık İnş. San. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.gittigidiyor.com adresli internet sitesinde, 10-11 Kasım 2020 tarihleri arasında düzenlenen “Kazananlar Günü” başlıklı indirimli satış kampanyasına ilişkin gerçekleştirilen reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 11.11.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** http://www.gittigidiyor.com/ev-elektronigi/sentar-1s-mop-robot-supurge-vepaspas-beyaz-sentar-turkiye-garantili-vacuum-robot-mop\_pdp\_614740106 URL adresinde yer alan "Sentar 1S Mop Robot Süpürge ve Paspas Beyaz" adlı ürünün, 11.11.2020 tarihinde, %39 indirimli olarak 2.999 TL yerine 1.859 TL fiyattan satışa sunulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** http://www.gittigidiyor.com/ev-elektronigi/sentar-1s-mop-robot-supurge-vepaspas-beyaz-sentar-turkiye-garantili-vacuum-robot-mop\_pdp\_614740106 URL adresinde yer alan "Sentar 1S Mop Robot Süpürge ve Paspas Beyaz" adlı ürünün, 11.11.2020 tarihinde, %39 indirimli olarak 2.999 TL yerine 1.859 TL fiyattan satışa sunulmasına karşın, ürünün indirim uygulanmadan bir önceki fiyattan satışa sunulduğuna ilişkin kanıtlayıcı bilgi ve belgelerin sunulamadığı, bu kapsamda söz konusu indirimli satışa ilişkin tanıtımlar ile ürünün satış fiyatında gerçekte olduğundan daha fazla indirim yapıldığı izleniminin oluşturularak tüketicilerin yanıltıldığı ve "Yapılan indirimin miktarı veya oranı hesaplanırken, indirimli fiyattan bir önceki fiyat esas alınır" şeklindeki yasal mevzuat hükmünün ihlal edildiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-ç, 9/1, 9/5, 13/1, 13/9, 14, 28/1, 28/4, 29/1 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre, reklam veren **Mosh Tekn. Ve Sanal Mağazacılık İnş. San. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**176)**

**Dosya No: 2021/322**

**Şikayet Edilen: Mustafa UĞURLU**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.gittigidiyor.com adresli internet sitesinde, 10-11 Kasım 2020 tarihleri arasında düzenlenen “Kazananlar Günü” başlıklı indirimli satış kampanyasına ilişkin gerçekleştirilen reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 11.11.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.gittigidiyor.com/ev-bahce/evdemo-mira-cekyat-kanape gri\_pdp\_569427771 URL adresinde yer alan "Evdemo Mira Çekyat Kanepe Gri" adlı ürünün 11.11.2020 tarihinde, %32 indirimli olarak 710,90 TL yerine 489,90 TL fiyattan satışa sunulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** https://www.gittigidiyor.com/ev-bahce/evdemo-mira-cekyat-kanape gri\_pdp\_569427771 URL adresinde yer alan "Evdemo Mira Çekyat Kanepe Gri" adlı ürünün 11.11.2020 tarihinde, %32 indirimli olarak 710,90 TL yerine 489,90 TL fiyattan satışa sunulmasına karşın, ürünün indirim uygulanmadan bir önceki fiyattan satışa sunulduğuna ilişkin kanıtlayıcı bilgi ve belgelerin sunulamadığı, bu kapsamda söz konusu indirimli satışa ilişkin tanıtımlar ile ürünün satış fiyatında gerçekte olduğundan daha fazla indirim yapıldığı izleniminin oluşturularak tüketicilerin yanıltıldığı ve "Yapılan indirimin miktarı veya oranı hesaplanırken, indirimli fiyattan bir önceki fiyat esas alınır" şeklindeki yasal mevzuat hükmünün ihlal edildiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-ç, 9/1, 9/5, 13/1, 13/9, 14, 28/1, 28/4, 29/1 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

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

**177)**

**Dosya No: 2021/323**

**Şikayet Edilen: Saat ve Saat Mağazacılık A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.gittigidiyor.com adresli internet sitesinde, 10-11 Kasım 2020 tarihleri arasında düzenlenen “Kazananlar Günü” başlıklı indirimli satış kampanyasına ilişkin gerçekleştirilen reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 11.11.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.gittigidiyor.com/taki-saat/emprio-armani-ar1692-erkek-kol saati\_pdp\_620425539 URL adresinde yer alan "Emporio Armani AR1692 Erkek Kol Saati" adlı ürünün 11.11.2020 tarihinde, %64 indirimli olarak 2.880 TL yerine 1.036,80 TL fiyattan satışa sunulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** https://www.gittigidiyor.com/taki-saat/emprio-armani-ar1692-erkek-kol saati\_pdp\_620425539 URL adresinde yer alan "Emporio Armani AR1692 Erkek Kol Saati" adlı ürünün 11.11.2020 tarihinde, %64 indirimli olarak 2.880 TL yerine 1.036,80 TL fiyattan satışa sunulmasına karşın, ürünün indirim uygulanmadan bir önceki fiyattan satışa sunulduğuna ilişkin kanıtlayıcı bilgi ve belgelerin sunulamadığı, bu kapsamda söz konusu indirimli satışa ilişkin tanıtımlar ile ürünün satış fiyatında gerçekte olduğundan daha fazla indirim yapıldığı izleniminin oluşturularak tüketicilerin yanıltıldığı ve "Yapılan indirimin miktarı veya oranı hesaplanırken, indirimli fiyattan bir önceki fiyat esas alınır" şeklindeki yasal mevzuat hükmünün ihlal edildiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-ç, 9/1, 9/5, 13/1, 13/9, 14, 28/1, 28/4, 29/1 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

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

**178)**

**Dosya No: 2021/324**

**Şikayet Edilen: Sar Elekt. Gıda Ve Day. Tük. Mal. San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.gittigidiyor.com adresli internet sitesinde, 10-11 Kasım 2020 tarihleri arasında düzenlenen “Kazananlar Günü” başlıklı indirimli satış kampanyasına ilişkin gerçekleştirilen reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 11.11.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** http://www.gittigidiyor.com/oneplus-8-pro\_spp\_784333?id=612868356 URL adresinde yer alan "OnePlus 8 Pro Cep Telefonu /128 GB Siyah" adlı ürünün 11.11.2020 tarihinde, %11 indirimli olarak 10.999,99 TL yerine 9.820 TL fiyattan satışa sunulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** http://www.gittigidiyor.com/oneplus-8- pro\_spp\_784333?id=612868356 URL adresinde yer alan "OnePlus 8 Pro Cep Telefonu /128 GB Siyah" adlı ürünün 11.11.2020 tarihinde, %11 indirimli olarak 10.999,99 TL yerine 9.820 TL fiyattan satışa sunulmasına karşın, ürünün indirim uygulanmadan bir önceki fiyattan satışa sunulduğuna ilişkin kanıtlayıcı bilgi ve belgelerin sunulamadığı, bu kapsamda söz konusu indirimli satışa ilişkin tanıtımlar ile ürünün satış fiyatında gerçekte olduğundan daha fazla indirim yapıldığı izleniminin oluşturularak tüketicilerin yanıltıldığı ve "Yapılan indirimin miktarı veya oranı hesaplanırken, indirimli fiyattan bir önceki fiyat esas alınır" şeklindeki yasal mevzuat hükmünün ihlal edildiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-ç, 9/1, 9/5, 13/1, 13/9, 14, 28/1, 28/4, 29/1 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre, reklam veren **Sar Elekt. Gıda Ve Day. Tük. Mal. San. ve Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**179)**

**Dosya No: 2021/325**

**Şikayet Edilen: Ucuzavar Bilgi Tekn Turz. Gıda Paz. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.gittigidiyor.com adresli internet sitesinde, 10-11 Kasım 2020 tarihleri arasında düzenlenen “Kazananlar Günü” başlıklı indirimli satış kampanyasına ilişkin gerçekleştirilen reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 11.11.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** http://www.gittigidiyor.com/kozmetik-kisisel-bakim/avon-wish-of-love-kadin-parfumikili-set-ve-rollon-paketi\_pdp\_621410938 URL adresinde yer alan "Avon Wish Of Love Kadın Parfüm İkili Set ve Rollon Paketi" adlı ürünün 11.11.2020 tarihinde, %76 indirimli olarak 223 TL yerine 53,90 TL fiyattan satışa sunulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** http://www.gittigidiyor.com/kozmetik-kisisel-bakim/avon-wish-of-love-kadin-parfumikili-set-ve-rollon-paketi\_pdp\_621410938 URL adresinde yer alan "Avon Wish Of Love Kadın Parfüm İkili Set ve Rollon Paketi" adlı ürünün 11.11.2020 tarihinde, %76 indirimli olarak 223 TL yerine 53,90 TL fiyattan satışa sunulmasına karşın, ürünün indirim uygulanmadan bir önceki fiyattan satışa sunulduğuna ilişkin kanıtlayıcı bilgi ve belgelerin sunulamadığı, bu kapsamda söz konusu indirimli satışa ilişkin tanıtımlar ile ürünün satış fiyatında gerçekte olduğundan daha fazla indirim yapıldığı izleniminin oluşturularak tüketicilerin yanıltıldığı ve "Yapılan indirimin miktarı veya oranı hesaplanırken, indirimli fiyattan bir önceki fiyat esas alınır" şeklindeki yasal mevzuat hükmünün ihlal edildiği,

Bununla birlikte, söz konusu paketin içerisinde 1 adet Wish of Love isimli parfüm yer almasına rağmen tanıtımlarda 2 adet yazılarak tüketicilerin yanıltıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-ç, 9/1, 9/5, 13/1, 13/9, 14, 28/1, 28/4, 29/1 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre, reklam veren **Ucuzavar Bilgi Tekn Turz. Gıda Paz. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**180)**

**Dosya No: 2021/327**

**Şikayet Edilen: Evmodan Ev Aks. Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.gittigidiyor.com adresli internet sitesinde, 10-11 Kasım 2020 tarihleri arasında düzenlenen “Kazananlar Günü” başlıklı indirimli satış kampanyasına ilişkin gerçekleştirilen reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 11.11.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.gittigidiyor.com/ev-bahce/tefal-titanium-ingenio-elegance-buyuk-tencereset-12-parca\_pdp\_614587559 URL adresinde yer alan "TEFAL Titanium Ingenio Elegance Büyük Tencere" adlı ürünün 11.11.2020 tarihinde, %37 indirimli olarak 1.499 TL yerine 959 TL fiyattan satışa sunulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** https://www.gittigidiyor.com/ev-bahce/tefal-titanium-ingenio-elegance-buyuk-tencereset-12-parca\_pdp\_614587559 URL adresinde yer alan "TEFAL Titanium Ingenio Elegance Büyük Tencere" adlı ürünün 11.11.2020 tarihinde, %37 indirimli olarak 1.499 TL yerine 959 TL fiyattan satışa sunulmasına karşın, ürünün indirim uygulanmadan bir önceki fiyattan satışa sunulduğuna ilişkin kanıtlayıcı bilgi ve belgelerin sunulamadığı, bu kapsamda söz konusu indirimli satışa ilişkin tanıtımlar ile ürünün satış fiyatında gerçekte olduğundan daha fazla indirim yapıldığı izleniminin oluşturularak tüketicilerin yanıltıldığı ve "Yapılan indirimin miktarı veya oranı hesaplanırken, indirimli fiyattan bir önceki fiyat esas alınır" şeklindeki yasal mevzuat hükmünün ihlal edildiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-ç, 9/1, 9/5, 13/1, 13/9, 14, 28/1, 28/4, 29/1 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

