**T.C.**

**TİCARET BAKANLIĞI**

**Reklam Kurulu Başkanlığı**

**BASIN BÜLTENİ**

**Toplantı Tarihi :** 10 Ağustos 2021

**Toplantı Sayısı :** 312

**İLETİŞİM HİZMETLERİ**

**1)**

**Dosya No: 2021/1021**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** www.turktelekom.com.tr adresli internet sitesinde yayınlanan "Her Yöne Konuşma Kampanyası"başlıklı reklamlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: www.turktelekom.com.tr adresli internet sitesinde 2021 yılında yayınlanan "Her Yöne Konuşma Kampanyası"başlıklı reklamlarda *"Haftada 1 saat ücretsiz konuşma. Her Yöne Konuşma Kampanyası ile her hafta doyasıya ücretsiz konuşma zamanı, şimdi senin zamanın!"* ifadelerinin yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, www.turktelekom.com.tr adresli internet sitesinde 2021 yılında yayınlanan "Her Yöne Konuşma Kampanyası"başlıklı reklamlarda *"Haftada 1 saat ücretsiz konuşma. Her Yöne Konuşma Kampanyası ile her hafta doyasıya ücretsiz konuşma zamanı, şimdi senin zamanın!"* ifadelerinin yer aldığı,

Diğer taraftan, Türk Telekom Grubu adına mobil hat operatörü olarak hizmet sunan TT Mobil İletişim Hiz. A.Ş. unvanlı firmadan hizmet alarak söz konusu kampanyadan Ocak 2021 ayında faydalanmak isteyen başvuru sahibi tüketicinin BTK aracılığıyla iletilen şikayetine *"Sayın \*\*\*\*\*, Şirketimize ulaşan bildiriminize ilişkin gerekli incelemeler yapılmış ve inceleme sonucu aşağıda bilgilerinize sunulmuştur. 05\*\* \*\*\* \*\* \*\* numaralı hattınız Mobil Her Yöne tarifesiyle kullanılmaktadır. Her Yöne Konuşma Kampanyasının 31.12.2018 tarihinde sona erdiği tespit edilmiştir. Şirketimizce müşterilerimizin talep ve kullanımlarına yönelik çeşitli tarife, kampanya ve avantajlı paketler düzenlenmektedir. Kullanım alışkanlıklarınız doğrultusunda yararlanabileceğiniz kampanyalarımıza ilişkin bilgi almak için, şirketimizin resmi internet sitesi olan www.turktelekom.com.tr adresini ziyaret edebilirsiniz. 30.01.2021 tarihinde yapılan görüşmede tarafınıza detaylı bilgi verilmiştir. Bilginize sunarız."* şeklinde dönüş yapılarak anılan kampanyanın 31.12.2018 tarihinde sona erdiği bilgisinin verildiği,

Bu sebeple, reklam veren firmaya ait hizmeti söz konusu kampanyadan faydalanmak üzere satın alan tüketicinin yanıltılarak mağdur edildiği ve 31.12.2018 tarihinde geçerlilik süresi dolmuş kampanya tanıtımlarına www.turktelekom.com.tr adresli internet sitesinde 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.

**2)**

**Dosya No: 2021/1076**

**Şikayet Edilen: Bahriye Keriman GÜRSES**

**Şikayet Edilen Reklam/HTU:** 0850 484 17 91 ve 0850 484 17 54numaralı hatlar aracılığıyla gerçekleştirilen ticari uygulamalar.

**Reklam/HTU Yayın Tarihi:** 2021

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

**Tespitler**: 0850 484 17 91 ve 0850 484 17 54 numaralı telefon hatlardan muhtelif tüketicilerin TTNET A.Ş. adına aranarak mevcut internet taahhütleri devam ettiği halde tüketicilere daha avantajlı sözleşmeler hakkında bilgi verilmek istendiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, 0850 484 17 91 ve 0850 484 17 54 numaralı telefon hatlarından muhtelif tüketicilerin arandığı ve bu aralamalarda TTNET A.Ş. adına arama yapıldığı belirtilerek mevcut internet taahhütleri devam ettiği halde tüketicilere daha avantajlı sözleşmeler hakkında bilgi verilmek istendiği,

Diğer taraftan "Türk Telekom" ortak markasını kullanan TTNET A.Ş. ile herhangi bir bağı bulunmadığı gerçeği altında ticari uygulamada bulunan şahıs tarafından Türk Telekom firmasının itibarından haksız biçimde yararlanıldığı ve Türk Telekom ismi ile şahsı lehine haksız kazanç elde edildiği, bu durumun haksız rekabete yol açtığı, ayrıca, bahsi geçen aramaların dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği ve tüketicilerin normal şartlar altında taraf olmayacağı bir işleme taraf olmasına yol açan aldatıcı bir ihtimal doğurması gerekçesiyle haksız ticari uygulama niteliğinde olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu ticari uygulamaların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

Buna göre, ticari uygulamada bulunan **Bahriye Keriman GÜRSES** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/13 üncü maddeleri uyarınca **11.429-TL. (Onbirbindörtyüzyirmidokuz Türk Lirası) idari para ve anılan ticari uygulamaları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**3)**

**Dosya No: 2021/1323**

**Şikayet Edilen: Mustafa ALICI**

**Şikayet Edilen Reklam/HTU:** 0850 480 08 32 ve 0850 484 12 40 numaralı hatlar aracılığıyla gerçekleştirilen ticari uygulamalar.

**Reklam/HTU Yayın Tarihi:** 2021

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

**Tespitler**: 0850 480 08 32 ve 0850 484 12 40 numaralı telefon hatlarından muhtelif sayıda tüketicinin Türk Telekom adına arandığı ve bu aramalarda "Türk Telekom" hizmetlerine yönelik tanıtımlar yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, 0850 480 08 32 ve 0850 484 12 40numaralı telefon hatlarından muhtelif sayıda tüketicinin Türk Telekom adına arandığı ve bu aramalarda "Türk Telekom" hizmetlerine yönelik tanıtımlar yapıldığı, ancak "Türk Telekom" ortak markası ile herhangi bir bağı bulunmadığı gerçeği altında ticari uygulamada bulunan şahıs tarafından Türk Telekom firmasının itibarından haksız biçimde yararlanıldığı ve Türk Telekom ismi ile şahsı lehine haksız kazanç elde edildiği ve bu durumun haksız rekabete yol açtığı,

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

Dolayısıyla inceleme konusu ticari uygulamaların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

Buna göre, ticari uygulamada bulunan **Mustafa ALICI** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/13 üncü maddeleri uyarınca **11.429-TL. (Onbirbindörtyüzyirmidokuz Türk Lirası) idari para ve anılan ticari uygulamaları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**4)**

**Dosya No: 2021/1672**

**Şikayet Edilen: Millenicom Telekomünikasyon Hiz. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.milleni.com.tr adresli internet sitesinde yayınlanan "Evde İnternet Paketleri ve Kampanyaları - Taahhütsüz" başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: www.milleni.com.tr adresli internet sitesinde yayınlanan taahhütsüz kampanyaların indirimsiz fiyatlarına ilişkin gerçekleştirilen tanıtımlarda *“En çok tercih edilen tarifelerimiz. 109,90 TL Taahhütsüz Fiber 100 Kampanyası (...) İncele, 84,90 TL Taahhütsüz Fiber 35 Kampanyası (...) İncele, 79,90 TL Taahhütsüz Fiber 16 Kampanyası (...) İncele."* ifadelerine yer verildiği, ayrıca aynı internet sitesinin devamında yer alan "Kampanya Koşulları" kısmında Fiber 100 Kampanyası için *"İnternet Hizmet Bedelinin Kampanyasız Ücreti yalın erişimli 250 TL, PSTN erişimli 235 TL'dir."* veFiber 35 ile 16 Kampanyaları için *"İnternet Hizmet Bedelinin Kampanyasız Ücreti yalın erişimli 240 TL, PSTN erişimli 225 TL'dir”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, 5809 sayılı Elektronik Haberleşme Kanunu'nun "Tarifelerin düzenlenmesi" başlıklı 13 üncü maddesinin ikinci fıkrasının (a) bendinde yer alan *"İşletmeciler, uygulayacakları tarifeleri, ilgili mevzuat ve Kurum düzenlemelerine aykırı olmayacak şekilde serbestçe belirlerler.”* hükmü uyarınca, anılan tanıtımlarda yer verilen ve taahhütsüz tarife kampanyaları dahilinde olmayan indirimsiz fiyatların, reklam veren firma tarafından söz konusu reklamlarda olduğu haliyle belirlenmesinde bir sakınca bulunmadığı anlaşılmıştır.

Diğer taraftan, reklam veren firma tarafından anılan kampanya fiyatlarına ilişkin değişikliğin tüketicilere önceki dönem faturalarında bildirdiği tespit edilmiştir. Taahhütsüz olarak sunulan kampanyalı tarifelerin ne kadar süreyle kullanımda kalacağına ilişkin ise ilgili mevzuat çerçevesinde reklam veren firmaya ait bir bilgilendirme yükümlüğünün bulunmadığı anlaşıldığından anılan reklamların tüketicileri yanıltıcı nitelikte olmadığı değerlendirilmiş olup 6502 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’a ve ilgili Yönetmeliğe **aykırı olmadığına** karar verilmiştir.

**5)**

**Dosya No: 2021/1949**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** www.digiturk.com.tr adresli internet sitesinde yayınlanan “Digitürk Film ve Dizi Paketi”kampanyasına ilişkin tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: www.digiturk.com.tr adresli internet sitesinde yayınlanan “Digitürk Film ve Dizi Paketi” kampanyasına ilişkin tanıtımlarda; *"Digitürk Film ve Dizi Paketi Oscar'lı filmler, ödüllü diziler bu sene de Digitürk'te! 12 ay, ayda 59 TL!"* ifadelerinin yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, www.digiturk.com.tr adresli internet sitesinde yayınlanan “Digitürk Film ve Dizi Paketi”kampanyasına ilişkin tanıtımlarda; *"Digitürk Film ve Dizi Paketi Oscar'lı filmler, ödüllü diziler bu sene de Digitürk'te! 12 ay, ayda 59 TL!"* ifadelerinin yer aldığı, ancak söz konusu kampanyanın yalnızca yeni abonelere yönelik olduğu ve bu duruma ilişkin bilgiye anılan tanıtımlarda yer verilmediği, dolayısıyla ana vaade istisna oluşturan durumlara bahsi geçen reklamlardaki "Kampanya Bilgileri" kısmında yer verilmeyerek tüketicilerin eksik bilgilendirildiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

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

**6)**

**Dosya No: 2021/2267**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** “Cayma Bedeli Bizden Fiber'e Geçmesi Sizden”başlıklı reklamların yer aldığı afişler.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: “Cayma Bedeli Bizden Fiber'e Geçmesi Sizden” başlıklı reklamların yer aldığı afişlerde *“Fiber altyapı aktif hale gelmiştir. Cayma bedeli bizden, fibere geçmesi sizden. Binanıza özel teklifleriniz için bizi arayın. Adil kullanım kotası yok. 600 TL cayma bedeli karşılanır. Sabit telefona gerek yok. Modem, TV kurulum ücretsiz. Hızlı başvuru için Yasin Sevindik, Müdür Yardımcısı (...)”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, “Cayma Bedeli Bizden Fiber'e Geçmesi Sizden” başlıklı reklamların yer aldığı afişlerde vaat edilen fiber internet hizmetinin hangi lokasyonlarda geçerli olduğu bilgisi ile tüketicilerin 600 TL tutarına kadar olan cayma bedeli ödemesinden hangi koşullar dahilinde faydalandırılacağı bilgisine ilişkin bahsi geçen afişlerde iletişim adresi ve telefon numarası aracılığıyla yönlendirmede bulunulduğu anlaşılmıştır. Diğer taraftan, tanıtımlara ilişkin istisnaların reklamlarda sunulan ana vaat ile uyumsuzluk oluşturmadığı ve tüketicileri yanıltıcı nitelikte olmadığı değerlendirilmiş olup 6502 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’a ve ilgili Yönetmeliğe **aykırı olmadığına** karar verilmiştir.

**7)**

**Dosya No: 2021/2283**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** "Vodefone yanımda" uygulamasında yer alan ifadeler ve görseller,

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, mobil uygulama

**Tespitler**: Vodafone Yanımda Uygulamasında; *“50 TL yükle 3 GB kazan. Hediyenizi 7 gün boyunca kullanabilirsiniz.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, şikayet sahibi tüketici tarafından Vodafone Yanımda Uygulaması'ndan 50 TL ve üstü yüklemelerde haftalık 3gb internet kazanacağı hususunda teklif aldığı, yüklemeyi yaptığı halde bahsedilen internetin hattına tanımlanmadığı, firma tarafından Bakanlık yazısı üzerine 3 gb hediyenin hat sahibine tanımlandığı, nitekim "*(1) Kanunun 61 inci ve 62 nci maddeleri ile bu Yönetmeliğe uygun olmayan reklamın veya ticari uygulamanın daha sonra düzeltilmesi veya telafi edilmesi reklam verenin veya ticari uygulamada bulunanın tespit edilen aykırılığa ilişkin sorumluluğunu ortadan kaldırmaz."*  hükmü gereği reklamın daha sonra düzeltilmesi veya telafi edilmesinin firmaya ait sorumluluğu ortadan kaldırmayacağı, dolayısıyla söz konusu uygulamanın haksız, tekliflere ilişkin reklamların tüketicileri yanıltıcı olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5, 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 **Vodafone Telekomünikasyon A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**8)**

**Dosya No: 2021/3681**

**Şikayet Edilen: Smyrna Bilişim San. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam/HTU:** Firma yetkilisi (bayi-müşteri temsilcileri) tarafından tüketicilere yapılan ticari uygulama niteliğindeki haksız aramalar.

**Reklam/HTU Yayın Tarihi:** 2019

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

**Tespitler**: Başvuruda bulunan tarafından eklenen internet görsellerinde 0850 480 77 98 ve 0212 945 96 30 numaralı telefon hatlarıyla ilgili olarak uyarıda bulunan tüketici yorumları olduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, 0850 480 77 98 numaralı telefon hattından "Türk Telekom'dan- Telekom'dan arıyoruz" denilerek tüketicilerin arandığı, internet sözleşmelerinin iptal edildiği artık kotalı internet kullanıldığı için yeni sözleşme yapılması gerektiği şeklinde tüketicilere yanlış bilgi verildiği,

0212 945 96 30 numaralı telefon hattından da aynı şekilde "Türk Telekom'dan-Telekom'dan arıyoruz" denilerek tüketicilerin arandığı, mevcut sözleşmelerinin sona erdiği, yeni bir avantajlı tarife/kampanya hakkında bilgi vermek için arandığı söylenerek taahhütlü sözleşmeleri devam eden tüketicilere yanlış bilgi verildiği, yeni tarifeye geçmedikleri takdirde daha yüksek fatura ödeneceği belirtilerek tüketicilerin aboneliklerini yenilemeye zorlandığı, Türk Telekom altyapısıyla internet hizmeti sunulduğu bilgisi verilerek başka firma kampanya tanıtımlarının yapıldığı, ancak Ttnet abonelik işlemlerinin yalnızca bayilerden yapılabildiği, bayilerin telefonla abonelik işlemi yapma yetkilerinin bulunmadığı, böylece Türk Telekom adına abonelik işlemi yapılıyor algısı yaratılarak tüketicilerin yanıltıldığı, tüketicilerin bilgilerinin toplandığı ve başka firmalar adına abonelik taleplerinin alındığı,

Diğer taraftan anılan firma tarafından Ttnet/Türk Telekom adının izinsiz kullanılması suretiyle itibarından haksız biçimde yararlanıldığı ve kendi firmaları lehine kazanç elde edilmek saiki güdüldüğü,

Firmaya ait 0850 480 77 98 ve 0212 945 96 30 numaralı telefon hatlarından yapılan tüm tüketici arama listeleri ile örnek ses kayıtlarının talep edilmesine rağmen Bakanlığa gönderilmediği, dolayısıyla ispat yükü firmada olmasına rağmen tüketici iddialarının aksinin ispatlanamadığı,

Dolayısıyla telefon aracılığıyla yapılan tanıtımların tüketicileri yanıltıcı ve yanlış yönlendirici nitelikte olduğu ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği, ayrıca tüketicilerin normal şartlar altında taraf olmayacağı bir işleme taraf olmasına yol açması nedeniyle bu durumun da aldatıcı ihmal neticesinde bir haksız ticari uygulama 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, 9/1, 9/5, 11, 13, 28/1, 28/2, 28/4, 29/1, 29/2 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

Buna göre, ticari uygulamada bulunan **Smyrna Bilişim San. ve Tic. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/13 üncü maddeleri uyarınca **8.546 TL (Sekizbinbeşyüzkırkaltı Türk Lirası) idari para ve anılan ticari uygulamaları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**ÖRTÜLÜ REKLAM**

**9)**

**Dosya No: 2021/1634**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** Kuruluşa ait Beinconnect isimli dijital medya platformunda ve "Bein Gurme" TV Kanalında yayınlanan, "Ayhan Sicimoğlu ile Gastronomi Maceraları" isimli programda yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** "Ayhan Sicimoğlu ile Gastronomi Maceraları" isimli programın; 7. Sezon 142. Bölümünde; *"..Ekmeğimizi zeytinyağlıyoruz biraz. (Extra Virgin!) Biz yani hakikaten tanıdığım için değil, ciddi, çok güzel bir zeytinyağı yapmışsın. Kime yedirdiysem, şişe şişe veriyorum zaten satıyoruz da aynı zamanda, kime yedirdiysem uçuyor... Avokadolu poşe yumurta, pardon!... Ve üstüne Ayhan Sicimoğlu Zeytinyağı koyuyoruz... Ve aşk dirildi..."*, şeklindeki ifadelerle birlikte, görüntülerde "Ayhan Sicimoğlu Zeytinyağı" markalı ürünün kullanıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu "Ayhan Sicimoğlu ile Gastronomi Maceraları" isimli programın; 7. Sezon 142. Bölümünde; *"..Ekmeğimizi zeytinyağlıyoruz biraz. (Extra Virgin!) Biz yani hakikaten tanıdığım için değil, ciddi, çok güzel bir zeytinyağı yapmışsın. Kime yedirdiysem, şişe şişe veriyorum zaten satıyoruz da aynı zamanda, kime yedirdiysem uçuyor... Avokadolu poşe yumurta, pardon!... Ve üstüne Ayhan Sicimoğlu Zeytinyağı koyuyoruz... Ve aşk dirildi..."* şeklindeki ifadelerle birlikte "Ayhan Sicimoğlu Zeytinyağı" markalı ürün görsellerine yer verilmesine karşın herhangi bir reklam ibaresine yer verilmediğinden "Ayhan Sicimoğlu Zeytinyağı" markasını övmek ve tüketicileri yönlendirmek suretiyle markanınörtülü reklamının yapıldığıdeğerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**10)**

**Dosya No: 2021/2411**

**Şikayet Edilen: Serenay SARIKAYA**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şahsa ait "serenayss" isimli İnstagram sosyal medya hesabında yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 25.03.2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com/serenayss/ adresli sosyal medya hesabının 04.06.2021 ve 28.06.2021 tarihli görünümlerinde yer alan paylaşımlarında;*-"Ready to be snakes queen. #BvlgariMagnifica #bulgari #BulgariHighJewellery @bulgari, Fairytale or what! @bulgari #bulgari #BulgariHighJewellery #BvlgariMagnifica... Bvlgari presents Magnifica...."*

*"#SerenayXMaviicon koleksiyonu çoookk yeni, çookkkk havalı, çoookkk çekici! Hepimize çok yakışacak... SS21 Serenay X Mavi Icon’a az kaldı..... Are you ready????? #Serenayxmaviicon #yarınıbekle... Come dance with me @mavi #SerenayxMaviicon,... LOVE #SerenayxMaviicon @mavi..."*

*"Herkes @headandshoulderstr ‘larını hazırladıysa başlayalım mı? #winteriscomingagain... Diğer yanım @headandshoulderstr "*ifadeleriyle birlikte *"@bulgari", "@mavi"* ve *"@headandshoulderstr"* etiketlerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu tanıtımlar vasıtasıyla söz konusu markaların ürünlerinin tanıtımının yapıldığı, sosyal medya hesaplarına yönlendirildiği, ancak herhangi bir reklam ibaresi bulunmadan şahsın takipçilerini anılan markalara yönlendirme yapılmak suretiyle markaların örtülü reklamının yapıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**11)**

**Dosya No: 2021/1152**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** www.cnnturk.com adresli internet sitesinde yayınlanan *“Arı mucizesi propolis Covid-19 aşısının etkinliğini arttırıyor sitokin fırtınasını engelliyor”* başlıklı yazı.

**Reklam Yayın Tarihi:** 27.01.2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.cnnturk.com adresli internet sitesinin 27.01.2021 tarihli görünümünde yayınlanan “Arı mucizesi propolis Covid-19 aşısının etkinliğini arttırıyor sitokin fırtınasını engelliyor” başlıklı yazı içerisinde; *"Prof. Dr. Ertuğrul Kaya arı mucizesi propolisin laboratuvar ortamlarında yapılan araştırmalara göre Covid-19 aşısının etkinliğini arttırdığı gibi sitokin fırtınasının da önüne geçtiğini söyledi. Düzce Üniversitesi Geleneksel ve Tamamlayıcı Tıp Merkezi laboratuvarlarında yapılan araştırmalarda doğada arıların kendi koloni, kovan ve nesillerini korumak için yine kendi vücutlarında enzimleyerek oluşturdukları propolisin koronavirüs kapan birinin vücudundaki sitokin fırtınasını engellediği, bununla birlikte bağışıklık sistemini güçlendirdiği için Covid-19 aşısının etkinliğini de arttırıldığı ispatlandı. Düzce Üniversitesi Geleneksel ve Tamamlayıcı Tıp Merkezi laboratuvarlarında yapılan araştırmalarda doğada arıların kendi koloni, kovan ve nesillerini korumak için yine kendi vücutlarında enzimleyerek oluşturdukları propolisin koronavirüs kapan birinin vücudundaki sitokin fırtınasını engellediği, bununla birlikte bağışıklık sistemini güçlendirdiği için Covid-19 aşısının etkinliğini de arttırıldığı ispatlandı. Propolis akkında bilgiler veren Düzce Üniversitesi Geleneksel ve Tamamlayıcı Tıp Merkezi Müdürü Prof. Dr. Ertuğrul Kaya “Propolis gerçekten de arıların ürettiği, arıların kendi kolonilerini, kovanlarını, kendi nesillerini sağlıklı bir şekilde devam ettirebilmek ve korumak için ürettiği bir doğal üründür. Arılar yine propolisi doğadan toplayarak kendi vücutlarındaki enzimlerle işleyerek farklı bir ürün ortaya çıkarıyorlar. Katı bir materyal, yapışkan ve reçinemsi bir materyal. Materyalin çok güçlü antiseptik ve antimikrobiyal özelliği var. Hem dünyada yapılan çalışmalar var. Hem bizim yaptığımız çalışmalar aslında propolisin etkinliğinin insan sağlığında yararlı olduğunu gösteriyor. Geçtiğimiz 1 yıl içinde Covid-19 enfeksiyonu ve bunun toplumda çok popüler olmasıyla birlikte propolisin Covid-19’a etkinliği hakkında araştırma yapıldı. Çoğunlukla çalışmalar laboratuvar ortamında yapılıyor. Bu deneylerin inşalarda da yapılması gerekiyor. Covid-19’a karşı antiviral etkinliği ispatlanmış durumda. Covid-19 virüsünü öldürücü özelliği bulunmaktadır” dedi. “PROPOLİSİN EN BÜYÜK ÖZELLİĞİ BAĞIŞIKLIK SİSTEMİNİ DENGELEMESİ” Propolisin en büyük özelliğinin bağışıklık sistemini dengelemek olduğuna dikkat çeken Prof. Dr. Kaya, “Propolisin en büyük özelliği bağışıklık sistemini dengeleyici olmasıdır. Bağışıklık sistemi kendi vücudumuzda olan ve vücudumuzu koruyan bir sistemdir. Karmaşık bir sistemdir. Birçok hücre, molekül ve bariyer bağışıklık sistemi içinde rol alır. Bunlar birbiri ile uyumlu ve dengeli çalıştığında vücudumuz bizi dışardan gelen etkenlere karşı korur” dedi. “ÖLÜMLER BAĞIŞIKLIK SİTEMİNİN AŞIRI ÇALIŞMASINDAN KAYNAKLANIYOR” Prof. Dr. Ertuğrul Kaya, vücutta bağışıklık sisteminin zayıflığı kadar aşırı çalışmasının da sorun oluşturduğuna dikkat çekerek aşırı çalışan bağışıklık sisteminin akciğerlere zarar verdiğini buna da sitokin fırtınası denildiğini söyledi. Kaya “Covid-19’da ölüm neden kaynaklanıyor? Aslında hepimizin duyduğu, ancak algılayamadığı sitrokin fırtınası denilen bir olayla karşılaşıyoruz. Eğer bağışıklık sistemi çok iyi çalışmıyorsa ya da bir kısmının gücü azalmışsa diğer kısım onu tolere etmek için harekete geçer. Bu durum bağışıklık sistemi fazla çalıştığında da problem yaratacak bir durumdur. Fazla çalışan hücreler bağışıklık siteminde kendi hücrelerimize zarar vermeye başlıyor. Yani mikrop ve kendi hücremizi ayırt edemez bir hale gelir. Kendisine saldırmaya başlar. Nitekim enfeksiyonun ileri dönemlerinde pnömoni geliştiğinde akciğerlere virüsün yayılmasıyla birlikte aslında dikkat edilecek olursa virüs direkt kendisi öldürmüyor. Arı mucizesi propolis Covid-19 aşısının etkinliğini arttırıyor sitokin fırtınasını engelliyor. Bağışıklık sistemi akciğerlere saldırmaya başlıyor. Kendi bağışıklık sistemimiz kendi akciğerlerimizi yıpratmaya başlıyor. Akciğer yetmezliğine bağlı olarak ölüm gerçekleşiyor. Bu bağışıklık sisteminin aşırı çalışmasını düzenlemeye de yardımcı oluyor. Propolisin içeriği düzgün doğru ayarlandığı zaman Covid-19 enfeksiyonuna karşı bir koruyucu etkinliği olabileceğini, enfeksiyon geçirmekte olan kişiler karşı da enfeksiyonun daha hafif atatılmasına yardımcı olacağına dair bilimsel kanıtlar var” dedi. ‘PROPOLİSİN DAMLASININ YANI SIRA KAPSÜLÜ VE PASTİLİNİ DE YAPTILAR’ Arı mucizesi propolis Covid-19 aşısının etkinliğini arttırıyor sitokin fırtınasını engelliyor Prof. Dr. Kaya propolisi damla, pastil ve kapsül şeklinde yaptıklarını dile getirerek, “Doğal haliyle kullanımı mümkün olmayan propolisten üniversitemizde standart bazı ürünler geliştirildi. Farklı kullanıcılara yönelik olarak piyasada en fazla bulunan damla versiyonu alkolsüz bir şekilde ve yüzde 90 üzerinde ekstrat içerecek şekilde geliştirildi. Arı mucizesi propolis Covid-19 aşısının etkinliğini arttırıyor sitokin fırtınasını engelliyor. İçerisinde bor, çinko, oleuropein ve D vitamini de kullanıcıların ihtiyacı olarak kadar dozda içine oranlandı. Bunun dışında pastil ürünümüzü geliştirdik. Günde 3-4 kez kullanıma uygun bir şekilde propolis içeriği yüksek şekilde geliştirildi. Yine yeni bir ürün olarak propolis soft jel kapsül ürünü geliştirdik. Damla şeklinde üretemeyenler için kapsül şeklinde üretime uygun yine çinko, bor ve oleuropein destekli geliştirildi” ifadelerini kullandı. Bağışıklık sistemi akciğerlere saldırmaya başlıyor. Kendi bağışıklık sistemimiz kendi akciğerlerimizi yıpratmaya başlıyor. Akciğer yetmezliğine bağlı olarak ölüm gerçekleşiyor. Bu bağışıklık sisteminin aşırı çalışmasını düzenlemeye de yardımcı oluyor. Propolisin içeriği düzgün doğru ayarlandığı zaman Covid-19 enfeksiyonuna karşı bir koruyucu etkinliği olabileceğini, enfeksiyon geçirmekte olan kişiler karşı da enfeksiyonun daha hafif atatılmasına yardımcı olacağına dair bilimsel kanıtlar var” dedi. ‘PROPOLİSİN DAMLASININ YANI SIRA KAPSÜLÜ VE PASTİLİNİ DE YAPTILAR’ Prof. Dr. Kaya propolisi damla, pastil ve kapsül şeklinde yaptıklarını dile getirerek, “Doğal haliyle kullanımı mümkün olmayan propolisten üniversitemizde standart bazı ürünler geliştirildi. Farklı kullanıcılara yönelik olarak piyasada en fazla bulunan damla versiyonu İçerisinde bor, çinko, oleuropein ve D vitamini de kullanıcıların ihtiyacı olarak kadar dozda içine oranlandı. Bunun dışında pastil ürünümüzü geliştirdik. Günde 3-4 kez kullanıma uygun bir şekilde propolis içeriği yüksek şekilde geliştirildi. Yine yeni bir ürün olarak propolis soft jel kapsül ürünü geliştirdik. Damla şeklinde üretemeyenler için kapsül şeklinde üretime uygun yine çinko, bor ve oleuropein destekli geliştirildi” ifadelerini kullandı. alkolsüz bir şekilde ve yüzde 90 üzerinde ekstrat içerecek şekilde geliştirildi."* şeklinde ifadelere ve bahsi geçen ürünlere ilişkin fotoğraflara yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** www.cnnturk.com adresli internet sitesinin 27.01.2021 tarihli görünümünde yayınlanan *“Arı mucizesi propolis Covid-19 aşısının etkinliğini arttırıyor sitokin fırtınasını engelliyor”*başlıklı yazı içerisinde; Arı Mucizesi Akademisi adlı kuruluşa ait "Arı Mucizesi" markalı propolis ürünlerinin çeşitleri, insan sağlığına faydaları ve COVID-19 hastalığı ile mücadelede etkisi vurgulanmak suretiyle tüketicilerin bahsi geçen ürüne yönlendirildiği; bu nedenle, inceleme konusu yazı içerisinde, tüketicilerin aydınlanma, bilgilendirilme ihtiyacını karşılama ve haber verme amacının dışına çıkılarak "Arı Mucizesi" markalı propolis ürünlerinin örtülü reklamının yapıldığı değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre,mecra kuruluşu **Mes Televizyon ve Radyo Yayıncılık A.Ş.** hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **114.326-TL(Yüzondörtbinüçyüzyirmialtı TürkLirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**FİNANSAL HİZMETLER**

**12)**

**Dosya No: 2019/15111**

**Şikayet Edilen: Yapı ve Kredi Bankası A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Yapı Kredi Crystal sahiplerinin ışıltısı ilkbaharı bile kıskandırır” başlıklı kampanyada yer alan ifadeler.

**Reklam Yayın Tarihi:** Nisan 2019

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, sms

**Tespitler**: Nisan 2019 tarihinde düzenlenen kampanya kapsamında tüketicilere gönderilen kısa mesajlarda; *"Crystal ile Nisan'da yurtiçindeki mücevher, optik ve saat alışverişlerinizi %10 indirim ayrıcalığı ile yapabilirsiniz..."* şeklinde ifadelere yer verildiği, internette yer alan reklamlarda ise; *"Nisan ayı boyunca yurt içinde yapacağınız Tüm mücevher, optik ve saat alışverişlerinde %10 indirim* *ayrıcalığından faydalanırsınız..."* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, Nisan 2019 tarihinde düzenlenen kampanya kapsamında tüketicilere gönderilen kısa mesajlarda; "Crystal ile Nisan'da yurtiçindeki mücevher, optik ve saat alışverişlerinizi %10 indirim ayrıcalığı ile yapabilirsiniz..." şeklinde ifadelere yer verilmesine rağmen internette yer alan reklamlarda; "Nisan ayı boyunca yurt içinde yapacağınız Tüm mücevher, optik ve saat alışverişlerinde %10 indirim ayrıcalığından faydalanırsınız..." şeklinde ifade edildiği, nitekim "Bir müşteri en fazla 100 TL indirim kazanabilir" şeklindeki istisnanın "TÜM" kelimesinin yer aldığı ana vaat ile çeliştiği, Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 18/6 maddesinde yer alan; *“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."* hükmüne açıkça aykırılık teşkil ettiği, dolayısıyla tüketicinin satın alma iradesini etkileyen söz konusu yanıltıcı ana vaat-istisna uyumsuzluğu sebebiyle bankanın Crystal Card müşterisi olan tüketicinin vaat edilen indirim oranından faydalanamadığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5, 9/1, 9/5, 13/8, 18/1-7 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

Buna göre, reklam veren **Yapı ve Kredi Bankası 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**

**13)**

**Dosya No: 2020/3669**

**Şikayet Edilen: Point Group E-Tic. İth. İhr. Paz. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam**: www.facebook.com/ncleanultratemizlik adresli internet sayfasında yer alan N’Clean Temizleyici Sprey adlı ürün tanıtımları.

**Reklam Yayın Tarihi:** 24.02.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.facebook.com/ncleanultratemizlik adresli internet sayfasının 24.02.2021 tarihli görünümünde; N'Clean Temizleyici Sprey ürünü ile ilgili olarak;

*"Evinize aldığınız birçok temizlik maddesinin cilde zararlı kimyasal içerdiğini biliyor muydunuz? N’Clean; Ana etken maddesi bor olmakla birlikte fosfat ve ağır kimyasallar içermediği için diğer temizlik ürünlerine göre daha sağlıklıdır. (...) Virüs ve bakteriler her yerde. Kimyasal temizleyiciler sağlığa ne kadar zararlı. N'Clean Ultra Güçlü Mikrofiber Temizleyici; ana etken maddesi bor olmakla birlikte fosfat ve ağır kimyasallar içermediği için diğer kimyasal temizleyicilere göre daha sağlıklıdır. "* ifadelerine,

Diğer taraftan, ürünün ana etken maddesinin bor olduğu, fosfat ve ağır kimyasallar içermediği bilgisi ile *"Borun çamaşır suyundan daha etkili olduğunu biliyor muydunuz? Borun leke çıkarma işlemini kolaylaştırma ve suyu yumuşatma gibi özellikleriyle en etkili temizleyici, N'Clean Ultra Güçlü Bor Katkılı Temizleyici Sprey'dir. (...) N'clean amonyak ve bor katkısı ile bilinen en etkili kir sökücü inatçı yağ ve yapışmış kalıntıları anında söker. (...) (...) Türkiye'nin 1 numaralı köpüklü bor temizleyicisi. (...) En yüksek bor katkılı temizleyicidir. Cilde zarar vermez. Kokusuzdur, kesinlikle kokusu rahatsız etmez. Alerjik değildir. Doğal bileşenlerden elde edilmiştir. Bitkiseldir. (...) N'clean ile tam koruma sağlayın. Hastalıklara sebep olan virüs ve bakterilerin %99'unu öldürür. (...) Araç temizliğinde zorlu kir, pas ve lekeleri temizlemenin en kolay yolu NClean Ultra Güçlü Mikrofiber Temizleyici Sprey. Virüs ve bakterilere karşı tam temizleyici ortam dezenfektanı. Bildiğiniz en ağır lekeleri kalıplaşmış kirleri 10 dakikada söker atar Ağır lekeleri anında çıkarır. (...) Uzmanlara göre en etkili yöntem 'NCLEAN Bor Katkılı' temizlik ürününü kullanmak.(...) Köpürerek temizleme özelliğine sahip olan ürünümüz, inatçı yağ, pas ve lekelerin temizlenmesinde hızlı sonuç verir. Kullanım alanları oldukça geniştir. Banyo, tuvalet, mutfak, armatürler, cam pencere kenarları, araç içi gibi benzer tüm alanlarda ve tüm deri döşemelerde kullanabilirsiniz. Az zahmet, hızlı ve kolay temizlik. (...) Kokusuzdur rahatsızlık vermez. Cilde zarar vermez. Doğaldır. Her türlü pas, kir ve lekeden arındırır."* şeklinde ifadelere,

Tüm bunlarla birlikte "*Virüs ve bakterilere karşı tam temizleyici ortam dezenfektanı. (...) N’Clean ile tam koruma sağlayın. Hastalıklara sebep olan virüs ve bakterilerin % 99’unu öldürür."* şeklindeki ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; *"Evinize aldığınız birçok temizlik maddesinin cilde zararlı kimyasal içerdiğini biliyor muydunuz? N’Clean; Ana etken maddesi bor olmakla birlikte fosfat ve ağır kimyasallar içermediği için diğer temizlik ürünlerine göre daha sağlıklıdır. (...) Virüs ve bakteriler her yerde. Kimyasal temizleyiciler sağlığa ne kadar zararlı. N'Clean Ultra Güçlü Mikrofiber Temizleyici; ana etken maddesi bor olmakla birlikte fosfat ve ağır kimyasallar içermediği için diğer kimyasal temizleyicilere göre daha sağlıklıdır."* ifadelerinin piyasaya sunulan diğer muadil ürünlere yönelik kötüleme içerdiği,

Diğer taraftan, ürünün ana etken maddesinin bor olduğu, fosfat ve ağır kimyasallar içermediği bilgisi ile *"Borun çamaşır suyundan daha etkili olduğunu biliyor muydunuz? Borun leke çıkarma işlemini kolaylaştırma ve suyu yumuşatma gibi özellikleriyle en etkili temizleyici, N'Clean Ultra Güçlü Bor Katkılı Temizleyici Sprey'dir. (...) N'clean amonyak ve bor katkısı ile bilinen en etkili kir sökücü inatçı yağ ve yapışmış kalıntıları anında söker. (...) (...) Türkiye'nin 1 numaralı köpüklü bor temizleyicisi. (...) En yüksek bor katkılı temizleyicidir. Cilde zarar vermez. Kokusuzdur, kesinlikle kokusu rahatsız etmez. Alerjik değildir. Doğal bileşenlerden elde edilmiştir. Bitkiseldir. (...) N'clean ile tam koruma sağlayın. Hastalıklara sebep olan virüs ve bakterilerin %99'unu öldürür. (...) Araç temizliğinde zorlu kir, pas ve lekeleri temizlemenin en kolay yolu NClean Ultra Güçlü Mikrofiber Temizleyici Sprey. Virüs ve bakterilere karşı tam temizleyici ortam dezenfektanı. Bildiğiniz en ağır lekeleri kalıplaşmış kirleri 10 dakikada söker atar Ağır lekeleri anında çıkarır. (...) Uzmanlara göre en etkili yöntem 'NCLEAN Bor Katkılı' temizlik ürününü kullanmak.(...) Köpürerek temizleme özelliğine sahip olan ürünümüz, inatçı yağ, pas ve lekelerin temizlenmesinde hızlı sonuç verir. Kullanım alanları oldukça geniştir. Banyo, tuvalet, mutfak, armatürler, cam pencere kenarları, araç içi gibi benzer tüm alanlarda ve tüm deri döşemelerde kullanabilirsiniz. Az zahmet, hızlı ve kolay temizlik. (...) Kokusuzdur rahatsızlık vermez. Cilde zarar vermez. Doğaldır. Her türlü pas, kir ve lekeden arındırır."* şeklindeki ifadelerin doğruluğunu ispatlayıcı bilgi ve belgelerin gönderilmediği;

Tüm bunlarla birlikte *"Virüs ve bakterilere karşı tam temizleyici ortam dezenfektanı. (...) N’Clean ile tam koruma sağlayın. Hastalıklara sebep olan virüs ve bakterilerin % 99’unu öldürür."* şeklindeki ifadeler ile söz konusu ürünün biyosidal etki gösterdiği iddiasında bulunulduğu ancak ürünün Biyosidal Ürünler Yönetmeliği gereğince alınması zorunlu biyosidal ürün ruhsatının olmadığı 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 5/1-b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 8/1, 9, 10/1, ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

Buna göre, reklam veren **Point Group E-Tic. İth. İhr. Paz. 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.

**14)**

**Dosya No: 2021/1683**

**Şikayet Edilen: Makyaj Kozmetik İnşaat San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.drclinic.com.tr/,www.facebook.com/dr.clinic.skin.care, www.instagram.com/dr.clinic.tr/ adresli internet sayfalarında yapılan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 22.06.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.drclinic.com.tr/ adresli internet sayfasının 22.06.2021 tarihli görünümünde;

*"Dr. Clinic Cilt Kusursuzlaştırıcı Leke Kremi" ürünü ile ilgili "Leke (...) Doğuştan olmayan cilt lekelerini hücre yenilerek tedavi etme özelliğine sahip leke kremi, tende renk uyuşmazlığını gideren ve tedbir (oluşum engelleme) özelliği bulundurur. (...)  Cilt tonunu eşitlerken aydınlatıcı etki gösterir."* şeklinde;

*"Dr. Clinic Facial Day Cream Bakım Kremi" ürünü ile ilgili "lekeli ciltler için (...) Dr. Clinic çalışmaları ile cilt lekelerini tedavi eden Vitamin C Leke Kremi (...) antienjik etkisi yüzde bulunan ince çizgileri toparlar. Düzenli kullanım ile yüzünüzde yaşlanma belirtisi gösteren ince çizgileri belirsiz hale getirebilirsiniz."* şeklinde;

www.facebook.com/dr.clinic.skin.care ve www.instagram.com/dr.clinic.tr/ adresli internet sayfalarının 22.06.2021 tarihli görünümünde;

"Dr. Clinic Cilt Kusursuzlaştırıcı Leke Kremi" ürünü ile ilgili *"Doğuştan olamayan her türlü lekede Tende renk uyuşmazlığını gidermede Leke oluşumunu önlemede Sivilce akne tedavisinde"*  şeklinde ifadelere,

Ayrıca ürünlerin tanıtımında *"%100 Vegan"* ifadesine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; Kozmetik Mevzuatına tabi bulunan tüm kozmetik ürünlerin, insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve etkileri geçici olan ürünler olması gerektiği; bu bağlamda inceleme konusu tanıtımlarda yer alan tedaviye yönelik ve endikasyon belirten ifadelerin ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği; ayrıca şayet anılan ürünler söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “kozmetik ürün” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilmesi gereken ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuata uygun olmadığı dolayısıyla her koşulda, söz konusu ürün ile ilgili olarak yapılan bu nitelikteki tanıtımların mevcut mevzuata aykırılık teşkil ettiği ve ürünlerin tanıtımında kullanılan "%100 Vegan" ifadesinin doğruluğunun ispatlanmadığı 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, 9/1 9/2, 9/4, 9/5, 26 ncı ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

Buna göre, reklam veren **Makyaj Kozmetik İnşaat 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.

**15)**

**Dosya No: 2021/1689**

**Şikayet Edilen: Cengiz ŞİMŞEK**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.instagram.com/greenmaskstickofficialtr/?hl=tr adresli internet sayfasında yapılan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 18.06.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.instagram.com/greenmaskstickofficialtr/?hl=tr adresli internet sayfasının 18.06.2021 tarihli görünümünde;

"Nova Green" ürünü ile ilgili *"İlk seansta: Sivilce, Akne ve lekeleri giderir. (...) Cildinizdeki lekeleri tamamen yok edin. (...) Cildi pürüzsüz yaptıktan sonta ölü deriye direkt nüfuz eder ve tekrar sivilce, akne, leke çıkmasını önler.  "* şeklinde ifadelere ve akneleri yok ettiği iddia edilen öncesi-sonrası görüntülere;

"Nova Premium" ürünü ile ilgili *"Ölü deri, siyah nokta, akne, sivilce, leke ve cilt yağlanmalarını yok eder. (…) Antibakteriyel özelliği sayesinde anında etki eder. ."* Şeklinde;

"Sertifikalı Bakanlık Onaylı Bitkisel Ürün" şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Bununla birlikte; ürünlerin tanıtımında "Sertifikalı Bakanlık Onaylı Bitkisel Ürün" ifadesi kullanılarak söz konusu ürünün tüm etkileri ve sonuçları ile Bakanlık tarafından onaylandığı algısı oluşturularak satışının yapıldığı 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, 11, 26 ncı ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

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

**16)**

**Dosya No: 2021/1889**

**Şikayet Edilen: Land Of Cosmetics Kimya San. ve Tic. Ltd. Şti.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 11.05.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.wlabkozmetik.com/ adresli internet sayfasının 11.05.2021 tarihli görünümünde;

https://www.wlabkozmetik.com/urun/papatyali-yuz-temizleme-jeli-1 URL adresinde "W-LAB Papatyalı Yüz Temizleme Jeli" ürünü ile ilgili "(...) antienflamatuar etkisi ile cildinizi yatıştırır (...)" şeklinde;

https://www.wlabkozmetik.com/urun/goz-cevresi-bakim-kremi URL adresinde "Göz Çevresi Bakım Kremi" ürünü ile ilgili "Göz çevresi kırışıklık önleyici bakım kremi. Kolajen nem eksiği ve kırışıklığı giderir ve önler. Avokado yağı nemlendirir ve yaşlanmayı önler." şeklinde;

https://www.wlabkozmetik.com/urun/kukurt-kremi URL adresinde "W-LAB Kükürt Kremi" ürünü ile ilgili "Kükürt antibakteriyel ve antifungal etkileri bulunmaktadır bu etkileri sayesinde akne tedavisinde etkili bir maddedir. Cildin yağ miktarını düzenler." şeklinde;

https://www.wlabkozmetik.com/urun/2li-madeleb ve https://www.wlabkozmetik.com/urun/madeleb-krem URL adreslerinde "Madeleb Krem" ve "2'li Madeleb" ürünleri ile ilgili "Yaraları iyileştiren etkiye sahip medikal onarıcı bir kremdir." şeklinde;

https://www.wlabkozmetik.com/urun/kolajen-peptit-krem URL adresinde "Kolajen Peptit Krem" ürünü ile ilgili " (...) kolajen sentezini arttırarak kırışıklıkları giderir ve oluşmasını önler. Cildinize lifting ektisi yaparak sarkmış cildi toparlar. Cilt hücrelerinizi yeniler ve dış etkenlere karşı koruma kalkanı oluşturur. Cilt tonunuzu eşitler." şeklinde;

https://www.wlabkozmetik.com/urun/ayak-bakim-kremi URL adresinde "Ayak Bakım Kremi" ürünü ile ilgili "(...) antioksidan özelliği cildi iyileştirir. Ayak mantarını önler." şeklinde;

https://www.wlabkozmetik.com/urun/beyazlatici-krem URL adresinde "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://www.wlabkozmetik.com/urun/goz-alti-kremi URL adresinde "Göz Altı Kremi" ile ilgili olarak "Göz altı morluğu kremi. Arnica montana bitkisi ve birçok karışım sayesinde gözaltınızda  oluşan her türlü morlukları ve ödemi giderir." şeklinde ifadelere yer verildiği;

Bunların yanı sıra 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, 26 ncı ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

Buna göre, reklam veren **Land Of Cosmetics Kimya 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.

**17)**

**Dosya No: 2020/3959**

**Şikayet Edilen: Immunat Bitkisel İlaç Ve Doğal Sağlık Ürünleri San. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** http://immunatmarketing.com adresli internet sitesinde yer alan “Reboot Kolloidal Gümüş Suyu +plus Gel”isimli ürüne ilişkin reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 26.05.2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** http://immunatmarketing.com adresli internet sitesinin 26.05.2021 tarihli görselinde “Koruyucu Jel (El, Ağız ve Burun) Reboot 100 ml” başlığı altında; *“Eller, ağız, burun gibi 3 riskli bulaşma bölgelerine günde 1 ya da 2 kez uygulanır. 8 saat boyunca bakteri mantar ve virüsler üzerinde koruma kalkanı oluşturur. Yeditepe üniversitesi tarafından yapılan analizlerde bakteri ve virüsler üzerinde 2 dakika içerisinde öldürücü etkisi %99,99 olarak test edilmiştir. Ayrıca dermatolojik testlerde insan cildinde hiçbir alerji ya da tahribat yapmadığı onaylanmıştır. Ürün içerisinde alkol ve hidrojenperoksit gibi kullanıldıkça ciltte tahriş yapma riski bulunmamaktadır. … İnsan bedeninde, bebeklerde, çocuklarda ve hassas ciltlerde her noktada güvenle kullanılabilen ve muadili olmayan bir üründür. Anti-bakteriyel, anti-alerjik, anti-virütik, %99,99 etkilidir. Akredite üniversite laboratuvarlarında test edilmiştir. Virüslere karşı eller taşıyıcı, ağız ve burun bulaşıcı risk bölgeleridir. 3 riskli bölge: Burun içi (Bulaşma Oranı%80), Ağız Çevresi (Bulaşma Oranı %80), Eller (Kullanma Oranı %98) 6 saat etkin koruma... Reboot el temizlik jeli el ile yüze dokunulması sonucunda meydana gelebilecek hastalık bulaşımını önlemek için üretilmiştir. Reboot alkollü olan dezenfektanların aksine cildi tahriş etmez, üstelik besleyici özelliğiyle de cildinize yumuşak bir his vermektedir. …Bilakis kullanıldığı bölgelerde yumuşaklık ve varsa tüm yaralar üzerinde iyileştirici etki göstermektedir... Anti-bakteriyel, anti-alerjik, anti-virütik, %99,99 etkilidir. Biyolojik Dezenfekte’nin önemini Arge ve Akademik Danışmanımız Prof. Dr. Coşkun USTA Akdeniz Üniversitesi Tıbbi Farmakoloji Anabilim Dalı Başkanı’nın anlatımından videoyu izleyebilirsiniz! …”*ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** http://immunatmarketing.com adresli internet sitesinin 26.05.2021 tarihli görselinde “Koruyucu Jel (El, Ağız ve Burun) Reboot 100 ml” başlığı altında;

*“Eller, ağız, burun gibi 3 riskli bulaşma bölgelerine günde 1 ya da 2 kez uygulanır. 8 saat boyunca bakteri mantar ve virüsler üzerinde koruma kalkanı oluşturur. Yeditepe üniversitesi tarafından yapılan analizlerde bakteri ve virüsler üzerinde 2 dakika içerisinde öldürücü etkisi %99,99 olarak test edilmiştir. Ayrıca dermatolojik testlerde insan cildinde hiçbir alerji ya da tahribat yapmadığı onaylanmıştır. Ürün içerisinde alkol ve hidrojenperoksit gibi kullanıldıkça ciltte tahriş yapma riski bulunmamaktadır. … İnsan bedeninde, bebeklerde, çocuklarda ve hassas ciltlerde her noktada güvenle kullanılabilen ve muadili olmayan bir üründür. Anti-bakteriyel, anti-alerjik, anti-virütik, %99,99 etkilidir. Akredite üniversite laboratuvarlarında test edilmiştir. Virüslere karşı eller taşıyıcı, ağız ve burun bulaşıcı risk bölgeleridir. 3 riskli bölge: Burun içi (Bulaşma Oranı%80), Ağız Çevresi (Bulaşma Oranı %80), Eller (Kullanma Oranı %98) 6 saat etkin koruma... Reboot el temizlik jeli el ile yüze dokunulması sonucunda meydana gelebilecek hastalık bulaşımını önlemek için üretilmiştir. Reboot alkollü olan dezenfektanların aksine cildi tahriş etmez, üstelik besleyici özelliğiyle de cildinize yumuşak bir his vermektedir.”* ifadelerinin doğruluğunu ispatlamak için sunulan belgelerin söz konusu iddiaları desteklemede yetersiz kaldığı,

*“…Bilakis kullanıldığı bölgelerde yumuşaklık ve varsa tüm yaralar üzerinde iyileştirici etki göstermektedir...”* ifadesine 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 ifadenin 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,

“Anti-bakteriyel, anti-alerjik, anti-virütik, %99,99 etkilidir.*”* ifadeleri ile söz konusu ürünün biyosidal etki gösterdiği iddiasında bulunulmasına karşın biyosidal ürün ruhsatı bulunmadığı,

Son olarak “Biyolojik Dezenfekte’nin önemini Arge ve Akademik Danışmanımız Prof. Dr. Coşkun USTA Akdeniz Üniversitesi Tıbbi Farmakoloji Anabilim Dalı Başkanı’nın anlatımından videoyu izleyebilirsiniz! …” ifadelerine yer verilmesine karşın, bahsi geçen şahsın firmada danışmanlık yaptığını gösterir güncel belgelerin gönderilmediği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla söz konusu tanıtımların;

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

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

- İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanununun 13 üncü maddesi,

- Biyosidal Ürünler Yöentmeliği’nin 5 inci 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, 9, 26 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

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

**18)**

**Dosya No: 2020/5038**

**Şikayet Edilen: Doruk Ada Kozm. San. ve Tic. Ltd. Şti**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Ada Kozmetik Tek Kullanımlık Saç Havlusu” isimli ürün ambalajında yer alan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj

**Tespitler:** “Ada Kozmetik Tek Kullanımlık Saç Havlusu” isimli ürün ambalajında 100 adet yazdığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** “Ada Kozmetik Tek Kullanımlık Saç Havlusu” isimli ürün ambalajında 100 adet yazmasına karşın tüketicinin aldığı paketten 90 adet çıktığı, bu nedenle söz konusu reklamların tüketicileri aldatıcı olduğu ve tüketici mağduriyetine yol açtığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

Buna göre, reklam veren, **Doruk Ada Kozm. 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.