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

**181)**

**Dosya No: 2021/328**

**Şikayet Edilen: Gittigidiyor Bilgi Tekn. San. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.gittigidiyor.com adresli internet sitesinde, 26-27 Kasım 2020 tarihleri arasında düzenlenen “Süper Cuma” başlıklı indirimli satış kampanyasına ilişkin reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 11.11.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.gittigidiyor.com/apple-iphone-11\_spp\_733280?id=626734086 URL adresinde yer alan Apple iPhone 11 Cep Telefonu adlı ürünün teknosa isimli satıcı tarafından sepette 250 TL indirimli olarak 7.299 TL yerine 7.049 TL fiyattan satışa sunulduğu

https://www.gittigidiyor.com/ev-bahce/bamyum-champion-avize-5-farkli-renk-secenegi\_pdp\_617122934 URL adresinde yer alan Bamyum Champion Avize adlı ürünün bamyumisimli satıcı tarafından sepette 10 TL indirimli olarak 99 TL yerine 89 TL fiyattan satışa sunulduğu,

https://www.gittigidiyor.com/supermarket/fairy-platinum-195-yikama-bulasik-makinesi-deterjani-kapsulu-limon-kokulu-ozel-seri\_pdp\_627099688 URL adresinde yer alan Fairy Platinum 195 Yıkama Bulaşık Makinesi Deterjanı Kapsülü Limon Kokulu Özel Seri adkı ürünün evkiba isimli satıcı tarafından sepette 15 TL indirimli olarak 203 TL yerine 189 TL fiyattan satışa sunulduğu,

https://www.gittigidiyor.com/ev-bahce/masa-sandalye-takimi-4-adet-tel-sandalye\_pdp\_605911773 URL adresinde yer alan Masa Sandalye Takımı 4 Adet Tel sandalye adlı ürünün brkass isimli satıcı tarafından sepette %10 indirimli olarak 449,90 TL yerine 404,91 TL fiyattan satışa sunulduğu,

https://www.gittigidiyor.com/giyim-aksesuar/mavi-kapusonlu-siyah-sisme-mont\_pdp\_613641182 URL adresinde yer alan Mavi - Kapüşonlu Siyah Şişme Mont adlı ürünün mavi isimli satıcı tarafından sepette %15 indirimli olarak 299,99 TL yerine 254,99 TL fiyattan satışa sunulduğu,

https://www.gittigidiyor.com/ana-kucagi-ve-oto-koltugu/oto-koltugu/britax-romer-trifix\_spp\_35208?id=628801889 URL adresinde yer alan Britax-Römer Trifix2 i-Size Isofixli 9-22 kg Oto Koltuğu / Storm Grey 9-18 Kg adlı ürünün jokerbabytoys isimli satıcı tarafından sepette %8 indirimli olarak 2.289,99 TL yerine 2.106,79 TL fiyattan satışa sunulduğu,

https://www.gittigidiyor.com/spor-outdoor/xiaomi-mi-pro-2-elektrikli-scooter\_pdp\_617988092 URL adresinde yer alan Xiaomi Mi Pro 2 Elektrikli Scooter adlı ürünün cepekspress isimli satıcı tarafından sepette 250 TL indirimli olarak 4.278 TL yerine 4.028 TL fiyattan satışa sunduğu,

https://www.gittigidiyor.com/televizyon/lg-55nano916na\_spp\_803360?id=629089845 URL adresinde yer alan LG 55NANO916NA Televizyon adlı ürünün mediamarkt isimli satıcı tarafından sepette 250 TL indirimli olarak 9.000 TL yerine 8.750 TL fiyattan satışa sunulduğu,

https://www.gittigidiyor.com/supermarket/vileda-turbo-pedalli-temizlik-seti\_pdp\_551654058 URL adresinde yer alan Vileda Turbo Pedallı Temizlik Seti adlı ürünün onlinemarket06 isimli satıcı tarafından sepette %7 indirimli olarak 179,90 TL yerine 167,30 TL fiyattan satışa sunulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** 26-27 Kasım 2020 tarihleri arasında düzenlenen “Süper Cuma” başlıklı indirimli satış kampanyasına ilişkin reklam ve tanıtımlar incelenmiş olup, söz konusu kampanya kapsamında, kampanya koşullarını sağlayan alıcıların kampanya kapsamına giren ürünleri sepete attığında sepetteki fiyat üzerinden Gittigidiyor firması tarafından indirim uygulandığına ilişkin hususun yasal mevzuat hükümleri çerçevesinde ispatlandığı kanaatine varıldığından, inceleme konusu reklamların 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesine **aykırı olmadığına**karar verilmiştir.

**182)**

**Dosya No: 2021/333**

**Şikayet Edilen: Boyner Büyük Mağazacılık A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.morhipo.com adresli internet sitesinde, 9-12 Kasım 2020 tarihleri arasında düzenlenen “Muhteşem 11x11” başlıklı indirimli satış kampanyasına ilişkin reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 12.11.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:**https://www.morhipo.com/fabrika-fabrikapalto/25778667/detay?depid=11811&r Type=1&rKey=94908 URL adresinde yer alan "Fabrika Palto" adlı ürünün %30 indirimli olarak 1.169 TL yerine 729,99 TL fiyattan,

https://www.morhipo.com/vero-moda-vmoslo-3-4-down-jacket-boos-vero-moda-mo/24855277/detay?rType=4&rKey=34359 URL adresinde yer alan "Vero Moda Mont" adlı ürünün %30 indirimli olarak 1.399 TL yerine 699,99 TL fiyattan,

https://www.morhipo.com/skechers-amp-d-skechers-lifestyle/24807605/detay?depid=12124&rType=1&rKey=95465 URL adresinde yer alan "Skechers Sneakers" adlı ürünün %50 indirimli olarak 739,95 TL yerine 369,98 TL fiyattan 12.11.2020 tarihinde satışa sunulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu ürünlerin indirim uygulanmadan bir önceki fiyattan satışa sunulduğuna ilişkin kanıtlayıcı bilgi ve belgelerin sunulamadığı, bu kapsamda söz konusu indirimli satışa ilişkin tanıtımlar ile ürünlerin satış fiyatında gerçekte olduğundan daha fazla indirim yapıldığı izleniminin oluşturularak "Yapılan indirimin miktarı veya oranı hesaplanırken, indirimli fiyattan bir önceki fiyat esas alınır." şeklindeki yasal mevzuat hükmünün, ayrıca söz konusu indirimli satışa ilişkin stok miktarlarının belirtilmeyerek "İndirimli satışın başlangıç ve bitiş tarihleri ile indirimli olarak satışa sunulan mal veya hizmetin miktarı sınırlı ise bu miktarın açık ve anlaşılır bir biçimde belirtilmesi zorunludur." şeklindeki yasal mevzuat hükmünün ihlal edildiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-ç, 99/1, 9/5, 13/1, 13/9, 14, 28/1, 28/4, 29/1 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre, reklam veren **Boyner Büyük Mağazacılık A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri **104.781 TL (Yüzdörtbinyediyüzseksenbir Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**183)**

**Dosya No: 2021/334**

**Şikayet Edilen: Korkmaz Mutfak Eşyaları San. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.morhipo.com adresli internet sitesinde, 9-12 Kasım 2020 tarihleri arasında düzenlenen “Muhteşem 11x11” başlıklı indirimli satış kampanyasına ilişkin reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 09.11.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.morhipo.com/cosmos-kirmizi-siyah-elektrikli-supurge/27342998/detay?r... URL adresinde yer alan "Korkmaz Cosmos Kırmızı/Siyah Elektrikli Süpürge" adlı ürünün 09.11.2020 tarihinde, %25 indirimli olarak 1.399 TL yerine 1.049,25 TL fiyattan satışa sunulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** https://www.morhipo.com/cosmos-kirmizi-siyah-elektrikli-supurge/27342998/detay?r... URL adresinde yer alan "Korkmaz Cosmos Kırmızı/Siyah Elektrikli Süpürge" adlı ürünün 09.11.2020 tarihinde, %25 indirimli olarak 1.399 TL yerine 1.049,25 TL fiyattan satışa sunulmasına karşın, ürünün indirim uygulanmadan bir önceki fiyattan satışa sunulduğuna ilişkin kanıtlayıcı bilgi ve belgelerin sunulamadığı, bu kapsamda söz konusu indirimli satışa ilişkin tanıtımlar ile ürünlerin satış fiyatında gerçekte olduğundan daha fazla indirim yapıldığı izleniminin oluşturularak "Yapılan indirimin miktarı veya oranı hesaplanırken, indirimli fiyattan bir önceki fiyat esas alınır." şeklindeki yasal mevzuat hükmünün, ayrıca söz konusu indirimli satışa ilişkin stok miktarlarının belirtilmeyerek "İndirimli satışın başlangıç ve bitiş tarihleri ile indirimli olarak satışa sunulan mal veya hizmetin miktarı sınırlı ise bu miktarın açık ve anlaşılır bir biçimde belirtilmesi zorunludur." şeklindeki yasal mevzuat hükmünün ihlal edildiği, değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-ç, 9/1, 9/5, 13/1, 13/9, 14, 28/1, 28/4, 29/1 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre, reklam veren **Korkmaz Mutfak Eşyaları 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.

**184)**

**Dosya No: 2021/335**

**Şikayet Edilen: By Harmoni Aksesuar Giyim ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.morhipo.com adresli internet sitesinde, 9-12 Kasım 2020 tarihleri arasında düzenlenen “Muhteşem 11x11” başlıklı indirimli satış kampanyasına ilişkin reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 12.11.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.morhipo.com/by-harmony-by-harmony-bh-prc8-siyah-simli-tek-tas-s/27048153/detay?depid=61&rType=1&rKey=86051 URL adresinde yer alan "By Harmony Küpe" adlı ürünün 12.11.2020 tarihinde, %93 indirimli olarak 295 TL yerine 19,99 TL fiyattan satışa sunulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** https://www.morhipo.com/by-harmony-by-harmony-bh-prc8-siyah-simli-tek-tas-s/27048153/detay?depid=61&rType=1&rKey=86051 URL adresinde yer alan "By Harmony Küpe" adlı ürünün 12.11.2020 tarihinde, %93 indirimli olarak 295 TL yerine 19,99 TL fiyattan satışa sunulmasına karşın, ürünün indirim uygulanmadan bir önceki fiyattan satışa sunulduğuna ilişkin kanıtlayıcı bilgi ve belgelerin sunulamadığı, bu kapsamda söz konusu indirimli satışa ilişkin tanıtımlar ile ürünlerin satış fiyatında gerçekte olduğundan daha fazla indirim yapıldığı izleniminin oluşturularak "Yapılan indirimin miktarı veya oranı hesaplanırken, indirimli fiyattan bir önceki fiyat esas alınır." şeklindeki yasal mevzuat hükmünün, ayrıca söz konusu indirimli satışa ilişkin stok miktarlarının belirtilmeyerek "İndirimli satışın başlangıç ve bitiş tarihleri ile indirimli olarak satışa sunulan mal veya hizmetin miktarı sınırlı ise bu miktarın açık ve anlaşılır bir biçimde belirtilmesi zorunludur." şeklindeki yasal mevzuat hükmünün ihlal edildiği, değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-ç, 9/1, 9/5, 13/1, 13/9, 14, 28/1, 28/4, 29/1 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

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

**185)**

**Dosya No: 2021/379**

**Şikayet Edilen: CYN Bilişim Teknolojileri Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** *www.n11.com*URL uzantılı internet sitesi üzerinden 11.11.2020 tarihinde düzenlenen“11.11 Yılın İndirim Şovu” isimliindirimli satış kampanyası kapsamında *https://urun.n11.com/aksesuar/jbl-t110-kulak-ici-kulaklik-siyah-beyaz-kirmizi-mavi-P435459991* ve *https://urun.n11.com/aksesuar/jbl-tune600btnc-gurultu-onleyici-mikrofonlu-kablosuzkulaklik-P454909066* URL uzantılı internet sitelerinde yapılantanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 11.11.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** *https://urun.n11.com/aksesuar/jbl-t110-kulak-ici-kulaklik-siyah-beyaz-kirmizi-mavi-P435459991* URL uzantılı internet sitesinde yer alan “JBL T110 Kulak İçi Kulaklık - Siyah, Beyaz, Kırmızı, Mavi” adlı ürünün 109,00 TL fiyat üzerinden %45 oranında indirim yapıldığı beyan edilerek 59,90 TL fiyat üzerinden ve *https://urun.n11.com/aksesuar/jbl-tune600btnc-gurultu-onleyici-mikrofonlu-kablosuzkulaklik-P454909066* URL uzantılı internet sitesinde yer alan “JBL TUNE600BTNC Gürültü Önleyici Mikrofonlu Kablosuz Kulaklık” adlı ürünün 799,99 TL fiyat üzerinden %37 oranında indirim yapıldığı beyan edilerek 499,99 TL fiyat üzerinden satışa sunulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan değerlendirmeler sonucunda, firmanın “11.11 Yılın İndirim Şovu” isimliindirimli satış kampanyası kapsamında *https://urun.n11.com/aksesuar/jbl-t110-kulak-ici-kulaklik-siyah-beyaz-kirmizi-mavi-P435459991* ve *https://urun.n11.com/aksesuar/jbl-tune600btnc-gurultu-onleyici-mikrofonlu-kablosuzkulaklik-P454909066* URL uzantılı internet sitelerinde yer alan indirim oranlarının, Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 14 üncü maddesinin (3) numaralı fıkrasında yer alan “Yapılan indirimin miktarı veya oranı hesaplanırken, indirimli fiyattan bir önceki fiyat esas alınır.” hükmü çerçevesinde sırasıyla bir önceki satış fiyatları olan 75,50 TL ve 605,00 TL üzerinden hesaplandığında sırasıyla %21 ve %17 olarak beyan edilmesi gereken gerçek indirim oranlarını yansıtmadığı ve bu şekilde tüketicilerin aldatılıp yanıltıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

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

**186)**

**Dosya No: 2021/381**

**Şikayet Edilen: SCS Aksesuar İle. Tel. Elk. Elekt. İnş. Taah. İth. İhr. Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *www.n11.com*URL uzantılı internet sitesi üzerinden 11.11.2020 tarihinde düzenlenen“11.11 Yılın İndirim Şovu” isimliindirimli satış kampanyası kapsamında *https://urun.n11.com/ates-olcer/temassiz-kizilotesi-atesolcer-ky-111-2-adet-pil-hediyeli-P424357021* URL uzantılı internet sitelerinde yapılantanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 11.11.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** *https://urun.n11.com/ates-olcer/temassiz-kizilotesi-atesolcer-ky-111-2-adet-pil-hediyeli-P424357021* URL uzantılı internet sitesinde yer alan “Temassız kızılötesi Ateşölçer -KY-111 +2 adet pil hediyeli” adlı ürünün 99,99 TL fiyat üzerinden %29 oranında indirim yapıldığı beyan edilerek 70,20 TL fiyat üzerinden satışa sunulduğu tespit edilmiştir.

Diğer taraftan, “11.11 Yılın İndirim Şovu” isimliindirimli satış kampanyasını düzenleyen yer sağlayıcı firma Doğuş Planet Elektronik Ticaret ve Bilişim Hizmetleri Anonim Şirketinden fiyat hareketlerine ilişkin temin edilen tabloda, *https://urun.n11.com/ates-olcer/temassiz-kizilotesi-atesolcer-ky-111-2-adet-pil-hediyeli-P424357021* uzantılı internet sitesinde yer alan “Temassız kızılötesi Ateşölçer -KY-111 +2 adet pil hediyeli” adlı ürünün en son fiyat değişikliğinin gerçekleştiği tarih olan 10.11.2020 tarihinde 78,00 TL fiyat üzerinden satışının gerçekleştiği bilgisi alınmıştır.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan değerlendirmeler sonucunda, firmanın “11.11 Yılın İndirim Şovu” isimliindirimli satış kampanyası kapsamında *https://urun.n11.com/ates-olcer/temassiz-kizilotesi-atesolcer-ky-111-2-adet-pil-hediyeli-P424357021* URL uzantılı internet sitesinde yer alan indirim oranın Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 14 üncü maddesinin (3) numaralı fıkrasında yer alan “Yapılan indirimin miktarı veya oranı hesaplanırken, indirimli fiyattan bir önceki fiyat esas alınır.” hükmü çerçevesinde bir önceki satış fiyatı olan 78,00 TL üzerinden hesaplandığında %10 olarak beyan edilmesi gereken gerçek indirim oranını yansıtmadığı ve bu şekilde tüketicilerin aldatılıp yanıltıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

Buna göre, reklam veren **SCS Aksesuar İle. Tel. Elk. Elekt. İnş. Taah. İth. İhr. Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**187)**

**Dosya No: 2021/382**

**Şikayet Edilen: Bio Planet Tarım Ürünleri Hay. İth. İhr. Tic. ve San. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *www.n11.com*URL uzantılı internet sitesi üzerinden 11.11.2020 tarihinde düzenlenen“11.11 Yılın İndirim Şovu” isimliindirimli satış kampanyası kapsamında *https://urun.n11.com/medikal-maske/evony-yumusak-elastik-kulakli-cerrahi-maske-250-adet-P445769747* ve *https://urun.n11.com/medikal-maske/evony-yumusak-lastikli-full-ultrasonic-maske-100-adet-P445771848* URL uzantılı internet sitelerinde yapılantanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 11.11.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** *https://urun.n11.com/medikal-maske/evony-yumusak-elastik-kulakli-cerrahi-maske-250-adet-P445769747* URL uzantılı internet sitesinde yer alan “Evony Yumuşak Elastik Kulaklı Cerrahi Maske 250 Adet” adlı ürünün 200,00 TL fiyat üzerinden %13 oranında indirim yapıldığı beyan edilerek 174,90 TL fiyat üzerinden ve *https://urun.n11.com/medikal-maske/evony-yumusak-lastikli-full-ultrasonic-maske-100-adet-P445771848* URL uzantılı internet sitesinde yer alan “Evony Yumuşak Lastikli Full Ultrasonic Maske 100 Adet” adlı ürünün 100,00 TL fiyat üzerinden %21 oranında indirim yapıldığı beyan edilerek 79,50 TL fiyat üzerinden satışa sunulduğu tespit edilmiştir.

Diğer taraftan, “11.11 Yılın İndirim Şovu” isimliindirimli satış kampanyasını düzenleyen yer sağlayıcı firma Doğuş Planet Elektronik Ticaret ve Bilişim Hizmetleri Anonim Şirketinden fiyat hareketlerine ilişkin temin edilen tabloda, *https://urun.n11.com/medikal-maske/evony-yumusak-elastik-kulakli-cerrahi-maske-250-adet-P445769747* URL uzantılı internet sitesinde yer alan “Evony Yumuşak Elastik Kulaklı Cerrahi Maske 250 Adet” adlı ürününen son fiyat değişikliğinin gerçekleştiği tarih olan 20.10.2020 tarihinde 169,90 TL, *https://urun.n11.com/medikal-maske/evony-yumusak-lastikli-full-ultrasonic-maske-100-adet-P445771848* URL uzantılı internet sitesinde yer alan “Evony Yumuşak Lastikli Full Ultrasonic Maske 100 Adet” adlı ürünün en son fiyat değişikliğinin gerçekleştiği tarih olan 03.11.2020 tarihinde 74,50 TL fiyat üzerinden satışının gerçekleştiği bilgisi alınmıştır.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, firmanın “11.11 Yılın İndirim Şovu” isimliindirimli satış kampanyası kapsamında *https://urun.n11.com/aksesuar/jbl-t110-kulak-ici-kulaklik-siyah-beyaz-kirmizi-mavi-P435459991* ve *https://urun.n11.com/aksesuar/jbl-tune600btnc-gurultu-onleyici-mikrofonlu-kablosuzkulaklik-P454909066* URL uzantılı internet sitelerinde yer alan indirim oranlarının Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 14 üncü maddesinin (3) numaralı fıkrasında yer alan “Yapılan indirimin miktarı veya oranı hesaplanırken, indirimli fiyattan bir önceki fiyat esas alınır.” hükmü çerçevesinde sırasıyla bir önceki satış fiyatları olan 74,50 TL ve 605,00 TL üzerinden hesaplandığında herhangi bir indirimli fiyat üzerinden satışın gerçekleşmediği ve bu şekilde tüketicilerin aldatılıp yanıltıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

Buna göre, reklam veren **Bio Planet Tarım Ürünleri Hay. İth. İhr. Tic. ve San. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**188)**

**Dosya No: 2021/389**

**Şikayet Edilen: CBT Expeditors Limited**

**Şikayet Edilen Reklam:** *www.n11.com*URL uzantılı internet sitesi üzerinden 11.11.2020 tarihinde düzenlenen“11.11 Yılın İndirim Şovu” isimliindirimli satış kampanyası kapsamında *https://urun.n11.com/olcum-cihazlari/z-11-temassiz-ates-olcer-alindan-ir-kizilotesi-termometre-P450467588* URL uzantılı internet sitelerinde yapılantanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 11.11.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** *https://urun.n11.com/olcum-cihazlari/z-11-temassiz-ates-olcer-alindan-ir-kizilotesi-termometre-P450467588* URL uzantılı internet sitesinde yer alan “Z-11 Temassız Ateş Ölçer Alından IR Kızılötesi Termometre”adlı ürünün 300,00 TL fiyat üzerinden %80 oranında indirim yapıldığı beyan edilerek 61,11 TL fiyat üzerinden satışa sunulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, firmanın “11.11 Yılın İndirim Şovu” isimliindirimli satış kampanyası kapsamında *https://urun.n11.com/olcum-cihazlari/z-11-temassiz-ates-olcer-alindan-ir-kizilotesi-termometre-P450467588* URL uzantılı internet sitesinde yer alan indirim oranın Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 14 üncü maddesinin (3) numaralı fıkrasında yer alan “Yapılan indirimin miktarı veya oranı hesaplanırken, indirimli fiyattan bir önceki fiyat esas alınır.” hükmü çerçevesinde bir önceki satış fiyatı olan 67,90 TL üzerinden hesaplandığında %10 olarak beyan edilmesi gereken gerçek indirim oranını yansıtmadığı ve bu şekilde tüketicilerin aldatılıp yanıltıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

Buna göre, reklam veren **CBT Expeditors Limited** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü maddesi ile 77 nci maddesinin (12) numaralı fıkrası uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**189)**