**19)**

**Dosya No: 2021/562**

**Şikayet Edilen: GlaxoSmithKline Tüketici Sağlığı A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Sensodyne Herbal” isimli ürüne ilişkin ürün ambalajında ve internet sitesinde yer alan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 23.02.2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet, Ambalaj

**Tespitler:** “Sensodyne Herbal”isimli ürüne ilişkin ürün ambalajında ve 23.02.2021 tarihli, https://www.sensodyne.com.tr/urunler/dis-macunu/herbal-gunluk-koruma.html adresli internet sitesinde;*“Hassasiyet ağrısı sıcak ve soğuk yiyecek ve içecekler tüketildiğinde ortaya çıkan kısa keskin bir ağrıdır. Sensodyne Herbal Günlük Koruma Hassasiyet ağrısını azaltmaya, diş çürüklerini önlemeye, diş etlerinin sağlıklı kalmasına yardımcı olur. Diş hekimlerinin önerdiği marka. Hassas dişler için klinik olarak kanıtlanmış rahatlama ve günlük koruma. Diş hassasiyetine karşı 24 saat korumaya yardımcı, günde 2 kez fırçalama ile. Okaliptus özü ile temizlik hissi verir. Rezene özü ile nefesinizi ferahlatır. Hassas dişler için rahatlama ve ağız bakımınıza yardımcı olmak için günde 2 kez kullanın. Nefesinizi ferahlatmaya yardımcı olur. Hassasiyetin önlenmesine ve ağız bakımınızın korunmasına yardımcı olur.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** “Sensodyne Herbal” isimli ürüne ilişkin ürün ambalajında ve 23.02.2021 tarihli, https://www.sensodyne.com.tr/urunler/dis-macunu/herbal-gunluk-koruma.html adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda; *“Hassasiyet ağrısı sıcak ve soğuk yiyecek ve içecekler tüketildiğinde ortaya çıkan* *kısa keskin bir ağrıdır. Sensodyne Herbal Günlük Koruma Hassasiyet ağrısını azaltmaya yardımcı olur.”* ifadelerine yer verildiği, ancak Kozmetik Mevzuatına tabi bulunan tüm kozmetik ürünlerin, insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve etkileri geçici olan ürünler olması gerektiği; bu bağlamda inceleme konusu tanıtımlarda yer alan tedaviye yönelik ve endikasyon belirten ifadelerin ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği,

Bununla birlikte söz konu reklamlarda yer alan; *"Diş hassasiyetine karşı 24 saat korumaya yardımcı olur.\*\* Günde iki kez fırçalama ile"* ifadesi ile "24 saat" şeklinde bir süre belirtilerek tüketicilernezdinde söz konusu ürünün 24 saat boyunca etkinliğini gösterebildiği izlenimi oluşturulduğu ve buhususun doğruluğunu ispatlamak için sunulan belgelerin söz konusu iddiayı desteklemede yetersizkaldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların

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

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

- İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanununun 13 üncü maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

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

**20)**

**Dosya No: 2021/1750**

**Şikayet Edilen: GlaxoSmithKline Tüketici Sağlığı A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Parodontax Ferahlık Tam Koruma” isimli ürüne ilişkin ürün ambalajında, reklam filminde ve mağaza içi tanıtımlarında yer alan ifadeler.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Raf askısı

**Tespitler:** “Parodontax Ferahlık Tam Koruma” isimli ürüne ilişkin ürün ambalajında yer alan tanıtımlarda; *“Sağlıklı diş etleri güçlü dişlerin temelidir. Diş eti kanaması sağlıksız diş eti belirtilerinden biri olabilir…”* ifadelerine, mağaza içi ürün tanıtımlarında; *“Diş eti kanamanız var mı?”* ifadesine, bununla birlikte söz konusu ürüne ilişkin çeşitli mecralarda yer alan reklam filminde diş eti kanamalarına atfedilen kanlı tükürük görseline ve son olarak reklam filminde “*Türkiye’nin diş eti bakımında 1 numaralı tercihi”* ifadesinin ve ürün ambalajında yer alan; *“8 fayda için özel olarak geliştirilmiş formül. Daha bakımlı diş eti ve güçlü dişler için. Nazikçe Beyazlatır. Diş minesini güçlendirmeye yardımcı olur. Ferah bir his için derinlemesine temizler. Kötü nefesi gidermeye yardımcı olur. Diş etinin sağlamlığını korumaya yardımcı olur. Diş etinin doğal rengini korumaya yardımcı olur. Diş etinin doğal formunu korumaya yardımcı olur. Plakların uzaklaştırılmasında 4 kat daha etkili.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** "Parodontax Ferahlık Tam Koruma” isimli ürüne ilişkin mağaza içi tanıtımlarda kullanılan raf askısında, ilave açıklamaya yer verilmeksizin, sadece *“Diş eti kanamanız var mı?”* ifadesine yer verilerek tüketiciler nezdinde, söz konusu ürünün kullanılmasının diş eti kanaması kaynaklı hastalıkları tedavi ettiği algısı yarattığı ancak Kozmetik Mevzuatına tabi bulunan tüm kozmetik ürünlerin, insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve etkileri geçici olan ürünler olması gerektiği; bu bağlamda inceleme konusu tanıtımda yer alan tedaviye yönelik ve endikasyon belirten ifadenin ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların,

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

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

- İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanununun 13 üncü maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

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

**21)**

**Dosya No: 2021/1752**

**Şikayet Edilen: GlaxoSmithKline Tüketici Sağlığı A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Sensodyne Hassasiyet & Diş Eti Beyazlatıcı” isimli ürüne ilişkin ürün ambalajında yer alan reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj

**Tespitler:** “Sensodyne Hassasiyet & Diş Eti Beyazlatıcı”isimli ürüne ilişkin ürün ambalajında yer alan tanıtımlarda; *“Hassas dişler ve sağlıksız diş etlerine mi sahipsiniz? … Hassas bölgelerin üzerinde koruyucu bir tabaka oluşturur… Hassas diş eti ile baş etmenize yardımcı olur. Hassas dişler ve diş eti için ikili rahatlatma. Sensodyne Hassasiyet & Diş Eti diş macununun diş ve diş eti bakımına yardımcı olduğu klinik olarak kanıtlanmıştır. Hassas bölgelerin etrafında koruyucu bir tabaka oluşturarak hassas dişlerle baş etmeye yardımcı olur. Aynı zamanda plakları hedefleyip uzaklaştırarak sağlıklı diş etine sahip olmanıza yardımcı olur. Şimdi bu sorunların üstesinden tek bir uzman diş macunuyla gelebilirsiniz.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** “Sensodyne Hassasiyet & Diş Eti Beyazlatıcı” isimli ürüne ilişkin ürün ambalajında yer alan reklam ve tanıtımların Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin “İspat külfeti” başlıklı 9 uncu maddesinde yer alan esaslar çerçevesinde ispatlandığı kanaatine varıldığından söz konusu reklamların ilgili mevzuat hükümlerine ve  6502 sayılı Kanun'un 61 ve 62 nci maddeleri hükümlerine **aykırı olmadığına** karar verilmiştir.

**22)**

**Dosya No: 2021/1755**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** “Sleepy Antibakteriel, Antimikrobiyal, Antiviral Islak Mendil” isimli ürüne ilişkin ürün ambalajı üzerinde yer alan ifadeler.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj

**Tespitler:** Sleepy ıslak mendil ambalajı üzerinde *“Antibakteriel, Antimikrobiyal, Antiviral”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** “Sleepy Antibakteriel, Antimikrobiyal, Antiviral Islak Mendil” isimli ürüne ilişkin ürün ambalajı üzerinde yer alan ifadelerin, ilgili mevzuat hükümlerine, 6502 sayılı Kanun'un 61 ve 62 nci maddeleri hükümleri ile Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin ilgili hükümlerine **aykırı olmadığına** karar verilmiştir.

**23)**

**Dosya No: 2021/1651**

**Şikayet Edilen:** **Carpediem Kozmetik Sanayi ve Ticaret A.Ş.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 20.05.2021, 06.07.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.licape.com.tr/ adresli internet sitesinin 06.07.2021 tarihli görünümünde yer alan;

“Licape Yaşlanma Karşıtı Anti-Aging Krem” isimli ürün tanıtımlarında; *“(...)özellikle yüzdeki zayıf bölge kas grubunu harekete geçirir.”* şeklinde,

“Licape Besleyici Çay Ağacı Gece Maskesi” isimli ürün tanıtımlarında; *“(...)hücre yenilenmesine destek olan(...)cilt yüzeyini zararlı bakteri ve virüslerde korumaya da destek olur.”* şeklinde,

“Licape Fırsat Paketi - Plaj Çantası Hediyeli” isimli ürün tanıtımlarında; *“Çay ağacı özünün antiseptik ve anti bakteriyel özelliği ile(…)antibakteriyel ve antiviral özellikler sağlayarak cildi zararlı virüslerden ve bakterilerden arındırılmasına yardımcı olur”* şeklinde,

Anılan internet sitesinin 20.05.2021 tarihli görünümünde yer alan;

“Licape Leke Kremi ve Cilt Beyazlatıcı 40ml (Dr. Koziej Onaylı)” isimli ürün tanıtımlarında; *“Cildinizde oluşan lekeleri, içeriğindeki allantoin ile gidermeyi amaçlarken diacetyl boldinle de koltuk altı, diz, dirsek gibi bölgesel kararmalara karşı size yardımcı olabilir. Ürünümüz Dr. Koziej laboratuvarında dermatolojik olarak test edilmiş ve onaylanmıştır. SPF UV 8-20 koruma sunar. Günde yüzlerce satılan ürünümüzün Türkiye ve Avrupa'da şikayeti bulunmaması bizi onurlandırmakta.. “Altın Marka Ödüllü” Kremimizi”(…)* şeklinde,

“Licape Mucize Paketi” isimli ürün tanıtımlarında; *“Licape Leke Kremi ve Cilt Beyazlatıcı cildinizde sonradan oluşmuş güneş, sivilce, hormonal, lazer ve epilasyon lekelerine karşı cilt tonunu dengelemeye yardımcı olmak için formüle edilmiştir. (…)Licape Çay Ağacı Yüz Temizleme Jeli: Çay ağacı özünün antiseptik ve anti bakteriyel özelliği ile yağlı ve akneye eğilimli ciltlerde derinlemesine cilt temizliği ve koruma sağlar.(…)”* şeklinde,

https://www.instagram.com/licapeturkiye/ adresli internet sitesinin 20.05.2021 tarihli görünümünde yer alan; *“Besleyici Çay Ağacı Gece Maskesi ile sivilce, siyah nokta, ölü hücre yenilemeye cildinize en etkili çözümü sunar.(…)#tedavi(…)Ürünlerimizi düzenli kullanan müşterimizin aldığı harika sonuç Sizden gelen bu harika sonuçlar bizi çok sevindiriyor. #licape #sivilcetedavisi #sivilce#sivilcenasılgeçer(…) Ürünlerimiz hayvanlar üzerinde test edilmemektedir (…)Licape Besleyici Çay Ağacı Gece Maskesi düzenli kullanım sonucu alınan harika sonuç. Sizden gelen bu harika sonuçlar bizi çok sevindiriyor #licape #sivilcetedavisi #sivilce #sivilcenasılgeçer”* şeklinde ifadelere ve hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Diğer taraftan, inceleme konusu tanıtımlarda yer alan; *“Ürünümüz Dr. Koziej laboratuvarında dermatolojik olarak test edilmiş ve onaylanmıştır. SPF UV 8-20 koruma sunar. Günde yüzlerce satılan ürünümüzün Türkiye ve Avrupa'da şikayeti bulunmaması(...) “Altın Marka Ödüllü” Kremimiz” ve “Ürünlerimiz hayvanlar üzerinde test edilmemektedir”* iddialarının ispatlanamadığı 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, 5/1-a, 5/1-b, 5/1-c, 5/1-ç, 5/1-d ve 7/1 maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

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

**24)**

**Dosya No: 2021/1690**

**Şikayet Edilen:** **Yunus Kozmetik ve Güzellik Ürünleri Pazarlama Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.nubia.com.tr/ adresli internet sitesinde yer alan muhtelif kozmetik ürün tanıtımları

**Reklam Yayın Tarihi:** 08.07.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.nubia.com.tr/ adresli internet sitesinin 08.07.2021 tarihli görünümünde “Akne” başlığı altında yer alan;

“Sothys Active Cream” isimli ürün tanıtımlarında; *“(...)Akne ve sivilce izlerini onarıcı etkili”* şeklinde,

“Doctor Babor Purity Cellular Blemish Reducing Duo Sivilce Kurutucu Antibakteriyel Konsantre ve Renkli Kapatıcı İçeren İkili Bakım Kalemi” isimli ürün tanıtımlarında; *“Sivilce söndürmek için. Bir ucunda sivilceleri kurutucu ve yenilerinin oluşmasını engelleyici etkili antibakteriyel konsantre(...)”* şeklinde,

“Doctor Babor Purity Cellular SOS De-Blemish Treatment Kit Sivilce Problemi ve Yağlı Ciltler İçin Pudra ve Krem İkilisi” isimli ürün tanıtımlarında; *“Anında sivilce söndürücü ve hassasiyeti hafifletici etki için SOS pudra ve SOS krem ikilisi”* şeklinde,

“Sothys Purifying Serum” isimli ürün tanıtımlarında; *“Anında etki gösteren, inatçı sivilce ve akneleri azaltmaya yardımcı, fazla sebumu giderici konsantre SOS serumu”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, Kozmetik Mevzuatına tabi bulunan tüm kozmetik ürünlerin, insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve etkileri geçici olan ürünler olması gerektiği; bu bağlamda inceleme konusu tanıtımlarda yer alan tedaviye yönelik ve endikasyon belirten ifadelerin ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği; ayrıca şayet anılan ürünler söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “kozmetik ürün” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilmesi gereken ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuata uygun olmadığı 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, 5/1-a, 5/1-b, 5/1-c, 5/1-ç, 5/1-d ve 7/1 maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

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

**25)**

**Dosya No: 2021/1742**

**Şikayet Edilen:** **L B İç ve Dış Ticaret Kozmetik A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.luisbien.com/ adresli internet sitesinde yer alan kozmetik ürün tanıtımları

**Reklam Yayın Tarihi:** 08.07.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.luisbien.com/ adresli internet sitesinin 08.07.2021 tarihli görünümünde yer alan;

“Luis Bien Sebum Dengeleyici Krem” isimli ürün tanıtımlarında; *“Anti Akne Bakım Kremi – Sivilce Karşıtı Krem. Akneli ve Sivilceli Ciltler için Geliştirilmiştir. Anti Akne Krem Ne İşe Yarar? Sivilce kremi ciltteki sivilce ve siyah noktalar için tasarlanmıştır.(...)Yüzdeki sivilce ve siyah noktalar üzerinde etkilidir. (…)Sivilce kurutucu etkili krem akne ve sivilceler için üretilmiştir. (…)Tahsin kartefe – 18.04.2020 3 günde neredeyse yok oldu aknelerim teşekkürler”* şeklinde,

“Luis Bien Cilt Beyazlatıcı Krem” isimli ürün tanıtımlarında; *“(…)Cilt lekelerini gideren bitkisel bir içeriktir. (…)Gül – 29.02.2020 hassas ciltlere bile çok iyi gelen sorunsuz bir ürün leke tedavisinde akne kremiyle beraber kullanılmalı tavsiye ediyorum.”* şeklinde ifadelere,

Bununla birlikte, inceleme konusu tanıtımlarda *“Dermatolojik Olarak Test Edilmiştir. Uluslararası Yılın Değer Katan Marka Ödülü. Luis Bien Ürünleri Watsons Yılın En İyi Ürün Adayı Seçildi. Trenyol Yılın En İyi Müşteri Deneyimi Ödülü.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, Kozmetik Mevzuatına tabi bulunan tüm kozmetik ürünlerin, insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve etkileri geçici olan ürünler olması gerektiği; bu bağlamda inceleme konusu tanıtımlarda yer alan tedaviye yönelik ve endikasyon belirten ifadelerin ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği; ayrıca şayet anılan 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,

Diğer taraftan, inceleme konusu tanıtımlarda yer alan *“Uluslararası Yılın Değer Katan Marka Ödülü”* ve *“Trenyol Yılın En İyi Müşteri Deneyimi Ödülü.”* iddialarının ispatlanamadığı 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, 5/1-a, 5/1-b, 5/1-c, 5/1-ç, 5/1-d, 5/1-e ve 7/1 maddeleri,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/1-b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 9, 26 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 **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**26)**

**Dosya No: 2021/1893**

**Şikayet Edilen:** **Jeuvenile Güzellik ve Kozmetik Ürünleri Sanayi Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.trendyol.com adresli internet sitesinde yer alan “Jeuvenile Leke Giderici ve Leke Karşıtı Cilt Bakım Kremi” isimli ürün tanıtımları

**Reklam Yayın Tarihi:** 08.07.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.trendyol.com/jeuvenile/leke-giderici-ve-leke-karsiti-cilt-bakim-kremi-50ml-niacinamide-5-lumiskin-4-glikolik-asit-p-42692887 adresli internet sitesinin 08.07.2021 tarihli görünümünde; *“Jeuvenile Leke Giderici ve Leke Karşıtı Cilt Bakım Kremi. Etkisi klinik testlerle kanıtlanmıştır. Etkisini görebilmek için minimum 2 adet leke kremi bitirilmelidir. Bu süreden önce koyu leke konusunda bir etki beklenmemelidir. Açık lekelerde daha erken etki ettiği rapor edilmiştir.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, Kozmetik Mevzuatına tabi bulunan tüm kozmetik ürünlerin, insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve etkileri geçici olan ürünler olması gerektiği; bu bağlamda inceleme konusu tanıtımlarda yer alan *“leke giderici”* şeklinde 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 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, 5/1-a, 5/1-b, 5/1-c, 5/1-ç, 5/1-d ve 7/1 maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

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

**27)**

**Dosya No: 2021/1914**

**Şikayet Edilen:** **Doragold İlaç ve Sağlık Ürünleri A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.trendyol.com adresli internet sitesinde yer alan “Doragold Pro-Level Professional Nemlendirici Bakım Losyonu” isimli ürün tanıtımları.

**Reklam Yayın Tarihi:** 08.07.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.trendyol.com/doragold/pro-level-propolis-hyaluronic-acid-aloe-vera-shea-cay-agaci-yagi-nemlendirici-bakim-losyonu-krem-p-102221029 adresli internet sitesinin 08.07.2021 tarihli görünümünde yer alan “Doragold Pro-Level Professional Nemlendirici Bakım Losyonu” isimli ürün tanıtımlarında; *“Pro Level Propolis Hyaluronic Acid Aloe Vera Shea Çay Ağacı Yağı Nemlendirici Bakım Losyonu Krem. Pro(...)Cilt kuruluğunda, tahrişlerde, cilt lekelerinde, ince çizgi ve kırışıklıklarda, selülit ve çatlaklarda, güneş yanığı, topuk çatlağı, doğum sonrası çatlaklar, göğüs ucu çatlağı, egzama, sedef, sivilce, mantar, kaşıntı, kızarıklık, vb. durumlarda yardımcıdır.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, Kozmetik Mevzuatına tabi bulunan tüm kozmetik ürünlerin, insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve etkileri geçici olan ürünler olması gerektiği; bu bağlamda inceleme konusu tanıtımlarda yer alan tedaviye yönelik ve endikasyon belirten ifadelerin ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği; ayrıca şayet anılan ürünler söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “kozmetik ürün” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilmesi gereken ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuata uygun olmadığı 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, 5/1-a, 5/1-b, 5/1-c, 5/1-ç, 5/1-d ve 7/1 maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

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

**28)**

**Dosya No: 2021/1915**

**Şikayet Edilen:** **Correct Healthcare İlaç Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.correcthealthcare.com.tr adresli internet sitesinde yer alan “Madetene Cream” isimli ürün tanıtımları

**Reklam Yayın Tarihi:** 08.07.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** http://www.correcthealthcare.com.tr/portfolio/madetene-krem/ adresli internet sitesinin 08.07.2021 tarihli görünümünde yer alan “Madetene Cream” isimli ürün tanıtımlarında; *“Etkinliği Kanıtlanmış İçerik. (…)Dekspanthenol ve Centella Asiatica İçeren Bakım Kremi. Centella Asiatica: Aşırı ya da düzensiz bir çoğalmanın önüne geçerek kolajen liflerin oluşumunu dengeler. Böylece yumuşak ve düzgün bir bağ dokusunun yeniden meydana gelmesine yardımcı olur. Granülasyon dokusunun oluşmasını ve böylece yarayı örtecek epiderm tabakası için canlı ve kuvvetli bir zemin hazırlanmasına yardımcı olur. Tip 1 kolajen üretimi vasıtasıyla scar matürasyonunu teşvik eder ve inflamatuvar reaksiyonu ve miyafibroblast üretimi azaltır. Dekspanthenol: Ciltte epitel oluşmasına, hasarlı bölgede epitel tabakasının yeniden gelişmesine yardımcı olarak çalışır. Kompleks yenilenme ve kendini onarma sürecine yardımcı olur. Bu özellikler epitelizan ve sikatrizan özelliklerdir. Dekspanthenol çeşitli epitel dokuların oluşumlarında ve normal fonksiyonlarını sürdürmelerinde önemli rol oynar. (…) Cerrahi operasyon sonrası Scar (yara) izini minimize etmeye yardımcı olur. Atopic Dermatit ve Egzamalı ciltlerde cildin yenilenmesine ve nemli kalmasına yardımcı olur. Çocuklarda ve Yetişkinlerde pişik oluşumunu ve oluşmuş pişiğin tedavisine yardımcı olur. İzotretinoin grubu ilaçların kullanımına bağlı cilt kuruluğu (Dudak,Yüz,Vücut) tedavisinde cildin yenilenmesi ve uzun süre nemli kalmasına yardımcı olur.(…)Akne lekelerinin giderilmesine yardımcı olur. (…)Cildinizin yenilenmeye ihtiyacı var! Pişik Egzama (…):Yara-Yanık İzi (…)Etkinliği kanıtlanmış içerik”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, Kozmetik Mevzuatına tabi bulunan tüm kozmetik ürünlerin, insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve etkileri geçici olan ürünler olması gerektiği; bu bağlamda inceleme konusu tanıtımlarda yer alan tedaviye yönelik ve endikasyon belirten ifadelerin ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği; ayrıca şayet anılan ürünler söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “kozmetik ürün” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilmesi gereken ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuata uygun olmadığı, diğer taraftan inceleme konusu tanıtımlarda yer alan *“Etkinliği Kanıtlanmış İçerik”*ifadelerinin ispatlanmadığı 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, 5/1-a, 5/1-b, 5/1-c, 5/1-ç, 5/1-d ve 7/1 maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

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

**29)**

**Dosya No: 2021/1917**

**Şikayet Edilen:** **Tim Kozmetik Sabun Otel Malzemeleri Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.trendyol.com adresli internet sitesinde yer alan “Dr. EA Laboratories Soyulabilir Siyah Maske” isimli ürün tanıtımları

**Reklam Yayın Tarihi:** 08.07.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.trendyol.com/dr-ea-laboratories/soyulabilir-siyah-maske-siyah-nokta-ve-sivilce-karsiti-150ml-p-31684488 adresli internet sitesinin 08.07.2021 tarihli görünümünde yer alan “Dr. EA Laboratories Soyulabilir Siyah Maske” isimli ürün tanıtımlarında; *“Dr. EA Siyah Nokta ve Sivilce Karşıtı Siyah Maske(…) Sinirli otu cildin siyah nokta, akne ve lekelerinin giderilmesini sağlar.(…). Cildi uyarır, hücre yenilenmesini hızlandırır, iltihaplanmayı önler, cildi derinlemesine temizler. (…)Siyah nokta, akne ve sivilce gibi cilt sorunlarını giderir (…)Hücre yenilenmesini sağlayarak, cildin canlı görünmesini sağlar, kan dolaşımını hızlandırır, cildin sağlıklı görünmesini sağlar, (…) yüzünüzdeki yağlanmayı, akne ve siyah noktaları yok edecek, canlı bir yüzünüz olacak.”*şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, Kozmetik Mevzuatına tabi bulunan tüm kozmetik ürünlerin, insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve etkileri geçici olan ürünler olması gerektiği; bu bağlamda inceleme konusu tanıtımlarda yer alan tedaviye yönelik ve endikasyon belirten ifadelerin ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği; ayrıca şayet anılan ürünler söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “kozmetik ürün” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilmesi gereken ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuata uygun olmadığı 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, 5/1-a, 5/1-b, 5/1-c, 5/1-ç, 5/1-d ve 7/1 maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

Buna göre, reklam veren **Tim Kozmetik Sabun Otel Malzemeleri Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti.** 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**30)**

**Dosya No: 2021/1924**

**Şikayet Edilen:** **Nurcan Keskin Katre i Şifa Nk**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.katreisifa.com/ adresli internet sitesinde yer alan “Sarcopte Body Care Oil” isimli ürün tanıtımları

**Reklam Yayın Tarihi:** 07.07.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.katreisifa.com/ adresli internet sitesinin 07.07.2021 tarihli görünümünde yer alan “Sarcopte Body Care Oil” isimli ürün tanıtımlarında; *“SARCOPTE Uyuz Losyonu(…)Losyon kullanımı tamamlandıktan sonra ölen (uyuz) böceklere ve böcek artıklarına karşı alerji nedeniyle hafif kaşıntı ve kızarıklık 2-4 hafta devam edebilir, bu durum uyuz ile karıştırılmamalıdır. (…)Bu losyonun yanı sıra başka bir ürün kullanmanıza gerek yoktur. Uyuz Paraziti, Mayt Akarları, Bit, Pire gibi cilt rahatsızlıklarının iyileştirilmesinde kullanabilirsiniz. (…)”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, Kozmetik Mevzuatına tabi bulunan tüm kozmetik ürünlerin, insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve etkileri geçici olan ürünler olması gerektiği; bu bağlamda inceleme konusu tanıtımlarda yer alan tedaviye yönelik ve endikasyon belirten ifadelerin ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği; ayrıca şayet anılan ürünler söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “kozmetik ürün” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilmesi gereken ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuata uygun olmadığı 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, 5/1-a, 5/1-b, 5/1-c, 5/1-ç, 5/1-d ve 7/1 maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

Buna göre, reklam veren **Nurcan Keskin Katre i Şifa Nk** 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**31)**

**Dosya No: 2021/2025**

**Şikayet Edilen:** **Vebuo İç ve Dış Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.ciceksepeti.com adresli internet sitesinde yer alan “Lavieor Vitamin C Leke Giderici Serum” isimli ürün tanıtımları

**Reklam Yayın Tarihi:** 06.07.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.ciceksepeti.com/vitamin-c-leke-giderici-serum-30-ml-kc4560732 adresli internet sitesinin 06.07.2021 tarihli görünümünde yer alan “Lavieor Vitamin C Leke Giderici Serum 30 ml” isimli ürün tanıtımlarında; *“LAVİEOR VİTAMİN C Leke Giderici Yüz Serumu Kolajen üretimini destekleyerek ince çizgilerin, cilt sarkmalarının görünümünü azaltan ve pigmentasyon problemini gidererek gerçek bir antioksidan görevi gören bu güçlü mütefik, yaz sonrasında lekelerden şikayetçi olan ve yenilenmeye ihtiyaç duyan ciltler için tam bir kurtarıcıdır; C Vitaminini direk olarak cilde almak C vitaminini 10 kat olarak arttırıyor; C Vitamini serbest radikaller ve enflasmasyon ile savaşarak kolajen üretimini arttırır; Cilt lekeleri ve erken yaşlanmayı önlemek için C Vitamini kullanabilirsiniz. (…) Düzenli kullanım ile birlikte cilt üzerinde %60 olarak başarı sağlar, etki eder"* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, Kozmetik Mevzuatına tabi bulunan tüm kozmetik ürünlerin, insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve etkileri geçici olan ürünler olması gerektiği; bu bağlamda inceleme konusu tanıtımlarda yer alan tedaviye yönelik ve endikasyon belirten ifadelerin ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği; ayrıca şayet anılan ürünler söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “kozmetik ürün” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilmesi gereken ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuata uygun olmadığı, bununla birlikte inceleme konusu tanıtımlarda yer alan "*Düzenli kullanım ile birlikte cilt üzerinde %60 olarak başarı sağlar, etki eder"* ifadelerinin ispatlanamadığı 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, 5/1-a, 5/1-b, 5/1-c, 5/1-ç, 5/1-d ve 7/1 maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

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

**32)**

**Dosya No: 2021/2058**

**Şikayet Edilen:** **Omega Laboratuvarları Kozmetik Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://omegaskinlab.com/ adresli internet sitesinde yer alan “OSL Omega Skin Lab”isimli ürün tanıtımları

**Reklam Yayın Tarihi:** 06.07.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://omegaskinlab.com/ adresli internet sitesinin 06.07.2021 tarihli görünümünde yer alan “OSL Omega Skin Lab Sivilce Problemi Bakım Paketi” isimli ürün tanıtımlarında; *“(…)sivilcelerin yatışmasını ve sivilce lekelerinin düzelmesini destekler.(…) Aktif sivilce atakları, yağlanma, açık-kapalı komedon, gözenek genişliği ve sivilce lekelerinin giderilmesi için formülize edilmiş serum.(…)”,*

“Yağlı/Akne/Sivilce” kategorisinde yer alan “OSL Omega Skin Lab Azelaic Acid Gel” isimli ürün tanıtımlarında; *“İçeriğindeki Azelaik Asit ile cildi pürüzsüzleştirmeye, aktif akne toparlamasını hızlandırmaya, lekelerin görünümünü azaltmaya ve cildi aydınlatmaya yardımcı krem.”*, “OSL Omega Skin Lab Sulfur Mask” isimli ürün tanıtımlarında; *“Aktif akne ve yağlanmayı yatıştırmayı destekler. Aynı zamanda sakinleştirici özelliğe sahiptir. Kızarıklık problemlerini yatıştırmaya yardımcı olur. Aktif akneyi kurutma özelliğine sahip olup, tıkanmış gözenekleri derinlemesine temizlemek için formülize edilmiştir. (...) Bakteri oluşumunu en aza indirmeye yardımcı olur.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, Kozmetik Mevzuatına tabi bulunan tüm kozmetik ürünlerin, insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve etkileri geçici olan ürünler olması gerektiği; bu bağlamda inceleme konusu tanıtımlarda yer alan tedaviye yönelik ve endikasyon belirten ifadelerin ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği; ayrıca şayet anılan ürünler söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “kozmetik ürün” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilmesi gereken ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuata uygun olmadığı 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, 5/1-a, 5/1-b, 5/1-c, 5/1-ç, 5/1-d ve 7/1 maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

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

**SAĞLIK**

**33)**

**Dosya No: 2020/1654**

**Şikayet Edilen: İlbeyli Optik – Hülya TECER**

**Şikayet Edilen Reklam:** İşletmeye ait vitrinde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Diğer/Vitrin

**Tespitler:** 2020 yılında işletmenize ait vitrinde yapılan tanıtımlarda; *"AÇILIŞA ÖZEL!!! TEK FİYAT RENKLİ LENS VE SOLÜSYON 60 TL"* ifadelerinin kullanıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan görüşme ve değerlendirmeler sonucunda, inceleme konusu tanıtımların reklam ve/veya haksız ticari uygulama olarak değerlendirilemeyeceği anlaşıldığından, anılan tanıtımın 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 62 nci maddesine **aykırı olmadığına** karar verilmiştir.

**34)**

**Dosya No: 2020/1832**

**Şikayet Edilen:** **İmplamer Özel Sağlık Hiz. Ltd. Şti. - Özel İmplamer Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 19.03.2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.dentkusadasi.com ve www.nazillidis.com adresli internet sitelerinin 19.03.2021 tarihli görünümünde örnek olarak; *"...2008 yılında kurulan polikliniğimiz, kuruluşundan günümüze konusunda uzman dişhekimi kadrosunu oluşturmuş...Yetenekli ve Uzman Hekim kadrosu ve deneyimli yardımcı personel kadrosu ile hastalarına dünya standartlarında hizmet vermeyi hedefleyen İmplamer yeni faaliyete giren Kuşadası şubesi ile bölgede ve sektörde önemli bir yer edinmiştir...Gülmek, hayata pozitif bakma isteğinin önemli simgelerinden biridir. Dişlerin ve dişetlerinin kötü görünümlerinde ve buna bağlı olarak ağız kokusu durumunda, insanlar toplum içinde yarım gülerler, ağzını kapatarak gülümserler veya dudaklarının dişlerini örtecek şekilde gülmeye çalışırlar. Sonuç olarak, çoğu zamanda gülme eylemi gerçekleşemez, fotoğraf çekilmekten kaçınır ve zamanla psikolojik olarak neredeyse gülmeyi unutma aşamasına gelirler, hayattan zevk almayı ertelerler, ta ki güzel bir gülüşe sahip oluncaya kadar. Gülüşlerine gülüş katmak isteyenler, kısıtlanmak istemeyen ve özgür ruhlu kişilikler, estetik gülüşlere sahip olmak isteyenler, diş-dişeti ve Gülüş Estetiğine önem vermektedirler. Yüzde en çok çarpıcı görünen bölgelerden biri dişlerdir. Gülme esnasında, kötü dişlere sahip olunması durumunda, çok güzel bir yüze sahip olunsa bile, karşıda iletişimde olunan kişi, o an gözlerini, o kötü görünen dişlere bakmaktan asla kendini alıkoyamaz. Diş estetiği görünümü, dişetini, dudağı, burnu, çeneleri ve gözlerin görünümünü algı olarak da etkiler. Algıda seçicilik itibariyle, gözler direk olarak dişlere çarpar ve odaklanır. Güzel bir gülüş, yüzdeki diğer küçük anormal görünümdeki bölgeleri de kapatır. Gülüş Estetiği ‘nde en önem verilen kriterler, dişler-diş etlerinin çene ile uyumu ve çene-yüz orantısıdır. Gülüş Estetiği ile yüze uyumlu, doğal ve güzel bir gülüş elde etmek mümkündür. Gülüş Estetiği dünyaca ünlü yıldızlarca da yaptırılan bir işlemdir. Gülüş Estetiği, gülüş tasarımıyla daha da mükemmele yaklaşır. Gülüş tasarımının en önemli aşamalarından birisi de Diş (Beyaz Estetik) ve Dişeti (Pembe Estetik) Estetiğidir. İyi bir gülüş tasarımı, diğer yüz estetiği uygulamalarından daha çok dikkat çekici olabilir. Sağlıklı, beyaz ve ışıltılı gülüş, hasta ve hekim tarafından birlikte karar verilerek, gülüş tasarımlarıyla ortaya çıkar...Botox estetik uygulamalarda, yaşla birlikte belirginleşen mimik çizgilerini hafifletme yada ortadan kaldırmak amacıyla kullanılır. Botox uygulaması güvenilir ve kolay bir yöntemdir. Göz çevresi medikala estetik denilince kaş kaldırma için botox mutlaka akla gelir. Kaş kaldırma ve şekillendirme botox göz çevresine istenilen görüntüyü sağlamada sıklıkla başvurulan medikal bir yöntemdir...Botoks, alın ve göz kenarındaki çizgileri azaltma, 'kaz ayaklarında oluşan çizgileri ortadan kaldırma, çatık kaş izini yok etme gibi özellikleriyle biliniyor.3-7 gün içinde tam olarak oturur, botoksun etki süresi yaklaşık 4-6 ay arasında sürüyor. Diş hekimliğinde laser uygulamaları çoğunlukla geleneksel tedavi yöntemlerini destekleyici olarak kullanılır. Bazı vakalarda ise tamamen bu tedavilerin yerine uygulanabilmektedir. En önemli avantajı hastaya sağladığı konfordur. Sessiz çalışma imkanı tanıması, işlem yapılan bölgede yüksek sterilizasyon ve dezenfeksiyon sağlaması ve iyileşme süresini kısaltması nedeniyle hem hekimler hem hastalar tarafından tercih edilmektedir. Titreşim yapmaması, küçük müdahalelerde anesteziye gerek duyulmaması sebebiyle laser uygulamaları, diş hekimi korkusu olan her yaş grubu hasta için tercih edilebilir. Lazer ile yapılan derin diş eti temizliğinin ardından diş eti cepleri çok daha hızlı iyileşmektedir..."* gibi ifadelere ve *"kaz ayakları, göz çevresi için botoks"* gibi işlemlere ilişkin tanıtımlara yer verildiği;

www.instagram.com ile www.facebook.com adresli sosyal paylaşım sitelerinin 19.03.2021 tarihli görünümünde kuruluşa ait *"implamer\_dis\_poliklinigi"* ile "*implantklinigi"* kullanıcı isimli sayfalarda yer alan paylaşımlarda örnek olarak; *"...Rengi ve yapısı bozulmuş eski dolguların düzeltilmesinde, Çapraşık ve eğri dişlerin düzeltilmesinde (ortodontik tedavi alternatifi olarak) mükemmele yakın kozmetik bir alternatif olabilir..Gülüş estetiğinizden memnun değil misiniz⁉ Dişleriniz çok mu sarı? - Gülerken dişetleriniz fazla mı görünüyor? -Dişleriniz çok mu kısa ya da şeklinden mi şikayetçisiniz? - Yoksa dişleriniz aşındığı için yaşlı göründüğünüzü mü düşünüyorsunuz? Estetik Diş Hekimliği uygulamalarıyla tüm bu problemlerin çözümü mümkün..Wauw Magazine dergisinin Kasım sayısında Lamine Dişlerle ilgili merak edilenleri anlattık:).Empress (full porselen diş) nedir? Diş dokusuna uyumu, istenen ideal rengi ve şeffaflığı sağlar. - Doğal dişlerinizin tüm karakteristik özellikleri empress diş kaplamalarına aktarılabilir. Doğal Diş Estetiği yakalanmış olur...Mutlu gülüşler:)...Almanya'dan gelen hastamızın tedavilerini tamamladık...Bu nazillide gördüğüm en eli hafif dişçisi olgun bey harika çekim olsun kanal tedavisi olsun diş yapımı olsun başka hiçbir dişçiye gitmem 10 numara 5 yıldız güler yüzlü kendisi eşi ve ekibi kısacası olgun ve nurcan koşar...güleryüzlü insanın değerli olduğunu hissettiren kalitenin adresi iyiki tanımışız sizleri hepinize teşekkür ederiz.iyi çalışmalar.10 numara 5 yıldız..."* gibi ifadeler ile olumlu hasta yorumlarına yer verildiği tespit edilmiştir.

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

**35)**

**Dosya No: 2020/1836**

**Şikayet Edilen:** **North Derm Güzellik Salonu – Dr. Sezgin Dursun**

**Şikayet Edilen Reklam:** Kuruluş tarafından tüketicilere yönelik dağıtılan broşürlerde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Broşür

**Tespitler:** Kuruluş tarafından, 2020 yılında tüketicilere yönelik dağıtılan broşürlerde; *"genital daraltma, karbondioksit lazer, botoks, dudak dolgusu, acısız buz başlıklı lazer epilasyon. AÇILIŞA ÖZEL Op. Dr. Sezgin DURSUN tarafından Hormon Testi+Muayene ve Cilt Analizi ÜCRETSİZDİR."* gibi tıbbi işlem isimlerine ve tıbbi işlemler hakkında ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

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

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanun'un 1, 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 **North Derm Güzellik Salonu – Dr. Sezgin Dursun** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**36)**

**Dosya No: 2020/1838**

**Şikayet Edilen: Medkor Sağlık ve Bilişim Hizmetleri Ltd. Şti.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 17.03.2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Kuruluşa ait www.medkor.com.tr adresli internet adresinin 17.03.2021 tarihli Türkçe görünümünde örnek olarak; *"...Sağlık Danışmanlığı Hastane ve doktorları hastalarla buluşturuyoruz.Hasta Hizmetleri Tecrübeli ve güvenilir ekibimizle operasyon öncesi ve sonrası hizmet sağlıyoruz. Güvenilir İş Ağı Güvenilir hastane, hekim, transfer ekibi ve hemşirelerimizle güvenilir bir ortam sağlıyoruz..Yaşam kalitenizi artırmak için dünya standartlarında sağlık hizmeti sunmaktayız. Memnuniyetiniz bizim için önem taşımaktadır... Hasta Deneyimi Hasta deneyimini planlayıp kusursuz süreçler yaratıyoruz. Global Destek Global olarak 7/24 erişim sağlıyoruz. Farklı dillerde global destek sağlıyoruz. Sağlığınız için daima yanınızdayız. Sağlığın her alanında "360 derece" hizmet üretiyoruz. Sağlık sektörüne odaklı hizmet veren ekibimiz, kurumların ihtiyaçlarına yönelik iletişim çalışmaları sunmakta ve kitlesinde konuşulan işlere imza atmasını sağlamaktadır. Medkor olarak memnuniyet odaklı uluslararası kalite standartlarında hizmet anlayışı ile sektöründe fark yaratarak, sağlıkta dünya markası olmaktır. Markalarımız. Medkor olarak memnuniyet odaklı uluslararası kalite standartlarında hizmet anlayışı ile sektöründe fark yaratarak, sağlıkta dünya markası olmaktır..."* gibi tıbbi hizmetler hakkında ifadelere yer verildiği;

Bununla birlikte; inceleme konusu internet sitelerinde; kuruluş isminin “*Medkor*” olarak nitelendirildiği tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- 6023 sayılı Türk Tabipleri Birliği Kanunun 64 üncü maddesi;

- 3224 sayılı Türk Dişhekimleri Birliği Kanunun 45 inci maddesi;

- Özel Hastaneler Yönetmeliğinin 60 ıncı maddesi;

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

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi.

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

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

**37)**

**Dosya No: 2020/1839**

**Şikayet Edilen:** **Mahmut BİLLUR**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 24.03.2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com ile www.facebook.com adresli sosyal paylaşım sitelerinin 24.03.2021 tarihli görünümünde kuruluşa ait *"mahmutbillur05357707431", "mahmutbillur"* ile *"Mahmut Billur*" kullanıcı isimli sayfalarda yer alan paylaşımlarda örnek olarak; *"...Tıbbi Sülük (Ruhsatlı) satışım başlamıştır Her boy var...Sülük şifalıdır. Çare bulunamayan hastalıklara devadır İnşaAllah... BEL VE BOYUN FITIĞINI TEK SEANSTA ÇÖZÜYORUM Mahmut Billur 05357707431...bel ve boyun fıtığını manuel traksiyon ile ağrı acı olmadan çözüyorum #fıtıktedavi #mahmutbillur..."* gibi ifadelere ve tıbbi işlemlerle ilgili tanıtımlara yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Bilindiği üzere, Sağlık Meslek Mensupları İle Sağlık Hizmetlerinde Çalışan Diğer Meslek Mensuplarının İş ve Görev Tanımlarına Dair Yönetmeliğin;

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

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

Bu doğrultuda, “sülük tedavisi” işlemine yönelik bilgilere yer verildiği; ancak, mezkur uygulamalar ile ilgili bilgilendirmelerin yalnızca Bakanlıkça tescil edilmiş sertifikaya sahip tabip ve tabip gözetiminde sertifikalı sağlık meslek mensuplarınca yapılabileceği,

Ayrıca, şahıs tarafından sunulan hizmetlerin tanıtımının yapıldığı internet sitesinde manuel traksiyon gibi tabipler tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlere yönelik açıklayıcı bilgilere yer verildiği; ancak, sağlık alanında yürürlükte bulunan mevzuat gereği, sağlığı koruyucu ve geliştirici nitelikteki bilgilendirme ve tanıtımların, sağlık kuruluşları tarafından ve konusunda yetkili sağlık meslek mensuplarınca verilmesi gerektiği,

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

Diğer taraftan sitede yer alan ifade ve görüntülerin sağlık mevzuatında izin verilen bilgilendirme sınırını aştığı ve “reklam” niteliği taşıdığı, sağlık alanında reklam yapılmasının ilgili mevzuata aykırı olduğu, sağlık alanında çalışan yetkisiz şahsın faaliyetlerine ticari bir görünüm vererek, talep oluşturduğu ve bu suretle diğer şahıs ve kuruluşlar aleyhine haksız rekabete yol açtığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

- Geleneksel ve Tamamlayıcı Tıp Uygulamaları Yönetmeliğinin 9/1, 12/1, 12/2, Ek-3 üncü bölümünün 8 inci maddesi;

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

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi.

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

Buna göre, reklam veren, **Mahmut BİLLUR** 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.

**38)**

**Dosya No: 2020/44**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** 2020 yılı Şubat ayında firmaya ait muhtelif mağazaların iç mekanlarında ve vitrin camlarında bulunan ve 2021 yılında kuruluşun üyelerine kısa mesaj aracılığıyla gönderilen "Lenslerde 4 Al 3 Öde Fırsatı!" sloganlı reklamlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** Şubat 2020-2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Vitrin camı, ayaklı pano, kısa mesaj

**Tespitler:** İnceleme konusu reklamlarda, *"Lenslerde 4 Al 3 Öde Fırsatı!"* ifadelerinin bulunduğu, bununla birlikte söz konusu reklamların müesseseye ait vitrin camında ve mağaza içinde bulunan dijital ekranlarda yer aldığı,

Şikayet edilen kısa mesaj metninde ise, *“Bu teklif sadece sana özel Mustafa! Tüm numaralı günlük kontakt lenslerde 4 al 3 öde fırsatına ek %15 indirim Atasun Optiklerde seni bekliyor! Kampanya 8 Haziran’a kadar geçerlidir. Detaylı bilgi için http://rn.atsntgv.com/JTBwOwyU tıklayarak telefon numaranla giriş yapabilir veya 4446785’i arayabilirsin.”* ifadelerinin yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, TİTCK’nın görüşü çerçevesinde, optisyenlik müesseselerinin iç mekanlarında ve vitrinlerinde yapılacak olan reklam ve tanıtım faaliyetlerine Tıbbi Cihaz Satış, Reklam ve Tanıtım Yönetmeliği ve anılan Yönetmeliğe İlişkin Kılavuz’un 15/15 inci maddesi çerçevesinde cevaz verildiği, bu nedenle şikayet edilen reklamların yukarıda ismi geçen mevzuata aykırılık teşkil etmediği, diğer taraftan söz konusu mecralarda yayımlanan reklamların 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 inci maddesi çerçevesinde incelenebileceği; bu bağlamda yapılan değerlendirmede ise inceleme konusu reklamların 6502 sayılı Kanun’a aykırılık oluşturmadığı;

-Şikayete konu edilen kısa mesajlarla ilgili olarak ise daha önce Reklam Kurulu’nun 227 sayılı toplantısında yapılan değerlendirmeler de dikkate alınarak, söz konusu mesajın kişiye özel bilgilendirme kapsamında değerlendirildiği ve dolayısıyla “reklam” olarak sayılamayacağı, değerlendirilmiş olup şikayet edilen reklamların 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 inci maddesine **aykırı olmadığına** karar verilmiştir.

**39)**

**Dosya No: 2020/722**

**Şikayet Edilen: Abdul Samet BOZKURT (Bonnie Baby Spa)**

**Şikayet Edilen Reklam:** İnstagram isimli sosyal medya mecrasında *"bonniebabyspa"* isimli hesap adıyla yayımlanan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 03.10.2020, 17.05.2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet, sosyal medya

**Tespitler:** İnceleme konusu tanıtımların17.05.2021 tarihli görünümünde, *"Bonnie Baby & Spa'nın Faydaları: -Bağırsak hareketlerini düzenliyor. -Kolik rahatsızlığının azaltılmasına yardımcı oluyor. -Büyüme ağrılarının azalmasına destek oluyor. -Sinir, dolaşım, sindirim ve bağışıklık sistemini destekliyor. "* ,

07.07.2021 tarihli görünümünde, *"Hidroterapi ile çalışan kaslar... Bebeğiniz kolik bir bebek ise doğru masaj teknikleri ve özel yağlar ile sindirim sisteminin ve bağırsakların düzenli çalışmasını sağlayabiliriz. Yapılan bebek masajı ile gaz problemi nedeniyle uyuyamayan bebeklerin daha rahat uyuduğunu görebilirsiniz ...”,*

gibi ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Kuruluşun bir sağlık kuruluşu olarak ruhsatlandırılmadığı, bu nedenle inceleme konusu tanıtımlarda yer alan *"Bonnie Baby & Spa'nın Faydaları: -Bağırsak hareketlerini düzenliyor. -Kolik rahatsızlığının azaltılmasına yardımcı oluyor. -Büyüme ağrılarının azalmasına destek oluyor. -Sinir, dolaşım, sindirim ve bağışıklık sistemini destekliyor. "*, *"Hidroterapi ile çalışan kaslar... Bebeğiniz kolik bir bebek ise doğru masaj teknikleri ve özel yağlar ile sindirim sisteminin ve bağırsakların düzenli çalışmasını sağlayabiliriz. Yapılan bebek masajı ile gaz problemi nedeniyle uyuyamayan bebeklerin daha rahat uyuduğunu görebilirsiniz ...”* şeklindeki sağlık hizmeti sunumuna yönelik ifadelerin ilgili mevzuata aykırılık teşkil ettiği 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,

- İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğin Ek-1 Kısım “J-(Ek: 29/6/2010 – 2010/671 K.) Masaj Salonları” başlıklı bölümünün 13 üncü 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 **Abdul Samet BOZKURT (Bonnie Baby Spa Salonu)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**40)**

**Dosya No: 2020/5243**

**Şikayet Edilen: Duygu ÖNER (Mina Güzellik Salonu)**

**Şikayet Edilen Reklam:** Kuruluşa ait *"Gaziemir Şubemizin Açılışına Özel... Tanışmamıza Özel Birbirinden Muhteşem Kampanyalar"* ibareli broşürler.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Broşür.

**Tespitler:** İnceleme konusu broşürlerde, kuruluşun "Mina Güzellik & Estetik" ismiyle tanıtıldığı, ayrıca tabipler tarafından uygulanması gereken ve güzellik salonlarında -tabip çalışsa bile- uygulanması yasak olan "*lazer epilasyon, kök hücre tedavisi, selülit tedavisi, G5, ozon terapi, dermapen, dermaroller, leke tedavisi, akne-sivilce tedavisi*" gibi tıbbi işlemlerin isimlerine ve bu işlemlerle ilgili birtakım kampanyalı fiyat bilgilerine yer verilerek, "*lekelere, izlere kırışıklıklara son*" ifadelerinin kullanıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, kuruluşun gerek 'sağlık kuruluşu' gerekse 'güzellik salonu' olarak faaliyet göstermek adına ilgili kurumlarca ruhsatlandırılmadığı halde, söz konusu broşürlerde kuruluşun bir "güzellik salonu" olduğu yönünde algı oluşturacak biçimde "Mina Güzellik & Estetik" ismiyle tanıtıldığı, ayrıca inceleme konusu broşürlerde tabipler tarafından uygulanması gereken ve güzellik salonlarında -tabip çalışsa bile- uygulanması yasak olan "*lazer epilasyon, kök hücre tedavisi, selülit tedavisi, G5, ozon terapi, dermapen, dermaroller, leke tedavisi, akne-sivilce tedavisi*" gibi tıbbi işlemlerin isimlerine ve hatta bu işlemlerle ilgili birtakım kampanyalı fiyat bilgilerine yer verilerek, "*lekelere, izlere kırışıklıklara son*" biçiminde tıbbi işlemlere yönelik talep yaratıcı ifadelerin kullanıldığı 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 5/1, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 7/5-c, 26 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Duygu ÖNER (Mina Güzellik Salonu)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **8.546,-TL. (Sekizbinbeşyüzkırkaltı Türk Lirası)** **idari para ve** **anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesinekarar verilmiştir.

**41)**

**Dosya No: 2020/5297**

**Şikayet Edilen: Ali Erkan KAYILI (Belle Beauty Güzellik Salonu)**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.bellebeautyclub.com adresli internet sitesinde ve İnstagram ve Facebook gibi sosyal medya mecralarında kuruluşa ait "bellebeautyclub" ve “belleguzellik" isimli hesaplar üzerinden yayımlanan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 18.05.2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra**: İnternet, sosyal medya

**Tespitler:** İnceleme konusu tanıtımların 18.05.2021 tarihli görünümünde, "botoks, dolgu, dermapen, lazer epilasyon ve mezoterapi" gibigüzellik salonlarında uygulanması mevzuat gereği yasak olan ve tabip tarafından uygulanması gerektiğinden tanıtımının da yapılmasına izin verilmeyen tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara, bu işlemlerle ilgili kampanya bilgilerine ve tıbbi yöntemlerin uygulandığı hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ilişkin görüntülere yer verildiği; ayrıca söz konusu tanıtımlarda kuruluşun isminin "Beauty Club" ve "merkez" olarak isimlendirildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, anılan kuruluş bir güzellik salonu olarak faaliyet göstermesine rağmen, inceleme konusu tanıtımlarında, *"botoks, dolgu, dermapen, lazer epilasyon ve mezoterapi"* 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 nci 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 5/1, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 7/5-c, 26 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

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

**42)**

**Dosya No: 2020/5891**

**Şikayet Edilen: Dr. Erdal CÜCÜK**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 22.01.2020 ve 15.06.2021

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

**Tespitler:** İnceleme konusu tanıtımların 22.01.2020 ve 15.06.2021 tarihli görünümlerinde, şahsın “*Mide küçültme (tüp mide) ve diyabet ameliyatı uzmanı”* olarak tanıtıldığı, ayrıca tanıtımlarda hastaların tedavi öncesi-sonrası görüntülerinin yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, şikayete konu tanıtımlarda şahsın “*Mide küçültme (tüp mide) ve diyabet ameliyatı uzmanı”* olarak tanıtıldığı, oysa 1219 Sayılı Tababet ve Şuabatı San'atlarının Tarzı İcrasına Dair Kanun’da sıralanan tıpta uzmanlık dalları arasında böyle bir unvanın yer almadığı, dolayısıyla söz konusu unvanın kullanılmasının tüketicileri yanıltıcı ve ilgili mevzuata aykırı olduğu;

Bununla birlikte anılan tanıtımlarda, hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ilişkin görüntülere ve ifadelere yer verildiği; 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. Erdal CÜCÜK** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**43)**

**Dosya No: 2021/133**

**Şikayet Edilen: Sonsuz Güzellik Merkezi**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 25.03.2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait ‘gaziantepsonsuzguzellik’ kullanıcı isimli sayfanın 25.03.2021 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘Buz Lazer, Dermapen, Leke Tedavisi, Ben Tedavisi, Damar Tedavisi’* gibi tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara ve tıbbi işlemlerin uygulanmasına dair görüntülere; ayrıca, hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere; bununla birlikte tıbbi işlemlere ilişkin kampanyalara ve fiyat bilgilerine yer verildiği,

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

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, anılan kuruluş bir güzellik salonu olarak faaliyet göstermesine rağmen, www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait ‘gaziantepsonsuzguzellik’ kullanıcı isimli sayfanın 25.03.2021 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘Buz Lazer, Dermapen, Leke Tedavisi, Ben Tedavisi, Damar Tedavisi’* gibi tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara ve tıbbi işlemlerin uygulanmasına dair görüntülere; ayrıca, hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere; bununla birlikte tıbbi işlemlere ilişkin kampanyalara ve fiyat bilgilerine yer verildiği; diğer taraftan, inceleme konusu tanıtımlarda; kuruluşun isminin *“Sonsuz Güzellik Merkezi”* olarak nitelendirildiği,

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 nci fıkrasında yer alan; “*Güzellik salonunda tıp fakültesi diploması olan biri çalışsa bile, tabip yetkisinde olan tıbbi işlemler**güzellik salonunda yapılamaz. Bu hususa uymadığı tespit edilen kişiler hakkında ilgili mevzuat hükümleri uygulanır*.” hükmü ile de her ne şekilde olursa olsun, tabip tarafından yapılması gereken tıbbi işlemlerin güzellik salonlarında gerçekleştirilmesinin yasaklandığı,

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

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

Bu bağlamda; güzellik salonu olarak faaliyet gösterdiği tespit edilen ve dolayısıyla sağlık alanında faaliyeti olmayan 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; ancak söz konusu tıbbiişlemlerin doktor kontrolünde ve sağlık kuruluşları bünyesinde uygulanması gerektiği ve 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'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 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 **Sonsuz Güzellik Merkezi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**44)**

**Dosya No: 2021/2152**

**Şikayet Edilen: Yusuf ASLAN (Reine Güzellik Salonu)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 21.05.2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.reineguzelliksalonu.com adresli internet sitesinin 21.05.2021 tarihli görünümünde örnek olarak; *‘Hakkımızda’* başlığı altında *‘...hastalarımız ve personelimiz için...’* ifadeleri ile *‘Leke Tedavisi, Medikal Cilt Tedavisi, Milia Tedavisi, Miliu Tedavisi, Sivilce Tedavisi, Gözenek Tedavisi, Siyah Nokta Tedavisi, Buz Epilasyon’* gibi tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara yer verildiği,

Diğer taraftan; inceleme konusu tanıtımlarda; kuruluşun isminin *“Reine Estetik ve Güzelik Merkezi, Reine Estetik ve Güzelik”* olarak nitelendirildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, anılan kuruluş bir güzellik salonu olarak faaliyet göstermesine rağmen, www.reineguzelliksalonu.com adresli internet sitesinin 21.05.2021 tarihli görünümünde örnek olarak; *‘Hakkımızda’* başlığı altında *‘...hastalarımız ve personelimiz için...’* ifadeleri ile *‘Leke Tedavisi, Medikal Cilt Tedavisi, Milia Tedavisi, Miliu Tedavisi, Sivilce Tedavisi, Gözenek Tedavisi, Siyah Nokta Tedavisi, Buz Epilasyon’* gibi tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara yer verildiği; diğer taraftan, inceleme konusu tanıtımlarda kuruluşun isminin *“Reine Estetik ve Güzelik Merkezi, Reine Estetik ve Güzelik”* olarak nitelendirildiği,

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 nci fıkrasında yer alan; “*Güzellik salonunda tıp fakültesi diploması olan biri çalışsa bile, tabip yetkisinde olan tıbbi işlemler**güzellik salonunda yapılamaz. Bu hususa uymadığı tespit edilen kişiler hakkında ilgili mevzuat hükümleri uygulanır*.” hükmü ile de her ne şekilde olursa olsun, tabip tarafından yapılması gereken tıbbi işlemlerin güzellik salonlarında gerçekleştirilmesinin yasaklandığı,

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

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

Bu bağlamda; güzellik salonu olarak faaliyet gösterdiği tespit edilen ve dolayısıyla sağlık alanında faaliyeti olmayan 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; ancak söz konusu tıbbiişlemlerin doktor kontrolünde ve sağlık kuruluşları bünyesinde uygulanması gerektiği ve 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'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 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 **Yusuf ASLAN (Reine Güzellik Salonu)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**45)**

**Dosya No: 2021/2153**

**Şikayet Edilen: Özel Egesante Tıp Merkezi**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 21.05.2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Kuruluşa ait www.egesante.com adresli internet sitesinin 21.05.2021 tarihli görünümünde örnek olarak;

- Ana sayfada; *‘…burnunuzu güzelleştiren dokunuş…daha dolgun ve estetik göğüsler…2017 Yılında Balçova’da faaliyete giren Özel Egesante Tıp Merkezi, tecrübeli hekimleriyle hizmet sunmaktadır…Sizlere en güvenilir hizmeti sunabilmek için en son teknolojiye sahip muayenehaneler, ameliyathaneler ve yeni cihazlar kullanılmaktadır…Neden EGESANTE Tıp Merkezi? 2017 Yılında Balçova’da faaliyete giren Özel Egesante Tıp Merkezi, tecrübeli hekimleriyle hizmet sunmaktadır. Konusunda uzman kadro, konforlu ve güler yüzlü hizmet, en son teknoloji…’*,

- ‘Hakkımızda’ başlığı altında; *‘…2017 Yılında Balçova’da faaliyete giren Özel Egesante Tıp Merkezi, tecrübeli hekimleriyle hizmet sunmaktadır… Sizlere en güvenilir hizmeti sunabilmek için en son teknolojiye sahip muayenehaneler, ameliyathaneler ve yeni cihazlar kullanılmaktadır. Alanında uzman doktorları, güler yüzlü, ilgili hasta danışmanları…’*,

- ‘Doktorlarımız’ başlığı altında; *‘…15 yıldır muhtelif hastanelerde Op. Dr. olarak görev yapmaktayım… sinüzit ameliyatlarında binlerce vaka gerçekleştirdim… yüz estetik cerrahisi ile ilgili yoğun bir bilgi ve tecrübe sahibi olan Op. Dr. Yücel Birinci… yüz ve dudak dolgu uygulamaları) konularında deneyim sahibidir…göz altı ışık dolgusu gibi kozmetik işlemleri de başarıyla uygulamaktadır…’*,

- ‘Bademcik Ameliyatı’ başlığı altında; *‘…Bademcik iltihabı ameliyatı, oldukça kolay ve ağrısız bir ameliyattır…’*,

- ‘Alerjik Nezle’ başlığı altında; *‘…Tıp merkezimizde, son teknolojik ekipmanlar ve alanında uzman olan hekimlerimiz iş birliğinde işitme ölçümleri yapılmaktadır. İşitme kaybınızın olduğunuzu düşünüyorsanız, hemen hekimlerimizden randevu alabilir ve testlerini yaptırabilirsiniz…’*,

- ‘Konka Cerrahisi’ başlığı altında; *‘…Lazer tekniği ile yapılan burun eti küçültme ameliyatında, diğer yöntemlere göre iyileşme sürecindeki hızlılık, daha az kabuk bağlama, burun eti mukozasında daha az hasar görülmesi, burunda oluşan koku oluşumunun az olması avantajlar olarak sayılabilir… Konka ameliyatından sonra ayı gün hasta taburcu edilir ve ertesi gün günlük rutin işlerine, meslek sahibi ise işine geri dönebilir. Ameliyat sonrası buruna tampon uygulanmadığı için hasta açısından daha konforludur. Ameliyattan sonra herhangi bir kanama ve ağrı durumu görülmez. Koku alma duyusu arttığı için hastanın yaşam kalitesi de bu doğrultuda artmış olur…’*,

- ‘Endoskopik Gözyaşı Kesesi Cerrahisi’ başlığı altında; *‘…Endoskopik dakriosistorinostomi ameliyatının en önemli avantajları; Yara izi yoktur çünkü kesi yoktur. İyileşme süresi kısadır. Ameliyat esnasında kanama çok azdır özellikle laser eşliğinde yapılıyorsa hiç olmaz…% 95 başarılı bir işlemdir… DiodLaser DSR cerrahisi ve silikon tüp uygulaması başarı oranı çok yüksek bir uygulamadır…’*,

- ‘Maske Tedavisi’ başlığı altında; *‘…Bu rahatsızlığın tedavisinde CPAP- BPAP adı verilen cihazlar kullanılır ve başarı oranı oldukça yüksektir… Genel olarak hastalarda %80 oranında uyum sağlama konusunda başarı sağlanmaktadır ve hastalığın tedavisinde olumlu sonuçlar vermektedir… Hastanın rahatsızlığı hangi düzeyde olursa olsun, düzenli kullanımda tıkayıcı uyku apnesi tedavisinde en etkili yöntem maske tedavisidir…’*,

- ‘Uyku Testi’ başlığı altında; *‘…tedavi sonucunda hastanın yaşam kalitesini arttıran bir testtir…’*,

- ‘İşitme Kayıpları’ başlığı altında; *‘…Egesante tıp merkezi olarak alanında uzman olan KBB hekimlerimiz ile hizmet veriyoruz. Hekimlerimizden alacağınız randevular sonrasında işitme kaybına ilişkin nedenler detaylı olarak belirlenir ve son teknolojik yöntemlerle tedaviniz gerçekleştirilir. Hastalarımızın işite kaybı tedavisinde memnuniyet oranı %90 ve üzerindedir…Tıp merkezimizde bulunan hekimlerimizden profesyonel destek almak için vakit kaybetmeden randevu almanızı tavsiye ederiz…’*,

- ‘Burun Ucu Estetiği’ başlığı altında; *‘…Alanında uzman, deneyimli bir doktor ve onun sahip olduğu uzman bir ekip kadrosuyla anlaşmanız sağlığınız açısından önemlidir. Doktorun ve hastanenin seçimi de ameliyatın fiyatlarını etkileyecektir. Yapılan ameliyatta tampon ve alçı gibi materyallerin kullanılması, hastanede kalış süreniz ve ameliyat için uygulanacak olan anestezi türü gibi etkenler de fiyatları etkiler. Estetik ameliyatlar SGK tarafından ya da özel sağlık sigortaları tarafından karşılanmaz. Fiyat araştırması yaparken istediğiniz sonuca ulaşmanız ve ameliyatın sonucundan memnun kalmanız için doktorunuzu da çok iyi araştırmanızı tavsiye ederiz. Tıp merkezimizde son teknolojiden yardım alınarak burun ucu estetiği uygulanmaktadır. Uzman hekimlerimiz eşliğinde yapılan bu estetik operasyonların başarı oranı %90’ların üzerindedir. Sizler de kendiniz uzman ve güvenilir ellere emanet etmek için hemen tıp merkezimizi arayabilir, randevunuzu alabilir, ayrıcalık ve konforun keyfini yaşayabilirsiniz…’*,

- ‘Rinoplasti Burun Estetiği’ başlığı altında; *‘…Burun estetiği ameliyatı kapalı ya da açık yöntem ile yapılır. İki yönteminde farklı avantajları ve dezavantajları vardır…Günümüzde sıkça tercih edilen kapalı rinoplasti yöntemi ile burnu kırmadan, iz bırakmadan kolayca estetik müdahale yapılabiliyor. Bu yöntem, ameliyat ve iyileşme sürecinin kısa olması gibi avantajlara sahiptir… Açık ameliyatta, burun deliklerini ayıran orta bölüm kesilir ve burun derisi diğer dokulardan ayrılarak detaylı bir uygulama avantajı sunar. Dezavantajı ise; ameliyat süreci ve ameliyat sonrası iyileşme dönemi kapalı yönteme göre daha uzun sürer. Estetik olarak yine ciddi bir iz bırakmaz ve zamanla normale döner…’*,

- ‘Erkek Burun Estetiği’ başlığı altında; *‘…Egesante Tıp Merkezi olarak erkeklerde burun estetiği konusunda başarılı çalışmalar gerçekleştiriyor ve hasta memnuniyeti sağlamaya devam ediyoruz… Erkeklerde Burun Estetiğinin Avantajları Nelerdir… Bununla beraber erkek burun estetiği işleminin bazı avantajları bulunmaktadır…’*,

- ‘Açık Burun Estetiği’ başlığı altında; *‘…Açık Burun Estetiğinin Avantajları Nelerdir…Açık Burun Estetiği, ameliyatı yapan hekiminiz tarafından direkt görüşle yapıldığında, bu sayede burun içi bütün kemik, kıkırdak ve dokular görülür ve burundan ne kadar kıkırdak alındığı ve ne kadar kıkırdak kaldığı ve yapılan müdahalenin nasıl göründüğü net bir şekilde görülür. Bu sayede ameliyat için gerekli planlama daha kolay gerçekleştirilir. Diğer bir avantajı ise, açık burun estetiğinde revizyon burun estetiği ameliyatlarında düşüş görülmesidir…’*,

- ‘Dolgu’ başlığı altında; *‘…Etki anında başlar…Ameliyat ile düzeltilebileceği gibi, dolgu uygulaması ile dakikalar içerisinde de çene ucu belirginleştirilebilir…’*,

- ‘İple Yüz ve Boyun Asma’ başlığı altında; *‘…Yüz-boyun germe ameliyatı istemeyen, kısa sürede, etkin bir toparlanma arayan hastalar için ideal çözümdür…’*,

- ‘Ameliyatsız Yüz Germe : HIFU’ başlığı altında; *‘…HIFU ile Ameliyatsız Yüz Germenin Avantajları: Klinik etkisi kanıtlanmış ameliyatsız bir yöntemdir. Cerrahi yüz germeye göre maliyeti daha düşüktür. İnsizyon (kesi) yapılmaz. Enfeksiyon riski yoktur. Sosyal hayattan uzaklaştırmaz, kişi kaldığı yerden günlük hayatına geri dönebilir. Genellikle 1 seans yeterlidir. Etkisi 1.5- 2 yıl kadar sürer. HIFU ile ameliyatsız yüz germe, cerrahi tedavi istemeyen ya da cerrahi tedaviyi ertelemek isteyen herkese uygulanabilir…Etki hemen tedavi sonrası başlasa da optimum sonuçlar yaklaşık 3 ayda elde edilir…’* ifadeleri ile tedavi öncesine ve sonrasına ait görüntülere,

- ‘Ameliyatsız Vajen Daraltma’ başlığı altında; *‘…Lazerle Vajen Daraltmanın Avantajları: Cerrahi bir işlem değildir. Anestezi gerektirmez. Kanama, dikiş bölgesinde açılma, enfeksiyon gibi cerrahiye ait riskler yoktur. Hasta seans sonrası günlük yaşamına kaldığı yerden devam eder. Vajen mukozasında yenilenme ile kuruluk problemi de ortadan kalkar. Lazerle renk açılması işlemi yapılabilir. Hafif düzeyli idrar kaçırma problemleri de çözülür. Seanslar yaklaşık 15-20 dak sürer. Etki birkaç hafta içerisinde ortaya çıkmaya başlar ve 1- 1.5 ayda maksimum etki elde edilir…Kadının yaşamını ve ruhsal durumunu olumsuz etkileyen bu sorunu, CO2 (Lazerle Vajina Daraltma ve Yenileme Sistemi) ile kolayca çözebiliyoruz. CO2 bir fraksiyonel karbondioksit lazer olup yeni ve eşsiz lazer teknolojisi sayesinde ameliyat, anestezi, kesi ve dikiş gerektirmeden, çok kısa bir sürede vajina kanalını sıkılaştırıyor. İşlem gün içinde 15 20 dakika gibi kısa bir sürede uygulanabiliyor ve hasta hemen normal yaşantısına devam edebiliyor. Uygulama esnasında ya da sonrasında acı yaşanmıyor ve komplikasyon oluşmuyor…vajinal atro yi etkin bir şekilde tedavi eder. Bu stimülasyon ve yenilenme işlemi dokulara ve hücrelere etki ederek bir kaç haftada tamamlanır. Sonuçlar tedavinin bitmesinden 1 / 1.5 ay sonra çarpıcı çekici bir şekilde görülmeye başlanır…Neden Lazerle Vajina Estetiği? Ameliyat, anestezi, kesi ve dikiş gerektirmiyor (non-invasive) Uygulama esnasında veya sonrasında acı duyulmuyor -15-20 dakika gibi kısa bir süre içinde kolayca uygulanabiliyorGünlük yaşantıya hemen dönülebiliyorYüksek başarı oranları ve hasta memnuniyeti sağlayan etkili bir çözüm Komplikasyon riski ve yan etkisi olmayan güvenilir bir sistem…Sosyal hayat kalitesini bozan bu rahatsızlıklardan CO2 tekniği ile kurtulabilirsiniz…Sosyal hayat kalitesini bozan bu rahatsızlıklardan CO2 tekniği ile kurtulabilirsiniz…’*,

- ‘İğneli Epilasyon’ başlığı altında; *‘…Elektrik ile yakılan tüyler eski işlevini gösterememekle birlikte uzun vadede oldukça büyük avantajlara da sahiptir. Bu avantajlardan ilki doğru zamanlarda uygulanan bu işlemin uzun vadede sağlıklı sonuçları ortaya koyabilmesidir…’*,

- ‘Aqua Cilt Bakımı’ başlığı altında; *‘…deri altına hiçbir madde enjekte edilmeden çok başarılı sonuçlar elde edilir…’*,

- ‘Venus Legacy’ başlığı altında; *‘…Venus Legacy’nin Avantajları Nelerdir…’*,

- ‘Lazer Epilasyon’ başlığı altında; *‘…Dalga boyları belli bazı ışık kaynakları ile istenmeyen tüylerden kurtulduğumuz yöntemdir… kişinin konforunu arttırır…’*,

- ‘Deri Kanserleri’ başlığı altında; *‘…kanserin erken evrede tespit edilmesi size en yüksek başarılı tedavi şansını verir…’*,

- ‘Lazerle Ben Tedavisi’ başlığı altında; *‘…Lazerle ben alma işlemi ağrısız ve acısız bir işlemdir, bu yüzden işlem sırasında anesteziye ihtiyaç duyulmaz…’*,

- ‘Genital Estetik’ başlığı altında; *‘…Genital bölgeye yapılan estetik işlemler sadece daha genç ve güzel bir genital bölge görünüşü elde edilmesini sağlama…Kızlık zarının yırtılması sonrasında dikim operasyonları başarılı bir biçimde yapılabilmektedir…Avantajları: Cerrahi bir işlem değildir. Anestezi gerektirmez. Kanama, dikiş bölgesinde açılma, enfeksiyon gibi cerrahiye ait riskler yoktur. Hasta seans sonrası günlük yaşamına kaldığı yerden devam eder. Vajen mukozasında yenilenme ile kuruluk problemi de ortadan kalkar. Lazerle renk açılması işlemi yapılabilir. Hafif düzeyli idrar kaçırma problemleri de çözülür. Seanslar yaklaşık 15-20 dakika sürer. Etki birkaç hafta içerisinde ortaya çıkmaya başlar ve 1- 1.5 ayda maksimum etki elde edilir…’*,

- ‘Liposuction’ başlığı altında; *‘…Günümüzde bilimsel ve teknolojik gelişmeler sayesinde liposuctionın lazer, RF veya ultrason ile kombine edilmesi sonucu liposuctionda yeni bir dönem başlamıştır. Ultrasonic liposuction daha az ağrı, morarma ve ciltte sıkılık etkileri ile klasik liposuctiondan ayrılır…Bu kapsamda Liposuction İzmir Tıp Merkezi olarak bölgesel yağlanma problemi yaşayan hastalar için başarılı ve kalıcı çözümler sunuyoruz. Bu uygulama cilt alındaki aşırı yağ birikimlerini ortadan kaldırdığı için estetik bir vücut yapısına ulaşmanızı sağlar…Yağ aldırma estetiğinin herhangi bir riski bulunmamaktadır. Kliniğimizde başarılı bir şekilde yapılan Liposuction işleminden önce hastaların dikkat etmesi gereken faktörlere mutlaka uyum sağlanmalıdır…İzmir liposuction fiyatları başta olmak üzere ameliyat süreci, öncesi ve sonrası ve daha fazla bilgiye sahip olmak için bizimle iletişime geçebilirsiniz. Kadın ve erkeklerde uygulanabilen Liposuction sayesinde yağlanan bölgelerin daha estetik bir görünüme ulaşmasını sağlayabilirsiniz…’* gibi ifadelere yer verildiği,

- ‘Tıbbi Birimlerimiz’ başlığı altında; ‘*liposuction, meme büyütme’* gibi tıbbi işlemlerin sayıldığı 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, ayrıca B Tipi Tıp Merkezi olarak faaliyet gösteren kuruluşun *‘liposuction, meme büyütme’* gibi uygulamaya yetkili olmadığı tıbbi işlemlerle ilgili tanıtımlar yaparak ve bu hususta bilgilendirmelerde bulunarak bu konularda sağlık hizmeti sunmaya yetkili olduğu yönünde izlenim oluşturmasının ilgili mevzuata aykırılık teşkil ettiği 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-b, 5/1-ğ, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 7/5-c, 26, 29 ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna ,

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

**46)**

**Dosya No: 2021/2155**

**Şikayet Edilen: Este Asya Güzellik Merkezi Kozm. Med. Est. İç ve Dış Tic. Ltd. Şti. (Ste Asya Esthetic Beauty Center)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 21.05.2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait ‘steasyabeautycenter’ kullanıcı isimli sayfanın 21.05.2021 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘Lazer Epilasyon, Dermapen, Leke Tedavisi, Akne Tedavisi, Ödem Tedavisi, Nasır Tedavisi, Selülit Tedavisi, Fraksiyonel Lazer ile Leke Bakımı’* gibi tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara; ayrıca, *‘...lazer epilasyon tüm vücut 10 seans 1800 TL...2 seans dermapen sadece 900 TL...leke tedavisi 500 TL...’* gibi tıbbi işlemlere yönelik fiyat bilgilerine yer verildiği,

Diğer taraftan; inceleme konusu tanıtımlarda; kuruluşun isminin *“Ste Asya Beauty Center”*olarak nitelendirildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, anılan kuruluş bir güzellik salonu olarak faaliyet göstermesine rağmen, www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait ‘steasyabeautycenter’ kullanıcı isimli sayfanın 21.05.2021 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘Lazer Epilasyon, Dermapen, Leke Tedavisi, Akne Tedavisi, Ödem Tedavisi, Nasır Tedavisi, Selülit Tedavisi, Fraksiyonel Lazer ile Leke Bakımı’* gibi tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara; ayrıca, *‘...lazer epilasyon tüm vücut 10 seans 1800 TL...2 seans dermapen sadece 900 TL...leke tedavisi 500 TL...’* gibi tıbbi işlemlere yönelik fiyat bilgilerine yer verildiği; diğer taraftan, inceleme konusu tanıtımlarda kuruluşun isminin *“Ste Asya Beauty Center”*olarak nitelendirildiği,

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 nci fıkrasında yer alan; “*Güzellik salonunda tıp fakültesi diploması olan biri çalışsa bile, tabip yetkisinde olan tıbbi işlemler**güzellik salonunda yapılamaz. Bu hususa uymadığı tespit edilen kişiler hakkında ilgili mevzuat hükümleri uygulanır*.” hükmü ile de her ne şekilde olursa olsun, tabip tarafından yapılması gereken tıbbi işlemlerin güzellik salonlarında gerçekleştirilmesinin yasaklandığı,

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

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

Bu bağlamda; güzellik salonu olarak faaliyet gösterdiği tespit edilen ve dolayısıyla sağlık alanında faaliyeti olmayan 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; ancak söz konusu tıbbiişlemlerin doktor kontrolünde ve sağlık kuruluşları bünyesinde uygulanması gerektiği ve 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'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 5/1-b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 7/5-c, 26, 29 ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre, reklam veren **Este Asya Güzellik Merkezi Kozm. Med. Est. İç ve Dış Tic. Ltd. Şti. (Ste Asya Esthetic Beauty Center)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**47)**

**Dosya No:2021/2156**

**Şikayet Edilen: Ömer Taşkın YÜCEL**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 06.06.2021, 07.06.2021, 12.06.2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde ‘rinoplasti.dr.tyucel’ kullanıcı isimli sayfanın 06.06.2021 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘…Görüntü korkutmasın, en geç 12 saat içinde bu şişlikler düzelecek. Kliniğimizde cilt gençleştirme, parlaklık ve dirilik kazandırmak için mezoterapi uygulamalarını kullanıyoruz… Bu haftadan bazı TouchRhino by DrTyucel örnekleri… Bunların yumuşatılmasında daha az belirgin hale gelmesinde dolgu ve botoks kombinasyonlarından yararlanıyoruz… Gözaltı ve Yüz dolguları yüzün daha genç görünmesine büyük katkı sağlar. Burada iki çeşit dolgu kombinasyonu nu kullanmayı tercih ettik göz altında #teosyal rds2 yüzde #novuma kalsiyum hidroksi apatit dolgusu… Doğal ve Estetik burunlar… Rinoplasti yanında yüzdeki diğer cerrahiler hem güzellik hemde gençleştirme için uygulanabilir. Bu hastamızda üst göz kapağı cerrahisi ile rinoplasti yi beraber gerçekleştirdik. Sonuçlar için birkaç ay beklemek gerekecek çünkü ameliyat larda oluşan şişlikler in oturması zaman alacaktır ama sonuçta doğal ve güzel gözüken bir görünüme ulaşacağız…3.ay doldu Doğal ve Estetik…1.ay kontrolümüz Doğal ve Estetik burunlar Sizde katılır mısınız?...* *Şakak #temporalfiller ve elmacık #zygomafiller dolgusu yüzün güzelliğine ve oranları na katkıda bulunurak yüz oranlarını daha güzel ve genç hale getirir… Sevgili Betül ün rinoplasti sonrası 1 ayı, fonksiyon ve görünüşüne gayet mutlu Mutlu hastalar - mutlu doktor… Dolgu kullanımı yüzdeki oranlara katkı sağlayarak mükemmel uyumları ortaya çıkarabilir, benim tercihim daha doğal yönünde, çeneucuna a yapılan fazla uygulamalar son zamanlarda sivri, göze batan sonuçlar ortaya çıkarabiliyor. Hastamızda dudak, çene ucu ve zigoma uygulamalarını yaptık… Sevgili mervenin 1.ayı. Halen özellikle ön görünümde ödemeleri var. Bunlar 6 ayda büyük oranda oturmuş olacak. Ana amacımız doğal ve estetik burunlar, siz ne dersiniz…’* gibi ifadeler ile tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere,

www.facebook.com adresli sosyal paylaşım sitesinde ‘Prof Dr Ö Taşkın Yücel’ kullanıcı isimli sayfanın 06.06.2021 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘…Dolgu, botoks gibi yüz estetik uygulamaları ve rinoplasti için rinoplasti.dr.tyucel instayı takip edebilirsiniz…’* gibi ifadelere,

www.taskinyucel.com adresli internet sitesinin 07.06.2021 tarihli görünümünde örnek olarak; -‘Sinüzit Nedir?’ başlığı altında; *‘…ESC sırasında özellikle hasta ve cerrahın konforu açısından genel anestezi tercih edilmektedir…Balon Sinoplasti’nin Avantajları Nedir?**Etkili ve güvenli bir yöntemdir. Komplikasyon ihtimali çok düşük olup balon ile genişletilen drenaj kanallarının 2 yılsonunda %98 açık olduğu izlenmiştir. Teknikte küçük, yumuşak, elastik ekipmanlar kullanılmakta, kapalı sinüs drenaj kanallarının kibarca açılması sağlanarak çok az doku travması ile sonuca ulaşılmaktadır. Düşük kanama miktarı Hızlı iyileşme Gelecekte bu bölgede yapılabilecek diğer tedavileri engelleyici bir rolü yoktur. Diğer cerrahilerle beraber ya da ardışık olarak uygulanabilir…’*,

-‘Balon Sinoplasti’ başlığı altında; *‘…Bu teknolojik yenilikler içinde en önemlilerin biri Balon Sinoplasti’dir. Bu teknoloji de kullanımlarına yönelik gereken eğitim ve tecrübenin sağlanmasını takiben son derece faydalı olarak güvenle kullanılabilmektedir. Balon Sinoplastinin Avantajları Nedir? Etkili ve güvenli bir yöntemdir. Komplikasyon ihtimali çok düşük olup balon ile genişletilen drenaj kanallarının (ostiumların) 2 yıl sonunda %98 açık olduğu izlenmiştir. Minimal invazivdir: Teknikte küçük, yumuşak, elastik ekipmanlar kullanılmakta, kapalı sinüs drenaj kanallarının kibarca açılması sağlanarak çok az doku travması ile sonuca ulaşılmaktadır. Düşük kanama miktarı: Bazı vakalarda hiç doku çıkartmak gerekmediği için kanama da çok az olmaktadır. Hızlı iyileşme: Çoğu hasta 24 saatte normal hayatına dönebilmektedir. Gelecekte bu bölgede yapılabilecek diğer tedavileri engelleyici bir rolü yoktur. Diğer cerrahilerle beraber yada ardışık olarak uygulanabilir…Balon Tekniği Midir? Bugüne kadar yapılan vakalarda hiçbir majör komplikasyon rapor edilmemiştir…’*,

-‘Revizyon Cerrahisi’ başlığı altında; *‘…Bu nedenle revizyon ameliyatlarda başarılı sonuçlar alınabilmesi için mevcut problemlerin çok iyi analiz edilmesi, ameliyat sırasında uygulanabilecek alternatif yaklaşımların önceden planlanarak gereken hazırlıkların yapılması ve ameliyatı yapacak cerrahın bu tür vakalardaki bilgi birikimi ve tecrübesinin yeterli düzeyde olması gerekmektedir…’*,

-‘Ameliyat Sırasında Kullanılan Teknikler Nelerdir?’ başlığı altında; *‘…Mikrorinoplasti tekniğinde başarılı olmanın en önemli şartı…Kapalı teknik uygun seçilmiş hastalarda ameliyatın daha kısa sürede yapılmasını sağlamakta, burun ucunda çok az miktarda ödem oluşması nedeni ile iyileşme daha kısa sürmektedir…Yumuşak dokulara hasar vermeden operasyonu gerçekleştirme imkânı sunduğu için yara ve kanama riski oluşmamaktadır. Yumuşak doku hasarı oluşmadığı için de burun estetiği sonrası morluk ve ödem oluşma riski de düşük olmaktadır. Bu sayede hastanın iyileşme süresi çok daha kısa sürmektedir…Burada yine cerrahın tecrübesi, uygun hastalarda uygun yaklaşımı sergileyip dokulara saygılı yaklaşımı en üst düzeyde önem taşımaktadır…İki yöntemin de kendine göre zorlukları ve avantajları olduğu aşikârdır…Ama avantaj olarak yüksekliğini ve genişliğini isteğinize göre yeniden şekillendirebilmektesiniz, eğer önceden duvarlarda eğrilikler varsa bunları rahatça düzeltebilmektesiniz…’*,

-‘Yüzde Nörotoksin(Botoks) Uygulamaları’ başlığı altında; *‘…Bu uygulama ile istenmeyen görünüm giderilerek yüzde gençleşme de sağlanmış olacaktır…Kaş arası botoksu kırışıklık görünümünü azaltırken, aynı zamanda var olan kırışıklık ve çizgilerin derinleşmesini de önler…Kaşların arasındaki kırışıklık sorunu bu tedavi ile olumlu bir şekilde neticelenmektedir. Uygulama çok kolay bir işlemdir ve ortalama 5-10dakika sürmektedir…Kaş arası botox uygulaması sonrası kişi günlük hayatına rahatlıkla devam eder, herhangi bir ağrı hissedilmez. Enjeksiyon noktalarında oluşabilecek küçük kızarıklıklar için soğuk kompres yapılabilir. Bu küçük izler de işlem sonrasında hızlıca kaybolur…bu tür olgulara alın çizgilerine dolgu ve alın çizgilerine botoks kombinasyonu en iyi sonuç verir…Bu yöntemlerin her birinin avantaj ve dezavantajları vardır…Avantajları: 2-7 gün çok kısa bir sürede etkisini gösterdiği için en çok tercih edilen yöntem olarak görülmektedir. Bir diğer avantajıysa her seanstan sonra etki süresinin daha da uzamasıdır. Uygulama sonrası kişi günlük rutinine devam edebilir, acı vermez, uygulama süresi oldukça kısadır. Dezavantajları… Ameliyatsız olarak kaş kaldırma tedavisinde botoksla kaş kaldırma başarılı bir tedavi seçeneği olabilir…10–15 dakika arasında gerçekleşir. Operasyon ameliyatsız bir uygulama olmasından dolayı konforlu bir şekilde gerçekleşmektedir…Kaş kaldırma uygulamasında en önemli avantajlarından biri de herhangi bir ameliyat ve yara izi oluşturmamasıdır…Dudak botoksunun diğer bölgelere yapılan işlemlerle birlikte yapılmasında hiçbir sakınca yoktur. Dudak botoksu sonrası normal* *hayatınıza hemen geri dönebilirsiniz… İşlem sonrası çalışma ve günlük hayatın devamında hiçbir kısıtlama bulunmaz…2 hafta içinde gülüşünüzün daha estetik olduğunu gözlemleyebilirsiniz…Nefertiti botoksu tedavisi ile oldukça etkili sonuçlar elde edilebilir…Cerrahi teknikler ile çene küçültme ameliyatı yerine ameliyatsız botoks tedavisinin tercih edilmesinin çeşitli sebepleri vardır. Bunlar arasında ameliyat ve anestezi endişesi, iyileşme süreci için yeterli vaktin olmaması vs. sayılabilir. Botox, yüzü incelterek yeniden şekillendirme de ameliyatsız teknik olarak yeni bir seçenek sağlıyor. Masseter botoksu neştersiz, ağrısız, sıfır şişlik ve dikiş izi ile çeneyi incelterek yüz şeklini değiştirme imkânı sunuyor…Masseter botoksunda ağrı, sızı ya da morluk riski oluşmaz. Birçok hasta bu işlemin yapılması için öğle molasında gelir ve sonra hemen işine devam edebilir… Masseter botoksu ile zamanla çok daha uzun ömürlü, estetik ve simetrik sonuçlar elde edilir… Botoks enjeksyonu ile çene küçültme ameliyatı arasındaki farklılıklar nelerdir? Botoks ile çene küçültme, klinik ortamda yapılabilen nispeten acısız, ameliyatsız bir prosedürdür. Çene küçültme ameliyatı, yeniden şekillendirme için çene kemiğinde kesi veya tıraşlama yapılmasını içeren invaziv yani cerrahi bir prosedürdür. Birinin diğerine göre avantajları / dezavantajları nelerdir? Masseter botoksu ile çene küçültme, herhangi bir kesinti veya potansiyel komplikasyon olmadan bölgede doğal, ince bir gelişme sağlayabilir. Çene küçültme ameliyatı, TME bölgesi boyunca sansasyon sorunlarına, diş hekimliği sorunlarına ve ağrı potansiyeline neden olabilir. Botoks ile çene küçültme aslında TMJ rahatsızlığının tedavilerinden biridir…Böylece görsel olarak daha güzel bir burun yapısına kavuşulmuş olunacaktır…çok kısa sürede yapılabilir. 10 ila 15 dakika gibi bir sürede işlem tamamlanabilir…Çünkü bu yöntem kolay ve kısa sürede yapılmasının yanında geçici sonuçlar içerir…’*,

- ‘Burun Estetiği’ başlığı altında; *‘…Eksternal yaklaşım getirdiği avantajlar neden ile popüler bir yaklaşım olmuştur. Bu yaklaşımda burun deliklerinin en dar yerinden geçen V şeklinde insizyon yapılır. Gözle görülür bir iz bırakmayan bu yöntem, doktorların%90’ı tarafından tercih edilmektedir. Deneyimli hekimler tarafından yapılan endonazal yaklaşım ile de iyi sonuçlar almak mümkündür. Sonuç olarak hangi yaklaşımın tercih edileceği tamamen hekim ile ilgili olup hasta açısından bir olumsuzluğa neden olmaz…’*,

- ‘Sinüzitte Balonlu Tedavi’ başlığı altında; *‘…Balon Sinoplastinin Avantajları Nedir? Balon Tekniği Tüm Sinüzitler İçin Bir Çözüm Müdür?... Balon Güvenli Midir? Bugüne kadar yapılan vakalarda hiçbir majör komplikasyon rapor edilmemiştir…Etkili ve güvenli bir yöntemdir. Komplikasyon ihtimali çok düşük olup balon ile genişletilen drenaj kanallarının (ostiumların) 2 yıl sonunda %98 açık olduğu izlenmiştir. Minimal invazivdir: Teknikte küçük, yumuşak, elastik ekipmanlar kullanılmakta, kapalı sinüs drenaj kanallarının kibarca açılması sağlanarak çok az doku travması ile sonuca ulaşılmaktadır. Düşük kanama miktarı: Bazı vakalarda hiç doku çıkartmak gerekmediği için kanama da çok az olmaktadır. Hızlı iyileşme: Çoğu hasta 24 saatte normal hayatına dönebilmektedir. Gelecekte bu bölgede yapılabilecek diğer tedavileri engelleyici bir rolü yoktur. Diğer cerrahilerle beraber ya da ardışık olarak uygulanabilmektedir…’* gibi ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu internet sitelerinde yer alan ifade ve görüntülerin, tabip tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlerle ilgili olduğu; bu nedenle, söz konusu tanıtımların bilgilendirme kapsamını aşarak “reklam’’ niteliğinde değerlendirildiği ve sağlık alanında çalışan şahsın faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı, talep yaratıcı nitelikte olduğu ve şahsa yönlendirme yaparak, benzer alanda faaliyet gösteren 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 **Ömer Taşkın YÜCEL** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**48)**

**Dosya No: 2021/2157**

**Şikayet Edilen: Ads Kozmetik Üretim Araştırma Eğt. ve Dan. Tic. Ltd. Şti.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:**12.06.2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.platformessencia.com adresli internet sitesinin 12.06.2021 ve 02.08.2021 tarihli görünümlerinde yer alan; *‘Eğitimler-Hemeopati ve İlk Yardım Remedileri’* başlığı altında *‘Hemeopati’* ve *‘Temel Aromaterapi Eğitimi 2022/1, Profesyonel Aroma Terapi Eğitimi 2022/1, Klinik Aroma Terapi Eğitimi 2022/1’* başlıkları altında *‘Aromaterapi’* alanlarında eğitimler düzenlendiği yönünde tanıtım yapıldığı, ayrıca *‘Aroma Terapi ve Nikotin Bağımlılığı’* başlığı altında tıbbi bilgilendirmelere ilişkin açıklamalara yer verildiği; bununla birlikte doktor önlüğü steteskop gibi görsellere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Geleneksel ve Tamamlayıcı Tıp Uygulamaları Yönetmeliğinde, geleneksel ve tamamlatıcı tıp uygulamaları ile ilgili verilecek eğitimlerin; yalnızca Sağlık Bakanlığı Sertifikalı Eğitim Yönetmeliği kapsamında Bakanlıkça eğitim vermek üzere yetkilendirilmiş merkezler tarafından verilebileceğinin düzenlendiği,

Bu bağlamda, kuruluşun GETAT uygulamalarına yönelik sertifikalı eğitim düzenleyebilmek adına Sağlık Bakanlığınca yetkilendirilmiş merkezler arasında bulunmamasına rağmen, inceleme konusu internet sitesinde geleneksel ve tamamlatıcı tıp uygulamaları ile ilgili olarak eğitimler düzenlemesinin ve tıbbi konulara ilişkin bilgilendirmelerde bulunmasının mevzuata aykırı olduğu; dolayısıyla söz konusu tanıtımların tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu ve benzer alanda faaliyet gösteren kuruluşlar arasında haksız rekabete yol açtığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Geleneksel ve Tamamlayıcı Tıp Uygulamaları Yönetmeliğinin 4/1-ğ, 9/1, 12/1, 12/2 ve 13 üncü maddeleri ile "Ünite ve Uygulama Merkezlerinde Yapılabilecek Uygulamalar Listesi" başlıklı yönetmelik ekinin 3-Fitoterapi ve 6-Hemeopati maddeleri,

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre, reklam veren **Ads Kozmetik Üretim Araştırma Eğt. ve Dan. Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **uyarınca 114.326 TL (Yüzondörtbinüçyüzyirmialtı Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**49)**

**Dosya No: 2021/2159**

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

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 28.05.2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.odakdent.com adresli internet sitesinin 28.05.2021 tarihli görünümünde örnek olarak;

- Ana sayfada; *‘…Özel Odakdent Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği Randevu Sistemiyle Çalışmaktadır. Web Sitemiz Üzerinden Hekiminizin Uygun Saatlerine Randevunuzu Kaydederek, Kliniğimizi Ziyaret Ettiğinizde Hekiminiziniz Sizi Bekliyor Olacaktır. Beklemeden Hızlı Hizmet Alın!... Özel Odakdent ailesi olarak Ankara’da siz değerli hastalarımızın ağız ve diş sağlığını korumak için buradayız. Polikliniğimize geldiğiniz ilk andan itibaren sorunlarınızı dinliyor detaylı muayenelerimizi gerçekleştiriyoruz. Tedavi planlamalarını beraber yaparak diş problemlerinizi günlük yaşantınızı aksatan bir sorun olmaktan çıkarıyoruz. Alanında uzman kadromuz ile cerrahi, çocuk diş hekimliği, implant tedavileri, endodonti, ortodonti, estetik diş hekimliği, lamina zirkonyum uygulamalarını polikliniğimizde gerçekleştiriyoruz. Hem sosyal medyada hem de karşılıklı görüşmelerimizde hastalarımızın pozitif yorumlarını duymak ve sağlıklarına kavuşarak mutlu olduklarını görmek bizim en büyük ödülümüz olmaktadır.Güzel gül, güzel hisset!...Mesaj veya telefon ile bizlerle iletişime geçmekten lütfen çekinmeyiniz. Bizi tercih ettiğiniz için teşekkür ederiz…’*,

- ‘Hakkımızda’ başlığı altında; *‘…Özel Odakdent ailesi olarak Ankara’da siz değerli hastalarımızın ağız ve diş sağlığını korumak için buradayız. Polikliniğimize geldiğiniz ilk andan itibaren sorunlarınızı dinliyor detaylı muayenelerimizi gerçekleştiriyoruz. Tedavi planlamalarını beraber yaparak diş problemlerinizi günlük yaşantınızı aksatan bir sorun olmaktan çıkarıyoruz. Alanında uzman kadromuz ile cerrahi, çocuk diş hekimliği, implant tedavileri, endodonti, ortodonti, estetik diş hekimliği, lamina zirkonyum uygulamalarını polikliniğimizde gerçekleştiriyoruz. Hem sosyal medyada hem de karşılıklı görüşmelerimizde hastalarımızın pozitif yorumlarını duymak ve sağlıklarına kavuşarak mutlu olduklarını görmek bizim en büyük ödülümüz olmaktadır.Güzel gül, güzel hisset!...’*,

- ‘İmplant Tedavisi’ başlığı altında; *‘…Bugün diş hekimlerinin ve hastaların en çok tercih ettikleri tedavi yöntemidir. Genel anlamda bakıldığında ve özellikle çiğneme fonksiyonu açısından son derece güçlü doğal dişlerden çok daha sağlam ve dayanıklıdır tedavidir. Ayrıca diğer protez tedavilerine göre çok daha çiğneme fonksiyonu gelişmiş bir tedavidir…Dental implant tedavi aşamasında hasta açısından hiçbir sıkıntı oluşturmaz. Ağrı ve acı hissedilmez. Ancak implant tedavinin suresi diğer tedavilere göre daha uzun bir tedavidir. İşlem açısından bakıldığında bir diş çekimi kadar kolay bir uygulamadır…Ağızdan çıkma derdi olmadan ve konuşurken hastayı rahatsız etmeden rahatlıkla kullanılabilen…Dental implant tedavisinin hasta açısından sorun oluşturan kısmı tedavinin uzun sürmesidir. Onun dışında hiçbir sorun oluşturacak bir tedavi değildir…bundan sonraki süreç çok kolaydır…Dental implant fiyatları genel anlamda değerlendirildiğinde son derece ekonomik bir tedavidir. Çünkü iyi bir dental implant tedavisinden sonra hastanın ömür boyu diş sorunu tamamen ortadan kalkar. Bu noktadan bakıldığında oldukça ödenebilir koşullarda bir tedavidir. Başlangıçta hastalara dental implant fiyatları yüksek gelebilir. Ancak kullanılan malzemelerin tamamı ithal ve son derece kaliteli malzemelerdir…İmplant tedavisi zor bir tedavi gibi görünse de tecrübeli ve deneyimli çene cerrahının yapması durumunda son derece problemsiz bir tedavidir. Aynı zamanda kolaydır da. Hasta hiçbir acı ve ağrı hissetmez aynı zamanda dental implant tedavisi ömürlük ve uzun sürede kullanım sağlayan bir tedavidir. Dolayısıyla Bu noktadan bakıldığında son derece uygun fiyatlardadır…İmplant tedavisi günümüzde en uzun ömürlü sağlıklı ve güvenilir bir biçimde kullanılan tek alternatif tedavidir…Dental İmplant Tedavisinin Avantajları İmplant tedavisi genellikle hastaların ve diş hekimlerinin en fazla tercih ettiği tedavilerden biridir…hasta açısından son derece güvenli bir tedavi olduğunu da göstermektedir…İmplant tedavisi çok uzun süre kullanılabilen konforlu ve hasta açısından büyük avantajlar sağlayan tedavilerden biridir. Tek kelime ile ömürlük tedavidir diyebiliriz…İmplant tedavisi bugüne kadar yapılanlar ve genel anlamda yapılan araştırmalardan çıkan sonuç implant tedavisinin %98 başarı sağlayan bir tedavi olduğunu ortaya koymuştur. Tedavinin başarılı olması hekimin tecrübeli olması ve hastanın ağız içi bakımına özen göstermesi ile ilgilidir. Bir diğer konu ise diyabeti olan hastalarda iyileşme süreci belli oranda diğer hastalara göre daha uzun gerçekleştiği için bu durumda olan hastalarda implantın markası ve hekimin becerisi tedaviyi ve kalitesini belirlemektedir…’*,

- ‘Zirkonyum Tedavisi’ başlığı altında; *‘…Zirkonyum diş kaplama ve özellikle implant tedavilerinde uzun ömürlü ve tedavinin garantisi durumunda olan maddelerden biridir. implant tedavisi diğer tedaviler gibi eksik dişlerin yerini doldurarak gerçekleştirilen tedavidir. Ancak zirkonyum kullanılan implant tedavisinde diğerlerine göre birtakım avantajlar bulunur…Öncelikle tamamen doğal bir malzemeden oluşur Hiçbir şekilde metal içermez Doğal diş renginin çok yakın olması sebebiyle son derece estetiktir Metal malzemelere göre çok daha sizin doku ile uyumu tamdır…Zirkonyum İmplant Avantajları Zirkonyum implant insan sağlığı açısından çok daha faydalı olan ve yeni nesil bir implant tedavisidir. Zirkonyum implantta eksik dişler tamamlanır ve son derece başarılı sonuç verir…Zirkonyum maddesinin doğal ve sağlam olması nedeniyle özellikle implant tedavilerinde son derece başarılıdır. Uzun ömürlü bir diş tedavisi zirkonyum implant ile gerçekleştirilir. Çünkü zirkonyum maddesi en zorlu koşullarda dahi dayanıklılığı kanıtlanmış bir maddedir. Bu nedenle çok güçlü performans gösterir. Aşınma olmaz kolay kolay zarar görmez. Özellikle metal alerjisi olan hastalar açısından son derece hipoalerjenik olması sebebiyle rahatlıkla tolere edilebilir özelliği vardır. Ayrıca çarpma veya travma gibi durumlarda kırılmalara karşı da oldukça dayanıklıdır. Biyolojik uyumlu olması sebebiyle özellikle implant tedavisinde ve vücudun diğer bölgelerinde kullanılan protezlerde oldukça iyi sonuç vermektedir. Ayrıca metal olmaması açısından doğal dişlere en yakın estetik görüntüyü zirkonyum implantla yakalamak mümkündür…’*,

- ‘Gülüş Tasarımı’ başlığı altında; *‘…Gülüş tasarımı aynı zaman da estetik düzenlemeler ile beraber ağız ve diş sağlığının da başarılı bir şekilde tedavi edilmesiyle sağlanır…Net fiyat süreç ve işlem için whatsapp hattımızdan hekimlerimize ve çalışanlarımıza ulaşabilirsiniz…’*,

- ‘Kanal Tedavisi( Endodonti) Ve Diş Çürükleri’ başlığı altında; *‘…Kanal tedavisi diş tedavileri içinde çok kısa sürede yapılan basit bir tedavidir. Ancak tedavi öncesi lokal anestezi yapılarak hiçbir ağrı ve acı hissedilmez. Kanal tedavisi sonrasında diş tamamen kurtulmuş olur. Yapılan işlemden sonra çok hafif ağrı görülse de hekimin yazacağı ağrı kesicilerle bu kısa sürede kontrol altına alınır ve bir gün sonra hasta rahat ve normal yaşantısına dönebilir…Kanal tedavisi yapılan dişler zorlanıp kırılmadığı sürece çok uzun yıllar hatta ömürlük kullanılabilirler. Ancak kanal tedavisinin başarılı ve tecrübeli hekimler tarafından yapılması tedaviyi uzun ömürlü kılan önemli durumlardan biridir…’*,

- ‘Diş Teli Tedavisi Ortodonti’ başlığı altında; *‘…Ortodonti tedavisi sonucunda yanlış diş dizilimi ve çene yapısı sorunları tamamen ortadan kaldırılır…Hasta günlük yaşamına hiçbir kısıtlama olmadan devam eder…Aynı zamanda önceki yıllardaki diş tedavisine benzemeyen çok daha hastaya avantajlar sunan bir tedavidir invisalign yani görünmez diş teli tedavisinde sonuçlar hem çok olumlu hem de estetik açıdan çok başarılıdır…Hasta invisalign tedavide braket takar ancak dışarıdan bakıldığında bu hiç belli olmaz. Son derece doğal bir görüntü oluşturur…Ancak bu tedavinin gerçekleştirilebilmesi için iyi ve tecrübeli bir ortodontiste gitmek gerekir…Dolayısıyla diğerlerine göre en konforlusu şeffaf diş tedavisidir…astalar açısından daha fazla tercih edilirken kullanımı da daha kolay ve estetiktir…Porselen diş telleri ile yapılan ortodontik tedavi süresi ile diğer geleneksel klasik metal diş telleri arasında çok fazla bir fark yoktur. Ancak süre farklılığı genellikle porselenin daha fazla sürtünmesi ile dişlerin hareketini yavaşlatmasından kaynaklıdır. Bu da süreyi biraz uzatabilir. Porselen diş tellerinin dayanıklılığı son zamanlarda özellikle teknolojik gelişme ile birlikte artmıştır ve metal diş braketleri kadar dayanıklı ve kullanışlıdır. Diğer klasik diş tellerinde olduğu gibi porselen diş tellerinin bakımı da diğer klasik diş telleri gibidir. Diğerinde olduğu gibi bunda da sert ve yapışan yiyeceklerden kaçınmak gerekir...Ancak ortodonti tedavisinin en son teknolojik özelliğe sahip olanıdır…İnvisalign tedavinin özelliği diğer diş teli tedavilerindeki gibi herhangi bir aparat takıldığı hiç belli olmaz. Günlük yaşamda herhangi bir kısıtlama yaşanmaz. İnvisalign tedavi son yılların yeni nesil teknolojik ortodontik tedavi yöntemlerinden biridir. Ayrıca son derece estetiktir. Bu nedenle hastalar ortodontik tedavide genellikle invisalign tedaviyi tercih etmektedirler…İnvisalign Tedavinin Avantajları Nelerdir? invisalign tedavide diş teli ve braket görünmez. Dolayısıyla son derece estetik bir görüntüsü vardır. İnvisalign ortodontik tedaviyi tercih eden hastalara bakıldığında bunun bir ortodontik tedavi olduğu anlaşılmaz. Ancak ortodontik tedavide diğerleri gibi batma ve ağız içinde bulunan apareylerin kopma ihtimali yoktur. Diğer klasik ortodontik tedavilerde olduğu gibi invisalign tedavide de hastanın mutlaka ağız içi bakımını düzenli olarak yapması gerekir. Ancak invisalign tedavisinde ağız içi bakımı diğer diş teli takan hastalara göre çok daha rahat ve kolaydır…’* gibi ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu internet sitesinde yer alan ifadelerin, tabip tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlerle ilgili olduğu; bu nedenle, söz konusu tanıtımların bilgilendirme kapsamını aşarak “reklam’’ niteliğinde değerlendirildiği ve sağlık alanında çalışan 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 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 26 ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre, reklam veren **Özel Odak 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.