**Dosya No: 2021/390**

**Şikayet Edilen: Dilek KISA**

**Şikayet Edilen Reklam:** *www.n11.com*URL uzantılı internet sitesi üzerinden 11.11.2020 tarihinde düzenlenen“11.11 Yılın İndirim Şovu” isimliindirimli satış kampanyası kapsamında *https://www.n11.com/urun/enjoy-cat-food-tavuklu-yetiskin-kedi-mamasi-15-kg-287863?magaza=ikizleryemmarket* URL uzantılı internet sitelerinde yapılantanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 11.11.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** *https://www.n11.com/urun/enjoy-cat-food-tavuklu-yetiskin-kedi-mamasi-15-kg-287863?magaza=ikizleryemmarket* URL uzantılı internet sitesinde yer alan “Enjoy Cat Food Tavuklu Yetişkin Kedi Maması 15 KG” adlı ürünün 175,00 TL fiyat üzerinden %31 oranında indirim yapıldığı beyan edilerek 129,70 TL fiyat üzerinden satışa sunulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, firmanın “11.11 Yılın İndirim Şovu” isimliindirimli satış kampanyası kapsamında *https://www.n11.com/urun/enjoy-cat-food-tavuklu-yetiskin-kedi-mamasi-15-kg-287863?magaza=ikizleryemmarket* URL uzantılı internet sitesinde yer alan indirim oranın Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 14 üncü maddesinin (3) numaralı fıkrasında yer alan “Yapılan indirimin miktarı veya oranı hesaplanırken, indirimli fiyattan bir önceki fiyat esas alınır.” hükmü çerçevesinde bir önceki satış fiyatı olan 129,70 TL üzerinden hesaplandığında %8 olarak beyan edilmesi gereken gerçek indirim oranını yansıtmadığı ve bu şekilde tüketicilerin aldatılıp yanıltıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

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

**190)**

**Dosya No: 2021/391**

**Şikayet Edilen: DRK Aksesuar ve İletişim Hiz. Paz. San. ve Tic. A. Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *www.n11.com*URL uzantılı internet sitesi üzerinden 11.11.2020 tarihinde düzenlenen“11.11 Yılın İndirim Şovu” isimliindirimli satış kampanyası kapsamında *https://www.n11.com/urun/samsung-galaxy-m21-duos-64-gb-samsung-turkiye-garantili-1481543?magaza=samsungturkiye* URL uzantılı internet sitelerinde yapılantanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 11.11.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** *https://www.n11.com/urun/samsung-galaxy-m21-duos-64-gb-samsung-turkiye-garantili-1481543?magaza=samsungturkiye* URL uzantılı internet sitesinde yer alan “Samsung Galaxy M21Duos64GB” adlı ürünün 2.899,00 TL fiyat üzerinden %17 oranında indirim yapıldığı beyan edilerek 2.399,00 TL fiyat üzerinden satışa sunulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, firmanın “11.11 Yılın İndirim Şovu” isimliindirimli satış kampanyası kapsamında *https://www.n11.com/urun/samsung-galaxy-m21-duos-64-gb-samsung-turkiye-garantili-1481543?magaza=samsungturkiye* URL uzantılı internet sitesinde yer alan indirim oranın Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 14 üncü maddesinin (3) numaralı fıkrasında yer alan “Yapılan indirimin miktarı veya oranı hesaplanırken, indirimli fiyattan bir önceki fiyat esas alınır.” hükmü çerçevesinde bir önceki satış fiyatı olan 2.379,00 TL üzerinden hesaplandığında herhangi bir indirimli fiyat üzerinden satışın gerçekleşmediği ve bu şekilde tüketicilerin aldatılıp yanıltıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

Buna göre, reklam veren **DRK Aksesuar ve İletişim Hiz. Paz. 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.

**191)**

**Dosya No: 2021/393**

**Şikayet Edilen: Şaban ERÇETİN**

**Şikayet Edilen Reklam:** *www.n11.com*URL uzantılı internet sitesi üzerinden 11.11.2020 tarihinde düzenlenen“11.11 Yılın İndirim Şovu” isimliindirimli satış kampanyası kapsamında *https://urun.n11.com/ates-olcer/comedones-temassiz-ates-olcer-dijital-termometre-P443683263* URL uzantılı internet sitelerinde yapılantanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 11.11.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** *https://urun.n11.com/ates-olcer/comedones-temassiz-ates-olcer-dijital-termometre-P443683263* URL uzantılı internet sitesinde yer alan“Comedones Temassız Ateş Ölçer-Dijital Termometre” adlı ürünün 91,05 TL fiyat üzerinden %29 oranında indirim yapıldığı beyan edilerek 64,90 TL fiyat üzerinden satışa sunulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, firmanın “11.11 Yılın İndirim Şovu” isimliindirimli satış kampanyası kapsamında *https://urun.n11.com/ates-olcer/comedones-temassiz-ates-olcer-dijital-termometre-P443683263* URL uzantılı internet sitesinde yer alan indirim oranın Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 14 üncü maddesinin (3) numaralı fıkrasında yer alan “Yapılan indirimin miktarı veya oranı hesaplanırken, indirimli fiyattan bir önceki fiyat esas alınır.” hükmü çerçevesinde bir önceki satış fiyatı olan 81,05 TL üzerinden hesaplandığında %20 olarak beyan edilmesi gereken gerçek indirim oranını yansıtmadığı ve bu şekilde tüketicilerin aldatılıp yanıltıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

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

**192)**

**Dosya No: 2021/394**

**Şikayet Edilen: TME Bilişim Elekt. İlet. Loj. Gıda İnş. Kır. Med. Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *www.n11.com*URL uzantılı internet sitesi üzerinden 11.11.2020 tarihinde düzenlenen“11.11 Yılın İndirim Şovu” isimliindirimli satış kampanyası kapsamında *https://urun.n11.com/ates-olcer/temassiz-ates-olcer-vucut-ve-alindan-termometre-2-adet-pil-ile-P220013642* URL uzantılı internet sitelerinde yapılantanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 11.11.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** *https://urun.n11.com/ates-olcer/temassiz-ates-olcer-vucut-ve-alindan-termometre-2-adet-pil-ile-P220013642* URL uzantılı internet sitesinde yer “Temassız Ateş Ölçer Vücut ve Alından Termometre 2 Adet Pil İle” adlı ürünün 300,00 TL fiyat üzerinden %73 oranında indirim yapıldığı beyan edilerek 79,80 TL fiyat üzerinden satışa sunulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, firmanın “11.11 Yılın İndirim Şovu” isimliindirimli satış kampanyası kapsamında *https://urun.n11.com/ates-olcer/temassiz-ates-olcer-vucut-ve-alindan-termometre-2-adet-pil-ile-P220013642* URL uzantılı internet sitesinde yer alan indirim oranın Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 14 üncü maddesinin (3) numaralı fıkrasında yer alan “Yapılan indirimin miktarı veya oranı hesaplanırken, indirimli fiyattan bir önceki fiyat esas alınır.” hükmü çerçevesinde bir önceki satış fiyatı olan 81,05 TL üzerinden hesaplandığında %5 olarak beyan edilmesi gereken gerçek indirim oranını yansıtmadığı ve bu şekilde tüketicilerin aldatılıp yanıltıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

Buna göre, reklam veren **TME Bilişim Elekt. İlet. Loj. Gıda İnş. Kır. Med. Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**193)**

**Dosya No: 2020/5144**

**Şikayet Edilen: Amazon Turkey Perakende Hiz. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Gülümseten Cuma Haftası” başlıklı indirimli satış kampanyasına ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 20-27.11.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** “Gülümseten Cuma Haftası” başlıklı indirimli satış kampanyası kapsamında satışa sunulan ürünlerden "Seagate One Touch, 500 GB, Taşınabilir SSD Siyah" adlı ürünün indirim öncesi (üzeri çizili) fiyatının tanıtımlarda 1.141,08 TL olarak belirtildiği ve bu fiyat üzerinden %53 indirimli olarak 540 TL'ye satışa sunulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Dosya kapsamındaki bilgi ve belgeler ile reklam verenden alınan cevabi yazının incelenmesi neticesinde, ürünün daha önce 1.141,08 TL üzerinden satışa sunulduğunu, satıldığını ve aynı zamanda 1.141,08 TL'lik bu fiyatın 540 TL'lik indirimli fiyattan bir önceki fiyat olduğunu kanıtlamaya yarar bir belgenin sunulamadığının anlaşıldığı, bu nedenle "Seagate One Touch, 500 GB, Taşınabilir SSD Siyah" adlı ürüne ilişkin indirim öncesi fiyat bilgisinin tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

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

**194)**

**Dosya No: 2020/5056**

**Şikayet Edilen: Jasper İthalat İhracat İnş. Akaryakıt San. Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** "Efsane Kasım" başlıklı indirimli satış kampanyası kapsamında https://www.hepsiburada.com/xiaomi-mi-robot-vacuum-mop-pro-beyaz-akilli-robot-supurge-p-HBV00000SDB4B?magaza=EVKOLIK uzantılı URL adresinde yer alan “Xiaomi Mi Robot Vacuum Mop Pro” adlı ürüne yönelik yapılantanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 12.11.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.hepsiburada.com/xiaomi-mi-robot-vacuum-mop-pro-beyaz-akilli-robot-supurge-p-HBV00000SDB4B?magaza=EVKOLIKURL uzantılı internet sitesinde yer alan “Xiaomi Mi Robot Vacuum Mop Pro” adlı ürünün 4.999,00 TL fiyat üzerinden %32 oranında indirim yapıldığı beyan edilerek 3.379,00 TL fiyat ile satışa sunulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; reklam veren firma Jasper İthalat İhracat İnş. Akaryakıt San. Tic. Ltd. Şti’nin “Efsane Kasım” isimliindirimli satış kampanyası kapsamında “Xiaomi Mi Robot Vacuum Mop Pro” adlı ürüne ilişkin olarak uygulanan indirim kapsamında ürünün bir önceki satış fiyatına ilişkin kanıtlayıcı bilgilerin Bakanlığa 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, bahsi geçen hususların tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelik teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

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

**195)**

**Dosya No: 2020/5057**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** "Efsane Kasım" başlıklı indirimli satış kampanyası kapsamında www.hepsiburada.com adresli internet sitesine yönelik gerçekleştirilen tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 12.11.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.hepsiburada.com/xiaomi-mi-robot-vacuum-mop-pro-beyaz-akilli-robot-supurge-p-HBV00000SDB4B?magaza=EVKOL%C4%B0K URL uzantılı internet sitesinde yer alan “Xiaomi Mi Robot Vacuum Mop Pro” adlı ürünün 4.999,00 TL fiyat üzerinden %24 oranında indirim yapıldığı beyan edilerek 3.799,00 TL fiyat ile satışa sunulduğu ve "Xiaomi Mi Robot Vacuum Mop" adlı ürünün ise 3.695,00 TL fiyat üzerinden %32 oranında indirim yapıldığı ifade edilerek 2.498,90 TL fiyat ile satışa sunulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; reklam veren firma D-Market Elektronik Hizmetler ve Tic. A.Ş.’nin “Efsane Cuma” isimli indirimli satış kampanyası kapsamında “Xiaomi Mi Robot Vacuum Mop Pro” ve "Xiaomi Mi Robot Vacuum Mop" adlı ürünlere ilişkin olarak uygulanan indirim kapsamında ürünün bir önceki satış fiyatına ilişkin kanıtlayıcı bilgilerin Bakanlığa 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, bahsi geçen hususların tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelik teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

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

**196)**

**Dosya No: 2020/5058**

**Şikayet Edilen: Ekol Sanal Mağazacılık Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** "Efsane Cuma" başlıklı indirimli satış kampanyası kapsamında https://www.hepsiburada.com/xiaomi-yuksek-emisli-akilli-robot-supurge-mi-vacuum-cleaner-p-HBV00000GH8HV?magaza=Ekolfirsat uzantılı URL adresinde yer alan Xiaomi Yüksek Emiş Güçlü Akıllı Robot Süpürge-Mi Vacuum Cleaner adlı ürüne yönelik yapılan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 25.11.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.hepsiburada.com/xiaomi-yuksek-emisli-akilli-robot-supurge-mi-vacuum-cleaner-p-HBV00000GH8HV?magaza=Ekolfirsat URL uzantılı internet sitesinde yer alan “Xiaomi Yüksek Emiş Güçlü Akıllı Robot Süpürge-Mi Vacuum Cleaner” adlı ürünün 4.869,99 TL fiyat üzerinden %40 oranında indirim yapıldığı beyan edilerek 2.899,90 TL fiyat ile satışa sunulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; reklam veren firma Ekol Sanal Mağazacılık Tic. Ltd. Şti.’nin “Efsane Cuma” isimli indirimli satış kampanyası kapsamında “Xiaomi Yüksek Emiş Güçlü Akıllı Robot Süpürge-Mi Vacuum Cleaner”adlı ürüne ilişkin olarak uygulanan indirim çerçevesinde ürünün bir önceki satış fiyatına ilişkin kanıtlayıcı bilgilerin Bakanlığa 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, bahsi geçen hususların tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelik teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

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

**197)**

**Dosya No: 2020/5060**

**Şikayet Edilen: Azime Alev ÜRKÜT ALDEMİR**

**Şikayet Edilen Reklam:** "Efsane Cuma" başlıklı indirimli satış kampanyası kapsamında https://www.hepsiburada.com/lg-65nano816na-65-165-ekran-uydu-alicili-4k-ultra-hd-smart-led-tv-p-HBV00000VI8QM?magaza=alhemengelsin uzantılı URL adresinde yer alan LG 65NANO816NA 65" TV adlı ürüne yönelik yapılan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 25.11.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.hepsiburada.com/lg-65nano816na-65-165-ekran-uydu-alicili-4k-ultra-hd-smart-led-tv-p-HBV00000VI8QM?magaza=alhemengelsin URL uzantılı internet sitesinde yer alan “LG 65NANO816NA 65" TV” adlı ürünün 19.999,99 TL fiyat üzerinden %51 oranında indirim yapıldığı beyan edilerek 9.739,00 TL fiyat ile satışa sunulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; reklam veren firma Azime Alev ÜRKÜT ALDEMİR’in “Efsane Cuma” isimli indirimli satış kampanyası kapsamında “LG 65NANO816NA 65" TV” adlı ürüne ilişkin olarak uygulanan indirim çerçevesinde ürünün bir önceki satış fiyatına ilişkin kanıtlayıcı bilgilerin Bakanlığa 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, bahsi geçen hususların tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelik teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

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

**198)**

**Dosya No: 2020/5062**

**Şikayet Edilen: Güreller Avize Aksesuar Elektrikli Ev Aletleri İth. İhr. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** "Efsane Cuma" başlıklı indirimli satış kampanyası kapsamında https://www.hepsiburada.com/ adresli e-ticaret platformunda yer alan "LG OLED65B9SLA 164 Ekran Uydu Alıcılı 4K Ultra HD Smart OLED TV" adlı ürüne yönelik yapılan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 25.11.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.hepsiburada.com/ adresli e-ticaret platformunda yer alan “Güreller” adlı mağazada satışa sunulan "LG OLED65B9SLA 164 Ekran Uydu Alıcılı 4K Ultra HD Smart OLED TV" adlı ürünün 23.999,99 TL fiyat üzerinden %27 oranında indirim yapıldığı beyan edilerek 17.555,00 TL fiyat ile satışa sunulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; reklam veren firma Güreller Avize Aksesuar Elektrikli Ev Aletleri İth. İhr. Ltd. Şti.’nin “Efsane Cuma” isimli indirimli satış kampanyası kapsamında "LG OLED65B9SLA 164 Ekran Uydu Alıcılı 4K Ultra HD Smart OLED TV" adlı ürüne ilişkin olarak uygulanan indirim çerçevesinde ürünün bir önceki satış fiyatına ilişkin kanıtlayıcı bilgilerin Bakanlığa 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, bahsi geçen hususların tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelik teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre, reklam veren **Güreller Avize Aksesuar Elektrikli Ev Aletleri İth. İhr. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**199)**

**Dosya No: 2021/986**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmanın www.hepsiburada.com adresli e-ticaret sitesinde “Efsane Kasım” indirimleri kapsamında “Vestel Taze Filtre Kahve Makinesi” adlı ürüne yönelik gerçekleştirdiği tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 09.11.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Bahse konu “Efsane Kasım” indirimli satış kampanyalarına dair reklamları neticesinde, tüketicinin “Vestel Taze Filtre Kahve Makinesi” adlı ürünü sipariş ettiği; ancak ürün tanıtım sayfasında “hemen teslim” ibaresi bulunmasına rağmen ürünün yaklaşık on beş günlük zaman zarfında tüketiciye teslim edilmediği, tüketicinin müşteri hizmetleri ile yaptığı görüşmede ürünün temininde sorun yaşandığının ifade edildiği; diğer taraftan söz konusu indirimli satış kampanyasından birkaç gün sonra aynı ürünün aynı satıcı tarafından daha yüksek fiyatla satışa sunulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan görüşmeler ve değerlendirmeler sonucunda, “Hepsiburada” isimli satıcı tarafından anılan e-ticaret platformunda satışa sunulan “Vestel Taze Filtre Kahve Makinesi” adlı ürünün tedarik sorunu çözüldükten sonra mesafeli satışlara ilişkin ilgili yasal mevzuatta öngörülen süre içerisinde tüketiciye teslim edildiği anlaşıldığından, anılan reklamların 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61’inci maddesine **aykırı olmadığına** karar verilmiştir.

**200)**

**Dosya No: 2021/2140**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** "Süper Fiyat Süper Teklif" ve "Güzellik Günleri" adlı indirimli satış reklamları kapsamında www.hepsiburada.com adresli internet sitesine yönelik gerçekleştirilen tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 12.11.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.hepsiburada.com/ adresli e-ticaret sitesinde "Oral-B Pro 790 Şarj Edilebilir Diş Fırçası 2'li Avantaj Paketi" adlı ürünün 749,90 TL üzerinden yapılan indirimle 369,90 TL bedel ile satışa sunulduğu, "Philips S1121/41 Aqua Touch Tıraş Makinesi" adlı ürünün 469,90 TL üzerinden yapılan indirimle 199,90 TL bedel ile satışa sunulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; reklam veren firma D-Market Elektronik Hizmetler ve Tic. A.Ş.’nin "Süper Fiyat Süper Teklif" ve "Güzellik Günleri" isimli indirimli satış kampanyaları kapsamında “Oral-B Pro 790” ve "Philips 1121 Aqua Touch Tıraş Makinesi" adlı ürünlere ilişkin olarak uygulanan indirim kapsamında ürünün bir önceki satış fiyatına ilişkin kanıtlayıcı bilgilerin Bakanlığa 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, bahsi geçen hususların tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelik teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre, reklam veren **D-Market Elektronik Hizmetler ve Tic. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 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.

**201)**

**Dosya No: 2020/5063**

**Şikayet Edilen: Erkam Alışveriş Hizmetleri Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.trendyol.com isimli e-ticaret sitesinin 27.11.2020 tarihli görünümünde yer alan "Efsane Cuma" başlıklı indirimli satış kampanyası kapsamında satışa sunulan ürünlere ilişkin reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** Kasım2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: https://www.trendyol.com/urve/smart-flat-mop-temizlik-seti-p-34827160 uzantılı URL adresinde yer alan URVE Smart Flat Mop Temizlik Seti adlı ürünün %35 indirimli olduğu belirtilip; 331,77 TL şeklinde yazılan eski fiyatın üzeri çizilip 57,14 TL fiyattan satışa sunulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, anılan kampanya kapsamında indirime giren bu ürünlerden; URVE Smart Flat Mop Temizlik Seti adlı ürünün indirimsiz fiyattan satışının yapıldığını gösteren satış faturalarının sunulamadığı, anılan ürünün kampanya süresince geçerli olan indirimli fiyatından bir önceki fiyatının, reklamlarda üstü çizilerek belirtilen indirimsiz fiyattan farklı olduğunun tespit edildiği, bu itibarla, gerçekleştirilen indirimli satış kampanyasına ilişkin olarak bahsi geçen ürünün indirimden bir önceki fiyatı ile uygulanan indirim oranının gerçekliğine ilişkin kanıtlayıcı bilgilerin Bakanlığa sunulamadığı, dolayısıyla, inceleme konusu kampanya reklamlarında, *"Yapılan indirimin miktarı veya oranı hesaplanırken, indirimli fiyattan bir önceki fiyat esas alınır"* ve *"İndirimli satış reklamlarında, hangi mal veya hizmetlerin indirimli satışa konu edileceği veya ne kadar indirim uygulanacağı hususlarında anlam karışıklığına yol açarak tüketicileri yanıltabilecek veya gerçekte olduğundan daha fazla indirim uygulanıyormuş izlenimi oluşturacak ifade veya görüntülere yer verilemez."* şeklindeki yükümlülükler başta olmak üzere indirimli olarak satışa sunulan ürünün miktarı sınırlı ise bu miktarın açıklanması şeklindeki Reklam Mevzuatında indirimli satışlara ilişkin olarak belirlenen hükümlerin ihlal edildiği ve tüketicilerin yanıltıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-ç, 9/1, 9/5, 13/1, 14 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

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

**202)**

**Dosya No: 2021/440**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** *"Tüm ürünlerde %50 indirim + sepette %40 indirim...ilk alışverişe özel"* ana vaadine rağmen ufak puntolarla ve ana vaadin istisnasını oluşturacak nitelikte *"Maksimum indirim tutarı 50 TL'dir"* başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** Kasım2020, Şubat 2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, Mobil aplikasyon

**Tespitler**: Anılan sitede ve uygulamada; *"Tüm ürünlerde %50 indirim + sepette %40 indirim...ilk alışverişe özel"* ifadesinin ve "*Maksimum indirim tutarı 50 TL'dir*" ifadesinin yer aldığı sunulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, firmaya ait internet sitesi ve mobil uygulama üzerindeyer verilen *"Tüm ürünlerde %50 indirim + sepette %40 indirim...ilk alışverişe özel"* ana vaadine rağmen ufak puntolarla ve ana vaadin istisnasını oluşturacak nitelikte "*Maksimum indirim tutarı 50 TL'dir"* denilmek suretiyle *"Reklamlardaki alt yazı, durağan yazı veya dipnotta yer alan koşulların veya istisnaların, ana vaadin sağladığı avantajları tamamıyla ya da büyük ölçüde ortadan kaldıracak nitelikte olmaması ve ana vaatle uyumsuzluk içermemesi zorunludur."* hükmü ile aynı zamanda "*Reklamlarda yer alan alt yazı, durağan yazı ve dipnotlar; okunabilir ve algılanabilir hız ve büyüklükte olmalıdır."* hükmününihlal edildiği ve tüketicilerin yanıltıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-ç, 9/1, 9/5, 13/1, 14/1, 14/2, 18 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

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

**203)**

**Dosya No: 2021/2216**

**Şikayet Edilen: Deveyükü Dayanıklı Tüketim Malları Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** "Trendyol.com" isimli e-ticaret platformu üzerinden 9-12 Kasım tarihlerinde düzenlenen "9-12 Kasım Süper İndirim Günleri" başlıklı kampanya kapsamında "Deveyükü" isimli mağaza tarafından yapılan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 9-12 Kasım 2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: “*Philips BRI921/00 ıpl Tüy alma cihazı...% 44 indirim...~~4439 TL~~ 2449 TL..."* ifadelerine yer verilmek suretiyle başlangıç satış fiyatının mağaza tarafından 4439 TL olarak belirlendiği, bu fiyatın üzeri çizilmek suretiyle 2449 TL olarak yeniden satışa sunulduğu tespit edilmiştir.