**50)**

**Dosya No: 2021/2162**

**Şikayet Edilen: Özlem SARIOĞLU ERDAĞ**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 14.06.2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde şahsa ait ‘drozlemsarioglu’ kullanıcı isimli sayfanın 14.06.2021 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘…daha belirgin elmacık kemikleri için küçük dokunuşlar…kolajen aşısı ile cildinizi tazeleyin…örümcek ağı ile cildinizin geleceğine yatırım yapın…doğal görünümlü dolgun dudaklar çekiliş merhaba sayfa hediyesi çekilişimiz sizlerle şanslı kişiye kliniğimizde 1 ml dudak dolgu işlemi yapılacaktır kurallar…gözaltı mezoterapisi, gözaltı mezoterapisi ile gözaltınızdaki koyuluklara, ince kırışıklıklara çözüm oluyoruz…örümcek ağı ile geleceğinize yatırım yapın…doğal görünümlü dolgun dudaklar…kusursuz hatlar…migren ağrılarına son…hayalinizdeki dudaklara sahip olmaya hazır mısınız…daha keskin hatlar için jawline…hayal ettiklerinizi gerçekleştiriyoruz…ameliyatsız istediğiniz gözlere sahip olabilirsiniz…düşük kaşlara son…hayalinizdeki dudaklara sahip olmak hiç zor değil…genç ellere sahip olmak artık hiç de zor değil…sağlıklı gözaltlarına sahip olabilirsiniz…ameliyatsız yüz estetiğinde kişiye özel çözümlere hazır mısınız…’* gibi bilgilendirme sınırını aşan ifadeler ile tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere yer verildiği; ayrıca tıbbi işlemlere yönelik çekiliş düzenlendiği,

Diğer taraftan; inceleme konusu internet sitesinde şahsın *‘Medikal Estetik Hekimi, İp Askı-Dolgu-Botoks Eğitmeni’* olarak tanıtıldığı; ancak, Sağlık Bakanlığı tarafından yapılan incelemede şahsın Medikal Estetik Uygulama Sertifikası ve Mezoterapi Uygulama Sertifikasının bulunmadığı ve İzmir Karşıyaka 6 Nolu Alaybey Aile Sağlığı Merkezinde görev yaptığının belirlendiği; bu sebeple Plastik, Rekonstrüktif ve Estetik Cerrahi ile Deri ve Zührevi Hastalıklar Uzmanlarının ve Sağlık Bakanlığınca tescil edilmiş Medikal Estetik Uygulamaları Sertifikası bulunan hekimlerin yapabilecekleri işlemleri uygulamaya ve/veya bu alanlarda eğitim vermeye yetkisinin bulunmadığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu internet sitesinde şahsın *‘Örümcek Ağı Estetiği, Dolgu, Mezoterapi, Ameliyatsız Yüz Germe, Gençlik Aşısı, Leke Tedavisi, Lipoliz’* gibi yetki alanında bulunmayan konularda sağlık hizmeti sunduğu ve eğitim verdiği yönünde tanıtımlar yapmasının ve bu hususta bilgilendirmelerde bulunmasının ilgili mevzuata aykırılık teşkil ettiği ve benzer alanda faaliyet gösteren meslektaşları açısından haksız rekabete yol açtığı, dolayısıyla, söz konusu tanıtımların tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 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 Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna ,

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

**51)**

**Dosya No: 2021/2163**

**Şikayet Edilen: Nuray KOÇ (Nureste Güzellik Salonu)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 14.06.2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.fatih.nuresteguzellik.com adresli internet sitesinin 14.06.2021 tarihli görünümünde örnek olarak; *‘Lazer Epilasyon, Soğuk Lipoliz’*,

www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait ‘nuresteguzellik’ kullanıcı isimli sayfanın 14.06.2021 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘Lazer Epilasyon, Soğuk Lipoliz, Dermapen’*,

www.facebook.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait ‘Nureste Güzellik’ kullanıcı isimli sayfanın 14.06.2021 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘Lazer Epilasyon, Soğuk Lipoliz, Dermapen, Diyetisyenlik Hizmeti’*gibi tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara yer verildiği,

Diğer taraftan; inceleme konusu tanıtımlarda; kuruluşun isminin *“Nureste Estetik ve Güzellik Merkezi, Nureste Güzellik Fatih, Nuretse Güzellik”*olarak nitelendirildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, anılan kuruluş bir güzellik salonu olarak faaliyet göstermesine rağmen, www.fatih.nuresteguzellik.com adresli internet sitesinin 14.06.2021 tarihli görünümünde örnek olarak; *‘Lazer Epilasyon, Soğuk Lipoliz’*,

www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait ‘nuresteguzellik’ kullanıcı isimli sayfanın 14.06.2021 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘Lazer Epilasyon, Soğuk Lipoliz, Dermapen’*,

www.facebook.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait ‘Nureste Güzellik’ kullanıcı isimli sayfanın 14.06.2021 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘Lazer Epilasyon, Soğuk Lipoliz, Dermapen, Diyetisyenlik Hizmeti’*gibi tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara yer verildiği,

Diğer taraftan; inceleme konusu tanıtımlarda; kuruluşun isminin *“Nureste Estetik ve Güzellik Merkezi, Nureste Güzellik Fatih, Nuretse Güzellik”*olarak nitelendirildiği,

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 nci fıkrasında yer alan; “*Güzellik salonunda tıp fakültesi diploması olan biri çalışsa bile, tabip yetkisinde olan tıbbi işlemler**güzellik salonunda yapılamaz. Bu hususa uymadığı tespit edilen kişiler hakkında ilgili mevzuat hükümleri uygulanır*.” hükmü ile de her ne şekilde olursa olsun, tabip tarafından yapılması gereken tıbbi işlemlerin güzellik salonlarında gerçekleştirilmesinin yasaklandığı,

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

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

Bu bağlamda; güzellik salonu olarak faaliyet gösterdiği tespit edilen ve dolayısıyla sağlık alanında faaliyeti olmayan 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; ancak söz konusu tıbbiişlemlerin doktor kontrolünde ve sağlık kuruluşları bünyesinde uygulanması gerektiği ve 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'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 5/1-b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 7/5-c, 26, 29 ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna ,

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

**52)**

**Dosya No: 2021/2165**

**Şikayet Edilen: Akka Güzellik Kuaför Kozm. İnş. Bilg. Tek. İth. İhr. Tic. Ltd. Şti.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 15.06.2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.dekolteplus.com adresli internet sitesinin 15.06.2021 tarihli görünümünde örnek olarak; *‘Buz Lazer Epilasyon, Vela Shape 3 Sıkılaşma, İğnesiz Mezoterapi, Hydrafacial’*,

www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait ‘dekolteplus\_slim’ kullanıcı isimli sayfanın 15.06.2021 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘Hydrafacial, Mezoterapi, Velashape 3, Altın İğne, Lazer Epilasyon, Botoks, Dolgu, Soğuk Lipoliz, Diyetisyenlik’* gibi tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara yer verildiği,

Diğer taraftan; inceleme konusu tanıtımlarda kuruluşun isminin *“Ahu Karaduman Dekolte Plus, Dekolte Plus by Ahu Karaduman”*olarak nitelendirildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, www.dekolteplus.com adresli internet sitesinin 15.06.2021 tarihli görünümünde örnek olarak; *‘Buz Lazer Epilasyon, Vela Shape 3 Sıkılaşma, İğnesiz Mezoterapi, Hydrafacial’*,

www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait ‘dekolteplus\_slim’ kullanıcı isimli sayfanın 15.06.2021 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘Hydrafacial, Mezoterapi, Velashape 3, Altın İğne, Lazer Epilasyon, Botoks, Dolgu, Soğuk Lipoliz, Diyetisyenlik’* gibi tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara yer verildiği,

Diğer taraftan; inceleme konusu tanıtımlarda kuruluşun isminin *“Ahu Karaduman Dekolte Plus, Dekolte Plus by Ahu Karaduman”*olarak nitelendirildiği,

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 nci fıkrasında yer alan; “*Güzellik salonunda tıp fakültesi diploması olan biri çalışsa bile, tabip yetkisinde olan tıbbi işlemler**güzellik salonunda yapılamaz. Bu hususa uymadığı tespit edilen kişiler hakkında ilgili mevzuat hükümleri uygulanır*.” hükmü ile de her ne şekilde olursa olsun, tabip tarafından yapılması gereken tıbbi işlemlerin güzellik salonlarında gerçekleştirilmesinin yasaklandığı,

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

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

Bu bağlamda; güzellik salonu olarak faaliyet gösterdiği tespit edilen ve dolayısıyla sağlık alanında faaliyeti olmayan 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; ancak söz konusu tıbbiişlemlerin doktor kontrolünde ve sağlık kuruluşları bünyesinde uygulanması gerektiği ve 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'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 5/1-b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 7/5-c, 26, 29 ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre, reklam veren **Akka Güzellik Kuaför Kozm. İnş. Bilg. Tek. 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.

**53)**

**Dosya No: 2021/2168**

**Şikayet Edilen: Hande CHİCHİ UCHEHARA**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 15.06.2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde şahsa ait ‘drhandeu’ kullanıcı isimli sayfanın 15.06.2021 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘…Göz yaşı oluklarından kurtulmak işte bu kadar hızlı…Tüm muayenelerimiz ücretsizdir…Glutatyon+Yüksek doz C Vitamini ile hem bağışıklık sistemimi kuvvetlendiriyor hem de cildimi içeriden tamir edip yaşlanmayı geciktiriyor…ilk seanstan itibaren yüksek enerji, kaliteli uyku gibi etkiler görülür…PB Serum kişinin ihtiyacına göre yara, skar, gözaltı torbaları, selülit, yanık izleri ve doku sarkmaları gibi sorunlara ciddi çözümler sunuyor. Gözaltı torbalarından şikayetçi olan hastamızın ilk seansından sonra 12. gündeki değişimi…Hatta bunu enjeksiyona başvurmadan başarmak da artık mümkün. Bu protokol sadece birtakım eksiklikleri giderip var olan saçları güçlendirmek değildir. Dökülmenin temel sebebini baskılamak işin ruhudur. Tecrübe…Doğru tecrübe ve analizler eşliğinde büyüleyici sonuçlar alabilmek artık imkansız değil. Ücretsiz analiz ve tanı için kliniğimize bekliyoruz…’* gibi ifadeler ile tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere, ayrıca tıbbi işlemlerin uygulanmasına dair görüntülere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

**54)**

**Dosya No: 2021/2174**

**Şikayet Edilen: Özel Alfa Eynal Sağlık Hizm. ve Ger. San. ve Tic. Ltd. Şti.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 05.06.2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde yer alan ‘alfatipizmir’ kullanıcı isimli sayfanın 05.06.2021 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘…Başarılı bir estetik cerrahi için hekimin tecrübe ve deneyimi çok önemlidir. Yapmayı düşündüğünüz tüm estetik işlemleri için Alfa Tıp Merkezi ekibini arayabilir, doğru karar vermek için destek alabilirsiniz…Maske kullanımı nedeniyle göz çevresi daha fazla dikkat çekmektedir. Botoks, Dolgu, Prp, mezoterapi, Plexir , Cerrahi (bleferoplasti), Badem Göz, Kaş askısı gibi tüm göz kapağı estetik işlemleriniz için bizi arayabilirsiniz…Güçlü hekim kadromuz ile çocuk polikliniği ve yatarak tedavi hizmetleri çok yakında sizlerle... Dudak estetiği ile ilgili tüm işlemler için bizi arayabilirsiniz…15 yıllık tecrübe…Tedavi için erken tanı çok önemlidir. Doğru tedavi ile yüz güldürücü sonuçlar elde edilebilir…Sağlık hizmetlerinde tedavi sonrası desteği önemsiyoruz. Sağlığınız için her aşamada yanınızdayız. Tedavi sonrası destek Alfa Tıp Merkezi’nde…akıllı mercek ile gözlüğe son 15 yıllık tecrübe…Hemoroid tedavileri hastanede yatmaya gerek olmadan aynı gün yapılabilir. Hızlı hemoroid tedavisi 15 yıllık tecrübe…Botoks, dolgu uygulamaları, mezoterapi işlemleri, lipoliz, radyofrekans ve cerrahi işlemler ile bu sorununuzdan kurtulabilirsiniz…Sünnet işleminin güzel bir anı olması için tüm detayları sizler için düşündük. Güvenli ve keyifli sünnet işlemi için bizi arayın. Keyifli bir sünnet için tercihiniz Alfa olsun…Tüm bu için işlemler için bizi arayabilirsiniz…Sizlerin konforu ve güvenliği için...Sedasyon ile Diş Tedavileri Daha Kolay! Çeşitli nedenlerle diş tedavileri yapılamayan çocuklarda ve erişkinlerde, sedasyon kullanımı ile diş tedavisi hem bireylerin hem de ailelerin hayatını kolaylaştırıyor…İşlem güvenli bir şekilde tekrarlanabilir…Diş beyazlatma ile özgüvenli gülüşlerinizden kaçınmayın! Diş beyazlatma özgüvenli gülüşler…Endoskopi yöntemi ile yapılan mide botoksu; Ameliyat olmadan, kolay uygulanır Hastanede kalmanıza gerek yoktur, aynı gün normal hayatınıza dönebilirsiniz Diyete uyumu kolaylaştırır Alfa Tıp Merkezi olarak hayalleriniz için yanınızdayız!...Düzenli olarak yapılan Botoks ve Dolgu uygulamaları ile zamanı geri almak sizi elinizde! Botoks, Dolgu ile gençleşme zamanı...Alfa Tıp Merkezi, güçlü hekim kadrosu, deneyimli ve güler yüzlü personeli, ileri teknolojik cihaz donanımıyla, tüm branşlarda poliklinik hizmeti veren bir sağlık kuruluşudur…migrende, botoks etkili bir tedavi seçeneği olarak ön plana çıkıyor…kıllı lens adıyla bilinen göz içi lensler ile miyop, hipermetrop, astigmat ve presbiyopinin tedavisi ve böylelikle gözlüklerden kurtulmak mümkün. Hem gözlüksüz hem kusursuz…akıllı lens uygulaması ile gözlüğe son…işte başlıklarıyla avantajlı check-up paketlerimiz:…Diz kireçlenmeleri de dahil olmak üzere eklem kireçlenmelerinde etkili ve kalıcı çözüm sunan PRP tedavisi…Ağrı şikayeti kortizon enjeksiyonunda olduğu kadar hızlı bir azalma göstermese de kalıcı tedavi sağlaması ve yan etkilerinin bulunmaması açısından PRP tedavisi daha iyi bir seçenektir…Diz kireçlenmesinde kalıcı çözüm: PRP tedavisi… Topuk dikeninde ameliyatsız ve kortizonsuz tedavi imkanı sunan ESWT tekniği, aynı zamanda etkili ve hızlı sonuç vermesi ile tercih sebebidir… Hemoroidiniz mi var? O zaman doğru yerdesiniz! Lazer tedavisi le hemoroide kalıcı çözüm. Hemoroitten 15 dakikada kurtulun… Diş gıcırdatma (bruksizm) tedavisinde etkili bir çözüm yolu olan botoks tedavisi, hastaların diş sıkma problemlerini ortadan kaldırabilmektedir. Bununla birlikte diş sıkma ve gıcırdatmaya bağlı çene, boyun ve baş bölgesinde oluşan ağrı şikayetleri de son bulabilmektedir. Konuyla ilgili olarak diş hekimimizle ücretsiz muayene randevusu için…’* gibi ifadeler ile,

www.facebook.com adresli sosyal paylaşım sitesinde yer alan ‘Alfa Tıp Merkezi’ kullanıcı isimli sayfanın 05.06.2021 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘…Maske kullanımı nedeniyle göz çevresi daha fazla dikkat çekmektedir. Botoks, Dolgu, Prp, mezoterapi, Plexir, Cerrahi (bleferoplasti), Badem Göz, Kaş askısı gibi tüm göz kapağı estetik işlemleriniz için bizi arayabilirsiniz…15 yıllık tecrübe…Detaylı bilgi almak için bizi arayabilirsiniz…keyifli bir sünnet için tercihiniz alfa olsun…Erkek estetik işlemleri için doğru adres…Konfor ve güvenlik bir arada…artık genç kalmak çok daha kolay…Sağlığınızı ertelemeyin. Endoskopi işlemleri için hijyenik ortam, hızlı sonuç…akıllı lens uygulaması ile gözlüğe son…Kalbiniz için endişe etmeyin. Tecrübeli ve deneyimli kadromuz ile hizmetinizdeyiz…zamana meydan okuma zamanı botoks ile gençleşme…Alfa Tıp Merkezi, güçlü hekim kadrosu, deneyimli ve güler yüzlü personeli, ileri teknolojik donanımıyla, tüm branşlarda poliklinik hizmeti veren bir sağlık kuruluşudur…’* gibi ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre, reklam veren **Özel Alfa Eynal Sağlık Hizm. ve Ger. 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.

**55)**

**Dosya No: 2021/2177**

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

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 28.05.2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.odakdis.com adresli internet sitesinin 28.05.2021 tarihli görünümünde örnek olarak;

- Ana sayfa da; *‘…Özel Odak Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği Randevu Sistemiyle Çalışmaktadır. Web Sitemiz Üzerinden Hekiminizin Uygun Saatlerine Randevunuzu Kaydederek, Kliniğimizi Ziyaret Ettiğinizde Hekiminiziniz Sizi Bekliyor Olacaktır. Beklemeden Hızlı Hizmet Alın!... Merhaba, Dentomeristanbul olarak yurtdışından gelecek olan hastalarımızı Havaalanında karşılıyoruz. Ücretsiz olarak sunulan Havaalanı Transferi hizmetimiz ile kalacağınız yada firmamız tarafından rezerve edilen otelinize kadar sizlere eşlik etmekte olacağız…İmplant tedavisi sırasında lokal anestezi uygulanacağı için hastamız herhangi bir ağrı hissetmez ve implant uygulanır…rahat ve ağrısız bir iyileşme süreci geçirecektir…Ankara’nın en güzel mekanlarına yakın 5 yıldızlı güveli otellerde konaklama imkanı…havaalanı transferlerinizi sınırsız ve ücretsiz olarak size özel lüks araçlar ve şoförlerle gerçekleştirebileceksiniz…sınırsız destek tedavi süreci sonrası hastalarımızı unutmuyoruz. Belirli periyotlarla geri bildirimler alıyor, gerektiğinde yönlendirmeler yapıyoruz…Hastalarımıza daha güzel ve kaliteli hizmet vermek amacıyla Odak Ağız ve Diş Sağlığı olarak faaliyete başladık. Sürekli kendini yenileyen, dürüst, genç ve dinamik kadrosuyla üstün hizmet alabileceğiniz bir klinik…Mesaj veya telefon ile bizlerle iletişime geçmekten lütfen çekinmeyiniz. Bizi tercih ettiğiniz için teşekkür ederiz…’* gibi ifadeler ile tedavi öncesi ve sonrasına ilişkin görüntülere,

- ‘Fotoğraf Galeri’ başlığı altında hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere,

- ‘Hakkımızda’ başlığı altında; *‘…Hastalarımıza daha güzel ve kaliteli hizmet vermek amacıyla Odak Ağız ve Diş Sağlığı olarak faaliyete başladık. Sürekli kendini yenileyen, dürüst, genç ve dinamik kadrosuyla üstün hizmet alabileceğiniz bir klinik…Mesaj veya telefon ile bizlerle iletişime geçmekten lütfen çekinmeyiniz. Bizi tercih ettiğiniz için teşekkür ederiz…’*,

- ‘Sağlık Turizmi-Konaklama Hizmetleri’ başlığı altında*; ‘…Ankara'nın En Güzel Mekanlarına Yakın 5 Yıldızlı-Güvenli Otellerde Konaklama İmkanı Tedavi için geldiğinizde 4 ya da 5 yıldızlı anlaşmalı otellerimizde konaklama seçeneğine/imkanına sahip olacaksınız. Bu konudaki en büyük artınız fiyatlar olacaktır…’*,

- ‘Sağlık Turizmi-Transfer Hizmetleri’ başlığı altında; *‘…Havaalanı Transferlerinizi sınırsız ve ücretsiz olarak size özel lüks araçlar ve şoförlerle gerçekleştirebileceksiniz. Yurt dışı ya da Ankara dışından gelecek hastalarımızı havaalanında karşılıyor, hizmet alacakları Polikliniğimize ulaştırıyoruz. Ücretsiz olarak alabileceğiniz transfer hizmetimiz için ön bilgilendirme yapmayı unutmayınız. Fazla bagajınız varsa rezervasyon esnasında belirtmenizi ve araç taleplerinizi bu yönde yapmanızı önemle hatırlatırız. Transfer hizmeti güzergâhı firmamız tarafınca belirlenmektedir…’*,

- ‘Sağlık Turizmi-Sınırsız Destek’ başlığı altında; *‘…Tedavi süreci sonrası hastalarımızı unutmuyoruz. Belirli periyotlarla geri bildirimler alıyor, gerektiğinde yönlendirmeler yapıyoruz. Tedavi süreci sonrası hastalarımızı unutmuyoruz. Belirli periyotlarla geri bildirimler alıyor, gerektiğinde yönlendirmeler yapıyor, tavsiyeler bulunuyoruz. Ankara Dental klinik ten alınmış olan hizmetin kalitesi ve maximum verimlilikle sürdürülebilir olması için, müşteri memnuniyet politikamızı geliştirmek istiyoruz…’*,

- ‘Gülüş Tasarımı’ başlığı altında; *‘…Gülüş tasarımı aynı zaman da estetik düzenlemeler ile beraber ağız ve diş sağlığının da başarılı bir şekilde tedavi edilmesiyle sağlanır…Net fiyat süreç ve işlem için whatsapp hattımızdan hekimlerimize ve çalışanlarımıza ulaşabilirsiniz…’*,

- ‘Kanal Tedavisi( Endodonti) Ve Diş Çürükleri’ başlığı altında; *‘…Kanal tedavisi diş tedavileri içinde çok kısa sürede yapılan basit bir tedavidir. Ancak tedavi öncesi lokal anestezi yapılarak hiçbir ağrı ve acı hissedilmez. Kanal tedavisi sonrasında diş tamamen kurtulmuş olur. Yapılan işlemden sonra çok hafif ağrı görülse de hekimin yazacağı ağrı kesicilerle bu kısa sürede kontrol altına alınır ve bir gün sonra hasta rahat ve normal yaşantısına dönebilir…Kanal tedavisi yapılan dişler zorlanıp kırılmadığı sürece çok uzun yıllar hatta ömürlük kullanılabilirler. Ancak kanal tedavisinin başarılı ve tecrübeli hekimler tarafından yapılması tedaviyi uzun ömürlü kılan önemli durumlardan biridir…’*,

- ‘Ankara implant Tedavisi’ başlığı altında; *‘…Bugün diş hekimlerinin ve hastaların en çok tercih ettikleri tedavi yöntemidir. Genel anlamda bakıldığında ve özellikle çiğneme fonksiyonu açısından son derece güçlü doğal dişlerden çok daha sağlam ve dayanıklıdır tedavidir. Ayrıca diğer protez tedavilerine göre çok daha çiğneme fonksiyonu gelişmiş bir tedavidir…Ancak çene cerrahisi ile ilgili olmasına rağmen diğer diş tedavilerinden farklı bir anestezi işlemi yapılmaz. Lokal anestezi uygulanarak tedavi gerçekleştirilir. Dental implant tedavi aşamasında hasta açısından hiçbir sıkıntı oluşturmaz. Ağrı ve acı hissedilmez. Ancak implant tedavinin suresi diğer tedavilere göre daha uzun bir tedavidir. İşlem açısından bakıldığında bir diş çekimi kadar kolay bir uygulamadır…Dental implant tedavisinin hasta açısından sorun oluşturan kısmı tedavinin uzun sürmesidir. Onun dışında hiçbir sorun oluşturacak bir tedavi değildir…bundan sonraki süreç çok kolaydır…Dental implant fiyatları genel anlamda değerlendirildiğinde son derece ekonomik bir tedavidir. Çünkü iyi bir dental implant tedavisinden sonra hastanın ömür boyu diş sorunu tamamen ortadan kalkar. Bu noktadan bakıldığında oldukça ödenebilir koşullarda bir tedavidir. Başlangıçta hastalara dental implant fiyatları yüksek gelebilir. Ancak kullanılan malzemelerin tamamı ithal ve son derece kaliteli malzemelerdir…implant tedavisi zor bir tedavi gibi görünse de tecrübeli ve deneyimli çenecerrahının yapması durumunda son derece problemsiz bir tedavidir. Aynı zamanda kolaydır da. Hasta hiçbir acı ve ağrı hissetmez aynı zamanda dental implant tedavisi ömürlük ve uzun sürede kullanım sağlayan bir tedavidir. Dolayısıyla Bu noktadan bakıldığında son derece uygun fiyatlardadır…İmplant tedavisi günümüzde en uzun ömürlü sağlıklı ve güvenilir bir biçimde kullanılan tek alternatif tedavidir…Dental İmplant Tedavisinin Avantajları İmplant tedavisi genellikle hastaların ve diş hekimlerinin en fazla tercih ettiği tedavilerden biridir...* *hasta açısından son derece güvenli bir tedavi olduğunu da göstermektedir…İmplant tedavisi çok uzun süre kullanılabilen konforlu ve hasta açısından büyük avantajlar sağlayan tedavilerden biridir. Tek kelime ile ömürlük tedavidirdiyebiliriz…Bunların düzenli olarak yapılması durumunda implant tedavisiömürlükbir tedavidir…İmplant tedavisi bugüne kadar yapılanlar ve genel anlamda yapılan araştırmalardan çıkan sonuç implant tedavisinin %98 başarı sağlayan bir tedavi olduğunu ortaya koymuştur. Tedavinin başarılı olması hekimin tecrübeli olması ve hastanın ağız içi bakımına özen göstermesi ile ilgilidir. Bir diğer konu ise diyabeti olan hastalarda iyileşme süreci belli oranda diğer hastalara göre daha uzun gerçekleştiği için bu durumda olan hastalarda implantın markası ve hekimin becerisi tedaviyi ve kalitesini belirlemektedir…’*,

- ‘Zirkonyum Tedavisi’ başlığı altında; *‘…Zirkonyum diş kaplama ve özellikle implant tedavilerinde uzun ömürlü ve tedavinin garantisi durumunda olan maddelerden biridir. implant tedavisi diğer tedaviler gibi eksik dişlerin yerini doldurarak gerçekleştirilen tedavidir. Ancak zirkonyum kullanılan implant tedavisinde diğerlerine göre birtakım avantajlar bulunur…Öncelikle tamamen doğal bir malzemeden oluşur Hiçbir şekilde metal içermez Doğal diş renginin çok yakın olması sebebiyle son derece estetiktir Metal malzemelere göre çok daha sizin doku ile uyumu tamdır…Zirkonyum İmplant Avantajları Zirkonyum implant insan sağlığı açısından çok daha faydalı olan ve yeni nesil bir implant tedavisidir. Zirkonyum implantta eksik dişler tamamlanır ve son derece başarılı sonuç verir…Zirkonyum maddesinin doğal ve sağlam olması nedeniyle özellikle implant tedavilerinde son derece başarılıdır. Uzun ömürlü bir diş tedavisi zirkonyum implant ile gerçekleştirilir. Çünkü zirkonyum maddesi en zorlu koşullarda dahi dayanıklılığı kanıtlanmış bir maddedir. Bu nedenle çok güçlü performans gösterir. Aşınma olmaz kolay kolay zarar görmez. Özellikle metal alerjisi olan hastalar açısından son derece hipoalerjenik olması sebebiyle rahatlıkla tolere edilebilir özelliği vardır. Ayrıca çarpma veya travma gibi durumlarda kırılmalara karşı da oldukça dayanıklıdır. Biyolojik uyumlu olması sebebiyle özellikle implant tedavisinde ve vücudun diğer bölgelerinde kullanılan protezlerde oldukça iyi sonuç vermektedir. Ayrıca metal olmaması açısından doğal dişlere en yakın estetik görüntüyü zirkonyum implantla yakalamak mümkündür…’*,

- ‘Diş Teli Tedavisi Ortodonti’ başlığı altında; *‘…Ortodonti tedavisi sonucunda yanlış diş dizilimi ve çene yapısı sorunları tamamen ortadan kaldırılır…Hasta günlük yaşamına hiçbir kısıtlama olmadan devam eder…Aynı zamanda önceki yıllardaki diş tedavisine benzemeyen çok daha hastaya avantajlar sunan bir tedavidir invisalign yani görünmez diş teli tedavisinde sonuçlar hem çok olumlu hem de estetik açıdan çok başarılıdır…Hasta invisalign tedavide braket takar ancak dışarıdan bakıldığında bu hiç belli olmaz. Son derece doğal bir görüntü oluşturur…Ancak bu tedavinin gerçekleştirilebilmesi için iyi ve tecrübeli bir ortodontiste gitmek gerekir…Dolayısıyla diğerlerine göre en konforlusu şeffaf diş tedavisidir…hastalar açısından daha fazla tercih edilirken kullanımı da daha kolay ve estetiktir…Porselen diş telleri ile yapılan ortodontik tedavi süresi ile diğer geleneksel klasik metal diş telleri arasında çok fazla bir fark yoktur. Ancak süre farklılığı genellikle porselenin daha fazla sürtünmesi ile dişlerin hareketini yavaşlatmasından kaynaklıdır. Bu da süreyi biraz uzatabilir. Porselen diş tellerinin dayanıklılığı son zamanlarda özellikle teknolojik gelişme ile birlikte artmıştır ve metal diş braketleri kadar dayanıklı ve kullanışlıdır. Diğer klasik diş tellerinde olduğu gibi porselen diş tellerinin bakımı da diğer klasik diş telleri gibidir. Diğerinde olduğu gibi bunda da sert ve yapışan yiyeceklerden kaçınmak gerekir...Ancak ortodonti tedavisinin en son teknolojik özelliğe sahip olanıdır…İnvisalign tedavinin özelliği diğer diş teli tedavilerindeki gibi herhangi bir aparat takıldığı hiç belli olmaz. Günlük yaşamda herhangi bir kısıtlama yaşanmaz. İnvisalign tedavi son yılların yeni nesil teknolojik ortodontik tedavi yöntemlerinden biridir. Ayrıca son derece estetiktir. Bu nedenle hastalar ortodontik tedavide genellikle invisalign tedaviyi tercih etmektedirler…İnvisalign Tedavinin Avantajları Nelerdir? invisalign tedavide diş teli ve braket görünmez. Dolayısıyla son derece estetik bir görüntüsü vardır. İnvisalign ortodontik tedaviyi tercih eden hastalara bakıldığında bunun bir ortodontik tedavi olduğu anlaşılmaz. Ancak ortodontik tedavide diğerleri gibi batma ve ağız içinde bulunan apareylerin kopma ihtimali yoktur. Diğer klasik ortodontik tedavilerde olduğu gibi invisalign tedavide de hastanın mutlaka ağız içi bakımını düzenli olarak yapması gerekir. Ancak invisalign tedavisinde ağız içi bakımı diğer diş teli takan hastalara göre çok daha rahat ve kolaydır…’* gibi ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu internet sitesinde yer alan ifadelerin, tabip tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlerle ilgili olduğu; bu nedenle, söz konusu tanıtımların bilgilendirme kapsamını aşarak “reklam’’ niteliğinde değerlendirildiği ve sağlık alanında çalışan 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 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 26 ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre, reklam veren **Özel Odak 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.

**56)**

**Dosya No: 2021/2178**

**Şikayet Edilen: Yurdum Tekstil San. ve Tic. Ltd. Şti.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 22.06.2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.este-q.com adresli internet sitesinin 22.06.2021 tarihli görünümünde örnek olarak; *‘Hydrafacial, Leke Tedavisi, Çatlak Tedavisi, Meridyen Terapi, G5 Masajı’*,

www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait ‘esteqwellnessbeauty’ kullanıcı isimli sayfanın 22.06.2021 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘Hydrafacial, Selülit Tedavisi, G5 Masajı, Akne ve Leke Tedavisi, Çatlak Tedavisi’* gibi tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara yer verildiği,

Diğer taraftan; inceleme konusu tanıtımlarda; kuruluşun isminin *“Est'e Q Wellness & Beauty, Est'e Q”*olarak nitelendirildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, anılan kuruluş bir güzellik salonu olarak faaliyet göstermesine rağmen, www.este-q.com adresli internet sitesinin 22.06.2021 tarihli görünümünde örnek olarak; *‘Hydrafacial, Leke Tedavisi, Çatlak Tedavisi, Meridyen Terapi, G5 Masajı’*,

www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait ‘esteqwellnessbeauty’ kullanıcı isimli sayfanın 22.06.2021 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘Hydrafacial, Selülit Tedavisi, G5 Masajı, Akne ve Leke Tedavisi, Çatlak Tedavisi’* gibi tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara yer verildiği,

Diğer taraftan; inceleme konusu tanıtımlarda; kuruluşun isminin *“Est'e Q Wellness & Beauty, Est'e Q”*olarak nitelendirildiği,

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 nci fıkrasında yer alan; “*Güzellik salonunda tıp fakültesi diploması olan biri çalışsa bile, tabip yetkisinde olan tıbbi işlemler**güzellik salonunda yapılamaz. Bu hususa uymadığı tespit edilen kişiler hakkında ilgili mevzuat hükümleri uygulanır*.” hükmü ile de her ne şekilde olursa olsun, tabip tarafından yapılması gereken tıbbi işlemlerin güzellik salonlarında gerçekleştirilmesinin yasaklandığı,

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

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

Bu bağlamda; güzellik salonu olarak faaliyet gösterdiği tespit edilen ve dolayısıyla sağlık alanında faaliyeti olmayan 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; ancak söz konusu tıbbiişlemlerin doktor kontrolünde ve sağlık kuruluşları bünyesinde uygulanması gerektiği ve 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'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 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 **Yurdum Tekstil 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.

**57)**

**Dosya No: 2021/2388**

**Şikayet Edilen: Aydoğdu Optik Hakan Aydoğdu**

**Şikayet Edilen Reklam:** Müessese vitrin camında yer alan "Şok Şok Şok %50 İndirim Tüm Optik ve Güneş Gözlüklerinde Geçerlidir" ibareli tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 11.05.2021

**Yayınlandığı Mecra:** Diğer

**Tespitler:** Kuruluşa ait müessese vitrin camında yer alan "Şok Şok Şok %50 İndirim Tüm Optik ve Güneş Gözlüklerinde Geçerlidir" ibareli tanıtıma yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan değerlendirmede, TİTCK’nın görüşü çerçevesinde, optisyenlik müesseselerinin iç mekanlarında ve vitrinlerinde yapılacak olan reklam ve tanıtım faaliyetlerine Tıbbi Cihaz Satış, Reklam ve Tanıtım Yönetmeliği ve anılan Yönetmeliğe İlişkin Kılavuz’un 15/15 inci maddesi çerçevesinde cevaz verildiği, bu nedenle şikayet edilen reklamların yukarıda ismi geçen mevzuata aykırılık teşkil etmediği, diğer taraftan söz konusu mecralarda yayımlanan reklamların 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 inci maddesi çerçevesinde incelenebileceği; bu bağlamda kuruluşa ait müessese vitrin camında; *"Şok Şok Şok %50 İndirim Tüm Optik ve Güneş Gözlüklerinde Geçerlidir"* ibareli tanıtıma yer verildiği ancak söz konusu kampanyanın başlangıç ve bitiş tarihleri gibi indirimli satış reklamlarında yer verilmesi gereken bilgilere yer verilmediği değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla söz konusu tanıtımın;

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna ,

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

**58)**

**Dosya No: 2021/2389**

**Şikayet Edilen: Dr. Selçuk GÜNEY**

**Şikayet Edilen Reklam:** Dr. Selçuk Güney’e ait kartvizitte ve www.selcukguney.com.tr adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 31.12.2020, 16.02.2021 ve 21.06.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, Kartvizit

**Tespitler:** Şahsa ait kartvizitte *“Dr. Selçuk Güney kulak burun boğaz – burun ve yüz estetik cerrahisi”* ibarelerinin yer aldığı, www.selcukguney.com.tr adresli internet sitesinde;*“Dr. Selçuk Güney Kulak Burun Boğaz – Yüz Cerrahisi, Dr. Selçuk Güney | Yüz - Burun Estetiği ve KBB Cerrahisi | Botox & Dolgu, Dr. Selçuk Güney – Yüz ve KBB Hastalık ve Estetik Cerrahisi ve Noninvazif Dolgu - Botox"* şeklinde ibarelerin yer aldığı,

Söz konusu internet sitesinin 31.12.2020, 16.02.2021 ve 21.06.2021 tarihli görünümlerinde yer alan paylaşımlarda örnek olarak; “ *(…) HAKKIMIZDA Sağlık hata kabul etmeyen önemli bir hizmet alanıdır. Burada doktor başrol oyuncusu gibi görünse de aslında işler çoğunlukla öyle yürümez. İş yaparken yardımcı olacak personel ve ortam seçimi de önemlidir. Bu amaçla en sağlıklı düzenin oluşması için oldukça özenli bir çalışma yaptığımı düşünüyorum. Hastalarımı sağlık hizmeti vermek için özel olarak dizayn edilmiş Vital Fulya Plaza'da görüyorum. Burada endovizyon yöntemiyle full muayene imkanı, fleksible nasofaringoskop gibi son teknolojik muayene yöntemlerini kullanıyorum. Özellikle rinoplasti ve yüz işlemleri için hastalarımla online görüntü paylaşarak onların görüşlerini de anında algılama olanağım da mevcut. İşitme kaybı olan hastalara Amplivox 270 odyo cihazıyla bizzat kendim işitme ölçümü ve basınç ölçümü yapabiliyorum. Bu bana hazır yapılıp gelen odiyolojik tetkikten farklı olarak insana bağlı hata şüphelerini minimize etme imkanı veriyor. (…) BÜYÜK PENCEREDEN AMACIM Hatırladığım ilk günden beri düşünmeyi, boş zaman geçirmemek için yoruldukça farklı konuları düşünerek dinlenmeyi amaçladım. Bunu çocuklarıma ve ders verdiğim öğrencilerime benimsetmek için maksimum çabayı harcadım. Düşünce biçimim hep rasyonel ve akılcı olsun diye gayret gösterdim. Türkiye'nin innovasyondan uzak kötü eğitim sistemiyle harcanan insanlarına üzülüyorum. Tıpta da amacım ülke bazında dünyanın gerisinde çalışan zihniyetlerle uğraşmak oldu. Ekiplerin daha verimli olduğunu bildiğim halde, ekip oluşturmayı daha organize soyguna çeviren zihniyet yüzünden hep geçici ekipler kurdum. Çalışma biçimimde obsesif olduğum söylenir ama ben memnunum çünkü başarı ayrıntıyı yakalamaktan geçer. (…) Vital Fulya Dr. Selçuk Güney Kliniği Botox ve Hyaluronik asit dolgularla tedavi ve kozmetik amaçlı geniş bir uygulama tecrübesine sahiptir. Bu nedenle komplikasyon riski düşük ve gereken en düşük doz-en doğru uygulama noktası konusunda son derece hassastır. Kullanılan ürünler Amerika kaynaklı ve piyasadaki en kaliteli ürünlerdir. (…) Volüm, destek kaybı, tekrarlayan mimik kas çekimi ve yerçekimine yenilme sonucu tüm yüzde değişiklikler meydana gelir. Dolgu-botox doğru kullanılarak tek başına veya kombine bir şekilde bu konuda çok etkili sonuçlar alınabilir. Bu amaç doğrultusunda klinik bünyesinde MİMİKPLASTİ (Dr. Selcuk Guney) adı altında koruyucu bir teknik geliştirdik ve hastalarda çok olumlu sonuçları takip etmekteyiz… (…) Dolgu ve botox teknolojisinin ilerlemesiyle yüz felci gibi hastalıklarda, yaşlanma ve kırışıklık sonucu oluşan kozmetik bozukluklarda çok değerli kazanımlar elde edebiliyoruz. Temel prensibimiz doğallığı bozmadan, en az dolgu-botox ürününü kullanarak en iyi sonuca ulaşmaktır. Bu anatomi bilgisinin yanında konuyla ilgili çalışma ve tecrübe gerektiren bir branştır. Yanlış ve gereksiz uygulamalar çok büyük hayati ve kozmetik riskler oluşturma potansiyeli barındırır. Fiyat listesine ulaşımda sadece muayene için bize gelmiş hastalarımıza izin verebiliyoruz. Dolgu-botox muayenelerimiz % 50 indirimli… (…) WhatsApp iletişimi ile % 10 promosyon - Promosyon bizimle iletişiminizi takiben 10 gün süreyle kullanılabilir. (…) WhatsApp Katılımla Dolgu ve botoxta 10 gün geçerli %10 indirim (…) Burun estetiği ve üst dudak konturu sonrası, Burun estetiği - üst dudak konturu sonrası ve elmacık kemiği dolgusu (…) ADMİN Yüz felci ve simetri bozulması hastalıkları çok yönlü düşünülerek tedavi protokolleri planlanması gereken sorunlardır. Resimde sağ gözünü kapatamayan hasta, sinir transferiyle sağ tarafını nasıl kullanabildiği ve mimik oluşturabilmesi önemli bir başarıdır. (…) Hocam Merhaba, Sağ Tarafı felçli hasta. Sonrası resimde nazolabial sulkus ve orbiküler kaslar mükemmel çalışıyor. hatta ameliyat sonrası sağ sulkus daha belirgin. Ne tedavi yapıldı hastaya? - YRD. DOÇ. DR. SELÇUK GÜNEY: Hastaya sağ hipglossus ile fasial anastomozu yaptık. Göztepe Eğitim araştırma hastanesinde EMG takibinde 3 ayda rejenerasyon gerçekleşti. Bu 1993 yılında ilk yapılan vaka değil ama Türkiye’de çok az merkezde yapıldığını bildiğim bir ameliyat çeşidiydi. Hasta beyin cerrahisi tarafından intrakranial nörinom ameliyatıyla 7-8 felçli ve ölmek üzere olan bir hastaydı. Ameliyattan sonra yüz simetrisi tonusu düzeldi ve 10 yıllık takibimde son derece kaliteli bir yaşam sürdü. sağ nazolabial sulkus gözü kapatmak için 12. siniri çalıştırmasından dolayı daha iyi rejenere olduğu ilk zamanlarda fotoğraflandığı için daha yüksek kasılım gösteriyor. Orbiküler kasa sinir dalları ulaştıkça tam simetri oluştu. (…)*” gibi ifadelerle birlikte hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait ifade ve görüntüler ile tıbbi işlem uygulandığı esnada çekildiği anlaşılan anılan şahsa ait görüntülere, şahıs tarafından yapılan tıbbi işlemleri övücü nitelikte yorumlara ve kampanya bilgilerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; şahsın bir Kulak Burun Boğaz Uzmanı olmasına rağmen şahsa ait kartvizitte *“Dr. Selçuk Güney kulak burun boğaz – burun ve yüz estetik cerrahisi”* ibarelerinin yer aldığı, inceleme konusuwww.selcukguney.com.tr adresli internet sitesinde;*“Dr. Selçuk Güney Kulak Burun Boğaz – Yüz Cerrahisi, Dr. Selçuk Güney | Yüz - Burun Estetiği ve KBB Cerrahisi | Botox & Dolgu, Dr. Selçuk Güney – Yüz ve KBB Hastalık ve Estetik Cerrahisi ve Noninvazif Dolgu - Botox"* şeklinde ibarelerin yer aldığıancak ülkemiz mevzuatında uzmanlık dallarının adlarının yer aldığı 1219 sayılı Tababet ve ŞuabatıSan'atlarının Tarzı İcrasına Dair Kanun eki çizelgelerinde *“kulak burun boğaz – burun ve yüz estetik cerrahisi”, "Kulak Burun Boğaz – Yüz Cerrahisi"* gibi adlarda uzmanlık dallarının bulunmadığı,dolayısıyla söz konusu tanıtımlarla tüketicilerin yanıltıldığı,

Diğer taraftan, 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 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,

- Uluslararası Sağlık Turizmi ve Turistin Sağlığı Hakkında Yönetmeliğin 12/2 nci 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. Selçuk GÜNEY** hakkında 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**59)**

**Dosya No: 2020/4740**

**Şikayet Edilen:** **Erc Estetik Turizm Sağlık Hizmetleri Ticaret Ltd. Şti. (Özel Cinik Polikliniği)**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://cinikestetik.com/ adresli internet sitesi ile sosyal medya hesaplarında yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 06.05.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.instagram.com/cinikestetik/ ve https://www.facebook.com/ ozelcinikpoliklinigi/ adresli internet sitelerinin 06.05.2021 tarihli görünümünde; *“Anneler gününe özel yarışma! Paris ışıltısı veya kolajen aşısı hediye!(…)Dolgu işlemleriyle kendinizi yenileyin!(…)Koltuk altı botoksuyla aşırı terlemeye son!(…) Anne & kız güzelliğinize güzellik katmaya ne dersiniz? Anneler Günü'ne özel olarak hazırladığımız 2 Botoks 1500 TL kampanyasını kaçırmayın! Unutmayın, kampanyamız yalnızca 1-15 Mayıs tarihleri arasında geçerlidir. Hemen randevu almak için(…)Dolgun ve hacimli dudaklar! Yeni bir sen! Mükemmel sonuç, mükemmel dudaklar! Danışanımızın yaşadığı değişim harika, öyle değil mi? Eğer siz de dudaklarınızın daha dolgun ve hacimli olmasını istiyorsanız, dolgu işlemlerinden yararlanabilirsiniz. Bir çeşit dudak dolgusu olan Russian Lips, farklı uygulanma tekniği sayesinde mükemmel sonuçlar elde etmenizi sağlar.(…)Botoks ile zamana meydan okuyun!”*şeklinde ifadeler ile birlikte fiyat bilgilerine, hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine ve tıbbi işlem görüntülerine,

Bununla birlikte, https://cinikestetik.com/ adresli internet sitesinin 06.05.2021 tarihli görünümünde; *“İstenmeyen tüylere meydan okuyoruz. Lazer Epilasyon. İstenmeyen tüylere kalıcı çözüm sağlıyoruz.(…)Yüz kusurlarına meydan okuyoruz(…)”* şeklinde ifadelere,

Diğer taraftan, https://www.facebook.com/dremrahcinik/ adresli internet sitesinin 06.05.2021 tarihli görünümü ile https://www.instagram.com/dr.emrahcinik/ adresli internet sitesinin 29.12.2020 ve 06.05.2021 tarihli görünümlerinde hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine, ayrıca anılan internet sayfalarında “Dr. Cınık Hair Hospital” ibaresine yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Diğer taraftan, inceleme konusu tanıtımlarda ruhsatnamede kayıtlı ismin dışında “Dr. Cınık Hair Hospital” ifadesinin kullanılmasının tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