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

**204)**

**Dosya No: 2021/2217**

**Şikayet Edilen: Ayze Giyim Tekstil Sanayi ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** "Trendyol.com" isimli e-ticaret platformu üzerinden 9-12 Kasım tarihlerinde düzenlenen "9-12 Kasım Süper İndirim Günleri" başlıklı kampanya kapsamında Happiness İst. (İstanbul)" isimli mağaza tarafından yapılan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 9-12 Kasım 2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: https://www.trendyol.com/happiness-ist--x-b108846 Kadın Lacivert Fermuarlı Kapüşonlu Polar Sweatshirt OX00006 isimli ürüne ilişkin olarak başlangıç satış fiyatının mağaza tarafından 115,45 TL olarak belirlendiği, bu fiyatın üzeri çizilmek suretiyle 57,73 TL olarak yeniden satışa sunulduğu tespit edilmiştir.

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

**205)**

**Dosya No: 2021/2218**

**Şikayet Edilen: Lara E-Ticaret Sanal Mağ. Bilişim Medikal Taahhüt İth. İhr. San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** "Trendyol.com" isimli e-ticaret platformu üzerinden 9-12 Kasım tarihlerinde düzenlenen "9-12 Kasım Süper İndirim Günleri" başlıklı kampanya kapsamında "Jilberto" isimli mağaza tarafından yapılan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 9-12 Kasım 2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: *"En kampanyalı...https://www.trendyol.com/limoya-x-b110042 Dahlia Beyaz Deri Kalın Tabanlı Spor Bot 29QUE55...Ayakkabıda Sepette %60 indirim..."* ifadesine yer verildiği ve *Dahlia Beyaz Deri Kalın Tabanlı Spor Bot 29QUE55* isimli ürüne ilişkin olarak başlangıç satış fiyatının mağaza tarafından 427,48 TL olarak belirlendiği, bu fiyatın üzeri çizilmek suretiyle 146,88 TL olarak yeniden fiyatlandırıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, *"En kampanyalı...https://www.trendyol.com/limoya-x-b110042 Dahlia Beyaz Deri Kalın Tabanlı Spor Bot 29QUE55...Ayakkabıda Sepette %60 indirim..."* ifadelerine yer verilmek suretiyle anılan kampanya kapsamında indirime giren bu ürünlerden; Limoya-Dahlia Beyaz Deri Kalın Tabanlı Spor Bot adlı ürünün indirimsiz fiyattan satışının yapıldığını gösteren satış faturalarının sunulamadığı, anılan ürünün kampanya süresince geçerli olan indirimli fiyatından bir önceki fiyatının, reklamlarda üstü çizilerek belirtilen indirimsiz fiyattan farklı olduğunun tespit edildiği, bu itibarla, gerçekleştirilen indirimli satış kampanyasına ilişkin olarak bahsi geçen ürünün indirimden bir önceki fiyatı ile uygulanan indirim oranının gerçekliğine ilişkin kanıtlayıcı bilgilerin Bakanlığa sunulamadığı, dolayısıyla, inceleme konusu kampanya reklamlarında, *"Yapılan indirimin miktarı veya oranı hesaplanırken, indirimli fiyattan bir önceki fiyat esas alınır"* ve *"İndirimli satış reklamlarında, hangi mal veya hizmetlerin indirimli satışa konu edileceği veya ne kadar indirim uygulanacağı hususlarında anlam karışıklığına yol açarak tüketicileri yanıltabilecek veya gerçekte olduğundan daha fazla indirim uygulanıyormuş izlenimi oluşturacak ifade veya görüntülere yer verilemez."* şeklindeki yükümlülükler başta olmak üzere indirimli olarak satışa sunulan ürünün miktarı sınırlı ise bu miktarın açıklanması şeklindeki Reklam Mevzuatında indirimli satışlara ilişkin olarak belirlenen hükümlerin ihlal edildiği ve tüketicilerin yanıltıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-ç, 9/1, 9/5, 13/1, 14 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

Buna göre, reklam veren **Lara E-Ticaret Sanal Mağ. Bilişim Medikal Taahhüt İth. İhr. San. ve Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**206)**

**Dosya No: 2021/2219**

**Şikayet Edilen: Tena Tekstil Ürünleri San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** "Trendyol.com" isimli e-ticaret platformu üzerinden 9-12 Kasım tarihlerinde düzenlenen "9-12 Kasım Süper İndirim Günleri" başlıklı kampanya kapsamında "Tena Tekstil"isimli mağaza tarafından yapılan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 9-12 Kasım 2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: *"Son fırsat erkek&kadın tekstil...Sepette %65 indirim..https://www.trendyol.com/tena-moda-x-b109209 Kadın Haki V Yaka Yanı Yırtmaçlı Tunik 9YBTNWE1062...~~88,21 TL~~ 26,24 TL..."* ifadelerine yer verildiğitespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, anılan kampanya kapsamında; *"Son fırsat erkek&kadın tekstil...Sepette %65 indirim..https://www.trendyol.com/tena-moda-x-b109209 Kadın Haki V Yaka Yanı Yırtmaçlı Tunik 9YBTNWE1062...~~88,21 TL~~ 26,24 TL..."* ifadelerine yer verilmek suretiyle indirime giren bu ürünlerden; *Kadın Haki V Yaka Yanı Yırtmaçlı Tunik* adlı ürünün indirimsiz fiyattan satışının yapıldığını gösteren satış faturalarının sunulamadığı, anılan ürünün kampanya süresince geçerli olan indirimli fiyatından bir önceki fiyatının, reklamlarda üstü çizilerek belirtilen indirimsiz fiyattan farklı olduğunun tespit edildiği, bu itibarla, gerçekleştirilen indirimli satış kampanyasına ilişkin olarak bahsi geçen ürünün indirimden bir önceki fiyatı ile uygulanan indirim oranının gerçekliğine ilişkin kanıtlayıcı bilgilerin Bakanlığa sunulamadığı, dolayısıyla, inceleme konusu kampanya reklamlarında, *"Yapılan indirimin miktarı veya oranı hesaplanırken, indirimli fiyattan bir önceki fiyat esas alınır"* ve *"İndirimli satış reklamlarında, hangi mal veya hizmetlerin indirimli satışa konu edileceği veya ne kadar indirim uygulanacağı hususlarında anlam karışıklığına yol açarak tüketicileri yanıltabilecek veya gerçekte olduğundan daha fazla indirim uygulanıyormuş izlenimi oluşturacak ifade veya görüntülere yer verilemez."* şeklindeki yükümlülükler başta olmak üzere indirimli olarak satışa sunulan ürünün miktarı sınırlı ise bu miktarın açıklanması şeklindeki Reklam Mevzuatında indirimli satışlara ilişkin olarak belirlenen hükümlerin ihlal edildiği ve tüketicilerin yanıltıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-ç, 9/1, 9/5, 13/1, 14 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

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

**207)**

**Dosya No: 2021/2220**

**Şikayet Edilen: Gültekin AKSOY**

**Şikayet Edilen Reklam:** "Trendyol.com" isimli e-ticaret platformu üzerinden 9-12 Kasım tarihlerinde düzenlenen "9-12 Kasım Süper İndirim Günleri" başlıklı kampanya kapsamında "the DIFFerent" isimli mağaza tarafından yapılan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 9-12 Kasım 2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: "Kadın beyaz yıldızlı pijama set" isimli ürüne ilişkin olarak başlangıç satış fiyatının mağaza tarafından 98.99 TL olarak belirlediği, bu fiyatın üzeri çizilmek suretiyle 68.99 TL olarak yeniden satışa sunulduğu tespit edilmiştir.

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

**208)**

**Dosya No: 2021/2221**

**Şikayet Edilen: Esmaeil Pouri MESRKANLOU**

**Şikayet Edilen Reklam:** "Trendyol.com" isimli e-ticaret platformu üzerinden 3-4-5 Şubat tarihlerinde düzenlenen "Büyük Şubat" başlıklı kampanya kapsamında "Heburda" isimli mağaza tarafından yapılan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 3-4-5 Şubat 2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: Söz konusu sitede; “*Miyosa airpods 1 2 uyumlu Minnie Mouse kılıfı...~~99 TL~~ 44.90 TL...%54 indirim..."* ifadelerine yer verildiğitespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, anılan kampanya kapsamında; *"Miyosa airpods 1 2 uyumlu Minnie Mouse kılıfı...~~99 TL~~ 44.90 TL...%54 indirim..."* ifadelerine yer verilmek suretiyle indirime giren ürünlerden; *Miyosa airpods 1 2 uyumlu Minnie Mouse kılıfı* adlı ürünün indirimsiz fiyattan satışının yapıldığını gösteren satış faturalarının sunulamadığı, anılan ürünün kampanya süresince geçerli olan indirimli fiyatından bir önceki fiyatının, reklamlarda üstü çizilerek belirtilen indirimsiz fiyattan farklı olduğunun tespit edildiği, bu itibarla, gerçekleştirilen indirimli satış kampanyasına ilişkin olarak bahsi geçen ürünün indirimden bir önceki fiyatı ile uygulanan indirim oranının gerçekliğine ilişkin kanıtlayıcı bilgilerin Bakanlığa sunulamadığı, dolayısıyla, inceleme konusu kampanya reklamlarında, *"Yapılan indirimin miktarı veya oranı hesaplanırken, indirimli fiyattan bir önceki fiyat esas alınır"* ve *"İndirimli satış reklamlarında, hangi mal veya hizmetlerin indirimli satışa konu edileceği veya ne kadar indirim uygulanacağı hususlarında anlam karışıklığına yol açarak tüketicileri yanıltabilecek veya gerçekte olduğundan daha fazla indirim uygulanıyormuş izlenimi oluşturacak ifade veya görüntülere yer verilemez."* şeklindeki yükümlülükler başta olmak üzere indirimli olarak satışa sunulan ürünün miktarı sınırlı ise bu miktarın açıklanması şeklindeki Reklam Mevzuatında indirimli satışlara ilişkin olarak belirlenen hükümlerin ihlal edildiği ve tüketicilerin yanıltıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-ç, 9/1, 9/5, 13/1, 14 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

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

**209)**

**Dosya No: 2021/2222**

**Şikayet Edilen: Mehmet Can DOĞAN**

**Şikayet Edilen Reklam:** "Trendyol.com" isimli e-ticaret platformu üzerinden 3-4-5 Şubat tarihlerinde düzenlenen "Büyük Şubat" başlıklı kampanya kapsamında "DOĞAN SAAT" isimli mağaza tarafından yapılan reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 3-4-5 Şubat 2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: Söz konusu sitede; *“Xiaomi Mijia Robot Vacuum Mop Pro Cleaner Robot Süpürge ve Paspas..~~6.999 TL~~ 2.791,80 TL...% 60 indirim..."*ifadelerine yer verildiğitespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, anılan kampanya kapsamında; *"Xiaomi Mijia Robot Vacuum Mop Pro Cleaner Robot Süpürge ve Paspas..~~6.999 TL~~ 2.791,80 TL...% 60 indirim..."* ifadelerine yer verilmek suretiyle indirime giren ürünlerden; *Xiaomi Mijia Robot Vacuum Mop Pro Cleaner Robot Süpürge ve Paspas* adlı ürünün indirimsiz fiyattan satışının yapıldığını gösteren satış faturalarının sunulamadığı, anılan ürünün kampanya süresince geçerli olan indirimli fiyatından bir önceki fiyatının, reklamlarda üstü çizilerek belirtilen indirimsiz fiyattan farklı olduğunun tespit edildiği, bu itibarla, gerçekleştirilen indirimli satış kampanyasına ilişkin olarak bahsi geçen ürünün indirimden bir önceki fiyatı ile uygulanan indirim oranının gerçekliğine ilişkin kanıtlayıcı bilgilerin Bakanlığa sunulamadığı, daha düşük fiyattan satıldığı iddiasına istinaden sunulan reklam örneğinin Bakanlık yazımızdan sonraki bir tarihe ait olduğu dolayısıyla, inceleme konusu kampanya reklamlarında, *"Yapılan indirimin miktarı veya oranı hesaplanırken, indirimli fiyattan bir önceki fiyat esas alınır"* ve *"İndirimli satış reklamlarında, hangi mal veya hizmetlerin indirimli satışa konu edileceği veya ne kadar indirim uygulanacağı hususlarında anlam karışıklığına yol açarak tüketicileri yanıltabilecek veya gerçekte olduğundan daha fazla indirim uygulanıyormuş izlenimi oluşturacak ifade veya görüntülere yer verilemez."* şeklindeki yükümlülükler başta olmak üzere indirimli olarak satışa sunulan ürünün miktarı sınırlı ise bu miktarın açıklanması şeklindeki Reklam Mevzuatında indirimli satışlara ilişkin olarak belirlenen hükümlerin ihlal edildiği ve tüketicilerin yanıltıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-ç, 9/1, 9/5, 13/1, 14 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

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

**210)**

**Dosya No: 2021/2223**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** "Trendyol.com" isimli e-ticaret platformu üzerinden 3-4-5 Şubat tarihlerinde düzenlenen "Büyük Şubat" başlıklı kampanya kapsamında "Karaca Züccaciye" isimli mağaza tarafından yapılan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 3-4-5 Şubat 2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: Söz konusu sitede; “*Karaca Gris Bio Granit 7 Parça Tencere Seti ..% 51 indirim...~~599.99 TL~~ 289 TL..."* ifadelerine yer verildiğitespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, anılan kampanya kapsamında; *"Karaca Gris Bio Granit 7 Parça Tencere Seti ..% 51 indirim...~~599.99 TL~~ 289 TL..."* ifadelerine yer verilmek suretiyle indirime giren ürünlerden; Karaca Gris Bio Granit 7 Parça Tencere Seti adlı ürünün indirimsiz fiyattan satışının yapıldığını gösteren satış faturalarının sunulamadığı, anılan ürünün kampanya süresince geçerli olan indirimli fiyatından bir önceki fiyatının, reklamlarda üstü çizilerek belirtilen indirimsiz fiyattan farklı olduğunun tespit edildiği, bu itibarla, gerçekleştirilen indirimli satış kampanyasına ilişkin olarak bahsi geçen ürünün indirimden bir önceki fiyatı ile uygulanan indirim oranının gerçekliğine ilişkin kanıtlayıcı bilgilerin Bakanlığa sunulamadığı, kasa satış fiyatları, log kayıtlarının yer aldığı excel tabloları ve sunulan fatura örneklerinde ilk satış fiyatı olarak belirtilen 599.99 TL'ye rastlanmadığı, dolayısıyla, inceleme konusu kampanya reklamlarında*, "Yapılan indirimin miktarı veya oranı hesaplanırken, indirimli fiyattan bir önceki fiyat esas alınır"* ve *"İndirimli satış reklamlarında, hangi mal veya hizmetlerin indirimli satışa konu edileceği veya ne kadar indirim uygulanacağı hususlarında anlam karışıklığına yol açarak tüketicileri yanıltabilecek veya gerçekte olduğundan daha fazla indirim uygulanıyormuş izlenimi oluşturacak ifade veya görüntülere yer verilemez."* şeklindeki yükümlülükler başta olmak üzere indirimli olarak satışa sunulan ürünün miktarı sınırlı ise bu miktarın açıklanması şeklindeki Reklam Mevzuatında indirimli satışlara ilişkin olarak belirlenen hükümlerin ihlal edildiği ve tüketicilerin yanıltıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-ç, 9/1, 9/5, 13/1, 14 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

Buna göre, reklam veren **Karaca Züccaciye Ticaret ve San. 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 cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**211)**

**Dosya No: 2021/2224**

**Şikayet Edilen: L B İç ve Dış Ticaret Kozmetik A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** "Trendyol.com" isimli e-ticaret platformu üzerinden 3-4-5 Şubat tarihlerinde düzenlenen "Büyük Şubat" başlıklı kampanya kapsamında "Luis Bien" isimli mağaza tarafından yapılan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 3-4-5 Şubat 2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: Söz konusu sitede; *"Luis Bien Diş Beyazlatma Seti 8681967480368...~~178 TL~~ 74.90 TL...Sepette ek % 5 indirim...71.16 TL"*ifadelerine yer verildiğitespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, anılan kampanya kapsamında; *"Luis Bien Diş Beyazlatma Seti 8681967480368...~~178 TL~~ 74.90 TL...Sepette ek % 5 indirim...71.16 TL"* ifadelerine yer verilmek suretiyle indirime giren ürünlerden; Luis Bien Diş Beyazlatma Seti adlı ürünün indirimsiz fiyattan satışının yapıldığını gösteren satış faturalarının sunulamadığı, anılan ürünün kampanya süresince geçerli olan indirimli fiyatından bir önceki fiyatının, reklamlarda üstü çizilerek belirtilen indirimsiz fiyattan farklı olduğunun tespit edildiği, bu itibarla, gerçekleştirilen indirimli satış kampanyasına ilişkin olarak bahsi geçen ürünün indirimden bir önceki fiyatı ile uygulanan indirim oranının gerçekliğine ilişkin kanıtlayıcı bilgilerin Bakanlığa sunulamadığı, dolayısıyla, inceleme konusu kampanya reklamlarında, *"Yapılan indirimin miktarı veya oranı hesaplanırken, indirimli fiyattan bir önceki fiyat esas alınır*" ve *"İndirimli satış reklamlarında, hangi mal veya hizmetlerin indirimli satışa konu edileceği veya ne kadar indirim uygulanacağı hususlarında anlam karışıklığına yol açarak tüketicileri yanıltabilecek veya gerçekte olduğundan daha fazla indirim uygulanıyormuş izlenimi oluşturacak ifade veya görüntülere yer verilemez."* şeklindeki yükümlülükler başta olmak üzere indirimli olarak satışa sunulan ürünün miktarı sınırlı ise bu miktarın açıklanması şeklindeki Reklam Mevzuatında indirimli satışlara ilişkin olarak belirlenen hükümlerin ihlal edildiğive tüketicilerin yanıltıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-ç, 9/1, 9/5, 13/1, 14 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

Buna göre, reklam veren **L B İç ve Dış Ticaret Kozmetik 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 cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**212)**

**Dosya No: 2021/2225**

**Şikayet Edilen: Suwen Tekstil Sanayi Pazarlama A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** "Trendyol.com" isimli e-ticaret platformu üzerinden 3-4-5 Şubat tarihlerinde düzenlenen "Büyük Şubat" başlıklı kampanya kapsamında "SUWEN" isimli mağaza tarafından yapılan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 3-4-5 Şubat 2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: Söz konusu sitede; “*Suwen Bella spor pijama takımı...~~249.90 TL~~ 64.99 TL...% 73 indirim"* ifadelerine yer verildiğitespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, anılan kampanya kapsamında; *"Suwen Bella spor pijama takımı...~~249.90 TL~~ 64.99 TL...% 73 indirim"* ifadelerine yer verilmek suretiyle indirime giren ürünlerden; *Suwen Bella spor pijama takımı* adlı ürünün indirimsiz fiyattan satışının yapıldığını gösteren satış faturalarının sunulamadığı, anılan ürünün kampanya süresince geçerli olan indirimli fiyatından bir önceki fiyatının, reklamlarda üstü çizilerek belirtilen indirimsiz fiyattan farklı olduğunun tespit edildiği, bu itibarla, gerçekleştirilen indirimli satış kampanyasına ilişkin olarak bahsi geçen ürünün indirimden bir önceki fiyatı ile uygulanan indirim oranının gerçekliğine ilişkin kanıtlayıcı bilgilerin Bakanlığa sunulamadığı, dolayısıyla, inceleme konusu kampanya reklamlarında, *"Yapılan indirimin miktarı veya oranı hesaplanırken, indirimli fiyattan bir önceki fiyat esas alınır"* ve *"İndirimli satış reklamlarında, hangi mal veya hizmetlerin indirimli satışa konu edileceği veya ne kadar indirim uygulanacağı hususlarında anlam karışıklığına yol açarak tüketicileri yanıltabilecek veya gerçekte olduğundan daha fazla indirim uygulanıyormuş izlenimi oluşturacak ifade veya görüntülere yer verilemez."* şeklindeki yükümlülükler başta olmak üzere indirimli olarak satışa sunulan ürünün miktarı sınırlı ise bu miktarın açıklanması şeklindeki Reklam Mevzuatında indirimli satışlara ilişkin olarak belirlenen hükümlerin ihlal edildiği ve tüketicilerin yanıltıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-ç, 9/1, 9/5, 13/1, 14 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

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

**213)**

**Dosya No: 2021/2226**

**Şikayet Edilen: Aksa Kozmetik ve Estetik San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** "Trendyol.com" isimli e-ticaret platformu üzerinden 3-4-5 Şubat tarihlerinde düzenlenen "Büyük Şubat" başlıklı kampanya kapsamında "YMR MEDİKAL & ESTETİK” isimli mağaza tarafından yapılan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 3-4-5 Şubat 2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: Söz konusu sitede; “*Dr. Pen Ultima A1 Dermapen ve Kalıcı Makyaj Cihazı Dermaroller Cihazı..% 41 indirim...~~1200 TL~~ 699 TL.."* ifadelerine yer verildiğitespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, anılan kampanya kapsamında; *"Dr. Pen Ultima A1 Dermapen ve Kalıcı Makyaj Cihazı Dermaroller Cihazı..% 41 indirim...~~1200 TL~~ 699 TL..."* ifadelerine yer verilmek suretiyle indirime giren ürünlerden; *Dermaroller Cihazı* adlı ürünün indirimsiz fiyattan satışının yapıldığını gösteren satış faturalarının sunulamadığı, anılan ürünün kampanya süresince geçerli olan indirimli fiyatından bir önceki fiyatının, reklamlarda üstü çizilerek belirtilen indirimsiz fiyattan farklı olduğunun tespit edildiği, bu itibarla, gerçekleştirilen indirimli satış kampanyasına ilişkin olarak bahsi geçen ürünün indirimden bir önceki fiyatı ile uygulanan indirim oranının gerçekliğine ilişkin kanıtlayıcı bilgilerin Bakanlığa sunulamadığı, dolayısıyla, inceleme konusu kampanya reklamlarında, *"Yapılan indirimin miktarı veya oranı hesaplanırken, indirimli fiyattan bir önceki fiyat esas alınır"* ve *"İndirimli satış reklamlarında, hangi mal veya hizmetlerin indirimli satışa konu edileceği veya ne kadar indirim uygulanacağı hususlarında anlam karışıklığına yol açarak tüketicileri yanıltabilecek veya gerçekte olduğundan daha fazla indirim uygulanıyormuş izlenimi oluşturacak ifade veya görüntülere yer verilemez."* şeklindeki yükümlülükler başta olmak üzere indirimli olarak satışa sunulan ürünün miktarı sınırlı ise bu miktarın açıklanması şeklindeki Reklam Mevzuatında indirimli satışlara ilişkin olarak belirlenen hükümlerin ihlal edildiği ve tüketicilerin yanıltıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-ç, 9/1, 9/5, 13/1, 14 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

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

**4. Diğer Konuların Konuşulması**

**4.1)**

**1)Dosya No: 2019/12995**

Reklam Kurulu’nun 12.02.2019 tarih ve 281 sayılı sayılı toplantısında alınan idari para ve anılan reklamları durdurma cezası kararına karşı yapılan itiraz başvurusunun değerlendirilmesi neticesinde; anılan haksız ticari uygulama ilgili olarak Köprülü Kollektif Şti. Hayrettin Kılıç ve Ortağı adına tesis edilmiş olan idari para ve reklamları durdurma cezalarının, söz konusu ceza tebligatlarının sehven firmanın eski ortağı olan 1\*\*\*\*\*\*\* Tc Kimlik numaralı Hasan Ali Köprülü adına düzenlenmiş olduğu, firmanın vergi numarasının 5\*\*\*\*\*\*\* olduğunun tespit edilmiş olması nedeniyle geri alınarak, bahsi geçen **8.546-TL (Sekizbinbeşyüzkırkaltı Türk Lirası) idari para ve durdurma cezalarının** 5\*\*\*\*\*\* vergi numarası ile **Köprülü Kollektif Şti. Hayrettin Kılıç ve Ortağı** adına tesis edilmesine karar verilmiştir.