- Tıbbi Deontoloji Tüzüğünü 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 Kanun'un 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

Buna göre, reklam veren **Erc Estetik Turizm Sağlık Hizmetleri Ticaret Ltd. Şti. (Özel Cinik Polikliniği)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**60)**

**Dosya No: 2020/4759**

**Şikayet Edilen:** **İbrahim KAHRAMAN (Metlana Saç Ekim Merkezi)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 29.12.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.instagram.com/ankarasacekimimetlana/ adresli internet sitesinin 29.12.2020 tarihli görünümünde; *“Eskişehir'den gelen hastamız Mustafa bey 1 yılını doldurdu. Doğal görünümde Metlana farkı. www.metlana.com”* şeklinde ifadeler ile hastaların saç ekimi işlemine ilişkin tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği,

https://www.metlana.com adresli internet sitesinin 29.12.2020 tarihli görünümünde ise; *“Saç ekimi erkekler için rahatsız edici durumlardan biri olan kelliğe karşı geliştirilmiş en mucizevi yöntemlerden biridir. Genetik yatkınlık, stres, hastalık veya cilt problemlerinden dolayı yer yer veya tamamen saç kaybı yaşayan kişiler için son aşamada tercih edilen saç ekimi sayesinde peruk, protez saç gibi tak çıkar uygulamalar yerine kalıcı bir çözüm sağlanmış olur. Sağladığı kolaylıklar, kalıcılığı ile kellik sorunu ile boğuşanların en çok tercih ettiği bu yöntemle artık gür saçlara kavuşmak bir hayli kolaylaşmıştır. (…)FUE saç ekim yöntemi (Follicular Unit Extraction) dünyada en çok kullanılan yöntem olup son 15 yıldır ülkemizde de saç ekiminde tercih edilen yöntem olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu yöntemin daha eskisine FUT (Follcular Unit Transplantsasyon) göre bir çok artısı vardır. FUE yönteminin saç ekimine getirdiği yenilikler şunlardır:...”*şeklinde ifadelere verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; söz konusu kuruluşun sağlık alanında hizmet sunmaya yetkili olmadığı ve ruhsatının da bulunmadığı halde, inceleme konusu internet sitelerinde kuruluş ile ilgili olarak tabip tarafından uygulanması gereken bir tıbbi işlem olan “saç ekimi” uygulamasına yönelik tanıtımlar yayınlandığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

- 6023 sayılı Türk Tabipleri Birliği Kanunu'nun64 üncü maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

Buna göre, reklam veren **İbrahim KAHRAMAN (Metlana Saç Ekim Merkezi)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **104.781 TL (Yüzdörtbinyediyüzseksenbir Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**61)**

**Dosya No: 2020/4761**

**Şikayet Edilen:** **Sweden Özel Sağlık Hizmetleri ve Danışmanlık A.Ş. (Özel İsveç Polikliniği)**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://isvecklinik.com, https://www.instagram.com/isvecklinik official/ ve https://www.facebook.com/isvecklinik adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 29.12.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://isvecklinik.com adresli internet sitesinin 29.12.2020 tarihli görünümünde; *“En iyi saç ekim tekniği. Selenyum saç ekim tekniği. (…)Ücretsiz saç analizi. Ücretsiz ön görüşme ve doktor randevusu sizde formu doldurun! (…)Bu aya özel fırsat! Bu aya özel kampanya indirimli saç ekimi. %40 indirim. Hemen fiyat al. (…)Selenyum saç ekiminin avantajları. Saç ekimi ile kendi saçınızla, doğal ve sık görünüme kavuşun! Selenyum saç ekimi® sonrası; saç kökleri daha kalın hale gelir ve daha sık bir görüntü oluşur. Saçlar daha kısa sürede uzar. Selenyum var olan köklerinizi de güçlendirir. İyileşme süresini kısaltır.*” şeklinde ifadelere ve kampanya bilgilerine yer verildiği,

*“Hasta yorumları. Misafir deneyimleri. Orhan Kaya. Girişimci Merkezinizde saç ektirmiştim 4250 greft. Sonuçlardan çok memnunum. Emekleriniz için teşekkürler...”* şeklinde hastalara ait ifadelerin paylaşıldığı,

*“Şaşırtan değişimler. Saç ekimi sonuçlarımız”* ifadeleri ile birlikte hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği,

Bununla birlikte, www.instagram.com/isvecklinikofficial/ ve www.facebook.com/isvecklinik adresli internet sitelerinin 29.12.2020 tarihli görünümünde tıbbi işlem görüntülerine yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

- Tıbbi Deontoloji Tüzüğünü 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 Kanun'un 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

Buna göre, reklam veren **Sweden Özel Sağlık Hizmetleri ve Danışmanlık A.Ş. (Özel İsveç Polikliniği)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **104.781 TL (Yüzdörtbinyediyüzseksenbir Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**GIDA**

**62)**

**Dosya No: 2020/700**

**Şikayet Edilen: Alchem Europe İlaç Kozmetik Gıda A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Phytorelief” markalı takviye edici gıdaya ilişkin olarak www.phytorelief.net/ adresli internet sitesinde yayınlanan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firma tarafından https://www.phytorelief.net/index.html URL uzantılı internet sitesinde 2020 yılında yapılan tanıtımlarda “Bir pastilden öte”, “Tüm Türkiye’de sadece eczanelerde satılmaktadır” ve “Sadece eczanelerde” şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, https://www.phytorelief.net/index. html URL uzantılı internet sitesinde 2020 yılında yapılan tanıtımlarda “*Bir pastilden öte*”, “*Tüm Türkiye’de sadece eczanelerde satılmaktadır*” ve “*Sadece eczanelerde*” şeklinde ifadelere yer verildiği, bu ifadelerin birlikte vurgulanmasının takviye edici gıda niteliğinde olan ürünün münhasıran eczanelerde satılması zorunlu olarak sıralanan ürün kategorileri arasında yer aldığı imasını içerdiği ve bu suretle tüketicilerde ürünün ilaç olduğu şeklinde bir algı oluşturduğu, aynı zamanda *“...sadece eczanelerde...*” beyanının kullanılmasıyla eczanelerin tüketicilerde sahip olduğu güven algısı kullanılarak söz konusu ürünlerin de güvenilir olduğu izlenimi yaratması nedeniyle mevzuata aykırı ve tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu, öte yandan, muhtelif online alışveriş siteleri üzerinden “Phytorelief” markalı ürünlerin tanıtım ve satışının gerçekleştirildiği tespitinden hareketle, söz konusu ürünün reklamlarında kullanılan “Sadece Eczanelerde” beyanının gerçeği yansıtmadığı ve dolayısıyla doğruluğu ispat edilmemiş bu beyanlarla tüketicilerin aldatılıp yanıltıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

- Eczacılar ve Eczaneler Hakkında Yönetmeliğin 4271 ve 42/2’nci maddeleri,

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

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

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

- 6197 sayılı Eczacılar ve Eczaneler Hakkında Kanun’un 28/1 ve 28/2’nci maddeleri

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre, reklam veren **Alchem Europe İlaç Kozmetik Gıda 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: 2020/770**

**Şikayet Edilen: Alchem Europe İlaç Kozmetik Gıda A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Phytorelief” markalı takviye edici gıdaya ilişkin reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Yayınlandığı Mecra:** Pano- Açık Hava Reklamı

**Tespitler:** Üzerinde firmanın unvanı bulunan Phytorelief markalı ürüne ilişkin olan reklam panosunda “Dünya Sağlık Örgütü Koronavirüs’e Karşı Öneriyor” şeklinde ifadeye yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, 18.02.2020 tarihinde, İzmir’de faaliyet gösteren bir eczanede, üzerinde firmanın unvanı bulunan “Phytorelief” markalı ürüne ilişkin reklam panosunda “*Dünya Sağlık Örgütü Koronavirüs’e Karşı Öneriyor*” şeklinde ifadelere yer verilerek tanıtım yapıldığı, dünya çapında tüm insanların mümkün olan en yüksek sağlık düzeyine ulaşmaları amacıyla uluslararası sağlık çalışmalarının yönetimi ve eşgüdümünü sağlamakla yetkili otorite olan Dünya Sağlık Örgütü’nün koronavirüse karşı önerdiği herhangi bir takviye edici gıda olmadığı, Dünya Sağlık Örgütü’nün adı kullanılarak yapılan tanıtımla Phytorelief adlı ürünün koronavirüse karşı koruyucu/tedavi edici bir özelliğe sahip olduğu izleniminin uyandırıldığı, ayrıca söz konusu reklamların Covid-19 adlı hastalığın dünyada salgın halinde seyretmeye başladığı bir dönemde yayınlanması suretiyle insanların bilgi ve tecrübe eksikliği ile korku ve endişelerinin istismar edilerek ticari rant elde edilmeye çalışıldığı, ayrıca reklamlarda yer alan ve yukarıda belirtilen *“...koronavirüse karşı…*” ifadesinin kullanılmasıyla takviye edici gıda niteliğinde olan ürünün bu hastalığı önleyici/tedavi edici olacağı mesajının verildiği, böylece söz konusu ürünlerin sanki bir ilaç veya bir beşeri tıbbi ürün gibi tanıtıldığı, yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre takviye edici gıdalar için bu tür sağlık beyanlarının kullanılmasının kesinlikle yasak olduğu, bir ürüne ilişkin olarak herhangi bir sağlık beyanında bulunabilmesi için ilgili idari otoriteden (Sağlık Bakanlığı Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Kurumu) izin alınması gerektiği, kullanılan bu beyanlar için ilgili otoriteden izin alınmadığından söz konusu beyanların doğruluğunun bilimsel olarak ispat edilmiş sayılamayacağı, dolayısıyla doğruluğu bilimsel olarak ispat edilmemiş bu beyanlarla tüketicilerin aldatılıp yanıltıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

- Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği’nin 5/1, 5/2-a,c, 9/1 ve 9/2’nci maddeleri,

- Türk Gıda Kodeksi Takviye Edici Gıdalar Tebliği’nin (Tebliğ No: 2013/49) 13/1 ve 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, 11/1, 16/1, 16/3, 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 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre, reklam veren **Alchem Europe İlaç Kozmetik Gıda A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **10.475,00-TL (Onbindörtyüzyetmişbeş Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**64)**

**Dosya No: 2021/1631**

**Şikayet Edilen: Getir Perakende Lojistik A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** 30 TL üzeri iki siparişten sonraki siparişte 30 TL indirim uygulanacağına yönelik “Sonraki siparişiniz ücretsiz” başlıklı indirimli satış kampanyasına ilişkin reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firma tarafından 30 TL ve üzeri iki siparişten sonra yapılacak siparişe 30 TL indirim uygulanmasına yönelik kampanya düzenlendiği, kampanyanın üç aşamadan oluştuğu, bu aşamalar baz alınarak ilk iki 30 TL ve üzeri alışveriş için farklı, üçüncü ve son alışverişte uygulanacak indirim için farklı reklam görsellerinin kullanıldığı, kampanya seçilerek 30 TL üzeri iki alışverişin yapılması için son tarihin 9 Mayıs 2021, hak kazanılan 30 TL’lik indirimin kullanılabilmesi için ise son tarihin 12 Mayıs 2021 olarak belirlendiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, indirimli satış kampanyasının koşullarına ilişkin hususlarda anlam karışıklığına yol açarak tüketicileri aldatıcı nitelikte herhangi bir durum bulunmadığı değerlendirilmiş olup anılan tanıtımların 6502 sayılı Kanun’un 61 inci maddesine **aykırı olmadığına**  karar verilmiştir.

**65)**

**Dosya No: 2021/1647**

**Şikayet Edilen: Getir Perakende Lojistik A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** “GetirBüyük siparişinize 25 TL hediye” başlıklı indirimli satış reklamları

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** “getirbüyük” adlı mobil uygulama üzerinde yayımlanan indirimli satış reklamında, “Size Özel”, “65 TL ve üzeri siparişinize 25 TL indirim!”, “GetirBüyük siparişinize 25 TL hediye” ve “Kampanyadan yararlanmak için 65 TL sepet tutarını geçmeniz gerekir.” ifadelerine yer verildiği, kampanya koşulları altında ise “Getir’in kampanyanın geçerliliği ile ilgili taahhüdü, bu kampanyanın size tanımlanmasından itibaren 25 dakika ile sınırlıdır.” şeklinde ifadelere yer verilerek tanıtımın yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, indirimli satış kampanyasının koşullarına ilişkin hususlarda anlam karışıklığına yol açarak tüketicileri aldatıcı nitelikte herhangi bir durum bulunmadığı değerlendirilmiş olup anılan reklamların 6502 sayılı Kanun’un 61 inci maddesine **aykırı olmadığına**  karar verilmiştir.

**66)**

**Dosya No: 2021/1977**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** trendyol.com adlı internet sitesinde satışa sunulan “Passiflora Kapsül” markalı takviye edici gıdaya ilişkin kullanıcı yorumlarında sağlık beyanı mevzuatına aykırı reklam ve tanıtımlar.

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ait www.trendyol.com adlı internet sitesinde,https://www.trendyol.com/farmavita/passiflora-10-kapsul-p-36482169 URL adresinin “Ürün Değerlendirmeleri” bölümünde elite üye S\*\*O\*\* adıyla 05.02.2021 tarihinde yapılan tüketici yorum ve değerlendirmelerinde “*Tavsiye üzerine aldım güzel deliksiz uyudum dinç kalktım biraz da anksiyete üzerine etkisini görürsem muhteşem olur. Hoş o yönde çok fazla beklenti içine girmedim ama azıcık da olsa sakinleştirse gerginliğimi alsa fena olmaz*.” şeklinde, https://www.trendyol.com/farmavita/passiflora-30-kapsul-p-32068398 URL adresinin “Ürün Değerlendirmeleri” bölümünde elite üye S\*\*O\*\* adıyla 10.02.2021 tarihinde yapılan tüketici yorum ve değerlendirmelerinde ise “*passifloranın gerginliğe bir etkisi var mı bunu henüz deneyimlemedim çünkü 1 hafta oldu başlayalı fakat uyku üzerinde güzel bir etkisi var, deliksiz ve rahat uyku uyutuyor. Ürünü aldım anksiyete için kullanıcam ilk kez kullandım. Uykusuzluğa birebir. Sakinleştirici etkisi var. Biraz da anksiyete üzerine etkisini görürsem muhteşem olur*” şeklinde beyanlara yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu tanıtımlarda yer alan beyanların, birer sağlık beyanı olduğu, bu tür beyanlarla takviye edici bir gıda niteliğinde olan söz konusu ürünün sanki ilaç veya beşeri tıbbi ürün gibi tanıtıldığı, yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre takviye edici gıdalar için bu tür sağlık beyanlarının kullanılmasının kesinlikle yasak olduğu, bir ürüne ilişkin olarak her hangi bir sağlık beyanında bulunabilmesi için ilgili idari otoriteden izin alınması gerektiği, kullanılan bu beyanlar için ilgili otoriteden izin alınmadığından söz konusu beyanların doğruluğunun bilimsel olarak ispat edilmiş sayılamayacağından gerçeği yansıtmadığı ve dolayısıyla doğruluğu bilimsel olarak ispat edilmemiş bu beyanlarla tüketicilerin aldatılıp yanıltıldığı, firmanın “Ürün yorumları yayımlama kriterleri” içinde “mevzuata aykırı yorumların yayımlanamayacağının” açıkça yer almasına karşın sağlık beyanı mevzuatına aykırı yorum ve değerlendirmelerin yayımlanmaya devam etmesinin reklamların doğru ve dürüst olma ilkesini de ihlal ettiği 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-a, 7/1-b, 7/2, 7/3 ve 7/4 maddeleri,

- Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği’nin 5/1, 8/1-ç, 8/1-d, 8/2, 8/3, 8/4 ve 8/5 maddeleri,

- Türk Gıda Kodeksi Takviye Edici Gıdalar Tebliği’nin (Tebliğ No: 2013/49) 13/1 ve 13/2-c maddeleri,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/1-b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 9/1, 9/5, 26/1, 28/1, 28/2, 28/4, 29/1 ve 29/2’nci 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 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.

**67)**

**Dosya No: 2021/1994**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** https://argivit.com/ adlı internet sitesinde “Argivit Smart” adlı ürüne ilişkin reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 10.03.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://argivit.com/ adlı internet sitesinin 10.03.2021 tarihli görünümünde Argivit Smart adlı ürünün “Argivit Smart, hiperaktivite, dikkat ve dürtü kontrolünü geliştirmeye katkı sağlayan bir gıda takviyesidir. Dikkat Eksikliği ve Hiperaktivite Bozukluğu (DEHB) belirtileri görülen çocuklarda Argivit Smart kullanımı ile başlanıp, ilerleyen dönemlerde Argivit Focus ile devam edilmesi önerilmektedir.” şeklinde ifadelereyer verilmek suretiyle tanıtım yapıldığıtespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu tanıtımlarda yer alan beyanların, birer sağlık beyanı olduğu, bu tür beyanlarla takviye edici bir gıda niteliğinde olan söz konusu ürünün sanki ilaç veya beşeri tıbbi ürün gibi tanıtıldığı, yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre takviye edici gıdalar için bu tür sağlık beyanlarının kullanılmasının kesinlikle yasak olduğu, bir ürüne ilişkin olarak her hangi bir sağlık beyanında bulunabilmesi için ilgili idari otoriteden izin alınması gerektiği, kullanılan bu beyanlar için ilgili otoriteden izin alınmadığından söz konusu beyanların doğruluğunun bilimsel olarak ispat edilmiş sayılamayacağından gerçeği yansıtmadığı ve dolayısıyla doğruluğu bilimsel olarak ispat edilmemiş bu beyanlarla tüketicilerin aldatılıp yanıltıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında 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-a, 7/1-b, 7/2, 7/3 ve 7/4’üncü maddeleri,

- Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği’nin 5/1, 5/2-a, 5/2-b, 5/2-c, 8/1, 8/2, 8/3, 8/4 ve 8/5’inci 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, 16/1, 16/3 ve 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 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

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

**68)**

**Dosya No: 2021/2378**

**Şikayet Edilen: Tarihi Mardin Kebap**

**Şikayet Edilen Reklam:** yemeksepeti.com adlı internet sitesinde “İndirim Yağmuru” adı altında gerçekleştirilen indirimli satış kampanyası kapsamında yapılan indirimli satış reklamları.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yemeksepeti.com adlı internet sitesinde 19.10.2020-31.03.2021 tarihleri arasında düzenlenen İndirim Yağmuru kampanyası kapsamında gerçekleştirilen indirimli satış reklamlarında firmaya ait “Tavuk Kanat” adlı ürünün yemeksepeti.com internet adresinde % 30 indirimle 45,00 TL yerine 31,50 TL’ye satışa sunulduğu, firmaya ait menüde ise ürün fiyatının 30,00 TL olduğu; “Ciğer Şiş (180 gr)” adlı ürünün yemeksepeti.com internet adresinde % 30 indirimle 55,00 TL yerine 38,50 TL’ye satışa sunulduğu, firmaya ait menüde ise ürün fiyatının 40,00 TL olduğu; “Patlıcanlı Kebap (200 gr)” adlı ürünün yemeksepeti.com internet adresinde % 30 indirimle 55,00 TL yerine 38,50 TL’ye satışa sunulduğu, firmaya ait menüde ise ürün fiyatının 40,00 TL olduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, yemeksepeti.com internet sitesi ve mobil uygulaması üzerinden “İndirim Yağmuru”başlıklı indirimli satış kampanyasını düzenleyen Yemek Sepeti Elektronik İletişim Perakende Gıda Lojistik A.Ş.’den temin edilen kampanya koşulları göz önüne alınarak gönüllü olarak kampanyaya katılan firmanın indirim tarih ve oranları ile indirime konu ürünlerine ait fiyatların taraflarınca belirlendiği, ürünlere ilişkin indirim uygulanmadan bir önceki fiyattan satışa sunulduğuna ilişkin kanıtlayıcı bilgi ve belgelerin sunulamadığı, ürüne ilişkin indirim öncesi fiyat bilgisinin tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu, dolayısıyla söz konusu indirimli satışa ilişkin tanıtımlar ile ürünün satış fiyatında gerçekte olduğundan daha fazla indirim yapıldığı izlenimi oluşturularak tüketicilerin aldatıldığı 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, 9/2, 9/5, 13/1, 13/9, 14 ,28/1, 28/2, 28/4, 29/1, 29/2-c ve 32/1’inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

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

**69)**

**Dosya No: 2021/2379**

**Şikayet Edilen: CHM Balık Restoran Gıda ve San. Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** yemeksepeti.com adlı internet sitesinde “İndirim Yağmuru” adı altında gerçekleştirilen indirimli satış kampanyası kapsamında yapılan indirimli satış reklamları

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yemeksepeti.com adlı internet sitesinde 19.10.2020-31.03.2021 tarihleri arasında düzenlenen İndirim Yağmuru kampanyası kapsamında gerçekleştirilen indirimli satış reklamlarında firmaya ait “Hamsi Tava” adlı ürünün yemeksepeti.com internet adresinde % 35 indirimle 50,60 TL yerine 32,89 TL’ye satışa sunulduğu, firmaya ait menüde ise ürün fiyatının 39,00 TL olduğu; “Ekmek Arası Hamsi” adlı ürünün yemeksepeti.com internet adresinde % 35 indirimle 24,60 TL yerine 15,99 TL’ye satışa sunulduğu, firmaya ait menüde ise ürün fiyatının 17,00 TL olduğu; “Hamsi Tava (1 Kg)” adlı ürünün yemeksepeti.com internet adresinde % 35 indirimle 82,90 TL yerine 53,89 TL’ye satışa sunulduğu, firmaya ait menüde ise ürün fiyatının 54,00 TL olduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, yemeksepeti.com internet sitesi ve mobil uygulaması üzerinden “İndirim Yağmuru”başlıklı indirimli satış kampanyasını düzenleyen Yemek Sepeti Elektronik İletişim Perakende Gıda Lojistik A.Ş.’den temin edilen kampanya koşulları göz önüne alınarak gönüllü olarak kampanyaya katılan firmanın indirim tarih ve oranları ile indirime konu ürünlerine ait fiyatların taraflarınca belirlendiği, ürünlere ilişkin indirim uygulanmadan bir önceki fiyattan satışa sunulduğuna ilişkin kanıtlayıcı bilgi ve belgelerin sunulamadığı, ürüne ilişkin indirim öncesi fiyat bilgisinin tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu, dolayısıyla söz konusu indirimli satışa ilişkin tanıtımlar ile ürünün satış fiyatında gerçekte olduğundan daha fazla indirim yapıldığı izlenimi oluşturularak tüketicilerin aldatıldığı,

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, 9/2, 9/5, 13/1, 13/9, 14, 28/1, 28/2, 28/4, 29/1, 29/2-c ve 32/1’inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre, reklam veren **CHM Balık Restoran Gıda ve 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: 2021/2384**

**Şikayet Edilen: Adana Sokak Lezzetleri**

**Şikayet Edilen Reklam:** yemeksepeti.com adlı internet sitesinde “İndirim Yağmuru” adı altında gerçekleştirilen indirimli satış kampanyası kapsamında yapılan indirimli satış reklamları

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yemeksepeti.com adlı internet sitesinde 19.10.2020-31.03.2021 tarihleri arasında düzenlenen İndirim Yağmuru kampanyası kapsamında gerçekleştirilen indirimli satış reklamlarında firmaya ait “Tavuk Kanat” adlı ürünün yemeksepeti.com internet adresinde 60,00 TL yerine 30,00 TL’ye satışa sunulduğu, aynı ürünün fiyatının firmaya ait menüde 27,00 TL olarak belirtildiği; “Tavuk Şiş” adlı ürünün yemeksepeti.com internet adresinde 58,00 TL yerine 29,00 TL’ye satışa sunulduğu, aynı ürünün firmaya ait menüdeki fiyatının 25,00 TL olduğu; “Adana Dürüm” adlı ürünün yemeksepeti.com internet adresinde 38,00 TL yerine 19,00 TL’ye satışa sunulduğu, aynı ürünün fiyatının firmaya ait menüde 15,00 TL olarak belirlendiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, yemeksepeti.com internet sitesi ve mobil uygulaması üzerinden “İndirim Yağmuru”başlıklı indirimli satış kampanyasını düzenleyen Yemek Sepeti Elektronik İletişim Perakende Gıda Lojistik A.Ş.’den temin edilen kampanya koşulları göz önüne alınarak gönüllü olarak kampanyaya katılan firmanın indirim tarih ve oranları ile indirime konu ürünlerine ait fiyatların taraflarınca belirlendiği, ürünlere ilişkin indirim uygulanmadan bir önceki fiyattan satışa sunulduğuna ilişkin kanıtlayıcı bilgi ve belgelerin sunulamadığı, ürüne ilişkin indirim öncesi fiyat bilgisinin tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu, dolayısıyla söz konusu indirimli satışa ilişkin tanıtımlar ile ürünün satış fiyatında gerçekte olduğundan daha fazla indirim yapıldığı izlenimi oluşturularak tüketicilerin aldatıldığı 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, 9/2, 9/5, 13/1, 13/9, 14, 28/1, 28/2, 28/4, 29/1, 29/2-c ve 32/1’inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

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

**71)**

**Dosya No: 2021/2385**

**Şikayet Edilen: Mutabık Restaurant (Et Kebap Meze)**

**Şikayet Edilen Reklam:** yemeksepeti.com adlı internet sitesinde “İndirim Yağmuru” adı altında gerçekleştirilen indirimli satış kampanyası kapsamında yapılan indirimli satış reklamları

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yemeksepeti.com adlı internet sitesinde 19.10.2020-31.03.2021 tarihleri arasında düzenlenen İndirim Yağmuru kampanyası kapsamında gerçekleştirilen indirimli satış reklamlarında firmaya ait “Adana Kebap” adlı ürünün yemeksepeti.com internet adresinde 49,90 TL yerine 34,93 TL’ye satışa sunulduğu, aynı ürünün fiyatının firmaya ait basılı menüde 40,00 TL olarak belirlendiği; “Urfa Kebap” adlı ürünün yemeksepeti.com internet adresinde 49,90 TL yerine 34,93 TL’ye satışa sunulduğu, aynı ürünün fiyatının firmaya ait basılı menüde 40,00 TL olduğu; “Antep Lahmacun” adlı ürünün yemeksepeti.com internet adresinde 14,50 TL yerine 10,15 TL’ye satışa sunulduğu, aynı ürünün fiyatının firmaya ait basılı menüde 10,00 TL olduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, yemeksepeti.com internet sitesi ve mobil uygulaması üzerinden “İndirim Yağmuru”başlıklı indirimli satış kampanyasını düzenleyen Yemek Sepeti Elektronik İletişim Perakende Gıda Lojistik A.Ş.’den temin edilen kampanya koşulları göz önüne alınarak gönüllü olarak kampanyaya katılan firmanın indirim tarih ve oranları ile indirime konu ürünlerine ait fiyatların taraflarınca belirlendiği, ürünlere ilişkin indirim uygulanmadan bir önceki fiyattan satışa sunulduğuna ilişkin kanıtlayıcı bilgi ve belgelerin sunulamadığı, ürüne ilişkin indirim öncesi fiyat bilgisinin tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu, dolayısıyla söz konusu indirimli satışa ilişkin tanıtımlar ile ürünün satış fiyatında gerçekte olduğundan daha fazla indirim yapıldığı izlenimi oluşturularak tüketicilerin aldatıldığı 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, 9/2, 9/5, 13/1, 13/9, 14, 28/1, 28/2, 28/4, 29/1, 29/2-c ve 32/1’inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre, reklam veren **Mutabık Restaurant (Et Kebap Meze)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**72)**

**Dosya No: 2021/2386**

**Şikayet Edilen: Zahter Kilis Sofrası**

**Şikayet Edilen Reklam:** yemeksepeti.com adlı internet sitesinde “İndirim Yağmuru” adı altında gerçekleştirilen indirimli satış kampanyası kapsamında yapılan indirimli satış reklamları

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yemeksepeti.com adlı internet sitesinde 19.10.2020-31.03.2021 tarihleri arasında düzenlenen İndirim Yağmuru kampanyası kapsamında gerçekleştirilen indirimli satış reklamlarında firmaya ait “Adana Kebap” adlı ürünün yemeksepeti.com internet adresinde % 25 indirimle 42,00 TL yerine 31,50 TL’ye satışa sunulduğu, aynı ürünün fiyatının firmaya ait menüde 30,00 TL olduğu; “Ali Nazik Şiş” adlı ürünün yemeksepeti.com internet adresinde % 25 indirimle 58,00 TL yerine 43,50 TL’ye satışa sunulduğu, aynı ürünün fiyatının firmaya ait menüde 45,00 TL olduğu; “Beğendili Kebap” adlı ürünün yemeksepeti.com internet adresinde % 25 indirimle 55,00 TL yerine 41,25 TL’ye satışa sunulduğu, aynı ürünün fiyatının firmaya ait menüde 40,00 TL olduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, yemeksepeti.com internet sitesi ve mobil uygulaması üzerinden “İndirim Yağmuru”başlıklı indirimli satış kampanyasını düzenleyen Yemek Sepeti Elektronik İletişim Perakende Gıda Lojistik A.Ş.’den temin edilen kampanya koşulları göz önüne alınarak gönüllü olarak kampanyaya katılan firmanın indirim tarih ve oranları ile indirime konu ürünlerine ait fiyatların taraflarınca belirlendiği, ürünlere ilişkin indirim uygulanmadan bir önceki fiyattan satışa sunulduğuna ilişkin kanıtlayıcı bilgi ve belgelerin sunulamadığı, ürüne ilişkin indirim öncesi fiyat bilgisinin tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu, dolayısıyla söz konusu indirimli satışa ilişkin tanıtımlar ile ürünün satış fiyatında gerçekte olduğundan daha fazla indirim yapıldığı izlenimi oluşturularak tüketicilerin aldatıldığı 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, 9/2, 9/5, 13/1, 13/9, 14, 28/1, 28/2, 28/4, 29/1, 29/2-c ve 32/1’inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

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

**73)**

**Dosya No: 2021/2387**

**Şikayet Edilen: Yeditepe Taş Fırın**

**Şikayet Edilen Reklam:** yemeksepeti.com adlı internet sitesinde “İndirim Yağmuru” adı altında gerçekleştirilen indirimli satış kampanyası kapsamında yapılan indirimli satış reklamları

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yemeksepeti.com adlı internet sitesinde 19.10.2020-31.03.2021 tarihleri arasında düzenlenen İndirim Yağmuru kampanyası kapsamında gerçekleştirilen indirimli satış reklamlarında firmaya ait “Lahmacun” adlı ürünün yemeksepeti.com internet adresinde % 35 indirimle 11,00 TL yerine 7,15 TL’ye satışa sunulduğu, aynı ürünün fiyatının firmaya ait menüde 8,00 TL olduğu; “Günün Çorbası” adlı ürünün yemeksepeti.com internet adresinde % 35 indirimle 14,00 TL yerine 9,10 TL’ye satışa sunulduğu, aynı ürünün fiyatının firmaya ait menüde 9,00 TL olduğu; “Kuşbaşılı Kaşarlı Pide” adlı ürünün yemeksepeti.com internet adresinde % 35 indirimle 40,00 TL yerine 26,00 TL’ye satışa sunulduğu, aynı ürünün fiyatının firmaya ait menüde 32,00 TL olduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, yemeksepeti.com internet sitesi ve mobil uygulaması üzerinden “İndirim Yağmuru”başlıklı indirimli satış kampanyasını düzenleyen Yemek Sepeti Elektronik İletişim Perakende Gıda Lojistik A.Ş.’den temin edilen kampanya koşulları göz önüne alınarak gönüllü olarak kampanyaya katılan firmanın indirim tarih ve oranları ile indirime konu ürünlerine ait fiyatların taraflarınca belirlendiği, ürünlere ilişkin indirim uygulanmadan bir önceki fiyattan satışa sunulduğuna ilişkin kanıtlayıcı bilgi ve belgelerin sunulamadığı, ürüne ilişkin indirim öncesi fiyat bilgisinin tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu, dolayısıyla söz konusu indirimli satışa ilişkin tanıtımlar ile ürünün satış fiyatında gerçekte olduğundan daha fazla indirim yapıldığı izlenimi oluşturularak tüketicilerin aldatıldığı 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, 9/2, 9/5, 13/1, 13/9, 14, 28/1, 28/2, 28/4, 29/1, 29/2-c ve 32/1’inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

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

**74)**

**Dosya No: 2021/1706**

**Şikayet Edilen: Biota Bitkisel İlaç ve Kozmetik Laboratuarları Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** Reklam veren firmaya ait “Nutraxin” markalı muhtelif gıda takviyesi ürünlerine ilişkin olarak https://www.instagram.com/nutraxin\_turkiye/ URL uzantılı Instagram hesabı ve https://nutraxin.com.tr adresli internet sitesinin 21.05.2021 tarihli görünümlerinde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 21.05.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan incelemede, “Nutraxin” markalı muhtelif gıda takviyesi ürünlerine ilişkin olarak https://www.instagram.com/nutraxin\_turkiye/ URL uzantılı Instagram hesabında yer alan tanıtımlarda;

“Ginkgo Biloba” isimli ürüne ilişkin olarak 22.09.2020 tarihli gönderide; *“Bazı şeyleri hatırlamak çok mu zor? Sadece unutmak istediklerinizi unutun! #nutraxin #ginkgo #unutkanlık #nutraxinturkiye #ginkgobiloba #sağlık #sağlıklıyaşam #takviye #health #otc”* ifadelerine yer verildiği, ancak *“Sadece unutmak istediklerinizi unutun”* ve *“#unutkanlık”* ifadelerine,

“Nutraxin for KIDS Vitamin Mix” isimli ürüne ilişkin olarak 09.10.2020 tarihli gönderide; *“Okullar Açılıyor Çocuklar Hazır Mısınız? Çocuklar okullarına ve arkadaşlarına kavuşuyor! Nutraxin onlara destek olsun diye Vitamin Mix’i geliştirdi. Yakında sizlerle...”* ifadelerine,

“Nutraxin D3 Vitamin”isimli ürüne ilişkin olarak 24.11.2020 tarihli gönderide; *“Öğretmenlerimize TAM DESTEK. Risklere rağmen görevlerine devam eden öğretmenlerimizin öğretmenler gününü kutlarız. Nutraxin olarak D vitamini tablet ve damla formu ile öğretmenlerimizin bağışıklık sistemlerinin normal fonksiyonuna katkıda bulunuyoruz.”* ifadelerine,

“Nutraxin Immun-S” ve “Nutraxin Vitamin mix”isimli ürünlere ilişkin olarak 11.12.2020 tarihli gönderide; *“Bağışıklığa Tam Destek. Annelerin içi şimdi hem kendileri hem de çocukları için daha da rahat!! ;) Nutraxin Immun-S ve 4+yaş çocukların kullanabileceği Vitamin Mix eczanelerde... C Vitamini bağışıklık sisteminin normal fonksiyonun katkıda bulunur.”* ifadelerine yer verildiği, ancak *“Bağışıklığa Tam Destek. Annelerin içi şimdi hem kendileri hem de çocukları için daha da rahat!”* ifadelerine,

“Nutraxin 0mega-3 Ultra2500 mg” isimli ürüne ilişkin olarak 08.01.2021 tarihli gönderide; *“EPA 1125 mg DHA 875 mg Trigiliserid Form. Tek kapsülde 1075 mg omega-3 içeriğiyle aradığınız balık yağı Nutraxin Omega 3 Ultra eczanelerde... EPA ve DHA kalp ve damar sağılığının korunmasına katkıda bulunur\* \*Türk gıda kodeksi beslenme ve sağlık beyanları yönetmeliği #nutraxin #nutraxinturkiye #Omega3 #sağlık #sağlıklıyaşam #balıkyağı #takviye #kalpsağlığı #hafıza #gözsağlığı #health #nutrition #kolesterol #EPA #DHA”* ifadelerine,

“VitaminMAX C D ZINC”isimli ürüne ilişkin olarak 26.01.2021 tarihli gönderide; *“Tek Tablette 3’lü Etki ile Dengeli Bağışıklık\* Nutraxin Vitamin Max C-D- Çinko; içeriğinde bulunan Vitamin C, Vitamin D ve Çinko ile üç bileşeni bir arada sunmaktadır. 1000 mg C vitamini, 1000 IU D vitamini ve 10 mg çinko içermektedir. Çinko, D ve C vitamini bağışıklık sisteminin normal fonksiyonuna katkıda bulunur\*”* ifadelerine,

“Costus Root Spray”isimli ürüne ilişkin olarak 11.03.2021 tarihli gönderide; *“Maximum Koruma\* HAFTANIN ÜRÜNÜ 3 ŞANSLI KİŞİYE HEDİYE GELEBİLİR! Nutraxin’inyeni ürünü çıktı. Costus Root Sprey, içeriğinde Çinko, Propolis ve Koktus kökü bulunur ve sprey formdadır. Çekilişe katılmak için ”* ifadelerine,

“Big Energy”isimli ürüne ilişkin olarak 20.04.2021 tarihli gönderide; *“Enerjiniz Bitmesin! Günboyu enerjimiz düşmesin! Big Energy her zaman olduğu gibi, enerjiye ihtiyacınız olduğu her an yanınızda! #nutraxin #nutraxin\_turkiye #bigenergy #enerji #motavisyon #halsizlik #yorgunluk #ramazan #iftar #sahur #iftarvakti #sahurvakti #enerjinizbitmesin #canlılık #zindelik #sağlıklıyaşam #günboyu”* ifadelerine,

“VitaminMi””isimli ürüne ilişkin olarak 11.05.2021 tarihli gönderide; *“Vitamin Mix Bağışıklık Fix\* Çoçuğunuzun bağışıklık sistemine tam destek Nutraxin Vitamin Mix tüm eczanelerde! C vitamini, D vitamini ve Çinko bağışıklık sisteminin normal fonksiyonuna katkıda bulunur\*...”* ifadelerine,

Ayrıca, https://nutraxin.com.tr adresli internet sitesinde *"Sadece Eczanelerde"* ve *“Covıd-19’a Karşı Güvenli Üretim”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan inceleme sonucunda;Reklam veren Firmaya ait “Nutraxin” markalı muhtelif gıda takviyesi ürünlerine ilişkin olarak https://www.instagram.com/nutraxin\_turkiye/ URL uzantılı Instagram hesabında yer alan tanıtımlarda;

“Ginkgo Biloba” isimli ürüne ilişkin olarak 22.09.2020 tarihli gönderide; *“Bazı şeyleri hatırlamak çok mu zor? Sadece unutmak istediklerinizi unutun! #nutraxin #ginkgo #unutkanlık #nutraxinturkiye #ginkgobiloba #sağlık #sağlıklıyaşam #takviye #health #otc”* ifadelerine yer verildiği, ancak *“Sadece unutmak istediklerinizi unutun”* ve *“#unutkanlık”* ifadeleri ile takviye edici gıda niteliğindeki besin ile unutkanlığın giderileceği yönünde tanıtım yapıldığı,

“Nutraxin for KIDS Vitamin Mix” isimli ürüne ilişkin olarak 09.10.2020 tarihli gönderide; *“Okullar Açılıyor Çocuklar Hazır Mısınız? Çocuklar okullarına ve arkadaşlarına kavuşuyor! Nutraxin onlara destek olsun diye Vitamin Mix’i geliştirdi. Yakında sizlerle...”* ifadeleri ile Milli Eğitim Bakanlığı tarafından yüz yüze eğitime geçilme karan alınan pandemi sürecinde COVİD-19 virüsünden korunmaya yönelik iletişimde bulunulduğu,

“Nutraxin D3 Vitamin”isimli ürüne ilişkin olarak 24.11.2020 tarihli gönderide; *“Öğretmenlerimize TAM DESTEK. Risklere rağmen görevlerine devam eden öğretmenlerimizin öğretmenler gününü kutlarız. Nutraxin olarak D vitamini tablet ve damla formu ile öğretmenlerimizin bağışıklık sistemlerinin normal fonksiyonuna katkıda bulunuyoruz.”* ifadeleriile pandemi sürecinde Covid-19 virüsüne yakalanma riski vurgulanarak D vitamini içeren gıda takviyesi ürününün Covid-19 virüsüne karşı bağışıklık güçlendirici etkisi olduğuna yönelik tanıtım yapıldığı,

“Nutraxin Immun-S” ve “Nutraxin Vitamin mix”isimli ürünlere ilişkin olarak 11.12.2020 tarihli gönderide; *“Bağışıklığa Tam Destek. Annelerin içi şimdi hem kendileri hem de çocukları için daha da rahat!! ;) Nutraxin Immun-S ve 4+yaş çocukların kullanabileceği Vitamin Mix eczanelerde... C Vitamini bağışıklık sisteminin normal fonksiyonun katkıda bulunur.”* ifadelerine yer verildiği, ancak *“Bağışıklığa Tam Destek. Annelerin içi şimdi hem kendileri hem de çocukları için daha da rahat!”* ifadeleri ile tanıtımı yapılan gıda takviyelerine ilişkin olarak mevzuatta izin verilen sağlık beyanının dışına çıkıldığı,

“Nutraxin 0mega-3 Ultra2500 mg” isimli ürüne ilişkin olarak 08.01.2021 tarihli gönderide; *“EPA 1125 mg DHA 875 mg Trigiliserid Form. Tek kapsülde 1075 mg omega-3 içeriğiyle aradığınız balık yağı Nutraxin Omega 3 Ultra eczanelerde... EPA ve DHA kalp ve damar sağılığının korunmasına katkıda bulunur\* \*Türk gıda kodeksi beslenme ve sağlık beyanları yönetmeliği #nutraxin #nutraxinturkiye #Omega3 #sağlık #sağlıklıyaşam #balıkyağı #takviye #kalpsağlığı #hafıza #gözsağlığı #health #nutrition #kolesterol #EPA #DHA”* ifadelerine yer verildiği, ancak hashtaglerde kullanılan “kalpsağlığı”, “hafıza”, “gözsağlığı” ve “kolesterol” kelimeleri ile tanıtımı yapılan gıda takviyelerine ilişkin olarak mevzuatta izin verilen sağlık beyanının dışına çıkıldığı

“VitaminMAX C D ZINC”isimli ürüne ilişkin olarak 26.01.2021 tarihli gönderide; *“Tek Tablette 3’lü Etki ile Dengeli Bağışıklık\* Nutraxin Vitamin Max C-D- Çinko; içeriğinde bulunan Vitamin C, Vitamin D ve Çinko ile üç bileşeni bir arada sunmaktadır. 1000 mg C vitamini, 1000 IU D vitamini ve 10 mg çinko içermektedir. Çinko, D ve C vitamini bağışıklık sisteminin normal fonksiyonuna katkıda bulunur\*”* ifadelerine yer verildiği, ancak *“Tek Tablette 3’lü Etki ile Dengeli Bağışıklık\*”* ifadesinin mevzuatta izin verilen sağlık beyanları dışında yer aldığı,

“Costus Root Spray”isimli ürüne ilişkin olarak 11.03.2021 tarihli gönderide; *“Maximum Koruma\* HAFTANIN ÜRÜNÜ 3 ŞANSLI KİŞİYE HEDİYE GELEBİLİR! Nutraxin’inyeni ürünü çıktı. Costus Root Sprey, içeriğinde Çinko, Propolis ve Koktus kökü bulunur ve sprey formdadır. Çekilişe katılmak için ”* ifadelerine yer verildiği, ancak *“Maximum Koruma\*”* ifadesinin mevzuatta izin verilen sağlık beyanları dışında yer aldığı,

“Big Energy”isimli ürüne ilişkin olarak 20.04.2021 tarihli gönderide; *“Enerjiniz Bitmesin! Günboyu enerjimiz düşmesin! Big Energy her zaman olduğu gibi, enerjiye ihtiyacınız olduğu her an yanınızda! #nutraxin #nutraxin\_turkiye #bigenergy #enerji #motavisyon #halsizlik #yorgunluk #ramazan #iftar #sahur #iftarvakti #sahurvakti #enerjinizbitmesin #canlılık #zindelik #sağlıklıyaşam #günboyu”* ifadelerine yer verildiği, ancaktanıtımı yapılan gıda takviyesinin gün boyu kesintisiz enerji sağladığı iddiasının mevzuata aykırı olduğu,

“VitaminMi””isimli ürüne ilişkin olarak 11.05.2021 tarihli gönderide; *“Vitamin Mix Bağışıklık Fix\* Çoçuğunuzun bağışıklık sistemine tam destek Nutraxin Vitamin Mix tüm eczanelerde! C vitamini, D vitamini ve Çinko bağışıklık sisteminin normal fonksiyonuna katkıda bulunur\*...”* ifadelerine yer verildiği, ancak *“Bağışıklık Fix\* Çoçuğunuzun bağışıklık sistemine tam destek”* ifadelerinin mevzuatta izin verilen sağlık beyanları dışında yer aldığı,

Söz konusu ifadelerinin tanıtımı yapılan ürünleri sağlıkla ilişkilendiren sağlık beyanları olduğu, halihazırda geçerli olan mevzuat hükümlerine göre, çeşitli vitaminler, mineraller ve probiyotikler gibi insanın bağışıklık sistemine etkisi - katkısı olabilecek ürünlerin tanıtımlarında kullanılabilecek 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,

Diğer taraftan, reklam veren Firmaya ait https://nutraxin.com.tr adresli internet sitesi 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 olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre, reklam veren **Biota Bitkisel İlaç ve Kozmetik Laboratuarları Anonim 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.

**75)**

**Dosya No: 2021/2341**

**Şikayet Edilen: Babaş Gıda Sanayi ve Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Dondurmacı Amca” markalı dondurma çeşitlerine yönelik fiyat bilgilerinin yer aldığı dış mekan ilanları ile ambalajlar üzerinde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj

**Tespitler:** Yapılan incelemede, “Dondurmacı Amca” markalı dondurma çeşitlerine yönelik fiyat bilgilerinin yer aldığı dış mekan ilanlarında *“Tüm ürünlerde %50 indirim”* ibaresi ile beraber satışa sunulan ürünlerin indirimli fiyatlarına, “Dondurmacı Amca” markalı dondurma çeşitlerinden “Gold” ve “Batom” ürünlerine ait ambalajlar üzerinde de *“%50 indirim”* ibaresi ile beraber *“Kampanyalı fiyat”* ibaresine, “Dondurmacı Amca Maraşlı Sade” ve “Gold” ürünlerine ait ambalajlar üzerinde *“Glikoz yoktur”* ve *“Günlük taze sütten üretilmiştir.”* ibarelerine yer verildiği, bunların yanında Firmaya ait ürünler Batman ilinde üretilmesine rağmen ürün ambalajlarının arka yüzünde firma ünvanını takiben Kahramanmaraş bölge şubesine ait adresin büyük harflerle yazıldığı hususları tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; reklam veren Firmaya ait “Dondurmacı Amca” markalı dondurma çeşitlerine yönelik fiyat bilgilerinin yer aldığı dış mekan ilanlarında *“Tüm ürünlerde %50 indirim”* ibaresi ile beraber satışa sunulan ürünlerin indirimli fiyatlarına, “Dondurmacı Amca” markalı dondurma çeşitlerinden “Gold” ve “Batom” ürünlerine ait ambalajlar üzerinde de *“%50 indirim”* ibaresi ile beraber *“Kampanyalı fiyat”* ibaresine yer verildiği yer verildiği, ancak Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin “İndirimli satış reklamları” başlıklı 14 üncü maddesinin *(4) İndirimli satışa konu edilen mal veya hizmetlerin indirimden önceki fiyattan daha düşük fiyatla satışa sunulduğunun ispatı reklam verene aittir.”* hükmüne istinaden söz konusu ürünlerin indirimden önceki fiyattan satışa sunulduğunun ispatlanmadığı, bu nedenle söz konusu ürünlerin satışa sunulduğu dönem başından itibaren indirimli olduğuna ilişkin tanıtım yapılmasının tüketicileri söz konusu ürünlerin gerçek satış fiyatı konusunda aldatıcı olduğu, bunun yanında söz konusu ürünlere ilişkin indirimin hangi tarihlerde geçerli olduğuna yönelik bir bilginin afiş üzerinde yer almadığı, bu durumun da Yönetmeliğin bahsi geçen maddesinin *“(1) Bir mal veya hizmete ilişkin indirim yapıldığını gösteren yazılı, sesli veya görsel herhangi bir ibarenin yer aldığı reklamlarda; indirimli satışın başlangıç ve bitiş tarihleri ile indirimli olarak satışa sunulan mal veya hizmetin miktarı sınırlı ise bu miktarın açık ve anlaşılır bir biçimde belirtilmesi zorunludur.”* hükmüne aykırı olduğu,

Diğer taraftan reklam veren firmaya ait “Dondurmacı Amca Maraşlı Sade” ve “Gold” ürünlerine ait ambalajlar üzerinde *“Glikoz yoktur”* ve *“Günlük taze sütten üretilmiştir.”* ibarelerine ye verilmişse de, *“Glikoz yoktur”* ibaresinin Türk Gıda Kodeksi Gıda Etiketleme ve Tüketicileri Bilgilendirme Yönetmeliği Hakkında Kılavuz çerçevesinde aykırı nitelikte olduğu, *“Günlük taze sütten üretilmiştir.”* ifadesinin de, Yönetmelikte taze ifadesinin sadece pastörize sütler için kullanılabileceği, tanıtımda yer alan ürünlerin ise pastörize değil koyulaştırılmış süt içerdiğinin beyan edildiği gerekçesi ile bahsi geçen Kılavuz çerçevesinde aykırı olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 9 uncu ve 14 üncü maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna ,

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

**76)**

**Dosya No: 2021/2421**

**Şikayet Edilen: Mamsel İlaç Sanayi ve Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Maflor Damla Sıvı Formda Probiyotik Mikroorganizma İçeren Takviye Edici Gıda”* isimli gıda takviyesi ürünü ile *“Mamsel Still-Tee Emziren Anneler İçin Hazır Çay”* ve *“Mamsel Kimyonlu Rezene Çayı”* isimli ürünlere ilişkin olarak Instagram isimli sosyal paylaşım sitesinde reklam veren firmaya ait https://www.instagram.com/mamselilac/ bağlantılı kullanıcı hesabının 21.05.2021 tarihli görünümünde yer alan tanıtımlar ile *“Türkiye’nin probiyotiği şimdi yenilendi”* başlıklı broşür.