**2) Dosya No: 2020/3416**

Genesis Telekomünikasyon ve İnternet Hizmeleri-Bayram Ali GÖNÜLTAŞ hakkında https://www.facebook.com/102378668208169/posts/111116324001070?d=n https://muhbirhaber.online/anasayfa/index2.php https://muhbirhaber.online/anasayfa/site.php isimli URL adresleri internet sayfalarında yer alan Dr. Phytofarma Kekreyemiş Tozu ürün tanıtımları nedeniyle 308 sayılı toplantıda verilen anılan reklamları durdurma cezası uygulanması kararına ilişkin itirazın görüşülmesi neticesinde, ***itirazın reddine*** karar verilmiştir.

**3) Dosya No:2020/5248**

Bakırköy Pırlanta Güzellik Hizm. Tic. Ltd. Şti.’ne ait İnstagram isimli sosyal medya mecrasında "pirlantabakirkoy" hesabıyla yayımlanan tanıtımların ilgili mevzuata aykırı olduğu gerekçesiyle, Reklam Kurulu’nun 4/5/2021 tarihli ve 309 sayılı toplantısında, anılan firma 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 verilmesi kararına ilişkin olarak reklam veren firma tarafından yapılan itirazın görüşülmesi ve değerlendirilmesi neticesinde, söz konusu **itirazın reddine**  karar verilmiştir.

**4) Dosya No: 2021/1753**

**Nutral Terapi Besinsel Tedavi Araştırma Geliştirme San. ve Tic. Ltd. Şti.** isimli firmaya ait 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 hakkında Reklam Kurulu’nun 08.06.2021 tarih ve 310 sayılı toplantısında bahsi geçen firma hakkında verilen **114.326-TL (Yüzondörtbinüçyüzyirmialtı Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları kararına ilişkin olarak**, reklam veren firma tarafından yapılan itirazın görüşülmesi neticesinde, söz konusu idari işlemin geri alınmasını gerektirecek herhangi bir hususun bulunmadığı kanaatine varıldığından **itirazın reddine**  karar verilmiştir.

**5) Dosya No: 2021/1479**

**Sbs Bilimsel Bio Çözümler San. Ve Tic. A.Ş.’**ye ait, Bee'o Propolis Damla markalı/isimli ürüne ilişkin olarak muhtelif mecralarda yayınlanan “... **nardan seksen kat daha güçlüdür**…” iddialarını içeren reklam ve tanıtımlar ile ilgili olarak, Reklam Kurulunun 4/5/2021 tarihli ve 309 sayılı toplantısında verilen "a**nılan reklamların durdurulması**" yönündeki idari cezaya karşı reklam veren firma tarafından yapılan itirazın görüşülmesi ve değerlendirilmesi neticesinde, daha önce tesis edilen idari işlemin kaldırılmasını gerektirecek bir durum olmadığından **itirazın reddine** karar verilmiştir.

**6)**

**Dosya No: 2021/46**

Sbs Bilimsel Bio Çözümler Sanayi ve Ticaret A.Ş.’ye ait "Ham Bal" ürünlerine yönelik https://www.beeo.com.tr/ adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar hakkında 04.05.2021 tarihli ve 309 sayılı toplantıda verilen anılan reklamları durdurma cezası uygulanması kararına ilişkin itirazın görüşülmesi neticesinde, ***itirazın reddine*** karar verilmiştir.

**7)**

**Dosya No: 2021/2288**

**Şikayet Edilen: Kayalar Grup Enerji İçecek. İth. İhr. San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** http://www.ak47cukur.com/ adlı internet sitesinde “AK47 Çukur Ginseng, AK47 Çukur Energy Drink, AK47 Luxury Energy Drink ve Power Boul” adlı enerji içeceklerine ilişkin reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** Temmuz 2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: AK47 Çukur Energy Drink adlı ürünün tanıtımında “Sağlığın Enerjisi/Sağlığın ve Enerjinin İçeceği”, AK47 Çukur Ginseng adlı ürünün “Cinsellikte Ginseng” başlığı altında “Erkek Üreme Sistemini Güçlendirici Etkisi Vardır. Erektil Fonksiyon Bozukluğunda Etkili Olduğu Saptanmıştır.”, “Tıpta Ginseng” başlığı altında “*Ginseng özellikle koruyucu ve destekleyici tıp alanında yüzyıllardır kullanılmaktadır. Yaşam süresini artırdığı, yaşlılık semptomlarında destekleyici olduğu bilinmektedir. Karaciğer üzerinde koruyucu etkileri olduğu gözlenmiştir.*”, “Antioksidan” başlığı altında “*Bağışıklık sistemini güçlendirmeye yönelik kullanılmaktadır. Yorgunluk, bitkinlik, konsantrasyon bozukluğu gibi durumlarda kullanılabilir. Egzersiz sürelerini uzatmada etkilidir*.” ve “Adaptojen Ginseng” başlığı altında “*Ginseng kişinin biyolojik, kimyasal ya da fiziksel strese karşı uyum sağlamasını sağlayan, direncini artıran, mental ve fiziksel çalışma kapasitesini yükselten bu tip bitkiler “adaptasyon” olarak bilinir. Ginseng önemli bir adaptojenlerdendir*.”, AK47 Luxury Energy Drink adlı ürünün tanıtımında “*AK-47 enerji içeceği tüm dünyada sporcular, öğrenciler, yorucu mesleklerde çalışanlar ve uzun yol sürücülerinin en iyi dostudur./Güç&Enerji/Sağlığın ve Enerjinin İçeceği/Gücün ve enerjinin harmanlandığı %100 gerçek enerji içeceğidir*.” ve Power Boul adlı ürünün tanıtımında “*Sınırsız enerji*” ifadelerine yer verildiği, inceleme konusu reklamlarda yer alan ve yukarıda belirtilen “*sağlığın enerjisi, üreme sistemini güçlendirici etki, erektil fonksiyon bozukluğunda etkili, yaşam süresini artırma, yaşlılık semptomlarını destekleme, karaciğeri koruma, bağışıklık sistemini güçlendirme, yorgunluk, bitkinlik, konsantrasyon bozukluğu gibi durumlarda kullanma*” gibi ifadelerin tanıtımı yapılan ürünleri sağlıkla ilişkilendiren sağlık beyanları olduğu, öte yandan, firmaya ait enerji içeceği niteliğindeki ürün markasının bir piyade tüfeği olan “AK47” ile benzerlik içerdiği, ürün adında “Çukur” ifadesine yer verildiği ve ürün üzerinde ise dikey biçimde yer verilen “<<...>>” işaretinin ağırlıklı olarak şiddet ve korku unsurları içeren “Çukur” adlı bir televizyon dizisinde kullanıldığı belirlenmiş edilmiş olup söz konusu tanıtımların tüketiciler nezdinde kamu düzenini bozucu, şiddet hareketleri ile yasadışı veya kınanacak davranışlara yol açan, göz yuman, bu davranışları özendiren veya destekleyen unsurlar içerdiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, AK47 Çukur Energy Drink adlı ürünün tanıtımında “Sağlığın Enerjisi/Sağlığın ve Enerjinin İçeceği”, AK47 Çukur Ginseng adlı ürünün “Cinsellikte Ginseng” başlığı altında “Erkek Üreme Sistemini Güçlendirici Etkisi Vardır. Erektil Fonksiyon Bozukluğunda Etkili Olduğu Saptanmıştır.”, “Tıpta Ginseng” başlığı altında “Ginseng özellikle koruyucu ve destekleyici tıp alanında yüzyıllardır kullanılmaktadır. Yaşam süresini artırdığı, yaşlılık semptomlarında destekleyici olduğu bilinmektedir. Karaciğer üzerinde koruyucu etkileri olduğu gözlenmiştir.”, “Antioksidan” başlığı altında “Bağışıklık sistemini güçlendirmeye yönelik kullanılmaktadır. Yorgunluk, bitkinlik, konsantrasyon bozukluğu gibi durumlarda kullanılabilir. Egzersiz sürelerini uzatmada etkilidir.” ve “Adaptojen Ginseng” başlığı altında “Ginseng kişinin biyolojik, kimyasal ya da fiziksel strese karşı uyum sağlamasını sağlayan, direncini artıran, mental ve fiziksel çalışma kapasitesini yükselten bu tip bitkiler “adaptasyon” olarak bilinir. Ginseng önemli bir adaptojenlerdendir.”, AK47 Luxury Energy Drink adlı ürünün tanıtımında “AK-47 enerji içeceği tüm dünyada sporcular, öğrenciler, yorucu mesleklerde çalışanlar ve uzun yol sürücülerinin en iyi dostudur./Güç&Enerji/Sağlığın ve Enerjinin İçeceği/Gücün ve enerjinin harmanlandığı %100 gerçek enerji içeceğidir.” ve Power Boul adlı ürünün tanıtımında “Sınırsız enerji” ifadelerine yer verildiği; inceleme konusu reklamlarda yer alan ve yukarıda belirtilen “sağlığın enerjisi, üreme sistemini güçlendirici etki, erektil fonksiyon bozukluğunda etkili, yaşam süresini artırma, yaşlılık semptomlarını destekleme, karaciğeri koruma, bağışıklık sistemini güçlendirme, yorgunluk, bitkinlik, konsantrasyon bozukluğu gibi durumlarda kullanma” gibi ifadelerin tanıtımı yapılan ürünleri sağlıkla ilişkilendiren sağlık beyanları olduğu, firma ürünlerinin kullanımıyla insan sağlığı üzerinde belirtilen etkilerin gerçekleşeceği mesajının verildiği, böylece söz konusu ürünlerin sanki bir ilaç veya bir beşeri tıbbi ürün gibi tanıtıldığı, 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, firmaya ait enerji içeceği niteliğindeki ürün markasının bir piyade tüfeği olan “AK47” ile benzerlik içerdiği, ürün adında “Çukur” ifadesine yer verildiği ve ürün üzerinde ise dikey biçimde yer verilen “<<...>>” işaretinin ağırlıklı olarak şiddet ve korku unsurları içeren “Çukur” adlı bir televizyon dizisinde kullanıldığı tespit edilmiş olup söz konusu tanıtımların tüketiciler nezdinde kamu düzenini bozucu, şiddet hareketleri ile yasadışı veya kınanacak davranışlara yol açan, göz yuman, bu davranışları özendiren veya destekleyen unsurlar içerdiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

- Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği’nin 5/1, 5/2-a, 5/2-b ve 5/2-c maddeleri,

- Türk Gıda Kodeksi Enerji İçecekleri Tebliği’nin (2017/4)12/1-b ve 13/1’inci maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

Buna göre, reklam veren **Kayalar Grup Enerji İçecek. İth. İhr. San. ve Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **3 (üç) ay süreyle tedbiren durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.