**Reklam Yayın Tarihi:** 21.05.2021-2019

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet-Broşür

**Tespitler:** Yapılan inceleme sonucunda, reklam veren firmaya ait https://www.instagram.com/mamselilac/ bağlantılı kullanıcı hesabında yer alan *“Maflor Damla Sıvı Formda Probiyotik Mikroorganizma İçeren Takviye Edici Gıda”* isimli gıda takviyesi ürünü ile ilişkili tanıtımlarda;

12.05.2021 tarihli gönderide; *“Probiyotiklerin faydaları saymakla bitmez!*

*-Bağırsak sistemini düzenler.*

*-Bağışıklığı güçlendirmeye ve kilo kontrolüne yardımcı olur.*

*-Bağırsak duvarını güçlendirir.*

*-Kanser riskini azaltır.*

*-Kalp hastalıklarına karşı koruyucu görev üstlenir.*

*-Karaciğeri korur ve besinlerin içerisindeki alerjenlerle savaşarak zararlı maddeleri temizler. #mamsel #probiyotik #koronavirüs #virüs #bağışıklık #yaşamiçin”,*

30.03.2021 tarihli gönderide; *“Probiyotikler, bağışıklık sistemini güçlendirerek mevsim geçişlerinde artan salgınlara karşı bir kalkan görevi görürler. #mevsimgeçişi #probiyotik #grip #nezle #güçlübağışıklık #koronavirüs”,*

24.07.2020 tarihli gönderide; *“Obezite kader değildir!*

*Uygulayacağınız diyet ve egzersizlere ek olarak kullanacağınız L. Helveticus R0052 suşunu içeren kaliteli ve güvenilir probiyotiklerle değişimi hissedin! #probiyotik #obezite #sağlıklıyaşam #yaşamiçin #dengedekal #kilokaybı #mamsel”,*

04.03.2021 tarihli gönderide; *“Uygun probiyotik kullanımı ve sağlıklı beslenme alışkanlıkları, bağırsak sağlığını destekleyerek yiyecek alımının ve iştahın azalmasını sağlar. #probiyotik #obezite #4mart #mamsel #obezitegünü”,*

16.04.2021 tarihli gönderide; *“Kaliteli probiyotikler ile alerjik hastalıklara dur de!*

*Tüm adımlarınızı sağlam atın. Kaliteli yaşam için kaliteli probiyotiklerden faydalanmanın tam zamanı!#mamsel #probiyotik #koronavirüs #virüs #bağışıklık #yaşamiçin #maflor”* ifadelerine ve *“Maflor Damla”* isimli gıda takviyesi ürününe ilişkin görsele,

25.04.2021 tarihli gönderide; *“Virüslere karşı Maflor yanında! Artık virüslere karşı yalnız değilsiniz!#mamsel #maflordamla #güçlübağışıklık #korona #virüs #probiyotik”* ifadelerine ve *“Maflor Damla”* isimli gıda takviyesi ürününe ilişkin görsele,

18.06.2021 tarihli gönderide; *“Kaliteli probiyotikler ile virüslere geçit yok! Virüslere karşı güçlü bağışıklık için günde 6 damla Maflor Damla ile bağışıklığını destekle!#bağışıklık #mamsel”* ifadelerine,

19.03.2021 tarihli gönderide; *“Virüslere karşı ailecek güçleneceğiz. Kaliteli ve güvenilir probiyotik takviyesiyle virüslerden ailecek korunun!* *#mamsel #probiyotik #mamsel #koronavirüs #virüs #bağışıklık”* ifadelerine,

24.05.2021 tarihli gönderide; *“Günde 6 damla Maflor ile bağırsak sisteminde ortaya çıkan gaz, kabızlık, ishal veya şişkinlik hissi gibi sorunlardan kurtulun. #mamsel #probiyotik #bağışıklık #yaşamiçin #maflor ”* ifadelerine ve *“Maflor Damla”* isimli gıda takviyesi ürününe ilişkin görsele,

21.05.2021 tarihli gönderide; *“Maflor Damla, 5 Milyar aktif probiyotik ile zararlı bakterileri uzaklaştırır, bağışıklık sisteminizi güçlendirmeye ve bağırsak mikrobiyotanızı dengelemeye yardımcı olur. #mamsel #yaşamiçin #sağlık #virüs #güçlübağışıklık #probiyotik”* ifadelerine ve *“Maflor Damla”* isimli gıda takviyesi ürününe ilişkin görsele yer verildiği,

*“Mamsel Kimyonlu Rezene Çayı”* isimli ürüne ilişkin olarak,

17.06.2021 tarihli gönderide; *“Bebeğinizin sancısı geçsin, geceniz huzurlu geçsin. Bebeğiniz sağlık dolu bu çayı çok sevecek! Kimyonlu Rezene Çayı, %100 doğal içeriğiyle bebeğinizin sindirim sistemini düzenleyerek huzurlu bir gece geçirmesini sağlar.#kimyonlurezeneçayı #bebeğimbüyüyor #sindirimsistemi #güçlübağışıklık #mamsel”* ifadelerine,

20.05.2021 tarihli gönderide; *“Bebeğiniz tuvalet sorunu mu yaşıyor? Hem sindirim sisteminin hem de boşaltım sisteminin sağlıkla çalışmasına destek olan Kimyonlu Rezene Çayı, bağırsak hareketlerinin de düzenlenmesini sağlıyor. Bebeğiniz bu sayede daha huzurlu ve daha mutlu uyuyor. #mamsel #güçlübağışıklık #kimyonlurezeneçayı #gazsancısı #güçlübağışıklık #bebeğimbüyüyor #doğalformül #sağlıklıbüyüme”* ifadelerine,

07.05.2021 tarihli gönderide; *“Kimyonlu Rezene Çayı miniğinizin gaz ve şişkinliğini giderir, bağırsaklarını rahatlatır. #mamsel #güçlübağışıklık #kimyonlurezeneçayı #gazsancısı #güçlübağışıklık #bebeğimbüyüyor #doğalformül #sağlıklıbüyüme”* ifadelerine ve,

19.04.2021 tarihli gönderide; *“Kimyon ve rezene, bebeğinizin bağırsak hareketlerinin düzenlenmesine yardımcı olarak gaz sancılarını hafifletir ve günün keyifli her anı, bebeğinizle size kalır. #mamsel #kimyonlurezeneçayı #huzurlubebekler #annebebek”* ifadelerine yer verildiği,

*“Mamsel Still-Tee”* isimli ürüne ilişkin olarak,

25.05.2021 tarihli gönderide; *“Mamsel Still-Tee, C vitamini bakımından oldukça zengindir. Süt artırıcı özelliğinin yanı sıra annelerin doğumdan sonra yaşanan gaz problemlerini de azaltmaya yardımcı olur. #mamsel #stilltee #güçlübağışıklık #annesütü #anne #bebek #rezene #cvitamini #melisa”* ifadelerine ve benzer ifadelere yer verildiği,

Diğer taraftan, *“Maflor Damla Sıvı Formda Probiyotik Mikroorganizma İçeren Takviye Edici Gıda”* isimli gıda takviyesi ürününe ilişkin olarak *“Virüslere karşı Maflor yanında! Artık virüslere karşı yalnız değilsiniz!”, “Kaliteli probiyotikler ile virüslere geçit yok! Virüslere karşı güçlü bağışıklık için günde 6 damla Maflor Damla ile bağışıklığını destekle!”* ve *“Virüslere karşı ailecek güçleneceğiz. Kaliteli ve güvenilir probiyotik takviyesiyle virüslerden ailecek korunun!”* ifadelerine yer verildiği ve söz konusu ürüne ilişkin gönderilerin *“#korona#virüs #koronavirüs #bağışıklık”* etiketleri ile yapıldığı,

Ayrıca Firma tarafından *“Türkiye’nin probiyotiği şimdi yenilendi”* başlıklı broşürde takviye edici gıda niteliğindeki “Maflor Damla” isimli ürün ile birlikte “Maflor Saşe” ve “Maflor Plus” isimli beşeri tıbbi ürün niteliğindeki ürünlerin tanıtıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan inceleme sonucunda; reklam veren firmaya ait https://www.instagram.com/mamselilac/ bağlantılı kullanıcı hesabında yer alan *“Maflor Damla Sıvı Formda Probiyotik Mikroorganizma İçeren Takviye Edici Gıda”* isimli gıda takviyesi ürünü ile ilişkili tanıtımlarda;

12.05.2021 tarihli gönderide; *“Probiyotiklerin faydaları saymakla bitmez!*

*-Bağırsak sistemini düzenler.*

*-Bağışıklığı güçlendirmeye ve kilo kontrolüne yardımcı olur.*

*-Bağırsak duvarını güçlendirir.*

*-Kanser riskini azaltır.*

*-Kalp hastalıklarına karşı koruyucu görev üstlenir.*

*-Karaciğeri korur ve besinlerin içerisindeki alerjenlerle savaşarak zararlı maddeleri temizler. #mamsel #probiyotik #koronavirüs #virüs #bağışıklık #yaşamiçin”,*

30.03.2021 tarihli gönderide; *“Probiyotikler, bağışıklık sistemini güçlendirerek mevsim geçişlerinde artan salgınlara karşı bir kalkan görevi görürler. #mevsimgeçişi #probiyotik #grip #nezle #güçlübağışıklık #koronavirüs”,*

24.07.2020 tarihli gönderide; *“Obezite kader değildir!*

*Uygulayacağınız diyet ve egzersizlere ek olarak kullanacağınız L. Helveticus R0052 suşunu içeren kaliteli ve güvenilir probiyotiklerle değişimi hissedin! #probiyotik #obezite #sağlıklıyaşam #yaşamiçin #dengedekal #kilokaybı #mamsel”,*

04.03.2021 tarihli gönderide; *“Uygun probiyotik kullanımı ve sağlıklı beslenme alışkanlıkları, bağırsak sağlığını destekleyerek yiyecek alımının ve iştahın azalmasını sağlar. #probiyotik #obezite #4mart #mamsel #obezitegünü”,*

16.04.2021 tarihli gönderide; *“Kaliteli probiyotikler ile alerjik hastalıklara dur de!*

*Tüm adımlarınızı sağlam atın. Kaliteli yaşam için kaliteli probiyotiklerden faydalanmanın tam zamanı!#mamsel #probiyotik #koronavirüs #virüs #bağışıklık #yaşamiçin #maflor”* ifadelerine ve *“Maflor Damla”* isimli gıda takviyesi ürününe ilişkin görsele,

25.04.2021 tarihli gönderide; *“Virüslere karşı Maflor yanında! Artık virüslere karşı yalnız değilsiniz!#mamsel #maflordamla #güçlübağışıklık #korona #virüs #probiyotik”* ifadelerine ve *“Maflor Damla”* isimli gıda takviyesi ürününe ilişkin görsele,

18.06.2021 tarihli gönderide; *“Kaliteli probiyotikler ile virüslere geçit yok! Virüslere karşı güçlü bağışıklık için günde 6 damla Maflor Damla ile bağışıklığını destekle!#bağışıklık #mamsel”* ifadelerine,

19.03.2021 tarihli gönderide; *“Virüslere karşı ailecek güçleneceğiz. Kaliteli ve güvenilir probiyotik takviyesiyle virüslerden ailecek korunun!* *#mamsel #probiyotik #mamsel #koronavirüs #virüs #bağışıklık”* ifadelerine,

24.05.2021 tarihli gönderide; *“Günde 6 damla Maflor ile bağırsak sisteminde ortaya çıkan gaz, kabızlık, ishal veya şişkinlik hissi gibi sorunlardan kurtulun. #mamsel #probiyotik #bağışıklık #yaşamiçin #maflor ”* ifadelerine ve *“Maflor Damla”* isimli gıda takviyesi ürününe ilişkin görsele,

21.05.2021 tarihli gönderide; *“Maflor Damla, 5 Milyar aktif probiyotik ile zararlı bakterileri uzaklaştırır, bağışıklık sisteminizi güçlendirmeye ve bağırsak mikrobiyotanızı dengelemeye yardımcı olur. #mamsel #yaşamiçin #sağlık #virüs #güçlübağışıklık #probiyotik”* ifadelerine ve *“Maflor Damla”* isimli gıda takviyesi ürününe ilişkin görsele yer verildiği,

*“Mamsel Kimyonlu Rezene Çayı”* isimli ürüne ilişkin olarak,

17.06.2021 tarihli gönderide; *“Bebeğinizin sancısı geçsin, geceniz huzurlu geçsin. Bebeğiniz sağlık dolu bu çayı çok sevecek! Kimyonlu Rezene Çayı, %100 doğal içeriğiyle bebeğinizin sindirim sistemini düzenleyerek huzurlu bir gece geçirmesini sağlar.#kimyonlurezeneçayı #bebeğimbüyüyor #sindirimsistemi #güçlübağışıklık #mamsel”* ifadelerine,

20.05.2021 tarihli gönderide; *“Bebeğiniz tuvalet sorunu mu yaşıyor? Hem sindirim sisteminin hem de boşaltım sisteminin sağlıkla çalışmasına destek olan Kimyonlu Rezene Çayı, bağırsak hareketlerinin de düzenlenmesini sağlıyor. Bebeğiniz bu sayede daha huzurlu ve daha mutlu uyuyor. #mamsel #güçlübağışıklık #kimyonlurezeneçayı #gazsancısı #güçlübağışıklık #bebeğimbüyüyor #doğalformül #sağlıklıbüyüme”* ifadelerine,

07.05.2021 tarihli gönderide; *“Kimyonlu Rezene Çayı miniğinizin gaz ve şişkinliğini giderir, bağırsaklarını rahatlatır. #mamsel #güçlübağışıklık #kimyonlurezeneçayı #gazsancısı #güçlübağışıklık #bebeğimbüyüyor #doğalformül #sağlıklıbüyüme”* ifadelerine ve,

19.04.2021 tarihli gönderide; *“Kimyon ve rezene, bebeğinizin bağırsak hareketlerinin düzenlenmesine yardımcı olarak gaz sancılarını hafifletir ve günün keyifli her anı, bebeğinizle size kalır. #mamsel #kimyonlurezeneçayı #huzurlubebekler #annebebek”* ifadelerine yer verildiği,

*“Mamsel Still-Tee”* isimli ürüne ilişkin olarak,

25.05.2021 tarihli gönderide; *“Mamsel Still-Tee, C vitamini bakımından oldukça zengindir. Süt artırıcı özelliğinin yanı sıra annelerin doğumdan sonra yaşanan gaz problemlerini de azaltmaya yardımcı olur. #mamsel #stilltee #güçlübağışıklık #annesütü #anne #bebek #rezene #cvitamini #melisa”* ifadelerine ve benzer ifadelere yer verildiği,

Ancak, söz konusu ifadelerinin tanıtımı yapılan ürünleri sağlıkla ilişkilendiren sağlık beyanları olduğu, halihazırda geçerli olan mevzuat hükümlerine göre, çeşitli vitaminler, mineraller ve probiyotikler gibi insanın bağışıklık sistemine etkisi - katkısı olabilecek ürünlerin tanıtımlarında kullanılabilecek 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,

Diğer taraftan, *“Maflor Damla Sıvı Formda Probiyotik Mikroorganizma İçeren Takviye Edici Gıda”* isimli gıda takviyesi ürününe ilişkin olarak yer verilen *“Virüslere karşı Maflor yanında! Artık virüslere karşı yalnız değilsiniz!”, “Kaliteli probiyotikler ile virüslere geçit yok! Virüslere karşı güçlü bağışıklık için günde 6 damla Maflor Damla ile bağışıklığını destekle!”* ve *“Virüslere karşı ailecek güçleneceğiz. Kaliteli ve güvenilir probiyotik takviyesiyle virüslerden ailecek korunun!”* ifadelerinin ve söz konusu ürüne ilişkin gönderilerin *“#korona#virüs #koronavirüs #bağışıklık”* etiketleri ile yapılmasının, özellikle Covid-19 salgınının devam ettiği süreçte, tanıtımı yapılan ürünün bağışıklık sistemini güçlendirerek kullanan kişileri viral enfeksiyonlara karşı koruduğu şeklinde bir izlenim uyandırdığı,

Ek olarak, firmaya ait *“Türkiye’nin probiyotiği şimdi yenilendi”* başlıklı broşürde takviye edici gıda niteliğindeki “Maflor Damla” isimli ürün ile birlikte “Maflor Saşe” ve “Maflor Plus” isimli beşeri tıbbi ürün niteliğindeki ürünlerin tanıtıldığı, ancak Beşerî Tıbbi Ürünlerin Tanıtım Faaliyetleri Hakkında Yönetmeliğin “Ürünlerin Tanıtım Faaliyetlerinin Kapsamı ve Esasları” başlıklı ikinci bölümünün “Tanıtımın Kapsamı” başlıklı 5 inci maddesi hükümleri çerçevesinde beşeri tıbbi ürünlerin topluma tanıtımının yapılamayacağı, bunun yanında söz konusu broşürde takviye edici gıda niteliğindeki “Maflor Damla” isimli ürün ile beşeri tıbbi ürün niteliğindeki “Maflor Saşe” ve “Maflor Plus” isimli ürünlerin, reçete görseline de yer verilerek birlikte tanıtılmasının, söz konusu gıda takviyesinin ilaç veya beşeri tıbbi ürün olduğu hususunda ortalama tüketici nezdinde yanıltıcı olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

- Beşerî Tıbbi Ürünlerin Tanıtım Faaliyetleri Hakkında Yönetmeliğin 5 inci maddesi,

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre, reklam veren **Mamsel İlaç Sanayi ve Ticaret A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **114.326-TL (Yüzondörtbinüçyüzyirmialtı Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**77)**

**Dosya No: 2021/2426**

**Şikayet Edilen: Ufuk İnce Lotus Pharma**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.turuncuecza.com adresli internet sitesi ile Trendyol isimli ticaret sitesinde https://www.trendyol.com/neobebek/neo-baby-gripe-water-surup-150-ml-p-95454540 linkinde reklam veren firma tarafından satışı yapıldığı anlaşılan “Neo Baby Gripe Water Şurup” isimli gıda ürününe ilişkin 12.07.2021 tarihli tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 12.07.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan inceleme sonucunda, www.turuncuecza.com adresli internet sitesi ile Trendyol isimli ticaret sitesinde https://www.trendyol.com/neobebek/neo-baby-gripe-water-surup-150-ml-p-95454540 linkinde reklam veren firma tarafından satışı yapıldığı anlaşılan “Neo Baby Gripe Water Şurup” isimli gıda ürününe ilişkin tanıtımlarda; *“Neo Baby Gripe Water (Mixture) Şurup ürünü bebeklerde hazımsızlık sorunlarının giderilmesine yardımcı olur. Aynı zamanda sindirim sisteminin de düzenlenmesine yardımcı olur.”* ifadelerineyer verildiği,

Bunun yanında başvuru sahibi Tarım ve Orman Bakanlığı Gıda ve Kontrol Genel Müdürlüğü tarafından “Neo Baby Gripe Water Şurup” isimli ürünün Bakanlıktan takviye edici gıda onayı almamış olduğu bilgisinin verildiği hususları tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan inceleme sonucunda, www.turuncuecza.com adresli internet sitesi ile Trendyol isimli ticaret sitesinde https://www.trendyol.com/neobebek/neo-baby-gripe-water-surup-150-ml-p-95454540 linkinde reklam veren firma tarafından satışı yapıldığı anlaşılan “Neo Baby Gripe Water Şurup” isimli gıda ürününe ilişkin tanıtımlarda yer verilen; *“Neo Baby Gripe Water (Mixture) Şurup ürünü bebeklerde hazımsızlık sorunlarının giderilmesine yardımcı olur. Aynı zamanda sindirim sisteminin de düzenlenmesine yardımcı olur.”* 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,

Diğer taraftan, 02.05.2013 tarih ve 28635 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanan Takviye Edici Gıdaların İthalatı, Üretimi, İşlenmesi ve Piyasaya Arzına İlişkin Yönetmelik uyarınca ithal edilecek, üretilecek, işlenecek ve piyasaya arz edilecek takviye edici gıdalara onay zorunluluğu getirildiği, buna karşılık tanıtımı yapılan “Neo Baby Gripe Water Şurup” isimli ürünün ilgili Bakanlıktan takviye edici gıda onayı almamış olduğu, bu bağlamda söz konu tanıtımlarda yer verilen *“Bu nedenle turuncuecza.com sitesinde bebek kategorisi içerisinde yer alan bütün ürünlerimiz %100 orijinal ve Sağlık Bakanlığı tarafından da onaylanmış ürünlerdir.”* ifadelerinin tüketicileri aldatıcı olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

- Takviye Edici Gıdaların İthalatı, Üretimi, İşlenmesi ve Piyasaya Arzına İlişkin Yönetmeliğin 10/5 maddesi,

- Türk Gıda Kodeksi Takviye Edici Gıdalar Tebliğinin 13. Maddesi,

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

- Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği’nin 5/1, 5/2, 8/2, 9/1, 9/2, 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 ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna ,

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

**78)**

**Dosya No: 2021/164**

**Şikayet Edilen: Emrullah DANIŞMAN**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://s3.gilaburubitkiselsurubu.com/landing-d.html adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 30.03.2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://s3.gilaburubitkiselsurubu.com/landing-d.html adresli internet sitesinin 30.03.2021 tarihli görünümünde yer alan ‘Gilaburu’ isimli ürüne yönelik tanıtımlarda örnek olarak; *‘…düzenli kullanımda diyabet ve diyabete bağlı tüm semptomlarda kesin çözüm %96 Sağlık Bakanlığı onaylı açlık şekerini anında dengeler insülin iğnesine gerek kalmaz şeker seviyesi 1 ayda düşer şeker hastalığını tedavi eder…bu belirtilerin kaçı sizde var. Yorgunluk halsizlik karaciğer verimsizliği nedeni ile kandaki enerji kullanılamıyor. Bu durum konsantrasyon azlığı ve uykusuzluğu ortaya çıkartıyor. Çok su içme isteği…Ciltte kaşıntı ve yaralar…Sık tuvalet ihtiyacı…Herkes memnun Gilaburuyu onlara sorun. Ahmet Tezcanlı/Rize ‘Anacığım bu illetten sadece 4 ayda günde 1 kere gilaburu kullanarak kurtuldu. Çok şükür ki artık şeker hastası değil.’ Uzmanlar neler söyledi. Gilaburu faydası saymakla bitmeyen gilaburu ile açlık şekerinizi anında dengeler ve şeker seviyenizi 1 ayda düşürerek şeker hastalığını tedavi edersiniz. Çakşır kökü kan şekerini dengeleyen diyabetle savaşan çakşır kökü ile kalp ve damar sağlığınızı destekleyin. Çoban çökerten şeker hastalığı denince akla gelen ilk bitki çoban çökerten ile pankreasınızı onarın kan şekerinizi dengeleyin. Ginseng diyabetle savaşmak için önce karaciğerinizi tedavi etmelisiniz. Ginseng karaciğerinizi onaracak kan sağlığınız geri gelecek. Enginar içeriğindeki inülin etken maddesi ile kan şekerini düşürüyor ve kalbin ve karaciğerin en iyi dostu olan enginar ile kanınızı temizleyin. Stevia şeker hastaları veya karbonhidrat kontrollü diyet yapan kişiler endişe etmeden şeker yerine stevia tüketebilirler. Sağlık Bakanlığı güvencesi ile tıkla kapına gelsin…30 günlük düzenli kullanımda gilaburunun size sundukları. İlk kullanımdan itibaren açlık şekerinin dengelenmesini sağlar. Kan basıncını düşürür, kan oranını arttırır ve kanın incelmesini sağlar. İnsülin oranını dengeleyerek vücudun kalıcı diyabetik dengesini sağlar. Karaciğer ve pankreas fonksiyonlarının onarılmasını sağlar. Vücutta kalıtsal hastalıklara sebebiyet veren yağ dokusunu çözer…bağışıklık sistemini 4 kata kadar arttırarak virüs ve bakterileri vücuttan atar. Diyabete bağlı cinsel sertleşme, erken boşalma ve isteksizlik sorunlarını %95 oranında tedavi edilmesini sağlar. Yemeklerden sonraki uyku hali, el ve ayak bölgesindeki şişkinlikler, aşırı yorgunluklar ve çok yeme isteği gibi semptomların bitmesini sağlar…1 kutuda 15 adet diyabet tedavi şurubu bulunur…bilinçli tüketim için uyarıyoruz. Gilaburu bilgilendirme kılavuzu. Diyabet ciddi bir sağlık sorunudur tedavisi de bir o kadar ciddi olmalıdır. Lütfen sağlığınız için piyasada markası, patenti, bandrolü ve sağlık kurumlarımız tarafından onayı olmayan ürünleri kullanmayınız. Gilaburu Diyabet Şurubu Bakanlık izinli eczane destekli doğal tedavi formüldür…gerçek müşteri deneyimi ile buradayız. Gilaburu diyabet şurubu ile alakalı tüm konularda aşağıdaki resmi iletişim bilgilerimizden bizlere ulaşarak bilgi alabilirsiniz…ben diyabet hastasıyım 2011 yılından beri gilaburuyu Haziran daha birkaç aydır kullanmaya başladım açlık şekerim kullandığım gibi düştü valla…ya hu hala insülin iğneleri kullanıyorsanız gilaburu sayesinde gerek kalmıyor. Ben yaklaşık 6 aydır kullanıyorum ama etkisini hemen gördüm kilo vermeye başladım ve şekerim düşmeye başladı ben çok memnunum herkese gönül rahatlığıyla tavsiye ediyorum arkadaşlar…’* gibi endikasyon belirten ifadelere yer verildiği,

Diğer taraftan; inceleme konusu internet sitesinde *‘…Sağlık Bakanlığı onaylı…Sağlık Bakanlığı güvencesi…’* gibi ifadeler ile Sağlık Bakanlığı’na ait logoya yer verildiği, ayrıca *‘Sırada sağlıkta çığır açan bir buluşun haberi var üstelik o buluşun mimarı bir Türk. Bu haberi sonuna kadar izleyin. Uzmanlar bu yöntemi 200 kişiyle test ettiler %96 başarı sağladılar doktorumuzun tedavisine katılan hastalar tedavinin sonucundan çok memnunlar Sedef H. 14 yıldır şeker hastasıydı şu an çok iyiyim çok sağlıklıyım şekerden kurtuldum ilaçtan kurtuldum insülinden kurtuldum çok rahatım bir tane ilaç almıyorum şekerim çok normal 90-95 Sevil K bacağını kaybedecekti şeker hastalığı tansiyon hastalığı vardı ilaçlar kullanıyordum şu an da ilaç kullanmıyorum şeker hastalığına Gilaburu ile tedavi şeker hastalığının tedavisi artık mümkün’* ifadeleri ile birlikte kullanılan görüntülerin montajlama yöntemi ile ATV Ana Haber Bülteninde yayınlanan bir haber gibi gösterilerek, tanıtımı yapılan ürünün reklamının yapıldığı,

Bununla birlikte; söz konusu tanıtımlarda yer alan *‘…laboratuvar onaylı formül eczane destekli diyabet uzmanlarının hastalara 1 numaralı tavsiyesi…%100 bitkiseldir ilaç içermez…2019-2020 International Best Seller…WHO Dünya Sağlık Örgütü tarafından desteklenmektedir…Uluslararası Avrupa Kalite Ödülü…100.000 hasta %97 başarı…FDA…International Diabetes Federation Europe…Gilaburu Diyabet Şurubu Bakanlık izinli eczane destekli doğal tedavi formüldür…Sağlık Bakanlığı onaylı…* *Sağlık Bakanlığı güvencesi ile…’* ifadelerinin ispata muhtaç olduğu,

Öte yandan, inceleme konusu tanıtımlarda yer alan, *‘…doktorların hocası Prof. Zikrullah Hamit Moranoğlu 8 yıl Avrupa’da doktorlara diyabet tedavisi eğitimi verdi ‘Doktorlara öğrettiğim ne varsa, tüm bilgi birikimimi Gilaburu’ya aktardım. Şeker hastalığı artık çözümsüz değil. Sağlık Bakanlığı onaylı formül ile %96 başarı sağladık…ülkemizde her yıl şeker hastaları sayısı %20 yükseliyor. Buna bir dur demek için sizlere Gilaburu’yu öneriyorum…’* ifadeleri ile gıda takviyesi niteliğindeki ürünlerin bir doktor tarafından tavsiye ediliyor olmasıyla, anılan ürünlerle tedaviye yönelik bir atıf yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** https://s3.gilaburubitkiselsurubu.com/landing-d.html adresli internet sitesinin 30.03.2021 tarihli görünümünde yer alan ‘Gilaburu’ isimli ürüne yönelik tanıtımlarda örnek olarak; *‘…düzenli kullanımda diyabet ve diyabete bağlı tüm semptomlarda kesin çözüm %96 Sağlık Bakanlığı onaylı açlık şekerini anında dengeler insülin iğnesine gerek kalmaz şeker seviyesi 1 ayda düşer şeker hastalığını tedavi eder…bu belirtilerin kaçı sizde var. Yorgunluk halsizlik karaciğer verimsizliği nedeni ile kandaki enerji kullanılamıyor. Bu durum konsantrasyon azlığı ve uykusuzluğu ortaya çıkartıyor. Çok su içme isteği…Ciltte kaşıntı ve yaralar…Sık tuvalet ihtiyacı…Herkes memnun Gilaburuyu onlara sorun. Ahmet Tezcanlı/Rize ‘Anacığım bu illetten sadece 4 ayda günde 1 kere gilaburu kullanarak kurtuldu. Çok şükür ki artık şeker hastası değil.’ Uzmanlar neler söyledi. Gilaburu faydası saymakla bitmeyen gilaburu ile açlık şekerinizi anında dengeler ve şeker seviyenizi 1 ayda düşürerek şeker hastalığını tedavi edersiniz. Çakşır kökü kan şekerini dengeleyen diyabetle savaşan çakşır kökü ile kalp ve damar sağlığınızı destekleyin. Çoban çökerten şeker hastalığı denince akla gelen ilk bitki çoban çökerten ile pankreasınızı onarın kan şekerinizi dengeleyin. Ginseng diyabetle savaşmak için önce karaciğerinizi tedavi etmelisiniz. Ginseng karaciğerinizi onaracak kan sağlığınız geri gelecek. Enginar içeriğindeki inülin etken maddesi ile kan şekerini düşürüyor ve kalbin ve karaciğerin en iyi dostu olan enginar ile kanınızı temizleyin. Stevia şeker hastaları veya karbonhidrat kontrollü diyet yapan kişiler endişe etmeden şeker yerine stevia tüketebilirler. Sağlık Bakanlığı güvencesi ile tıkla kapına gelsin…30 günlük düzenli kullanımda gilaburunun size sundukları. İlk kullanımdan itibaren açlık şekerinin dengelenmesini sağlar. Kan basıncını düşürür, kan oranını arttırır ve kanın incelmesini sağlar. İnsülin oranını dengeleyerek vücudun kalıcı diyabetik dengesini sağlar. Karaciğer ve pankreas fonksiyonlarının onarılmasını sağlar. Vücutta kalıtsal hastalıklara sebebiyet veren yağ dokusunu çözer…bağışıklık sistemini 4 kata kadar arttırarak virüs ve bakterileri vücuttan atar. Diyabete bağlı cinsel sertleşme, erken boşalma ve isteksizlik sorunlarını %95 oranında tedavi edilmesini sağlar. Yemeklerden sonraki uyku hali, el ve ayak bölgesindeki şişkinlikler, aşırı yorgunluklar ve çok yeme isteği gibi semptomların bitmesini sağlar…1 kutuda 15 adet diyabet tedavi şurubu bulunur…bilinçli tüketim için uyarıyoruz. Gilaburu bilgilendirme kılavuzu. Diyabet ciddi bir sağlık sorunudur tedavisi de bir o kadar ciddi olmalıdır. Lütfen sağlığınız için piyasada markası, patenti, bandrolü ve sağlık kurumlarımız tarafından onayı olmayan ürünleri kullanmayınız. Gilaburu Diyabet Şurubu Bakanlık izinli eczane destekli doğal tedavi formüldür…gerçek müşteri deneyimi ile buradayız. Gilaburu diyabet şurubu ile alakalı tüm konularda aşağıdaki resmi iletişim bilgilerimizden bizlere ulaşarak bilgi alabilirsiniz…ben diyabet hastasıyım 2011 yılından beri gilaburuyu Haziran daha birkaç aydır kullanmaya başladım açlık şekerim kullandığım gibi düştü valla…ya hu hala insülin iğneleri kullanıyorsanız gilaburu sayesinde gerek kalmıyor. Ben yaklaşık 6 aydır kullanıyorum ama etkisini hemen gördüm kilo vermeye başladım ve şekerim düşmeye başladı ben çok memnunum herkese gönül rahatlığıyla tavsiye ediyorum arkadaşlar…’* gibi endikasyon belirten ifadeler kullanılarak tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği, böylelikle 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, öte yandan söz konusu tanıtımlarda yer alan iddiaların aynı zamanda bilimsel olarak ispata muhtaç olduğu, ayrıca şayet anılan ürün söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “gıda takviyesi” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilen ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuat gereği yasak olduğu, dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların her koşulda mevzuata aykırılık teşkil ettiği,

Diğer taraftan; inceleme konusu internet sitesinde *‘…Sağlık Bakanlığı onaylı…Sağlık Bakanlığı güvencesi…’* gibi ifadeler ile Sağlık Bakanlığı’na ait logoya yer verilmek suretiyle, söz konusu ürünün tüm etkileri ve sonuçlarının Bakanlık tarafından onaylandığı algısı oluşturularak satışının yapıldığı, ayrıca *‘Sırada sağlıkta çığır açan bir buluşun haberi var üstelik o buluşun mimarı bir Türk. Bu haberi sonuna kadar izleyin. Uzmanlar bu yöntemi 200 kişiyle test ettiler %96 başarı sağladılar doktorumuzun tedavisine katılan hastalar tedavinin sonucundan çok memnunlar Sedef H. 14 yıldır şeker hastasıydı şu an çok iyiyim çok sağlıklıyım şekerden kurtuldum ilaçtan kurtuldum insülinden kurtuldum çok rahatım bir tane ilaç almıyorum şekerim çok normal 90-95 Sevil K bacağını kaybedecekti şeker hastalığı tansiyon hastalığı vardı ilaçlar kullanıyordum şu an da ilaç kullanmıyorum şeker hastalığına Gilaburu ile tedavi şeker hastalığının tedavisi artık mümkün’* ifadeleri ile birlikte kullanılan görüntülerin montajlama yöntemi ile ATV Ana Haber Bülteninde yayınlanan bir haber gibi gösterilerek, tanıtımı yapılan ürünün reklamının yapıldığı dolayısıyla tüketicilerin güveni ile tecrübe ve bilgi noksanlıklarının istismar edildiği,

Bununla birlikte; söz konusu tanıtımlarda yer alan *‘…laboratuvar onaylı formül eczane destekli diyabet uzmanlarının hastalara 1 numaralı tavsiyesi…%100 bitkiseldir ilaç içermez…2019-2020 International Best Seller…WHO Dünya Sağlık Örgütü tarafından desteklenmektedir…Uluslararası Avrupa Kalite Ödülü…100.000 hasta %97 başarı…FDA…International Diabetes Federation Europe…Gilaburu Diyabet Şurubu Bakanlık izinli eczane destekli doğal tedavi formüldür…Sağlık Bakanlığı onaylı…* *Sağlık Bakanlığı güvencesi ile…’* ifadelerinin ispata muhtaç olduğu,

Öte yandan, inceleme konusu tanıtımlarda yer alan, *‘…doktorların hocası Prof. Zikrullah Hamit Moranoğlu 8 yıl Avrupa’da doktorlara diyabet tedavisi eğitimi verdi ‘Doktorlara öğrettiğim ne varsa, tüm bilgi birikimimi Gilaburu’ya aktardım. Şeker hastalığı artık çözümsüz değil. Sağlık Bakanlığı onaylı formül ile %96 başarı sağladık…ülkemizde her yıl şeker hastaları sayısı %20 yükseliyor. Buna bir dur demek için sizlere Gilaburu’yu öneriyorum…’* ifadeleri ile gıda takviyesi niteliğindeki ürünlerin bir doktor tarafından tavsiye ediliyor olmasıyla, anılan ürünlerle tedaviye yönelik bir atıf yapıldığı; bu durumunda; söz konusu ürünlerin bir takım hastalıkların önlenmesi, tedavi edilmesi gibi konularda da kullanılabileceği izleniminin oluşturularak mevzuata aykırı hareket edildiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

- Türk Gıda Kodeksi Gıda Etiketleme ve Tüketicileri Bilgilendirme Yönetmeliğinin 7/1, 7/2, 7/3 ve 7/4 maddeleri,

- Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliğinin 5/1, 5/2, 7/1, 7/2, 8/1, 8/2, 8/3, 8/4, 9/1, 9/2, 13/1, 13/2, 13/3, 15/1-c, 17/1 ve 17/3 maddeleri,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/1-b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/8, 9/1, 9/2, 9/3, 9/4, 11/1-a, 11/1-b, 16/1, 16/2, 16/3, 26 ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre, reklam veren **Emrullah DANIŞMAN** hakkında 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca uyarınca **114.326 TL (Yüzondörtbinüçyüzyirmialtı Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**79)**

**Dosya No: 2020/2237**

**Şikayet Edilen: Atışeri Gıda İmalatı ve Ticareti - Adnan Fikri ATIŞERİ**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Atışeri” markası ile piyasa arz edilen muhtelif ürünlerin ambalajlarında “COVID-19” etiketine yer verilmesi.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj

**Tespitler:** “Atışeri” markası ile piyasa arz edilen muhtelif ürünlerin ambalajları üzerinde büyük punto harflerle “COVID-19”, küçük punto harflerle “Güvenli Üretim Belgesi/Safe Production Certificate” ifadeleri içeren etikete yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar: :** Yapılan incelemeler sonucunda, “Atışeri” markası ile piyasa arz edilen muhtelif ürünlerin ambalajları üzerinde yer alan etikette büyük punto harflerle “COVID-19”, küçük punto harflerle “Güvenli Üretim Belgesi/Safe Production Certificate” ifadelerine yer verildiği tespit edilmekle beraber; büyük harflerle “COVID-19” ifadesine yer verilmesinin küresel çapta salgını yaşanan COVID-19 Koronavirüs hastalığını engellediği/tedavi ettiği şeklinde bir izlenim yarattığı ve dolayısıyla mevzuata aykırı sağlık beyanları kullanılarak tanıtım yapıldığı, söz konusu sağlık beyanlarının kullanımı için yetkili idari otoriteden izin alınmadığı ve bu şekilde tüketicilerin yanıltıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- 1262 sayılı İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanunu’nun 18/2, 18/3 ve 19/1 maddeleri,

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

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliği’nin 5/1-a, 5/1-b, 5/1-c, 5/1-ç ve 5/1-d maddeleri,

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

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

- Türk Gıda Kodeksi Takviye Edici Gıdalar Tebliği’nin (Tebliğ No: 2013/49) 13/1 ve 13/2-c maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

Buna göre, reklam veren **Atışeri Gıda İmalatı ve Ticareti - Adnan Fikri ATIŞERİ** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**80)**

**Dosya No: 2021/978**

**Şikayet Edilen: Norwegian Health Gıda Tarım Ürünleri Paz. Tur. İnş. İth. İhr. San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://norwegianhealth.com.tr/,

https://www.instagram.com/p/CJQfZxXK\_Oo/, https://www.instagram.com/p/CH7hN9cqrX\_/, https://www.instagram.com/p/B97HdnDAXrf/, https://www.instagram.com/p/Btss31LnjB\_/, https://www.instagram.com/p/Br2UxuYlhTa/, https://www.instagram.com/p/BraDb\_nlzwk/, https://www.instagram.com/p/Br8GaGdFo2P/ URL uzantılı internet sitelerinde “Norwegian Health Omega-3” isimli ürüne ilişkin reklamlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2018, 2019, 2020, 2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** “Norwegian Health Omega-3” isimli ürüne ilişkin https://norwegianhealth.com.tr/ URL uzantılı internet sitesinde “Dünyanın en iyi somon balığı üreticisi”, “Dünyadaki en iyi balık yağını üretiyoruz.”, “en saf, en doğal ve en kaliteli” gibi ifadelere yer verilerek, balık yağı mahiyetindeki takviye edici gıdalar arasında üstünlük iddiası yoluyla karşılaştırma yapıldığı; https://www.instagram.com/p/CJQfZxXK\_Oo/, https://www.instagram.com/p/CH7hN9cqrX\_/, https://www.instagram.com/p/B97HdnDAXrf/, https://www.instagram.com/p/Btss31LnjB\_/, https://www.instagram.com/p/Br2UxuYlhTa/, https://www.instagram.com/p/BraDb\_nlzwk/, https://www.instagram.com/p/Br8GaGdFo2P/ URL uzantılı internet sitelerinde ise sağlık beyanları kullanılarak tanıtım yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar: :** Yapılan incelemeler sonucunda; https://norwegianhealth.com.tr/URL uzantılı internet adresinde yer alan “Dünyanın en iyi somon balığı üreticisi” ve “Dünyadaki en iyi balık yağını üretiyoruz.” ifadelerinin piyasada bulunan aynı mahiyetteki diğer ürünlere göre üstünlük iddiası içerdiği, üstünlük iddiasının ise karşılaştırmaya ilişkin bir unsur olduğu ve bu bakımdan Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 8. maddesinin (3) numaralı fıkrasında yer alan “Takviye edici gıdaların karşılaştırmalı reklamı ise hiçbir şekilde yapılamaz.” hükmüne aykırılık teşkil ettiği; ayrıca, üstünlük kalite, içerik ve diğer benzer unsurlar açısından sübjektif olarak yorumlanabileceği göz önüne alındığında söz konusu ifadenin tüketiciler tarafından farklı şekillerde algılanabileceği ve bu bakımdan somut ve nesnel olmadığı;

Ayrıca, yine https://norwegianhealth.com.tr/URL uzantılı internet sitesinde “Ürünlerimizde saf, doğal, taze ve kontrolü yapılan hammaddeler kullanarak …”, **“**en saf, en doğal ve en kaliteli ham maddeleri el değmeden işleyerek tüketicilere sunmaktır.”, “… her parti için saflığı, tazeliği ve kaliteyi garantileyen PCB’ lertarafından kontrol edilmiştir.” şeklinde saflık, doğallık ve kalite unsurlarının ön plana çıkarıldığı ifadelerin bilimsel geçerliliğin ispat edilemediği,

Diğer taraftan, https://www.instagram.com/p/CH7hN9cqrX\_/ URL uzantılı internet adresinde “Antienflamatuar özelliği ile Omega-3, bağışıklık sisteminin korunması ve güçlenmesinde …”, https://www.instagram.com/p/B97HdnDAXrf/ URL uzantılı internet adresinde “NORWEGİAN HEALTH OMEGA-3 ALZHEİMER VE BUNAMA RİSKİNİ AZALTABİLİR”, https://www.instagram.com/p/Btss31LnjB\_/ URL uzantılı internet adresinde “Gerekli miktarda OMEGA 3 almak sizi bu hastalıktan korur.”, “norwegianhealthtr Alzheimer ve bunama gibi hastalıklara yakalanma riskini azaltır. Kalp hastalıkları genetik olabilir. Bu nedenle ailesinde kalp hastalığı olanların küçük yaşlardan itibaren dengeli Omega 3 yağ asitlerini almaları ilerki yaşlarda kalp hastalıkları riskini azaltır.”, https://www.instagram.com/p/Br2UxuYlhTa/ URL uzantılı internet adresinde “OMEGA-3 Çocuklarda dikkat eksikliği ile hiperaktivite bozukluğunu engeller.”, “norwegianhealthtr Çocuklarda #dikkateksikligi #unutkanlık #kemikgelişimi #görmebozukluğu #algıproblemi #halsizlik vb durumlara iyi gelir.”, https://www.instagram.com/p/BraDb\_nlzwk/ URL uzantılı internet adresinde “Astım, nefes darlığı, hırıltı, öksürük gibi akciğer rahatsızlıklarına yakalanma riskini azaltır.”, “norwegianhealthtr #astım #nefesdarlığı #öksürük #soğukalgınlığı sorunlarınıza iyi gelir.”, https://www.instagram.com/p/Br8GaGdFo2P/ URL uzantılı internet adresinde “Omega-3 Astıma karşı rahatlama sağlar.” şeklinde sağlık beyanı içeren ifadelere yer verilerek tanıtım yapıldığı, bu tür beyanlarla takviye edici bir gıda niteliğinde olan söz konusu ürünlerin sanki ilaç veya beşeri tıbbi ürün gibi tanıtıldığı, yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre takviye edici gıdalar için bu tür sağlık beyanlarının kullanılmasının kesinlikle yasak olduğu, bir ürüne ilişkin olarak her hangi bir sağlık beyanında bulunabilmesi için ilgili idari otoriteden izin alınması gerektiği, kullanılan bu beyanlar için ilgili otoriteden izin alınmadığından söz konusu beyanların doğruluğunun bilimsel olarak ispat edilmiş sayılamayacağı, tüm bu hususlar dikkate alındığında anılan ifadelerin tüketicileri yanılttığı 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, 8/1, 8/2, 8/3, 8/4, 8/5, 9/1 ve 9/2 maddeleri,

- Türk Gıda Kodeksi Takviye Edici Gıdalar Tebliği’nin (Tebliğ No: 2013/49) 13/1, 13/2-c ve 13/1-ç maddeleri,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/1-b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/8-a, 7/8-b, 8/1-b, 8/1-c, 8/1-ç, 8/1-d, 8/1-e, 8/1-f, 8/1-ı, 8/3, 9/1, 9/2, 9/5 ve 26/1 maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre,reklam veren **Norwegian Health Gıda Tarım Ürünleri Paz. Tur. İnş. İth. İhr. San. ve Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **114.326,00-TL (Yüzondörtbinüçyüzyirmialtı Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**81)**

**Dosya No: 2021/1190**

**Şikayet Edilen: Altıparmak Gıda San. ve Tic. A. Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Altıparmak Gıda San. ve Tic. A. Ş. tarafından piyasaya arz edilen Balparmak markalı takviye edici gıda mahiyetindeki propolis ürünlerinin ambalajları üzerinde anılan ürünün alkol içermediği ifadesine yer verilerek yapılan tanıtım.

**Reklam Yayın Tarihi: 2020**

**Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj

**Tespitler:** Altıparmak Gıda San. ve Tic. A. Ş.tarafından piyasaya arz edilen Balparmak markalı takviye edici gıda mahiyetindeki propolis ürünlerinin ambalajları üzerinde anılan ürünün su bazlı olarak tanıtım yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar: :** Yapılan incelemeler sonucunda; Balparmak markalı takviye edici gıda mahiyetindeki propolis ürünlerine ilişkin olarak görüş istenen Tarım ve Orman Bakanlığı’ndan alınan 05.08.2021 tarihli ve 1188859 sayılı yazıda anılan ürüne ilişkin yapılan numune analizi sonucunda ürün içerisinde etil alkole rastlanmadığı tespiti bilgisine istinaden, Balparmak markalı propolis ürün ambalajları üzerinde yer alan “su bazlı” ifadesi kullanılarak yapılan tanıtımın yürürlükte olan mevzuata aykırı bir durum teşkil etmediği yönünde kanaat hasıl olduğundan, inceleme konusu ticari uygulamanın 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 ve 62 nci maddelerine **aykırı olmadığına** karar verilmiştir.

**82)**

**Dosya No: 2021/1699**

**Şikayet Edilen: Egemen Koray Beyli Mbo Danışmanlık Reklam Ve Ticaret Hizmetleri**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.instagram.com/p/COh3CLfDFnR/ URL uzantılı internet sitesinde “Essentials by Siberian Health Vitamins with Calcium” isimli ürüne ilişkin reklam.

**Reklam Yayın Tarihi:** 06.05.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.instagram.com/p/COh3CLfDFnR/ URL uzantılı internet sitelerinde “Essentials by Siberian Health Vitamins with Calcium” isimli ürüne ilişkin reklamda; “Kalsiyum; .kemik ve dişlerin güçlenmesinde rol oynar. C vitamini; Güçlü bağışıklık için vazgeçilmezdir. B3 vitamini Cilt üzerine olumlu etkileri vardır. Zindelik verdiği bilinir. E vitamini Vücuda zararlı bileşenlerin etkilerini indirger. b5 vitamini Stresin vücuttak etkilerini azaltır. B6 vitamini Kan hücrelerinin oluşumuna yardımcı olur. Bağışıklığı destekler. B1 vitamini Sinir, kalp, kas fonksiyonlarında önemli rol oynar. B2 vitamini Yaşlanma sürecini geciktirdiği bilinir. A vitamini Kan ve bağışıklık üzerine olumlu etkileri bilinir. Folik Asit Kan hücrelerinin yapımında, halsizlik etkilerini azaltır. Hamilelik döneminde çok önemlidir. Biotin Saç ve cilt sağlığında son derece önemlidir. K vitamini. Kalsiyum dengelemesini sağlar. Kemik ve kan fonksiyonlarını düzenler. B12 vitamini Hücrelerin kendini yenilemesine etkilidir. Sinir uçlarının gelişimini destekler. D vitamini Kemik sağlığı üzerine etkileri bilinir. Kanser üzerine önleyici etkileri bilinir. hidroksi propil metil selüloz; kapsülü oluşturan selülozdan elde bileşen.” şeklinde mevzuata aykırı sağlık beyanı kullanılarak tanıtım yapıldığı tespit edilmiştir..

**Değerlendirme/Karar: :** Yapılan incelemeler sonucunda; https://www.instagram.com/p/COh3CLfDFnR/ URL uzantılı internet sitelerinde “Essentials by Siberian Health Vitamins with Calcium” isimli ürüne ilişkin reklamda “Kalsiyum; .kemik ve dişlerin güçlenmesinde rol oynar. C vitamini; Güçlü bağışıklık için vazgeçilmezdir. B3 vitamini Cilt üzerine olumlu etkileri vardır. Zindelik verdiği bilinir. E vitamini Vücuda zararlı bileşenlerin etkilerini indirger. b5 vitamini Stresin vücuttak etkilerini azaltır. B6 vitamini Kan hücrelerinin oluşumuna yardımcı olur. Bağışıklığı destekler. B1 vitamini Sinir, kalp, kas fonksiyonlarında önemli rol oynar. B2 vitamini Yaşlanma sürecini geciktirdiği bilinir. A vitamini Kan ve bağışıklık üzerine olumlu etkileri bilinir. Folik Asit Kan hücrelerinin yapımında, halsizlik etkilerini azaltır. Hamilelik döneminde çok önemlidir. Biotin Saç ve cilt sağlığında son derece önemlidir. K vitamini. Kalsiyum dengelemesini sağlar. Kemik ve kan fonksiyonlarını düzenler. B12 vitamini Hücrelerin kendini yenilemesine etkilidir. Sinir uçlarının gelişimini destekler. D vitamini Kemik sağlığı üzerine etkileri bilinir. Kanser üzerine önleyici etkileri bilinir. hidroksi propil metil selüloz; kapsülü oluşturan selülozdan elde bileşen.” şeklinde sağlık beyanı içeren ifadelere yer verilerek tanıtım yapıldığı, bu tür beyanlarla takviye edici bir gıda niteliğinde olan söz konusu ürünlerin sanki ilaç veya beşeri tıbbi ürün gibi tanıtıldığı, yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre takviye edici gıdalar için bu tür sağlık beyanlarının kullanılmasının kesinlikle yasak olduğu, bir ürüne ilişkin olarak her hangi bir sağlık beyanında bulunabilmesi için ilgili idari otoriteden izin alınması gerektiği, kullanılan bu beyanlar için ilgili otoriteden izin alınmadığından söz konusu beyanların doğruluğunun bilimsel olarak ispat edilmiş sayılamayacağı, tüm bu hususlar dikkate alındığında anılan ifadelerin tüketicileri yanılttığı 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, 8/1, 8/2, 8/3, 8/4, 8/5, 9/1 ve 9/2 maddeleri,

- Türk Gıda Kodeksi Takviye Edici Gıdalar Tebliği’nin (Tebliğ No: 2013/49) 13/1, 13/2-c ve 13/1-ç maddeleri,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/1-b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/8-a, 7/8-b, 8/1-b, 8/1-c, 8/1-ç, 8/1-d, 8/1-e, 8/1-f, 8/1-ı, 8/3, 9/1, 9/2, 9/5 ve 26/1 maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre, reklam veren **Egemen Koray Beyli Mbo Danışmanlık Reklam Ve Ticaret Hizmetleri** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **114.326,00-TL (Yüzondörtbinüçyüzyirmialtı Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**83)**

**Dosya No: 2021/2393**

**Şikayet Edilen: GlaxoSmithKline Tüketici Sağlığı Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.youtube.com/watch?v=kxbgRb\_mA6g URL uzantılı internet sitesinde “Centrum Advance” isimli ürüne ilişkin “Sadece Eczanelerde” şeklinde ifadeye yer verilerek yapılan reklam.

**Reklam Yayın Tarihi:** 05.04.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.youtube.com/watch?v=kxbgRb\_mA6g URL uzantılı internet sitesinde “Centrum Advance” isimli ürüne ilişkin “Sadece Eczanelerde” şeklinde ifadeye yer verilerek reklam yapıldığı, ancak söz konusu ürünün muhtelif elektronik ticaret sitelerinden de satışa sunulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar: :** Yapılan incelemeler sonucunda; https://www.youtube.com/watch?v=kxbgRb\_mA6g URL uzantılı internet sitesinde yer alan reklamda kullanılan “Sadece Eczanelerde” ifadesinin kullanılmasının söz konusu ürünün elektronik ticaret sitelerinde de tüketicilerin kullanımına sunuluyor olması nedeniyle gerçeği yansıtmadığı ve bu bakımdan tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

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

**84)**

**Dosya No: 2019/1813**

**Şikayet Edilen: Mustafa Serkan CİMİTOĞLU**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Umay Herbal Organik Propolis, Umay Herbal Organik Arı Sütü” adlı ürünlerin https://www.instagram.com/p/BqprVshBVwU/ adresli Instagram hesabında yer alan reklamlarında geçen mevzuata aykırı sağlık beyanları.

**Reklam Yayın Tarihi:** 20.02.2019

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.instagram.com/p/BqprVshBVwU/ adresli sosyal medya hesabının 14.12.2020 tarihli görünümünde, “Umay Herbal Organik Propolis” isimli ürünle ilgili; "Yaraların iyileşmesini 4 kata kadar hızlandırır. 100 kata kadar antibiyotik etki içerdiği tespit edilmiştir. Çok güçlü antioksidandır. Her gün bir kaç kez Propolis ekstarktı ile gargara yapıldığında, plak oluşumunu önler. Diş eti iltihabı ve ağız içi ve gırtlak enfeksiyonlarını giderir. Diş abselerine, çürüklere, ağız kokusuna karşı kullanılır. Diş beyazlatılmasına yardımcı olur. Sedef hastalığına iyi gelir. Deri enfeksiyonlarını giderir. Mantar ve zor öldürülen bakteri çeşitlerini engeller. Soğuk algınlığına iyi gelmektedir. Solunum enfeksiyonlarında; faranjit, kronik bronşit, nezle, burun iltihabı hastalıklarında etkin çözümdür. Şampuana katıldığında saç sağlığına ve kepeğe karşı faydalıdır. Sindirim sistemi rahatsızlıklarına iyi gelir.(Bağırsak Paraziti, ülser, mide iltihabı..vs) Kulak enfeksiyonlarına devadır.(İç kulak- dış kulak iltihapları, akut kulak rahatsızlıkları) Bağışıklık sistemi bozukluklarını düzeltir. İltihaplanmaların her türüne faydalarıdır.(Vajina-uterus, aseptik necrosis, iltihaplanmış yaralar.. vs.) Tüberküloza denenmiş devadır. Ülserlilere super etkin devadır. Akut ve kronik kolite çözümdür. bağışıklık Yaraların iyileşmesini 4 kata kadar hızlandırır. 100 kata kadar antibiyotik etki içerdiği tesbit edilmiştir. Çok güçlü antioksidandır." şeklinde ifadelerle tanıtımlar yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, bahse konu tanıtımda endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç ifadeler kullanılarak mevzuatta izin verilen sağlık beyanlarının dışına çıkan tüketicileri yanıltıcı beyanlara yer verildiği, böylelikle söz konusu ürünün insan fizyolojisine etki ederek insan sağlığına doğrudan veya dolaylı olarak fayda sağlayan yahut hastalıklara veya belirtilerine karşı etkili olan “tıbbi ürün” gibi tanıtıldığı, hâl böyle iken “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilen ürünlerin reklam ve tanıtımının yapılmasının ise mevzuat gereği yasak olduğu, takviye edici gıda statüsündeki inceleme konusu ürünün tanıtımlarında tıp literatüründe hastalık olarak kabul edilen sağlık problemlerinin tedavilerine atıfta bulunulmasının tüketicileri aldatıcı ve bilgi noksanlıklarını istismar edici nitelik teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

- Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği’nin 5, 9, 13’üncü maddeleri,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

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

**85)**

**Dosya No: 2019/9021**

**Şikayet Edilen: Novanutrica Doğal Yaşam ve Sağlık Ürünleri San. Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://novanutrica.com/magaza/ adresli internet sitesinde "Novabee" markalı gıda takviyesi ürününe yönelik gerçekleştirilen reklamlarda yer alan sağlık beyanları.

**Reklam Yayın Tarihi:** 25.06.2019

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://novanutrica.com/ adresli internet sitesinin 12.03.2021 tarihli görünümünde "Nova Bee Cold" isimli ürün ile ilgili; İçeriğindeki C vitamini ile hastalıklara karşı sizi destekler." şeklinde, "Nova Bee Immune" isimli ürün ile ilgili; "B12 içeriği ile bağışıklık sistemi destekleyici etkinlik göstermektedir." şeklinde, "Nova Slim" isimli ürün ile ilgili; "Nova Slim öğün yerine geçerek kilo kaybı ve kilo kontrolü sağlamak veya ara öğün yerine geçerek sporcu beslenmesinde kullanabileceğiniz Shake’ ler vücudumuzun ihtiyaç duyduğu makro besin ögeleri olan protein, karbohidrat ve yağ mikro besin ögelerinden vitamin, mineral ve diyet lif içermektedir." şeklinde ifadeleri içeren tanıtımlara yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, bahse konu tanıtımlarda söz konusu ürünlerin, tıp literatüründe hastalık olarak tanımlanan sağlık problemlerine karşı olumlu etkilerinin olduğu veya bu hastalıkların anılan ürünlerle tedavi edildiği veya önlendiği izleniminin oluşturulduğu, böylece birçok endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç iddialara yer verilerek söz konusu ürünlerin bir ilaç veya beşeri tıbbi ürün gibi tanıtıldığı, bu kapsamda, bir bütün olarak değerlendirildiğinde tanıtımlarda yer alan ifadelerin "sağlık beyanı" niteliğinde olduğu ve yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre herhangi bir ürüne ilişkin olarak sağlık beyanında bulunabilmesi için ilgili idari otoriteden (Sağlık Bakanlığı Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Kurumu) izin alınması gerekirken, kullanılan bu beyanlar için ilgili otoriteden izin alınmadığından söz konusu beyanların doğruluğunun ispat edilmiş sayılamayacağı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

- Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği’nin 5, 9, 13’üncü maddeleri,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

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

**86)**

**Dosya No: 2019/13000**

**Şikayet Edilen: Yücel BALTACI**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.facebook.com/beepropolis/ adresli sosyal medya hesabında yer alan "Forever Bee Propolis" isimli ürüne yönelik tanıtımlarda geçen mevzuata aykırı sağlık beyanları.

**Reklam Yayın Tarihi:** 21.03.2019

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.facebook.com/beepropolis/ adresli sosyal medya hesabının 21.11.2020 tarihli görünümünde "Forever Bee Propolis" isimli ürünün; "Forever Bee Propolis %99.9 virüs ve bakteri düşmanı… Doğada Bilinen Dünyanın En Güçlü Doğal Antibiyotiği Forever Bee Propolis. Antioksidan ve antimikrobiyal özelliği bulunan propolisi arılar, bacillus larvae gibi bakteri ve mantar enfeksiyonlarına karşı kovanlarını korumak, peteklerin hijyenini sağlamak, diğer böcek ve hayvanların kovana girişini engellemek için kullanır. Propolis bağışıklık sistemini güçlendiriyor… Koronavirüs Covid 19 nedeniyle uzmanlar sık sık bağışıklık sisteminin güçlendirilmesine vurgu yapıyor. İnsanoğlunun en eski şifa kaynakları arasında yer alan propolis son yıllarda bilim dünyasının daha fazla ilgisini çekiyor. Propolis, özellikle bağışıklık sistemini güçlendirerek hastalıklardan korunmada immün sisteme olumlu katkı sağlama özelliği ile dikkat çekiyor. Propolisin, bağışıklık sistemini güçlendirerek birçok hastalıktan korunmada rol oynayabildiğini söyleyen Yeditepe Üniversitesi Hastaneleri İç Hastalıkları ve Nefroloji Uzmanı Prof. Dr. Gülçin Kantarcı antik Mısır’dan Asurlular’a kadar binlerce yıldır bal ve diğer arı ürünlerinin iyileştirici (apiterapi) özelliklerinin çeşitli amaçlarla kullanıldığını söylüyor. Propolisin son yıllarda bilimsel çalışmalara da konu olduğunu ve bilim dünyasının da ilgisini çektiğini belirten Kantarcı, “Propolisin bağışıklık sistemini güçlendirici, mikropları öldürücü, karaciğeri koruyucu, uçuk, soğuk algınlığı, romatizmal hastalıklar ve kanser gibi birçok hastalıkta tedaviyi destekleyici ve koruyucu etkileri olduğu kanıtlanmıştır. Kalp damar sistemi, astım, bronşit ve göz sağlığı üzerine koruyucu etkileri var” diyor. İçerik Miktar : 60 Tablet." şeklinde ifadelerle reklam ve tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, bahse konu tanıtımlarda söz konusu ürünün, tıp literatüründe hastalık olarak tanımlanan sağlık problemlerine karşı olumlu etkilerinin olduğu veya bu hastalıkların anılan ürünlerle tedavi edildiği veya önlendiği izleniminin oluşturulduğu, böylece birçok endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç iddialara yer verilerek söz konusu ürünün bir ilaç veya beşeri tıbbi ürün gibi tanıtıldığı, bu kapsamda, bir bütün olarak değerlendirildiğinde tanıtımlarda yer alan ifadelerin "sağlık beyanı" niteliğinde olduğu ve yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre herhangi bir ürüne ilişkin olarak sağlık beyanında bulunabilmesi için ilgili idari otoriteden (Sağlık Bakanlığı Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Kurumu) izin alınması gerekirken, kullanılan bu beyanlar için ilgili otoriteden izin alınmadığından söz konusu beyanların doğruluğunun ispat edilmiş sayılamayacağı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

- Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği’nin 5, 9, 13’üncü maddeleri,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

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

**87)**

**Dosya No: 2020/2505**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** BLD TV logolu kanalda "Şeyh-i Şifa Macunu" adlı ürünün reklamlarında prostat tedavisine ve çeşitli hastalıklara faydalı olduğu yönünde geçen sağlık beyanları.

**Reklam Yayın Tarihi:** 09.09.2020

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** 17.08.2020 tarihinde saat 10:39’da, 21.08.2020 tarihinde saat 09:49’da, 06.09.2020 tarihinde saat 16:27’de, 17.09.2020 tarihinde saat 08:37'de, 19.09.2020 tarihinde saat 12:17'de, 28.09.2020 tarihinde saat 09:40’da ve 08.10.2020 tarihinde saat 09:55'te BLD TV logosuyla ulusal düzeyde/ülke genelinde yayın yapan televizyon kanalında yayınlanan "Şeyh-i Şifa Prostat Macunu" adlı ürüne yönelik ticari reklamlarda; “Prostat sorunundan artık sıkılanlar. Ne denediyse işe yaramayanlar. Prostat yüzünden özel hayatı alt üst olanlar, Prostat derdini bitirecek çözüm bulundu. Şimdi size çok çok iyi bir haberimiz var. Prostat insan hayatını etkileyen çok ciddi bir sorundur. Ülkemizde yüz binlerce kişi bu sorundan acı çekmektedir. Prostat erkek üreme sisteminin bir kısmını oluşturan ceviz büyüklüğünde bir bezdir....Prostatı olan beylerin en büyük sorunlarından biri de cinsel sorunlardır. Bu sorunlarınıza da çözüm olarak bir prostat macunu bir ginseng macunu vardır. Biz aynı fiyata tam 2 set gönderiyoruz. Yani prostatınızı bitirecek 2 kavanoz prostat macunu, cinsel sorunlarınızı bitirecek 2 kavanoz ginseng macunu size gönderiyoruz... Beyefendilerde oluşan prostat hastalığına şifa niyetine ürettiğimiz bu mamül sizde veya bir dostunuzda oluşan prostat rahatsızlığını Allah’ın izni keremiyle bitirecektir. Sık sık idrara çıkanlar, idrar yapmakta zorluk çekenler, idrar yaptıktan sonra hala idrarı olduğunu hissedenler, tuvalete yetişemeden idrar kaçıranlar, 40 yaş üzerinde olan erkekler, lütfen dikkat. İşte prostat için doğal çözüm...”, "0212 700 18 …", "Toplam 4 Kavanoz 99 TL + Kargo", "Prostat Hastalarında Cinsel Sorunlara Son", "Prostatı Olanlar İzlesin", "4 Kavanoz Prostat Macunu", "2 Kavanoz Cinsel Macun", "Aile Saadeti Macunu", "Şeyh-i Şifa", "Hocandan Prostata Çare", "Prostat Kabusuna Son" şeklinde ifadelerle tanıtımlar gerçekleştirildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, bahse konu tanıtımlarda söz konusu ürünlerin, tıp literatüründe hastalık olarak tanımlanan sağlık problemlerine karşı olumlu etkilerinin olduğu veya bu hastalıkların anılan ürünlerle tedavi edildiği veya önlendiği izleniminin oluşturulduğu, böylece birçok endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç iddialara yer verilerek söz konusu ürünlerin bir ilaç veya beşeri tıbbi ürün gibi tanıtıldığı, bu kapsamda, bir bütün olarak değerlendirildiğinde tanıtımlarda yer alan ifadelerin "sağlık beyanı" niteliğinde olduğu ve yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre herhangi bir ürüne ilişkin olarak sağlık beyanında bulunabilmesi için ilgili idari otoriteden (Sağlık Bakanlığı Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Kurumu) izin alınması gerekirken, kullanılan bu beyanlar için ilgili otoriteden izin alınmadığından söz konusu beyanların doğruluğunun ispat edilmiş sayılamayacağı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

- 1262 sayılı İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanunu’nun 18/2, 18/3 ve 19’uncu maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre, mecra kuruluşu **GM Radyo Televizyon Yayıncılık A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63’üncü ve 77/12’nci maddeleri uyarınca **20.953-TL (Yirmi bin dokuz yüz elli üç Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**88)**

**Dosya No: 2021/589**

**Şikayet Edilen: Feride MENİZ**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.facebook.com/zerovitazayiflama/ adresli sosyal medya hesabında "Zerovita Zayıflama Çayı" adlı ürünle ilgili tanıtımlarda yer alan mevzuata aykırı sağlık beyanları.

**Reklam Yayın Tarihi:** 25.01.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.facebook.com/zerovitazayiflama adresli sosyal medya hesabının 25.01.2021 tarihli görünümünde "Zerovita Zayıflama Çayı" isimli ürünün; "İçerdiği 19 bitkinin ekstratları sayesinde vucut direncini dengeler, iştahı keser, ağız kuruluğu yapar, bağırsak çalıştırır, yağ yakar, inatçı kiloları eritir. (…)İşte zerovita çayımızın farkı :) resimde gördüğünüz Nuray hanım gibi kilolarınızdan kurtulmak istemezmisiniz? Çayımız kişiye özel hazırlanıp şeker tansiyon kolestrol dengeleyicidir ödem iltihap kurutucudur yağ parçalar tokluk hissi verir böbrekleri çalıştırır kadın hastalıklarına fayda verir vucut detoxu yapar 3 günde 1 kilo 1 ayda 8-10 kilo vermenize olanak sağlar sipariş ve bilgi. Zerovita'nın Saymakla Bitmeyen Faydaları, İstahı keser. Ağız kuruluğu yapar. Bağırsakları çalıştırır. Kan şekerini ve insülini dengeler. Düşük enerji içerigini yok eder enerji verir. Metebolizmayı hızlandırır. Regl düzenler. Emziren anneye sütünü arttırır. 1 ayda 2/12 arasi kilo verimi olmaktadır. İletişim ve Bilgi için (0) 539 406 7807" şeklinde ifadelerle tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, bahse konu tanıtımda endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç ifadeler kullanılarak mevzuatta izin verilen sağlık beyanlarının dışına çıkan tüketicileri yanıltıcı beyanlara yer verildiği, bu doğrultuda kilo alma miktarına veya oranına atıfta bulunan ifadelerle söz konusu ürünün metabolik yapıda değişiklik meydana getirerek insan sağlığına doğrudan veya dolaylı olarak fayda sağlayan bir “tıbbi ürün” gibi tanıtıldığı, bu kapsamda, bir bütün olarak değerlendirildiğinde tanıtımlarda yer alan ifadelerin "sağlık beyanı" niteliğinde olduğu ve yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre herhangi bir ürüne ilişkin olarak sağlık beyanında bulunabilmesi için ilgili idari otoriteden (Sağlık Bakanlığı Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Kurumu) izin alınması gerekirken, kullanılan bu beyanlar için ilgili otoriteden izin alınmadığından söz konusu beyanların doğruluğunun ispat edilmiş sayılamayacağı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

- Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği’nin 5, 9, 13’üncü maddeleri,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

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

**89)**

**Dosya No: 2021/598**

**Şikayet Edilen: Soner ÖZTÜRK**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.sexshop34-tr.org/ adresli web sitesinde yer alan mevzuata aykırı sağlık beyanları.

**Reklam Yayın Tarihi:** 12.01.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.sexshop34-tr.org/ adresli internet sitesinin 13.01.2021 tarihli görünümünde "3'lü Bayan Uyarıcı Set" isimli ürüne yönelik olarak; "Bayan Uyarıcı." şeklinde, "7/24 Love Performans Kahvesi (Unisex)" isimli ürüne yönelik olarak; "Cinsel Performans." şeklinde, "2 Adet Orjinal Titan jel Gold" isimli ürüne yönelik olarak; "Penis Büyütücü." şeklinde, "Hot™ Rhino Power Geciktirici Sprey" isimli ürüne yönelik olarak; "Geciktirici." şeklinde ifadeleri içeren tanıtımlara yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, bahse konu tanıtımlarda söz konusu ürünlerin, tıp literatüründe hastalık olarak tanımlanan sağlık problemlerine karşı olumlu etkilerinin olduğu veya bu hastalıkların anılan ürünlerle tedavi edildiği veya önlendiği izleniminin oluşturulduğu, böylece birçok endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç iddialara yer verilerek söz konusu ürünlerin bir ilaç veya beşeri tıbbi ürün gibi tanıtıldığı, bu kapsamda, bir bütün olarak değerlendirildiğinde tanıtımlarda yer alan ifadelerin "sağlık beyanı" niteliğinde olduğu ve yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre herhangi bir ürüne ilişkin olarak sağlık beyanında bulunabilmesi için ilgili idari otoriteden (Sağlık Bakanlığı Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Kurumu) izin alınması gerekirken, kullanılan bu beyanlar için ilgili otoriteden izin alınmadığından söz konusu beyanların doğruluğunun ispat edilmiş sayılamayacağı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

- Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği’nin 5, 9, 13’üncü maddeleri,

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

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61’inci maddesi hükümlerine aykırı olduğuna ,

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

**90)**

**Dosya No: 2021/1050**

**Şikayet Edilen: Hobikoğlu İlaç ve Doğal Ürünler A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.facebook.com/Prostea4x4/ uzantılı sosyal medya hesabındaki reklamlarda mevzuata aykırı sağlık beyanlarının kullanılması.

**Reklam Yayın Tarihi:** 10.02.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.facebook.com/Prostea4x4/ adresli sosyal medya hesabının 10.02.2021 tarihli görünümünde "Prostea 4x4" isimli ürünün; "Prostat Çayı. Prostata Son. Doğal Prostat çayı. Prostata Ameliyatsız Doğal Çözüm. Prostat artık sorun değil! Prostat, prostea, doğal sağlık bitki çayı. Prostat artık sorun değil. Prostat’a doğal ve kesin çözüm!" şeklinde ifadelerle tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir.

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

Bu kapsamda, bir bütün olarak değerlendirildiğinde tanıtımlarda yer alan ifadelerin "sağlık beyanı" niteliğinde olduğu ve yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre herhangi bir ürüne ilişkin olarak sağlık beyanında bulunabilmesi için ilgili idari otoriteden (Sağlık Bakanlığı Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Kurumu) izin alınması gerekirken, kullanılan bu beyanlar için ilgili otoriteden izin alınmadığından söz konusu beyanların doğruluğunun ispat edilmiş sayılamayacağı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

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

**91)**

**Dosya No: 2021/2148**

**Şikayet Edilen: Sanofi Sağlık Ürünleri Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.instagram.com/pharmatontr/ adresli ve "Pharmaton Türkiye" isimli sosyal medya hesabında Pharmaton adlı gıda takviyesi ürününün reklamlarında yer alan mevzuata aykırı sağlık beyanları.

**Reklam Yayın Tarihi:** 23.03.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.instagram.com/pharmatontr/ adresli ve "Pharmaton Türkiye" isimli sosyal medya hesabının 21.05.2021 tarihli görünümünde "Pharmaton" markalı gıda takviyesinin farklı çeşitlerine yönelik olarak; "Yılın son günlerinde yorgunluğun gittikçe artıyor, soğuklar ise tüm enerjini alıp götürüyorsa sana çok iyi gelecek bir hediyemiz var. Ginseng G115 içeren Pharmaton ile #AslaPesEtme. Zindelik Konsantrasyon Fiziksel Enerji. (...)Bağışıklık sistemini desteklemek için vitamin ve mineraller şart! Pharmaton içerdiği multivitamin ve minerallerle bağışıklık sisteminin normal fonksiyonuna katkıda bulunur. (...)Yapılacak işler, toplantılar derken yoğun bir gün seni bekliyor. Pharmaton Vitality içerdiği mineraller, vitaminler ve Ginseng G115 ile ihtiyaç duyduğun enerji metabolizmasına katkıda bulunur. Günde 1 Pharmaton #DahaFazlaSen. (...)Aynı etki, Daha Güçlü Bağışıklık! İster Efervesan tablet ister kapsül. Pharmaton Vitality içerdiği mineraller, vitaminler ve Ginseng G115 ile bağışıklık sisteminin normal fonksiyonuna katkıda bulunur. Günde 1 Pharmaton #DahaFazlaSen (...)Açılan klimalar hastalığa davetiye çıkarmasın. Pharmaton içerdiği mineral ve vitaminlerle bağışıklık sisteminin normal fonksiyonuna katkıda bulunur. (...)10’un üzerinde vitamin ve mineralin yanı sıra patentli Panax Ginseng ekstresi olan Ginseng G115 içeren Pharmaton Vitality Kapsül ve Pharmaton Efervesan Tablet formları, ihtiyaç duyulan normal enerji oluşum metabolizmasına, yorgunluk ve bitkinliğin azalmasına katkıda bulunur. (...)Günde 1 Pharmaton En Zorlu Zamanlarada Bile Daha Fazla Sen! Soğuk havalar hastalığa davetiye çıkarmasın. Pharmaton, Ginseng G115’in yanında birçok vitamin ve mineral içeriyor. #Günde1Pharmaton bağışıklık sisteminin normal fonksiyonuna katkıda bulunur. #DahaFazlaSen (...)Pharmaton, içerdiği vitamin ve minerallerle ihtiyaç duyduğun enerjiyi destekler. (...)Daha fazla konsantrasyon ve zindelik arayan herkes için Günde 1 Pharmaton. Pharmaton Vitality, içerdiği vitamin, mineraller ve Ginseng G115 ile bağışıklık sisteminin normal fonksiyonuna katkı sağlar. (...) Ramazan ayı yaklaşıyor! Bu dönemde dengeli beslenmek ve bağışıklık sistemini güçlü tutabilmek için multivitamin ve mineral takviyesine ihtiyaç olacak. Sahurdan iftara #DahaFazlaSen için #Günde1Pharmaton almayı unutma! (...)Mevsim geçişlerinde kendini yorgun hissetme diye buradayız. Pharmaton Vitality, içerdiği 11 vitamin, 6 mineral ve Ginseng G155 ile ihtiyaç duyduğun enerji üretim mekanizmasına katkıda bulunur. Mevsim geçişlerinde bile bahar yorgunluğunu hissetme! (...)Pharmaton Vitality içerdiği vitamin ve minerallerle ihtiyaç duyduğun enerji üretimini destekler. Konsantrasyonunu korumaya yardımcı olur. Uzun saatler sıvı ve gıda alınmaması durumunda konsantrasyon problemleri ve çalışma isteğinde azalma gibi durumlarla karşılaşabilirsin. İftardan sonra multivitamin ve mineral takviyesiyle bağışıklığını desteklemeyi ihmal etme! (...)Sahurdan iftara günlük enerjiyi ve konsantrasyonu desteklemek Ginseng G115, multivitamin ve mineraller içeren Pharmaton Vitality ile mümkün! Günde 1 Pharmaton ile #DahaFazlaSen (...)Merhaba @mdemirel269, Pharmaton 50+; Performansını arttırmak isteyen, kalp beyin fonksiyonlarını desteklemek isteyen 50 yaş üzeri herkesin günlük kullanıma uygundur. (...)Ramazan aylarında kendini yorgun ve bitkin hissedebilirsin. Pharmaton içerdiği vitamin ve minerallerle ihtiyaç duyulan normal enerji oluşum metabolizmasına, yorgunluk ve bitkinliğin azalmasına, bağışıklık sisteminin normal fonksiyonuna katkıda bulunur. Sahurdan iftara #DahaFazlaSen için bir Pharmaton almayı ihmal etme!” şeklinde ifadeleri içeren tanıtımlara yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, bahse konu tanıtımlarda söz konusu ürünlerin, tıp literatüründe hastalık olarak tanımlanan sağlık problemlerine karşı olumlu etkilerinin olduğu veya bu hastalıkların anılan ürünlerle önlendiği izleniminin oluşturulduğu, böylece endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç iddialara yer verilerek söz konusu ürünlerin bir ilaç veya beşeri tıbbi ürün gibi tanıtıldığı, anılan reklam görsellerinde yer alan “Zindelik Konsantrasyon Fiziksel Enerji.”, “Pharmaton içerdiği multivitamin ve minerallerle bağışıklık sisteminin normal fonksiyonuna katkıda bulunur.”, “Pharmaton Vitality içerdiği mineraller, vitaminler ve Ginseng G115 ile ihtiyaç duyduğun enerji metabolizmasına katkıda bulunur.”, “Aynı etki, Daha Güçlü Bağışıklık!”, “Açılan klimalar hastalığa davetiye çıkarmasın. Pharmaton içerdiği mineral ve vitaminlerle bağışıklık sisteminin normal fonksiyonuna katkıda bulunur.”, “10’un üzerinde vitamin ve mineralin yanı sıra patentli Panax Ginseng ekstresi olan Ginseng G115 içeren Pharmaton Vitality Kapsül ve Pharmaton Efervesan Tablet formları, ihtiyaç duyulan normal enerji oluşum metabolizmasına, yorgunluk ve bitkinliğin azalmasına katkıda bulunur.”, “Daha fazla konsantrasyon ve zindelik arayan herkes için Günde 1 Pharmaton. Pharmaton Vitality, içerdiği vitamin, mineraller ve Ginseng G115 ile bağışıklık sisteminin normal fonksiyonuna katkı sağlar.”, “Pharmaton Vitality, içerdiği 11 vitamin, 6 mineral ve Ginseng G155 ile ihtiyaç duyduğun enerji üretim mekanizmasına katkıda bulunur. Mevsim geçişlerinde bile bahar yorgunluğunu hissetme!”, “Pharmaton Vitality içerdiği vitamin ve minerallerle ihtiyaç duyduğun enerji üretimini destekler. Konsantrasyonunu korumaya yardımcı olur. Uzun saatler sıvı ve gıda alınmaması durumunda konsantrasyon problemleri ve çalışma isteğinde azalma gibi durumlarla karşılaşabilirsin. İftardan sonra multivitamin ve mineral takviyesiyle bağışıklığını desteklemeyi ihmal etme!”, “Pharmaton içerdiği vitamin ve minerallerle ihtiyaç duyulan normal enerji oluşum metabolizmasına, yorgunluk ve bitkinliğin azalmasına, bağışıklık sisteminin normal fonksiyonuna katkıda bulunur. Sahurdan iftara #DahaFazlaSen için bir Pharmaton almayı ihmal etme!” şeklindeki beyanların mevzuatta izin verilen sınırların dışına çıkan ve inceleme konusu ürünlerin bağışıklık sistemini güçlendirerek hastalıklara karşı koruduğu ve ürünlerin metabolik yapıda değişiklik meydana getirerek yüksek enerji üretimi ile fiziksel kapasite artışına katkı sağladığı yönünde bir mesaj taşıyan sağlık beyanı olduğu,

Bu kapsamda, 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 alınmadan söz konusu beyanların doğruluğunun ispat edilmiş sayılamayacağı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre, reklam veren **Sanofi Sağlık Ürünleri Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63’üncü ve 77/12’nci maddeleri uyarınca **idari para ve** **anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine;

Diğer taraftan, reklam veren şirket tarafından Instagram sosyal medya mecrasında, 10.05.2020 tarihli canlı yayın bağlantısında "Pharmaton" markalı gıda takviyesi ürününün mevzuata aykırı reklamının yapılması nedeniyle Reklam Kurulu’nun 09.03.2021 tarihli ve 307 sayılı toplantısında idari para cezası verilmiş olması ve bununla beraber söz konusu fiilin bir yıl içerisinde tekrar edilmiş olması gerekçesiyle, 6502 sayılı Kanun’un 77'nci maddesinin on ikinci fıkrasında yer alan “(...)Reklam Kurulu, idari işleme konu ihlalin bir yıl içinde tekrar edilmesi hâlinde yukarıda belirtilen idari para cezalarını on katına kadar uygulayabilir.” hükmü uyarınca **idari para cezasının iki kat** **(114.326 x 2=) 228.652-TL (İki yüz yirmi sekiz bin altı yüz elli iki Türk Lirası)** olarak uygulanmasına karar verilmiştir.

**TEKNOLOJİ**

**92)**

**Dosya No: 2020/2373**

**Şikayet Edilen: Media Markt Turkey Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *"Hoşgeldin İndirimi"* başlıklı reklamlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 17.12.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.mediamarkt.com.tr ve https://www.youtube.com/watch?v=rEJjpJFKD5A adresli internet sitelerinde yayınlanan "Hoşgeldin İndirimi" başlıklı reklamlarda, *“MediaMarkt CLUB üyeliğiniz tamamlandıktan en geç 48 saat içinde 50 TL değerinde indirim kuponu kazanırsınız. Hoş Geldin kuponunuzu; mağazalarımızda, web sitemizde veya mobil uygulamamızda tek seferde yapacağınız 500 TL ve üzeri alışverişinizde kullanabilirsiniz. Hoş Geldin Kuponu, her üye için bir kez üyelik oluşturulduktan sonra kazanılabilir. Üyelik iptali ve sonrasında müşteri tarafından yenilenmesi gibi durumunda tekrar hak kazanılamaz.”* şeklinde kampanya koşullarına yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar**: *"Hoşgeldin İndirimi"* başlıklı reklamlarda, *“MediaMarkt CLUB üyeliğiniz tamamlandıktan en geç 48 saat içinde 50 TL değerinde indirim kuponu kazanırsınız. Hoş Geldin kuponunuzu; mağazalarımızda, web sitemizde veya mobil uygulamamızda tek seferde yapacağınız 500 TL ve üzeri alışverişinizde kullanabilirsiniz. Hoş Geldin Kuponu, her üye için bir kez üyelik oluşturulduktan sonra kazanılabilir. Üyelik iptali ve sonrasında müşteri tarafından yenilenmesi gibi durumunda tekrar hak kazanılamaz.”* şeklinde kampanya koşullarına yer verildiği;

Buna göre; inceleme konusu reklamlarda Media Markt Club üyeliğini tamamlayan tüketicilere tek seferde yapılacak 500 TL ve üzeri alışverişlerde geçerli olmak üzere 50 TL değerinde indirim kuponu tanımlanacağının ifade edildiği; ancak, başvuru sahibi tüketici tarafından MediaMarkt Club üyeliğinin tamamlanmasına rağmen, söz konusu reklamlarda vaat edilen indirim kuponunun süresi içerisinde tanımlanmadığı; bu nedenle inceleme konusu reklamlarda yer alan vaadin yerine getirilmeyerek 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 ve 9 uncu maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

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

**93)**

**Dosya No: 2021/718**

**Şikayet Edilen: Sherman Teknoloji Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.hepsiburada.com.com adresli internet sitesinde "Sherman" satıcı adıyla satışı gerçekleştirilen *"360 G300 1296p 160° Geniş Açı Gece Görüş Dahili GPS Akıllı Araç İçi Kamera"* adlı ürünün tanıtımına ilişkin yayınlanan reklamlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 23.02.2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** *"Sherman"* satıcı adıyla www.hepsiburada.com.com adresli internet sitesinin 23.02.2021 tarihli görünümünde satışı gerçekleştirilen *"360 G300 1296p 160° Geniş Açı Gece Görüş Dahili GPS Akıllı Araç İçi Kamera"*adlı ürünün tanıtımına ilişkinyayınlanan reklamlarda, bahsi geçen ürünün %62 indirim oranı ve sepette %12 ilave indirim ile 1.100,00-TL yerine 369,00-TL indirimli fiyatı ile satışa sunulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar**: “Sherman" satıcı adıyla www.hepsiburada.com.com adresli internet sitesinin 23.2.2021 tarihli görünümünde satışı gerçekleştirilen "360 G300 1296p 160° Geniş Açı Gece Görüş Dahili GPS Akıllı Araç İçi Kamera" adlı ürünün tanıtımına ilişkin yayınlanan reklamlarda, bahsi geçen ürünün %62 indirim oranı ve sepette %12 ilave indirim ile 1.100,00-TL yerine 369,00-TL indirimli fiyatı ile satışa sunulduğu;

Buna göre; bahsi geçen ürünün indirimden bir önceki satış fiyatının 1.100,00-TL olduğunun anılan firma tarafından ispatlanamaması nedeniyle, kampanya kapsamında yapılan indirimlerin gerçek bir indirim olmadığı; bu nedenle, inceleme konusu reklamlarda, 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, bahsi geçen ürüne ilişkin yapılan tanıtımlarda, stok bilgisine yer verilmediği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

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

**DAYANIKLI TÜKETİM MALLARI**

**94)**

**Dosya No: 2019/4760**

**Şikayet Edilen: Utkan TELLİ**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.vaillantservisi.net adresli internet sitesinde yapılan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 19.04.2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.tr-vaillantservisi.net adresli internet sitesinin 19.4.2021 tarihli görünümünde yapılan tanıtımlarda, "Vaillant" yazı karakteri ve rengi kullanılmak suretiyle adı geçen markaya ait logonun unsurlarına yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** www.tr-vaillantservisi.net adresli internet sitesinin 19.04.2021 tarihli görünümünde yapılan tanıtımlarda, "Vaillant" markasına ait logonun unsurlarına yer verilmesi nedeniyle, tüketiciler nezdinde bahsi geçen markanın yetkili servisi olarak faaliyette bulunulduğu izlenimi uyandırıldığı;

Ancak, söz konusu markanın Türk Patent ve Marka Kurumu nezdinde tescil edilmiş bir marka olduğu ve tescil sahibi veya onun münhasıran yetkilendirdiği şirket ile yapılmış yetkili servis, bayilik, marka kullanma veya lisans sözleşmesi vb herhangi bir yetkilendirme sözleşmesi olmadan "Yetkili Sevis" izlenimi uyandıracak şekilde tanıtım yapılmasının hukuka aykırı ve aynı zamanda tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 6; 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5; 9, 11, 28 ve 29 uncu maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

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

**95)**

**Dosya No: 2020/1877**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** www.karaca-home.com adresli internet sitesinde satışı gerçekleştirilen "Karaca Dark Silver Bio Granit 28 cm Wok Tava" adlı ürüne ilişkin yapılan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 13.11.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.karaca-home.com adresli internet sitesinde satışı gerçekleştirilen "Karaca Dark Silver Bio Granit 28 cm Wok Tava" adlı ürüne ilişkin 17.12.2020 tarihinde "Ürün Açıklamaları" başlığı ile yapılan tanıtımlarda; "Granit görünümlü güçlendirilmiş yüzeyi ile çizilmelere karşı olağanüstü dayanıklıdır.(...)Kolay temizlenen granit iç ve dış kaplamaya ve 4 mm kalınlığında gövdeye sahiptir." şeklinde ifadelere yer verildiği ve "Özellikler" başlığı ile yapılan tanıtımlarda, malzeme türünün "Granit kaplama" olarak belirtildiği; ayrıca, ürün ambalajı üzerinde yapılan tanıtımlarda, "Granit görünümlü kaplama" ibaresine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar**: www.karaca-home.com adresli internet sitesinde satışı gerçekleştirilen "Karaca Dark Silver Bio Granit 28 cm Wok Tava" adlı ürüne ilişkin 17.12.2020 tarihinde "Ürün Açıklamaları" başlığı ile yapılan tanıtımlarda; *"Granit görünümlü güçlendirilmiş yüzeyi ile çizilmelere karşı olağanüstü dayanıklıdır.(...)Kolay temizlenen granit iç ve dış kaplamaya ve 4 mm kalınlığında gövdeye sahiptir."* şeklinde ifadelere yer verildiği ve "Özellikler" başlığı ile yapılan tanıtımlarda, malzeme türünün "Granit kaplama" olarak belirtildiği;

Bu nedenle, inceleme konusu reklamlarda, tüketiciler nezdinde, bahsi geçen ürünün granit kaplama olduğu izlenimi uyandırılmasına rağmen, ürün ambalajı üzerinde "Granit görünümlü kaplama" olduğunun belirtilmesi nedeniyle, ürün özellikleri hakkında yanlış bilgi verilerek anlam karışıklığına yol açıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

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

**96)**

**Dosya No: 2021/1439**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** "Aldın Aldın" ürün kataloğunda “Volta VSM Elektrikli Motorlu Bisiklet” adlı ürüne ilişkin yapılan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 25.03.2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Afiş

**Tespitler:** 25.03.2021 tarihinde yayınlanan **“**Aldın Aldın" ürün kataloğunda "Volta VSM Elektrikli Motorlu Bisiklet” adlı ürüne ilişkin yapılan tanıtımlarda, *“220 Watt nominal motor gücü, kilitli ve taşınabilir batarya ile evde kolay şarj imkanı, 25 km/h maksimum hız, 48 V 144h VRLA Lel Batarya, 40 km. menzil(yol, hava ve sürücü koşullarına bağlı olarak menzil değişkenlik gösterebilmektedir. 53 kilogram ağırlık (batarya dahil) 18-250 ön lastik ve 14-2.500 arka lastik(…)”* şeklinde ürün özelliklerine ve *“Kampanya 25 Mart tarihinden itibaren geçerlidir. Bu afişteki her bir ürün 10.000 adetle sınırlıdır”* şeklinde ana vaadin istisnası niteliğindeki bilgilere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar**: 25.03.2021 tarihinde yayınlanan "Aldın Aldın" ürün kataloğunda "Volta VSM Elektrikli Motorlu Bisiklet” adlı ürünün satışa sunulduğu; şikayet edilen firma tarafından, söz konusu ürünün üretici firması Volta Motor San. ve Tic. A.Ş. ’den temin edilen TİP Onay raporu ile ürünün güvenilirliğini ölçen testlerin yapıldığı, ürünün tehlike oluşturabilecek unsurları taşımadığı ve piyasaya arzının yasak olmadığı;

Diğer taraftan; şikayet edilen firma tarafından sunulan satış listelerinden, bahsi geçen ürünün Yalova İlinde faaliyet gösteren çeşitli A101 şubelerine dağıtımının yapıldığı; ayrıca, inceleme konusu reklamlarda her bir ürünün 10.000 adet ile sınırlı olduğu bilgisine yer verildiği; ayrıca söz konusu ürünün Yalova İlinde satışının yapılmadığını ispatlar nitelikte bilgi ve belgenin bulunmadığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, anılan reklamların; tüketicileri yanıltıcı olmadığının anlaşılması nedeniyle, Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin ilgili hükümleri ile 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 inci maddesine **aykırı olmadığına** karar verilmiştir.

**97)**

**Dosya No: 2021/1674**

**Şikayet Edilen: Arçelik Pazarlama A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.arcelik.com.tr adresli internet sitesinde *“Arçelik 2071 MB Çekmeceli Derin Dondurucu”* adlı ürüne ilişkin yayınlanan reklamlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 23.06.2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.arcelik.com.tr adresli internet sitesinde *“Arçelik 2071 MB Çekmeceli Derin Dondurucu”* adlı ürüne ilişkin yayınlanan reklamlarda *“Kapı Açık Alarmı: Var”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar**: www.arcelik.com.tr adresli internet sitesinin 23.06.2021 tarihli görünümünde *“Arçelik 2071 MB Çekmeceli Derin Dondurucu”* adlı ürüne ilişkin yapılan tanıtımlarda yer alan ürün özelliklerinde "Kapı Açık Alarmı" olduğu bilgisinin yer almasına rağmen; bahsi geçen üründe gerçekte bu özelliğin bulunmadığı;

Bu nedenle, söz konusu reklamlarda, ürüne ilişkin teknik özellikler hakkında yanlış bilgi verilmesi suretiyle tüketicilerin bilgi ve tecrübe eksikliklerinin istismar edilerek yanıltıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

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

**98)**

**Dosya No: 2021/2397**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** "Homend" markalı "Alex Pro 1290H" adlı ürüne ilişkin yayınlanan reklamlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 21.03.2021-31.03.2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Televizyon, internet

**Tespitler:** "Homend" markalı "Alex Pro 1290H" adlı ürüne ilişkin 21.03.2021-31.03.2021 tarihleri arasında muhtelif televizyon kanallarında ve www.youtube.com adresli internet sitesinde farklı versiyonlar halinde yayınlanan reklamlarda yer alan dış seste *"Kazanan Alex. Siz keyfinize bakın temizliği Alex'e bırakın. Homend Alex şimdi tüm Karaca mağazalarında ve karaca.com'da" şeklinde ifadelere yer verildiği; ayrıca, reklam filminde yer alan arka planda "zemini algılayan teknoloji", "özel mapping teknolojisi", "köşeli tasarımıyla tam temizlik"* ibarelerine yer verildiği;

Bununla birlikte, "Alex babaya karşı!" ve "Alex bebeğe karşı" sloganlı versiyonunda yer alan alt yazı metninde*, "Homend Alex kirlenen yüzeylerde ekstra artan emiş gücüyle detaylı temizlik yapar."* şeklinde; "Alex Kediye Karşı!" sloganlı versiyonunda yer alan alt yazı metninde, *"Homend Alex, zemini tanıyan teknolojisiyle yerin halı ya da sert zemin olduğunu algılar, emiş gücünü otomatik ayarlar"* şeklinde ifadelere yer verildiği;

**Değerlendirme/Karar**: "Homend" markalı "Alex Pro 1290H"adlı ürüne ilişkin 21.03.2021-31.03.2021 tarihleri arasında muhtelif televizyon kanallarında ve www.youtube.com adresli internet sitesinde farklı versiyonlar halinde yayınlanan reklamlarda yer alan dış seste *"Kazanan Alex. Siz keyfinize bakın temizliği Alex'e bırakın. Homend Alex şimdi tüm Karaca mağazalarında ve karaca.com'da"* şeklinde ifadelere yer verildiği; ayrıca, reklam filminde yer alan arka planda *"zemini algılayan teknoloji", "özel mapping teknolojisi", "köşeli tasarımıyla tam temizlik"* ibarelerine yer verildiği;

Bununla birlikte, *"Alex babaya karşı!"* ve *"Alex bebeğe karşı"* sloganlı versiyonunda yer alan alt yazı metninde, *"Homend Alex kirlenen yüzeylerde ekstra artan emiş gücüyle detaylı temizlik yapar."*  şeklinde; "*Alex Kediye Karşı!"* sloganlı versiyonunda yer alan alt yazı metninde, *"Homend Alex, zemini tanıyan teknolojisiyle yerin halı ya da sert zemin olduğunu algılar, emiş gücünü otomatik ayarlar"* şeklinde ifadelere yer verildiği;

Ayrıca, inceleme konusu reklam videolarında yer alan farklı senaryolarda, oluşturulan kurgu gereği bahsi geçen ürünün zeminde oluşan kiri otomatik olarak algılayarak harekete geçtiği ve temizleme işlemini gerçekleştirdiği sahnelere yer verildiği;

Buna göre, *"Alex Pro 1290H"* adlı ürünün otomatik olarak kirlenen zemini algılama özelliğine sahip olmamasına rağmen; inceleme konusu reklamlarda yer alan kurguda, ürünün zeminde oluşan kiri otomatik olarak algılayarak harekete geçtiği ve temizleme işlemini gerçekleştirdiği izlenimi uyandırılması ve bununla birlikte *"zemini algılayan teknoloji"* ibaresinin kullanılması nedeniyle, tüketicilerin ürün özellikleri hakkında yanıltıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

Buna göre,reklam veren **Karaca Züccaciye Ticaret ve Sanayi A.Ş.** hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **457.308-TL(Dörtyüzelliyedibinüçyüzsekiz TürkLirası)**  **idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**99)**

**Dosya No: 2021/2410**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** "24 Saatte Teslim” başlıklı reklamlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 04.02.2021-03.04.2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Televizyon, gazete, internet

**Tespitler:** www.vestel.com.tr adresli internet sitesinde yapılan tanıtımlarda; “*Vestel.com.tr’den yapılan alışverişleriniz, aşağıda belirtilen şartlar dâhilinde 24 saat içinde teslim edilmektedir. 24 Saatte teslimat ile tüm ürün kategorilerinde, siparişiniz en yakın bayi tarafından ve bayi stoku olması durumunda bayiden temin edilerek size ulaştırılacaktır. Bayi stoku olmaması durumunda siparişin teslim süresi 24 saat hedefini aşabilir. Gün içerisinde saat 14.30’a kadar satın alınan ve ödemesi gerçekleştirilen siparişler 24 saat teslim kapsamındadır. Saat 14.30 sonrasında verilen siparişlerin teslimat planı sonraki gün içinde yapılacaktır ve 24 saat uygulaması kapsamına dâhil olmayacaktır. Kapsam şehir içi merkezlerdir. Şehir Merkezi dışında bulunan ilçeler kapsam dışıdır. Cumartesi-Pazar ve resmi tatil günleri alınan siparişler kapsam dışıdır. Sokağa çıkma yasağı ilan edilen iller ve günlerde, lojistik ağımız ve depolarımızın çalışamadığı koşullarda 24 saat teslimat kurgusu kapsam dışı kalmaktadır. Yetkili satıcı ve/veya yetkili servislerin olmadığı ilçelerde teslimatlar 24 saat hedefini aşabilir. Mücbir sebep halleri saklıdır. Vestel Ticaret A.Ş kampanyayı durdurma ya da kampanyada değişiklik yapma hakkını saklı tutar."* şeklinde kampanya koşullarına yer verildiği;

İnceleme konusu reklamlar kapsamında televizyon mecrasında yayınlanan 59 saniyelik reklam filminde *"Ya reklamlar girince telefona sarılıp internete girdin ya sakın bozma! Sakın bozma çünkü ben de internetle ilgili bir şey anlatacağım. Hazır bana değil telefona bakıyorsun o zaman ben de şöyle rahat rahat anlatayım. Karşınızda vestel.com.tr farkı. Mesela Türkiye'nin her yerine sadece 24 saatte teslimat. Siparişin göz açıp kapayıncaya kadar elinde. Televizyon aldın, gözüne küçük mü geldi, büyüğü gelsin. Tam 30 gün iade hakkın var. Kolay iade hizmetiyle bizzat elinden alıyorlar. Servisti, kurulumdu sen kılını bile kıpırdatmıyorsun. E-randevu hizmetiyle sana uygun günü saati seçiyorsun, tam o saatte gelip çözüyorlar. Kolay gelsin çocuklar. Hazır internettesin gir bir de sen bak. Yani fark olur da bu kadar mı olur diyorsan Vestel'le olur neden olmasın"* şeklinde ifadelere ve *"24 Saatte teslimat kapsamındaki vestel.com.tr siparişleriniz, stokta bulunması durumunda en yakın bayiden size ulaştırılacaktır. Aksi durumda siparişin teslimat süresi 24 saati aşabilir. Gün içinde saat 14:30'a kadar verilen ve ödemesi gerçekleştirilen siparişler 24 saatte teslimat kapsamındadır. Kapsam şehir içi merkezleridir. E-randevu hizmeti seçili bölgelerde geçerlidir. E-randevu hizmeti vestel.com.tr'de kurulum hizmeti gerektiren ürünlerde geçerlidir. Randevu saatinde ziyaret edilmeye engel bir durum olduğunda Vestel Müşteri Hizmetleri sizinle iletişime geçecektir. Kolay iade hizmeti, tüm vestel.com.tr siparişlerinde ve ürünün tesliminden itibaren 30 gün içinde kullanılabilir. Ayrıntılı bilgi vestel.com.tr veya Vestel Müşteri Hizmetleri üzerinden sağlanabilir. Hizmet 01.03.2021-30.12.2021 tarihleri arasında geçerlidir. Mücbir sebep halleri saklıdır. Vestel Ticaret A.Ş. hizmette değişikli yapma hakkını saklı tutar. Ayrıntılar vestel.com.trde"* şeklinde ana vaadin istisnası niteliğindeki bilgilere yer verildiği;

Televizyon mecrasında yayınlanan 10 saniyelik reklam filminde yer alan ana vaatte ise "*Mesela Türkiye'nin her yerine sadece 24 saatte teslimat. Siparişin göz açıp kapayıncaya kadar elinde."* şeklinde ifadelere ve *"14.30'a kadar oluşturulan siparişleriniz, stoktaysa en yakın bayiden ulaştırılacaktır.* *Ayrıntılar vestel.com.trde"* şeklinde ana vaadin istisnası niteliğindeki bilgilere yer verildiği;

Bununla birlikte, gazete mecrasında ve çeşitli ilanlarda yapılan tanıtımlarda yer alan ana vaatte *"Türkiye'nin her yerine 24 Saatte teslim Vestel'de. Vestel.com.tr'den aldığınız ürünleri 24 saat içinde teslim ediyoruz."* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar**: "24 Saatte Teslim” başlıklı reklamlar kapsamında muhtelif televizyon kanallarında yayınlanan reklam filmlerinde ve basılı reklam materyallerinde yer alan ana mesajda, "*Türkiye'nin her yerine sadece 24 saatte teslimat.*" yapılacağı izlenimi uyandırılmasına rağmen; alt yazı metinlerinde teslimatın saat 14.30'a kadar şehir merkezlerinden verilen siparişlerde ve en yakın bayide stok bulunması halinde geçerli olacağı bilgisine yer verilmesi nedeniyle, söz konusu reklamların ana vaadi ile ana vaadin istisnası niteliğindeki kampanya koşulları arasında çelişki bulunduğu;

Ayrıca, televizyon mecrasında yayınlanan 10 saniyelik reklam filminde, *"Kapsam şehir içi merkezleridir."*  şeklindeki kampanya koşuluna yer verilmemesi nedeniyle tüketicilerin satın alma kararını etkileyebilecek ana vaadin esaslı unsurları hakkında eksik bilgilendirildiği; değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

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

**100)**

**Dosya No: 20201/2415**

**Şikayet Edilen: Çetin ÇİVAŞ (Çivaş Grup)**

**Şikayet Edilen Reklam:** beyazesyaservisi.com adresli internet sitesinde yapılan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 27.05.2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** beyazesyaservisi.com adresli internet sitesinin 27.5.2021 tarihli görünümünde yapılan tanıtımlarda *“Rainbow”* markasının ve birçok beyaz eşya ve ankastre ürünlerine ilişkin onarım hizmeti sunulduğunun belirtildiği ve "Rainbow" markasının *"Yetkili Servis"* ibaresi ile tanıtımının yapıldığı;

Ayrıca, inceleme konusu reklamlarda, *"Beyaz eşya resmi servisi"* ve *"Ankara'da Ödüllü Servis"* ibarelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** beyazesyaservisi.com adresli internet sitesinin 27.5.2021 tarihli görünümünde yapılan tanıtımlarda “Rainbow”markasının yetkili servisi olarak faaliyette bulunulduğu izlenimi uyandırıldığı;

Ancak, söz konusu markanın Türk Patent ve Marka Kurumu nezdinde tescil edilmiş bir marka olduğu ve tescil sahibi veya onun münhasıran yetkilendirdiği şirket ile yapılmış yetkili servis, bayilik, marka kullanma veya lisans sözleşmesi vb herhangi bir yetkilendirme sözleşmesi olmadan "Yetkili Sevis" izlenimi uyandıracak şekilde tanıtım yapılmasının hukuka aykırı ve aynı zamanda tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı olduğu;

Ayrıca, inceleme konusu reklamlarda yer alan *"Beyaz eşya resmi servisi "* ibaresi anılan firmanın tüketiciler nezdinde resmi kurum ve kuruluşlardan alınmış ruhsat, izin, onay gibi belgelere sahip olunduğu izlenimi uyandırılması nedeniyle resmi kurum ve kuruluşların itibarından haksız yararlanıldığı ve tüketicilerin yanıltıldığı;

Diğer taraftan, söz konusu tanıtımlarda yer alan *"Ankara'da Ödüllü Servis "* ibaresinin ispata muhtaç olduğu; ancak, şikayet edilen firma tarafından sunulan bilgi ve belgelerle bu durumun ispatlanamadığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 6; 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5; 9, 11, 28 ve 29 uncu maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre,reklam veren **Çetin ÇİVAŞ (Çivaş Grup)** hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**DİĞER**

**101)**

**Dosya No: 2020/3073**

**Şikayet Edilen: Vatan Yayıncılık Sanayi ve Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** "Vatan TV" logolu televizyon kanalında yayınlanan "Tele Alışveriş" tanıtımları.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** **"**Vatan TV" logolu televizyon kanalında yayınlanan "Tele Alışveriş" tanıtımlarında; *"Yılın Kampanyası. Üç adet el yapımı sürme bıçağı + 30 parça çatal kaşık takımı hediye. Toplam 33 parça mutfak seti. 99 TL+Kargo... 0216 912 23 33..."* ibarelerine yer verildiği, söz konusu tanıtımlara istinaden ürünleri satın alan tüketiciye anılan ürünler yerine 6 adet sebze bıçağı gönderildiği,

Diğer taraftan bahse konu tanıtımlarda, hediye olarak verilecek ürünün verilmesine ilişkin geçerlilik süresinin açıklanmadığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu tanıtımların, tüketicileri yanıltıcı, aldatıcı ve bilgi eksikliklerini istismar edici nitelikte olduğu, tüketicinin algılama düzeyi göz önünde bulundurulduğunda mevzuata aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların,

- Ticari reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7/1, 7/2,7/3, 7/4, 7/5, 9, 15 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Vatan Yayıncılık Sanayi ve Ticaret A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **20.953-TL (Yirmibindokuzyüzelliüç Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**102)**

**Dosya No: 2020/4657**

**Şikayet Edilen: Ahmet ÖZÇELİK**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şahsın www.çiçeksepeti.com adresli e-ticaret platformundaki "Nil Hediye" isimli mağazasında yer alan tanıtımları.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Şahsın www.çiçeksepeti.com adresli e-ticaret platformundaki "Nil Hediye" isimli mağazasında satışa sunulan *"Fransızca Öğretmeni Kupa Bardağı Mavi"* isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *"Ücretsiz kargo*" ibaresine yer verildiği ancak bu tanıtımlara istinaden ürünü satın alan tüketicinin 166713285 numaralı siparişine 9.99TL kargo ücreti yansıtıldığı,

Diğer taraftan ürünün fiyatına ilişkin olarak ~~49,90 TL~~ 34.90 TL ibaresine yer verildiği, ancak indirimli satışlarda yer alması gereken, indirimli satışın başlangıç ve bitiş tarihlerinin belirtilmediği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu tanıtımların, tüketicileri yanıltıcı, aldatıcı ve bilgi eksikliklerini istismar edici nitelikte olduğu, tüketicinin algılama düzeyi göz önünde bulundurulduğunda mevzuata aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**103)**

**Dosya No: 2020/646**

**Şikayet Edilen: Yeni Mağazacılık Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait www.a101.com adresli internet sitesinde "Aksu Döküm Granit Tava" adlı ürüne ilişkin tanıtımları.

**Reklam Yayın Tarihi:** 04.02.2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Kuruluşa ait www.a101.com.tr adresli internet sitesinin 04.02.2021 tarihli görünümünde yer alan "Aksu Granit Döküm Tava 30 Cm" isimli ürüne ilişkin olarak; *"Aksu Granit Döküm Tava, Ürün Bilgileri; ...Döküm Alüminyum"* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu tanıtımlarda, "Granit Döküm" ve "Döküm Alüminyum" ifadelerine bir arada çelişkili biçimde yer verildiği, tüketicilerin satın alma kararını etkileyebilecek bir hususun çelişki ve anlam karışıklığı yaratacak şekilde belirtilmesinin tüketicileri yanıltıcı, aldatıcı ve bilgi eksikliklerini istismar edici nitelikte olduğu, tüketicinin algılama düzeyi göz önünde bulundurulduğunda mevzuata aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7/1, 7/2,7/3, 7/4, 7/5, 9, 29 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Yeni Mağazacılık Anonim 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.

**104)**

**Dosya No: 2021/870**

**Şikayet Edilen: Sadık Gökhan KARAÖZ (Ngk Hasar Danışmanlığı)**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şahsa ait www.ngkhasardanismanlik.com adlı internet sitesi üzerinden yapılan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 03.05.2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Adı geçen internet sitesinin 03.05.2021 tarihli görünümünde; *"Amacımız; Sigorta kapsamı içerisinde olan her türlü haklarınızı koruma altına almak ve mağduriyetlerinizi gidermektir. NGK Sigorta Hasar Danışmanlık Hizmetleri, sigorta poliçeleri kapsamında doğan haklarınızın tanzimini sağlamak için geçen süre içerisinde ve hakların tanzimi sonuçlandırana kadar kesinlikle hiçbir ücret talep etmemektedir... Gözden kaçırılmayacak önemli unsurlardan bir tanesi kaza tespit tutanağıdır. Bu tutanak çoğunlukla eksik veya hatalı olarak doldurulmakta. Hatalı doldurulan bu tutanaklar ise aracınızın hasar ödemesinde, değer kaybında veya yaralanma-ölüm tazminatlarında büyük hak mahrumiyetlerine neden olmakta. Kaza tespit tutanağı dışında da dikkat edilecek birçok husus bulunmakta. Bu sebeple gözden kaçırılmaması gereken tüm konular için bize ulaşın. Hem haklarınızın ne olduğunu uzmanlarımızdan öğrenin hemde hakkınız olan tazminatlarınızı en üst oranda alın"* şeklinde ifadelere yer verildiği, Ayrıca, adı geçen internet sitesi üzerinden "hizmetlerimiz" başlığı altında iş yeri sigorta tazminatı, hayat sigortası tazminatı, ölümlü trafik kazası, sağlık sigortası tazminatı şeklinde ifadelere yer verilerek şahıs tarafından tüketicilere sunulan hizmetlerin tanıtıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu tanıtımlar vasıtasıyla trafik kazaları başta olmak üzere, tazminat alacağına ilişkin hukuki ihtilaflarda mütalaa vermek, dava etmek ve savunmak, adli işlemleri takip etmek, bu işlere ait bütün evrakı düzenlemek gibi sadece baroda yazılı avukatların yetkisinde olan faaliyetlerin şahıs tarafından yürütüldüğünün ifade edildiği, şahsın bu alanda bir yetkisinin bulunmadığı, bu durumun tüketicileri yanıltıcı, aldatıcı, bilgi eksikliklerini istismar edici ve haksız rekabete yol açan nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Sadık Gökhan KARAÖZ (Ngk Hasar Danışmanlığı)** isimli şahıs hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**105)**

**Dosya No: 2021/1618**

**Şikayet Edilen: İmg Danışmanlık Sanayi ve Ticaret Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait www.imghasar.com adlı internet sitesi üzerinden yapılan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 31.03.2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Adı geçen internet sitesinin 31.03.2021 tarihli görünümünde; *"İMG Hasar Danışmanlık A.Ş. maddi ve manevi mağduriyetler neticesinde meydana gelen zarar ve kayıpların telafisinde profesyonel yönetimi ve her biri alanında uzman danışmanlarıyla Türkiye genelinde 100′e yakın şubesi ve yüzlerce çalışanıyla mağduriyetinizi hızlı ve güvenli bir şekilde giderme konusunda danışmanlık hizmeti veren bir şirkettir****.*** *Bu yüzden İMG Hasar Danışmanlık hizmeti verdiğimiz yaklaşık 18.000 müşterimiz bu konudaki en büyük referansımızdır. MG Hasar Danışmanlık olarak alanında tek ve lider bir şekilde başarıdan başarıya koşuyoruz. Uzman ekibimiz her geçen gün daha genişliyor ve gelişiyor. İMG Danışmanlık A.Ş. olarak maddi ve manevi mağduriyetler neticesinde meydana gelen zarar ve kayıpların telafisinde öncelikle hak sahiplerinin menfaatlerini korumak üzere, en hızlı ve güvenilir bilgilendirmeyi yapmaktır... Hizmetlerimiz: ölümlü trafik kazası danışmanlığı, sakatlanmalı trafik kazası danışmanlığı, araç değer kaybı danışmanlığı, iş kazası tazminat danışmanlığı... Türkiye'de Trafik Kazası Danışmanlığı alanında en büyük şirketin İMG olduğunu biliyor muydunuz?*..." gibi ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **İmg Danışmanlık 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.

**106)**

**Dosya No: 2021/1854**

**Şikayet Edilen: Selin Evleri Sitesi Yönetimi**

**Şikayet Edilen Reklam:** Site içerisindeki tabelada yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 31.03.2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Site içerisine asılan tabelada *"Site Yönetim ve Emlak Ofisi"* ifadesine yer verildiği, ancak site tarafından emlakçılık faaliyetinde bulunmak için gerekli izinlerin alınmadığı, yetki ve yeterlilik belgesine sahip olunmadığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu tanıtım ve faaliyetlerin yetkisiz biçimde yürütüldüğü, bu durumun tüketicileri yanıltıcı, aldatıcı ve bilgi eksikliklerini istismar edici nitelikte olduğu, tüketicinin algılama düzeyi göz önünde bulundurulduğunda mevzuata aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 7/5-c, 9, 11 ve 32 nci maddeleri,

-6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 inci

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**107)**

**Dosya No: 2021/1856**

**Şikayet Edilen: Duracell Satış ve Dağıtım Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma bünyesinde bulunan Duracell markalı düğme pil ürünlerine ilişkin olarak ürün ambalajında yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 31.03.2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firma bünyesinde bulunan Duracell markalı düğme pil ürünlerine ilşkin olarak, ürün ambalajında "Duracell CR 2032" yazdığı ancak ambalaj içerisindeki üründe "DL 2032" ibaresinin yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu tanıtımlarda tüketicilerin satın alma kararını etkileyebilecek bir hususun çelişki ve anlam karışıklığı yaratacak şekilde belirtildiği, bu durumun tüketicileri yanıltıcı, aldatıcı ve bilgi eksikliklerini istismar edici nitelikte olduğu, tüketicinin algılama düzeyi göz önünde bulundurulduğunda bu tanıtımların mevzuata aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Duracell Satış ve Dağıtım 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: 2021/2403**

**Şikayet Edilen: Pegem Akademi Yay. Eğt. Dan. Hiz. Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Kuruluşa ait 2021 yılı KPSS ve EKYS hazırlık kitaplarında yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Kuruluşa ait 2021 KPSS Eğitim Bilimleri hazırlık türünde yayımlanan; *"2021 KPSS Eğitim Bilimleri Öğretim İlke ve Yöntemleri Tamamı Çözümlü 20 Deneme, 2021 KPSS Eğitim Bilimleri Rehberlik ve Özel Eğitim Tamamı Çözümlü 20 Deneme, 2021 KPSS Eğitim Bilimleri Tamamı Çözümlü 10 Deneme, 2021 KPSS Eğitim Bilimleri Öğrenme Psikolojisi Tamamı Çözümlü 20 Deneme, 2021 KPSS Eğitim Bilimleri Program Geliştirme, Sınıf Yönetimi, Öğretim Teknolojileri ve Materyal Tasarımı Tamamı Çözümlü 20 Deneme, 2021 KPSS Eğitim Bilimleri Ölçme ve Değerlendirme Tamamı Çözümlü 20 Deneme, 2021 KPSS Eğitim Bilimleri Gelişim Psikolojisi Tamamı Çözümlü 20 Deneme, 2021 KPSS Eğitim Bilimleri Çözümlü Efsane 2000 Soru Bankası, 2021 KPSS Eğitim Bilimleri Konu Anlatımlı Modüler Set - 6 Kitap + En Güncel Video Dersler + 5 Adet Online Deneme Sınavı, 2021 KPSS Eğitim Bilimleri Tamamı Video Çözümlü Soru Bankası Modüler Seti - 6 Kitap, 2021 KPSS Eğitim Bilimleri Konu Anlatımlı Tek Kitap*" başlıklı kitapların kapaklarında; *"Önce Biz Sorduk 80 Soruda 68 Soru"* ifadesine yer verildiği,

2021 KPSS Genel Yetenek - Genel Kültür hazırlık türünde yayımlanan; *"2021 KPSS Genel Yetenek - Genel Kültür Tarih 30 Deneme, 2021 KPSS Genel Yetenek - Genel Kültür Efsane 5000 Soru Bankası, 2021 KPSS Genel Yetenek - Genel Kültür Ezberbozan 3000 Soru Bankası, 2021 KPSS Genel Yetenek - Genel Kültür Coğrafya 30 Deneme, 2021 KPSS Genel Yetenek - Genel Kültür Vatandaşlık 30 Deneme, 2021 KPSS Genel Yetenek - Genel Kültür Türkçe 30 Deneme, 2021 KPSS Genel Yetenek - Genel Kültür Matematik-Geometri 30 Deneme, 2021 KPSS Genel Yetenek - Genel Kültür Tamamı Çözümlü 10 Deneme, 2021 KPSS Genel Yetenek - Genel Kültür Tamamı Video Çözümlü Soru Bankası Modüler Set - 5 Kitap, 2021 KPSS Genel Yetenek - Genel Kültür Konu Anlatımlı Modüler Set (6 Kitap) + En Güncel Video Dersler + 5 Adet Online Deneme Sınavı, 2021 KPSS Genel Yetenek - Genel Kültür Konu Anlatımlı Tek Kitap"* başlıklı kitapların kapaklarında;*"Önce Biz Sorduk 120 Soruda 99 Soru"*ifadesine yer verildiği,

2021 MEB EKYS hazırlık türünde yayımlanan; *"2021 MEB EKYS Müdür ve Müdür Yardımcılığı Tamamı Çözümlü 5 Deneme, 2021 MEB Müdür ve Müdür Yardımcılığı (EKYS) SınavlarınaHazırlık Kitabı Konu Anlatımlı"* başlıklı kitapların kapaklarında;*"Önce Biz Sorduk 80 Soruda 55 Soru"*ifadesine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu tanıtımlarda Söz konusu ifadelerle 2021 yılında gerçekleştirilen çeşitli sınavlarda yer alan soruların yukarıda bahsedilen kısımlarının, daha önce yayınlanan, kuruluşa ait kitap ve benzeri kaynaklarda yer aldığının iddia edildiği, ispata muhtaç bütün bu iddiaların gerçeği yansıtmayan, tüketicileri yanıltıcı, aldatıcı ve bilgi eksikliklerini istismar edici nitelikte olduğu,

Diğer taraftan inceleme konusu yayınların, kuruluşa ait 2018, 2019 ve 2020 yılına ait KPSS hazırlık kitaplarında yer alan "Önce Biz Sorduk" ibareli tanıtımlara ilişkin olarak, Reklam Kurulu’nun 09.02.2021 tarih ve 306 sayılı toplantısında kuruluş hakkında verdiği, anılan reklamları durdurma cezası kararı tarihinden önce yayınlandığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/8-b, 9, 29 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Pegem Akademi Yay. Eğt. Dan. Hiz. Tic. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**109)**

**Dosya No: 2019/11911**

**Şikayet Edilen: Koçtaş Yapı Marketleri Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından www.koctas.com.tr adresli internet sitesi üzerinden gerçekleştirilen reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yürütülen inceleme neticesinde, "Diall Metrik Vida" adlı ürüne ilişkin tanıtımlarda "2 iş günü içerisinde kargoya verilir" ifadesine yer verildiği anlaşılmıştır.

**Değerlendirme/Karar:** Firma tarafındanwww.koctas.com.tr adresli internet sitesinde "Diall Metrik Vida" adlı ürüne ilişkin tanıtımlarda "2 iş günü içerisinde kargoya verilir" ifadesine yer verilmesine karşın ürünün taahhüt edilen zamanda kargoya verilmediği, 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, 28/2; 29/1, 29/2-a, 29/2-b; 32/1 maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

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

**110)**

**Dosya No: 2019/12737**

**Şikayet Edilen: DSM Grup Dan. İlet. Ve Sat. Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından www.trendyol.com adresli internet sitesi üzerinden gerçekleştirilen reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yürütülen inceleme neticesinde, ürünün belirtilen internet sitesi üzerinden iki farklı fiyat ile satışa sunulduğu anlaşılmıştır.

**Değerlendirme/Karar:** Tüketicinin, www.trendyol.com adresli internet sitesi üzerinden firmaca gerçekleştirilen "sepette %40 indirim" kampanyası kapsamında satın aldığı ayakkabıya ilişkin siparişin iptal edilerek aynı ürünün "sepette %30 indirim" kampanyası ile birlikte daha yüksek bir bedel üzerinden yeniden satışa sunulduğu, bu çerçevede, Reklam Mevzuatında yer verilen satıcının/sağlayıcının mal veya hizmeti makul bir sürede sunamayacağına ilişkin bilgi sahibi olmasına karşın tüketiciyi bu konuda uyarmaksızın mal veya hizmetleri o fiyattan edinmeye davet etmek şeklindeki haksız ticari uygulama örneğinin gerçekleştirildiği, aynı zamanda indirimli satış başlangıç ve bitiş tarihleri ile ürünlere ilişkin stok bilgilerinin verilmesi şeklindeki Reklam Mevzuatında indirimli satışlara ilişkin olarak belirlenen hükümlerin ihlal edildiği değerlendirilmiş olup

Dolayısıyla, inceleme konusu reklamların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/5-ç; 9/1; 14/1; 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 **DSM Grup Dan. İlet. Ve Sat. Tic. A.Ş.** hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**111)**

**Dosya No: 2020/5939**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından www.defacto.com.tr adresli internet sitesi üzerinden gerçekleştirilen reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yürütülen inceleme neticesinde, ürünün sipariş iptali neticesinde “Sepette %25 indirim kampanyası” kapsamında daha düşük bir bedelle yeniden satışa sunulduğu anlaşılmıştır.

**Değerlendirme/Karar:** Tüketicinin, www.defacto.com.tr adresli internet sitesi üzerinden satın aldığı ayakkabıya ilişkin siparişin iptal edilerek aynı ürünün "sepette %25 indirim" kampanyası ile birlikte yeniden satışa sunulduğu, bu çerçevede, Reklam Mevzuatında yer verilen satıcının/sağlayıcının mal veya hizmeti makul bir sürede sunamayacağına ilişkin bilgi sahibi olmasına karşın tüketiciyi bu konuda uyarmaksızın mal veya hizmetleri o fiyattan edinmeye davet etmek şeklindeki haksız ticari uygulama örneğinin gerçekleştirildiği, aynı zamanda indirimli satış başlangıç ve bitiş tarihleri ile ürünlere ilişkin stok bilgilerinin verilmesi şeklindeki Reklam Mevzuatında indirimli satışlara ilişkin olarak belirlenen hükümlerin ihlal edildiği değerlendirilmiş olup

Dolayısıyla, inceleme konusu reklamların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/5-ç; 9/1; 14/1; 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 **Defacto Perakende Tic. A.Ş.** hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**112)**

**Dosya No: 2020/5940**

**Şikayet Edilen: Gıdacı Hakan Pazarlama Sanayi Ve Ticaret Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından üretilen “Aygöl Gemlik Yağlı Sele” adlı ürüne ilişkin olarak gerçekleştirilen tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj

**Tespitler:** “Aygöl Gemlik Yağlı Sele” adlı ürünün ambalajında “Gemlik” ifadesine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** “Tarım ve Orman Bakanlığı tarafından çıkarılan 2014/33 numaralı Türk Gıda Kodeksi Sofralık Zeytin Tebliğinin Etiketleme başlıklı 12 nci maddesinin “c) Zeytin çeşidi, tüm zeytinlerde etiket üzerinde belirtilen ürün adının punto büyüklüğünden, daha büyük bir puntoda olmamak şartıyla “……çeşidi” şeklinde yazılarak belirtilebilir. Zeytin çeşidi, ürün adı olarak kullanılmaz.” hükmü ile firma tarafından Bakanlığa, 03.10.2005 tarih ve 76 sayı ile tescil altına alınan Gemlik Zeytini coğrafi işaretinde belirtilen hususlara uygun üretim yapıldığını kanıtlar nitelikte belge sunulamaması hususları bir arada değerlendirildiğinde, ürün ambalajı üzerinde "Gemlik Yağlı Sele" ifadesine yer verilmesinin Reklam Mevzuatına aykırı olduğu değerlendirilmiş olup

Dolayısıyla, inceleme konusu reklamların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/5-f, 7/5-g; 9/1; 11/1-b; 12/2; 28/1, 28/2; 29/1, 29/2-a; 32/1 maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre,reklam veren **Gıdacı Hakan Pazarlama 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

**113)**

**Dosya No: 2021/2098**

**Şikayet Edilen: Akdenizliler Otomotiv Taşımacılık Turizm Ve İnşaat Gıda Sanayi Ve Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından üretilen “Emirhan Akdeniz Siyah Zeytin” adlı ürüne ilişkin olarak gerçekleştirilen tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj

**Tespitler:** “Emirhan Akdeniz Siyah Zeytin” adlı ürünün ambalajında “Gemlik” ifadesine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** “Tarım ve Orman Bakanlığı tarafından çıkarılan 2014/33 numaralı Türk Gıda Kodeksi Sofralık Zeytin Tebliğinin Etiketleme başlıklı 12 nci maddesinin “c) Zeytin çeşidi, tüm zeytinlerde etiket üzerinde belirtilen ürün adının punto büyüklüğünden, daha büyük bir puntoda olmamak şartıyla “……çeşidi” şeklinde yazılarak belirtilebilir. Zeytin çeşidi, ürün adı olarak kullanılmaz.” hükmü ile firma tarafından Bakanlığa, 03.10.2005 tarih ve 76 sayı ile tescil altına alınan Gemlik Zeytini coğrafi işaretinde belirtilen hususlara uygun üretim yapıldığını kanıtlar nitelikte belge sunulamaması hususları bir arada değerlendirildiğinde, ürün ambalajı üzerinde "Gemlik " ifadesine yer verilmesinin Reklam Mevzuatına aykırı olduğu değerlendirilmiş olup

Dolayısıyla, inceleme konusu reklamların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/5-f, 7/5-g; 9/1; 11/1-b; 12/2; 28/1, 28/2; 29/1, 29/2-a; 32/1 maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre,reklam veren **Akdenizliler Otomotiv Taşımacılık Turizm Ve İnşaat Gıda Sanayi Ve Ticaret Ltd. Şti.** hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir

**114)**

**Dosya No: 2021/2099**

**Şikayet Edilen: Özok Grup Gıda Nakliye Pazarlama İthalat İhracat Sanayi Ve Ticaret Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından üretilen/satışa sunulan "Meryem Ana Gemlik Tipi Yağlı Sele Siyah Zeytin" adlı ürüne ilişkin olarak gerçekleştirilen tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj

**Tespitler:** https://www.instagram.com, https://www.facebook.com/ ve https://meryemanatasbaski.com, www.sikayetvar.com adresli internet siteleri üzerinde ürüne ilişkin olarak gerçekleştirilen incelemelerde zeytinyağı ürününe ilişkin olarak da çok sayıda tüketici şikayeti olduğu, ilgili siteler üzerinde yer verilen telefon numaralarına ilişkin olarak yürütülen incelemede ilgili hatların Özok Grup Gıda Nakliye Pazarlama İthalat İhracat Sanayi Ve Ticaret Limited Şirketi unvanlı firmaya ait olduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Tarım ve Orman Bakanlığı tarafından çıkarılan 2014/33 numaralı Türk Gıda Kodeksi Sofralık Zeytin Tebliğinin Etiketleme başlıklı 12 nci maddesinin “c) Zeytin çeşidi, tüm zeytinlerde etiket üzerinde belirtilen ürün adının punto büyüklüğünden, daha büyük bir puntoda olmamak şartıyla “……çeşidi” şeklinde yazılarak belirtilebilir. Zeytin çeşidi, ürün adı olarak kullanılmaz.” hükmü ile tarafınızdan Bakanlığa, 03.10.2005 tarih ve 76 sayı ile tescil altına alınan Gemlik Zeytini coğrafi işaretinde belirtilen hususlara uygun üretim yapıldığını kanıtlar nitelikte belge sunulamaması hususları bir arada değerlendirildiğinde, “Meryem Ana Gemlik Tipi Yağlı Sele Siyah Zeytin” isimli ürüne ilişkin olarak firmaya ait "Organik Marketim Ayvalık" kullanıcı adıyla www.instagram.com adresli internet sitesi üzerinden gerçekleştirilen tanıtımlarda yer verilen "Gemlik" ifadesinin kullanılmasının Reklam Mevzuatına aykırı olduğu,

Diğer taraftan, firmaca https://www.facebook.com/meryemanatasbaskizeytinyaglari ve https://meryemanatasbaski.com adresli internet sitesi üzerinden satışa sunulan "Natürel Sızma Zeytinyağı" adlı ürünün tanıtımlarda yer verilen nitelikleri ile tüketicilere gönderilen ürün niteliği arasında önemli ölçüde farklılıklar bulunduğuna yönelik olarak gerek söz konusu sosyal medya internet sitesi sayfasında gerekse şikayet platformlarında yoğun şikayetler bulunduğu,

Tüketicilerin satın alma kararını etkileyen söz konusu uygulamaların aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup

Dolayısıyla, inceleme konusu reklamların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/5-f, 7/5-g; 9/1; 11/1-b; 12/2; 28/1, 28/2; 29/1, 29/2-a; 32/1 maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre,reklam veren **Özok Grup Gıda Nakliye Pazarlama İthalat İhracat Sanayi Ve Ticaret Limited Şirketi** hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca, **104.781 TL (Yüzdörtbinyediyüzseksenbir Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**115)**

**Dosya No: 2021/2100**

**Şikayet Edilen: Giral Zeytincilik Gıda Tarım Ürünleri Pazarlama İthalat İhracat Sanayi Ve Ticaret Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından üretilen “Giral Gemlik Siyah Zeytin”adlı ürüne ilişkin olarak gerçekleştirilen tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj

**Tespitler:** “Giral Gemlik Siyah Zeytin” adlı ürünün ambalajında “Gemlik” ifadesine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** “Tarım ve Orman Bakanlığı tarafından çıkarılan 2014/33 numaralı Türk Gıda Kodeksi Sofralık Zeytin Tebliğinin Etiketleme başlıklı 12 nci maddesinin “c) Zeytin çeşidi, tüm zeytinlerde etiket üzerinde belirtilen ürün adının punto büyüklüğünden, daha büyük bir puntoda olmamak şartıyla “……çeşidi” şeklinde yazılarak belirtilebilir. Zeytin çeşidi, ürün adı olarak kullanılmaz.” hükmü ile firma tarafından Bakanlığa, 03.10.2005 tarih ve 76 sayı ile tescil altına alınan Gemlik Zeytini coğrafi işaretinde belirtilen hususlara uygun üretim yapıldığını kanıtlar nitelikte belge sunulamaması hususları bir arada değerlendirildiğinde, ürün ambalajı üzerinde "Gemlik " ifadesine yer verilmesinin Reklam Mevzuatına aykırı olduğu değerlendirilmiş olup

Dolayısıyla, inceleme konusu reklamların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/5-f, 7/5-g; 9/1; 11/1-b; 12/2; 28/1, 28/2; 29/1, 29/2-a; 32/1 maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre,reklam veren **Giral Zeytincilik Gıda Tarım Ürünleri Pazarlama İthalat İhracat 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

**116)**

**Dosya No: 2021/2101**

**Şikayet Edilen: Onaylar Otomotiv Gıda İç Ve Dış Ticaret Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından üretilen “Yeşil Mersin” adlı ürüne ilişkin olarak gerçekleştirilen tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj

**Tespitler:** “Yeşil Mersin” adlı ürünün ambalajında “Gemlik” ifadesine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Şikayete konu ürünlerin Coğrafi İşaret Tescili kapsamında faaliyet gösteren Özelif Zeytincilik Gıd. İnş. Nak. Tic. ve San. Ltd. Şti. unvanlı firma tarafından üretilen Gemlik Zeytini olduğu 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.

**117)**

**Dosya No: 2021/3670**

**Şikayet Edilen: Murat TEMELOĞLU-Huzur Dinlenme Tesisleri**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şahsa ait dinlenme tesisinde Hızlı Geçiş Sistemi (HGS)’ye ilişkin olarak gerçekleştirilen tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Afiş

**Tespitler:** Edirne Ticaret İl Müdürlüğü tarafından 14.06.2021 ve 04.08.2021 tarihinde gerçekleştirilen denetimlerde “HGS, Vignette Control", "HGS" şeklinde ifadelere yer verildiği, şikayet sahibi tarafından sağlanan görüntülerde ise "Vignette, toll card, higway card satış ve dolum merkezi" şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Şahsa ait Huzur Dinlenme tesisinde "Vignette, toll card, higway card satış ve dolum merkezi", "HGS, Vignette Control", "HGS" yazılarını/görsellerini içeren tabelalar vasıtasıyla, Hızlı Geçiş Sistemi'ne (HGS) ilişkin şahıs tarafından Bakanlığa sunulan belgelerin aksine sadece Faturakom Ödeme Sistemleri A.Ş. sistemi üzerinden dolum işlemlerinin gerçekleştirildiği, HGS sisteminin kullanılabilmesi için gerekli kartların satışının yapılmasının mümkün olmadığı, bu nedenle ilgili ürünün satışının yapıldığına ilişkin "higway card", "toll card" gibi İngilizce yazılan ibareler de dahil olmak üzere tüm ibareler ile bu yönde algı yaratacak şekilde "HGS" vb. görsellerin kullanılmasının tüketicileri yanıltıcı olduğu değerlendirilmiş olup

Dolayısıyla, inceleme konusu reklamların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/3, 7/4, 7/5-b, 7/5-c; 9/1; 11/1-b; 12/2; 28/1, 28/2, 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 6 ncı maddesi

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

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

**118)**

**Dosya No: 2019/8681**

**Şikayet Edilen: Universal Grup Yangın Güvenliği Sistemleri**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait "kartvizit" üzerinde yer alan ifadeler ve görseller

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019-2021

**Yayınlandığı Mecra:** Kartvizit

**Tespitler**: Kartvizit üzerinde "satış sonrası servis hizmetleri" ifadeleri ile QR kod kullanılarak internet sitesine yönlendirme yapıldığı, kartın arka yüzünün Türk Bayrağı renginde ve Ay-Yıldız figürleri içerdiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, tüketicilere yönelik hazırlanan "satış sonrası servis hizmetleri" konulu kartvizit aracılığı ile QR kod kullanılarak internet sitesine yönlendirme yapıldığı dolayısıyla kartvizitin reklam aracı olarak kullanıldığı, diğer taraftan kartın arka yüzünün Türk Bayrağı renginde ve Ay-Yıldız figürleri kullanılarak yapılması sebebiyle tüketiciler nezdinde kamuya ait bir kuruluş olduğu izleniminin yaratıldığı, milli duyguların istismar edilerek firmaya yönlendirme yapıldığı ve ilgili mevzuatına açıkça aykırı olarak Türk Bayrağı görseli kullanımının olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/1, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5, 9/1, 9/5, 11 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

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

**119)**

**Dosya No: 2019/10501**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait e-ticaret platformunda satış yapan Hasan KUTLUATA isimli şahsın hesabı

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: Hasan Kutluata isimli şahıs tarafından satılan kitapların orijinal olduğu ifadesi tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, "Fikir ve Sanat Eserlerinin Tespit Edildiği Materyallerin Dolum, Çoğaltım ve Satışını Yapan veya Yayan İşletmelerin Sertifikalandırılmasına İlişkin Usul ve Esaslar Hakkında Yönetmeliği"isimli mevzuatın "Sertifika zorunluluğu" başlıklı 5 nci maddesinde yer alan; "*Sadece süreli yayınlar basan yerler hariç olmak üzere, fikir ve sanat eserlerinin tespit edilmesi ve çoğaltılmasına ilişkin materyalleri üreten veya ithal eden veya bu materyallerin dolum, çoğaltım ve satışını yapan veya herhangi bir şekilde yayan ve umuma arz eden aşağıda belirtilen yerler, Bakanlıktan yürüttükleri faaliyeti gösterir bir sertifika almak zorundadırlar."*hükmü gereği geçerli bir sertifikasının olup olmadığı Kültür ve Turizm Bakanlığı-Telif Hakları Genel Müdürlüğünden sorulmuş olup, anılan şahsa ait sertifika Bakanlığa sunulmuştur. Dolayısıyla firma tarafından yapılan açıklamalar ve sunulan belgeler göz önüne alınarak herhangi bir aldatıcı/yanıltıcı ifadeye/uygulamaya yer verilmediği anlaşılmış, dolayısıyla anılan başvurunun reklam mevzuatına ve diğer ilgili mevzuata **aykırı olmadığına** karar verilmiştir.

**120)**

**Dosya No: 2019/15112**

**Şikayet Edilen: Hasan GÜRBÜZOĞULLARI**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma/şahıs tarafından bastırılan magnet üzerindeki ifadeler

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Yayınlandığı Mecra:** Magnet, İnternet

**Tespitler**: Magnet üzerinde *"Hasan Gürbüzoğulları İslami usül halı yıkama"* ifadesinin yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, bahsi geçen magnet üzerinde yer alan *"İslami usül halı yıkama"* ifadesinin tüketicilerin dini inançlarını istismar edici ve diğer benzer halı yıkama firmaları açısından haksız rekabete yol açıcı ve firmaya yönlendirici nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

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

**121)**

**Dosya No: 2021/3674**

**Şikayet Edilen: Nuitex Bilişim Teknolojileri Sanayi Ticaret A.Ş**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından www.kotucikti.com adresli internet sitesinde yapılan tanıtım ve uygulamalar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020-2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: Söz konusu internet sitesinde; *"Tüketiciyim Şikayetçiyim Müşteri Memnuniyetinin Adresi"* ifadelerine yer verildiği, diğer bir sayfada "2504 marka" başlığı altında onbinlerce firma adına, şikayete ve yoruma yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, anılan internet sitesinde; *"Tüketiciyim Şikayetçiyim…Müşteri Memnuniyetinin Adresi"* ifadelerine yer verildiği, diğer bir sayfada "2504 marka" başlığı altında onbinlerce firma adına, şikayete ve yoruma yer verildiği, tüm bunlarla ve firma tarafından www.kotucikti.com adresli internet sitesi aracılığıyla gerçekleştirilen ticari uygulamalarla ilgili olarak;

-Bahsi geçen "redaksiyon" işleminin nasıl bir sistem ile yapıldığını gösteren herhangi bir ispat niteliğinde belge, CD veya doküman sunulmadığı,

-Tüketicilerin şikayetlerini girebilmek için herhangi bir fatura veya ürünün fotoğrafını yüklemek zorunda olmadığı ancak şikayet edilen firmanın talebi ile bu belgelerin zorunlu olarak istenebildiği, bu esnada geçen sürenin ne kadar olduğunun bilinemediği ve her firma için "şikayet yayımlanmadan önce" ortak olarak uygulanması zorunlu olan bir "zaman diliminin" olmadığı, "belli bir süre" içinde cevap verilebilecek olması muğlak ve soyut bir ifade olduğundan dolayı yapılan değerlendirmenin haksız rekabete yol açtığı, bu esnada şikayetlere geç cevap veren/veremeyen firmaların ticari kazanç ve itibar kaybına uğradığı,

-Tüketici şikayetlerinin gerçeğe aykırı olduğunu "bariz" olarak değerlendiren redaktörlerin kimlerden oluştuğunun açıklanmadığı, "bariz" kelimesinin muğlak ve soyut bir ifade olduğundan dolayı yapılan değerlendirmenin haksız rekabete yol açtığı,

-Ticari markalara yönelik "Ücretli üyelik" sistemine ilişkin herhangi bir açıklama yapılmadığı ve sözleşme örneğinin gönderilmediği, ücretli üyelik sisteminin oluşturulmasına rağmen neden kullanılmadığının açıklanmadığı,

-Firmanın faaliyetlerinin “yer sağlayıcı” olarak kabul edilmesi ve ilgili şikâyetlerin de “anayasal bir hak olarak fikir özgürlüğü” kapsamında ve “şikâyet hakkının kullanılması” olarak görülmesi gerektiği hususuyla ilgili Yargıtay kararlarının da çelişkili olduğu, bazı kararlarında haksız rekabetin varlığının kabul edildiği, bazı kararlarında ise ispat sebebiyle veya “şikâyet, eleştiri ve ifade özgürlüğü hakkı”nın Anayasal haklardan sayıldığı, dolayısıyla anılan firma tarafından sunulan Yargıtay kararlarının içtihat niteliğinde olmadığı,

Sonuç olarak; firma tarafından tüketicilerin satın aldıkları ve şikayete konu olan ürünle ilgili olarak gerçekte bir alışveriş yapıp yapmadıklarının baştan kontrol edilmediği, bu yönde alışverişin gerçekliğini tespit etmek adına tüketicilerden herhangi bir fatura sunulmasını talep etmediği, böyle bir kontrol gerçekleştirilmeden şikayetlerin yayımlanmasının üye olmayan ticari firmalar açısından ticari kazanç ve itibar kaybına neden olduğu hem de tüketicilerin yanlış yönlendirildiği, firma tarafından kurulan sistemin her ne kadar tüketici dostu olduğu ifade edilse de yapılan şikayet ve yorumlar ile ticari firmaların bunlara cevap verebilme imkanları değerlendirildiğinde anılan internet sitesinde YAYIMLANAN şikayetlerin “GERÇEK ŞİKAYET SAYISI” olmadığı ve tüketicilerin satın alma iradeleri ile tercihlerinin yanıltıcı şekilde etkilendiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4,7/5, 9, 10/1, 11, 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/ticari uygulamada bulunan **Nuitex Bilişim Teknolojileri Sanayi Ticaret A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan ticari uygulamaları/reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**122)**

**Dosya No: 2021/3675**

**Şikayet Edilen: NadirKitap Bilişim ve Reklamcılık A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından düzenlenen kampanyada yer alan ifadeler

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020-2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**:https://www.nadirkitap.com/kitapara\_sonuc.php?kelime=a%E7%FDlmam%FD%FE+sigara adresli internet sitesi incelendiğinde tekel idaresi asker sigarası, gala, presidente, 1981, barış gibi muhtelif markalara sahip açılmamış paketler halindeki sigaraların tanıtımı ve satışına ilişkin ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, bahsi geçen internet sitesinde tekel idaresi asker sigarası, gala, presidente, 1981, barış gibi muhtelif markalara sahip açılmamış paketler halindeki sigaraların tüketicilerin satışına sunulduğu, diğer benzer satıcılar tarafından satışa sunulan tütün ürünlerinin de yayın, satış ve tanıtımlarının internet sitesinden kaldırılması gerektiği, "Kanunun 61 inci ve 62 nci maddeleri ile bu Yönetmeliğe uygun olmayan reklamın veya ticari uygulamanın daha sonra düzeltilmesi veya telafi edilmesi reklam verenin veya ticari uygulamada bulunanın tespit edilen aykırılığa ilişkin sorumluluğunu ortadan kaldırmaz" hükmü gereği ise firma tarafından sonradan yapılan düzeltmelerin sorumluluğu ortadan kaldırmayacağı ve dolayısıyla her ne amaçla olursa olsun internet sitesi aracılığı ile tütün ürünlerinin satışa sunulması, tütün üreticilerinin isimlerine ve tütün ürünlerinin markalarına yer verilmesinin mevzuata aykırı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

- 4207 Sayılı Tütün Ürünlerinin Zararlarının Önlenmesi ve Kontrolü Hakkında Kanun'un 3 üncü maddesi,

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

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

**HAKSIZ TİCARİ UYGULAMALAR**

**123)**

**Dosya No: 2021/2347**

**Şikayet Edilen: Atilla ÖNAL**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şahsa ilişkin olarak www.instagram.com/gumrukten\_alisveris/ adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Şahsa ilişkin olarak www.instagram.com/gumrukten\_alisveris/ adresli internet sitesinde satışı gerçekleştirilen muhtelif ürünlere ilişkin yapılan tanıtımlarda, "*Gümrükten Alışveriş.**Gümrüğe takılan ürünleri ihale ile alıyoruz kapınıza kadar teslim ediyoruz. 3 İşgünü içinde adresinize teslim*" şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; şahsa ilişkin olarak www.instagram.com/gumrukten\_alisveris/ adresli internet sitesinde satışı gerçekleştirilen muhtelif ürünlere ilişkin yapılan tanıtımlarda, "*Gümrükten Alışveriş.**Gümrüğe takılan ürünleri ihale ile alıyoruz kapınıza kadar teslim ediyoruz. 3 İşgünü içinde adresinize teslim*" şeklinde ifadelere yer verildiği;

Buna göre, Gümrüksüz Satış Mağazaları Yönetmeliği hükümleri uyarınca; ancak, Bakanlık tarafından açılması ve işletilmesine izin verilen ve özel antrepo sayılan gümrüksüz satış mağaza ve depolarının; ilgili mevzuatı ile belirlenmiş olan yerlerde, Türkiye’ye gelen veya Türkiye’den giden yolcular ile transit yolculara, diplomatik muafiyetten yararlananlara, yabancı basın yayın organlarının yabancı uyruklu mensuplarına, İstanbul Boğazı ve Çanakkale Boğazı’ndan transit geçen gemilere ve Bakanlıkça belirlenecek diğer kişilere satış yapma yetkisi bulunduğu;

Diğer taraftan, Tasfiye Yönetmeliği hükümleri uyarınca, tasfiyelik hale gelen eşyaların ise Tasfiye İşletme Müdürlükleri ve Perakende Satış İşletme Müdürlükleri tarafından ilgili mevzuatında düzenlenmiş olan tasfiye yollarına uygun olarak tasfiye edilmesinin sağlandığı; tasfiyelik hale gelen eşyaların perakende satışının uygun bulunması halinde, Bakanlık tarafından perakende satış yapmak üzere kurulan ve işletilen yerlerde satışının yapılmasının mümkün olduğu veya bu ürünlerin ihale yolu ile satışa sunulabildiği;

Bu nedenle, şahsın ilgili mevzuat hükümleri kapsamında gümrüksüz satış mağazası ve depo açma ve işletme izni bulunmamasına veya tasfiyelik hale gelen eşyanın perakende satışını yapma yetkisi bulunmamasına rağmen; inceleme konusu reklamlarda yetkisiz ve izinsiz olarak "gümrük" ibaresi ile tanıtım yapılmasının hukuka aykırı ve tüketicileri yanıltıcı olduğu;

Ayrıca, "gümrük" ibaresi ile tanıtım yapılması nedeniyle, tüketicilerin kamu kurumlarına duyduğu güven ve itibardan haksız bir şekilde yarar sağlandığı ve tüketicilerin bilgi ve tecrübe eksikliklerinin istismar edildiği; dolayısıyla, söz konusu tanıtımların; tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7, 9, 11, 28, 29 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**124)**

**Dosya No: 2021/703**

**Şikayet Edilen: Xps Kargo Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma bünyesinde bulunan www.instagram.com/gumruk\_mallari/ adresli sosyal medya hesabında yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 31.03.2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com/gumruk\_mallari/ adresli sosyal medya hesabının 22.02.2021 tarihli görünümünde; *"Gümrük Malları Satışı. Whatsapp 0850-8851708. 15 gün iade garantisi. 100% Orijinal ürün garantisi! Kapıda ödeme. Site alışverişlerinde 6 taksit..."* gibi ifadelere,

www.gumrukmallarisatisi.com adresli internet sitesinin 22.02.2021 ve 11.03.2021 tarihli görünümlerinde; *"Lancome La Vie Est Belle Edp Tester Kadın Parfüm 75 ml Piyasa Fiyatı:504.00 TL, KDV Dahil: 285.00 TL... Versace Eros Flame Edp Tester Erkek Parfüm 100 ml 420 TL 255.00 TL %39 İndirim... Carolina Herrera 212 Men Edt Tester Erkek Parfüm 100 ml... 456.00 TL, 279.00 TL %39 İndirim... Dior Jadore Edp Kadın Parfüm 100 ml 889.00 TL, 309.70 TL % 65 İndirim... Tom Ford Ombre Leather Edp Erkek Parfüm 100 ml, 779.00 TL, 329.70 TL %58 İndirim...*

*Gümrük malları nedir? İthalat ve ihracat sırasında gümrüklere herhangi bir uygunsuzluk nedeni ile takılan ürünlerin ithalat ya da ihracat yaparken, ürünlerinde devletin ithalat ihracat yasalarına aykırı herhangi bir illegal durum sözkonusu olduğunda devletin kendi bünyesinde belirli bir müddet bekletip daha sonra ihraç yada ithal eden firmalara belirli cezalar keser, eğer firmalar bu cezaları ödeyip ürünlerini almaz ise devlet bu ürünleri toplu bir şekilde açık arttırma usulu satışa çıkarır. İhalede en yüksek teklif veren de alır...*

*Kargo Frmalarından Alınan Ürünler Nedir? Genellikle İnternet üzerinden ve uzak yerlere kargo firması aracılığı ile ürün gönderimleri sırasında, herhangi bir nedenden dolayı. Örnek: Taşıma esnasında kutularda deforme oluşan ürünler, müşterye zamanında ulaşmayan ürünler vs. kargo frmasına fatura edilen ürünlerin, genellikle her ay sonu Türkiye'nin bir şehrinde toplanır ve kapalı zarf usulu teklif verilir, en çok teklif veren firma ürünleri alır ve ürünlerin kontrolleri yapıldıktan sonra satışa çıkarılır. gumrukmllarsats.com firmamız da Türkiye genelindeki bazı kargo ihalelerine giriyor. Genellikle de ihaleyi alıyoruz ve müşterilerimize piyasaya göre çok daha uygun fiyatlar ile satış imkanı sunuyoruz..."* gibi ifadelerle birlikte muhtelif parfüm ürünlerinin satışa sunulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Buna göre, Tasfiye Yönetmeliği hükümleri uyarınca, tasfiyelik hale gelen eşyaların perakende satışının uygun bulunması halinde, Bakanlık tarafından perakende satış yapmak üzere kurulan ve işletilen yerlerde satışının yapılmasının mümkün olduğu veya bu ürünlerin açık arttırma suretiyle satışa sunulduğu;

Firmanın, ilgili mevzuat hükümleri kapsamında, tasfiyelik hale gelen eşyanın perakende satışını yapma yetkisi bulunmamasına rağmen; inceleme konusu reklamlarda yetkisiz ve izinsiz olarak "gümrük" ibaresi ile tanıtım yapılması nedeniyle, tüketicilerin kamu kurumlarına duyduğu güven ve itibardan haksız bir şekilde yarar sağlandığı; ayrıca, tüketicilerin bilgi ve tecrübe eksikliklerinin istismar edilerek yanıltıldığı;

Diğer taraftan, inceleme konusu reklamlarda satışı yapılan ürünlerin orjinal ürün olduğunun ifade edilmesine karşın, taklit ürün satışının yapıldığı; bu nedenle, söz konusu reklamlarda yer alan vaadin yerine getirilmeyerek 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, 9, 11, 28, 29 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**125)**

**Dosya No: 2021/967**

**Şikayet Edilen: Metin ŞAT**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 22.02.2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com/gumruksatiss/ adresli sosyal medya hesabının 22.02.2021 tarihli görünümünde; *"Gümrük ürünleri satış mağazası resmî instagram hesabıdır."* ifadesine,

www.instagram.com/gumruksatiss\_/ adresli internet sitesinin 22.02.2021 tarihli görünümünde; "*@gumruksatiss resmi instagram sayfasının yedek hesabıdır..."* ifadesine yer verildiği,

Söz konusu sosyal medya hesaplarında çok sayıda, İPhone, Macbook vb. markalı elektronik ürünlerinin, Nike, Adidas vb. markalı spor giyim ürünlerinin satışa sunulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Buna göre, Tasfiye Yönetmeliği hükümleri uyarınca, tasfiyelik hale gelen eşyaların perakende satışının uygun bulunması halinde, Bakanlık tarafından perakende satış yapmak üzere kurulan ve işletilen yerlerde satışının yapılmasının mümkün olduğu veya bu ürünlerin açık arttırma suretiyle satışa sunulduğu;

Firmanın, ilgili mevzuat hükümleri kapsamında, tasfiyelik hale gelen eşyanın perakende satışını yapma yetkisi bulunmamasına rağmen; inceleme konusu reklamlarda yetkisiz ve izinsiz olarak "gümrük" ibaresi ile tanıtım yapılması nedeniyle, tüketicilerin kamu kurumlarına duyduğu güven ve itibardan haksız bir şekilde yarar sağlandığı; ayrıca, tüketicilerin bilgi ve tecrübe eksikliklerinin istismar edilerek 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, 9, 11, 28, 29 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**126)**

**Dosya No: 2021/969**

**Şikayet Edilen: Selma BİLGİN**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şahsa ait **www.instagram.com/gumrukavm07/**adresli sosyal medya hesabında yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 22.02.2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com/gumrukavm07/ adresli sosyal medya hesabının 22.02.2021 tarihli görünüm*ünde; "Gümrük Ürünleri Satış Mağazası... Havalimanlari kayıp bagaj ürünleri... Gümrükte faturasız yakalanan ürünler... Kargo şirketlerinin ürünleri... WhatsApp Sipariş : 0532 688 63 72...*" ifadeleriyle birlikte çok sayıda Mango vb. markalı giyim ürünlerinin satışa sunulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Buna göre, Tasfiye Yönetmeliği hükümleri uyarınca, tasfiyelik hale gelen eşyaların perakende satışının uygun bulunması halinde, Bakanlık tarafından perakende satış yapmak üzere kurulan ve işletilen yerlerde satışının yapılmasının mümkün olduğu veya bu ürünlerin açık artrma suretiyle satışa sunulduğu;

Şahsın, ilgili mevzuat hükümleri kapsamında, tasfiyelik hale gelen eşyanın perakende satışını yapma yetkisi bulunmamasına rağmen; inceleme konusu reklamlarda yetkisiz ve izinsiz olarak "gümrük" ibaresi ile tanıtım yapılması nedeniyle, tüketicilerin kamu kurumlarına duyduğu güven ve itibardan haksız bir şekilde yarar sağlandığı; ayrıca, tüketicilerin bilgi ve tecrübe eksikliklerinin istismar edilerek 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, 9, 11, 28, 29 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**127)**

**Dosya No: 2021/970**

**Şikayet Edilen: Emre Altun Merkez Ticaret**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 22.02.2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com/gumruksigortamallari adresli sosyal medya hesabının 22.02.2021 ve 16.03.2021 tarihli görünümünde; *"Gümrük Sigorta Malları Satışı... Hotiç Erkek Bot Piyasa Fiyatı:680 TL Bizdeki Fiyatı:149,90 TL... Korkmaz Tombik 1.0 lt Çaydanlık Piyasadaki indirimli fiyatı 105 TL, Bizdeki indirimli fiyatı 49 TL Stok son 1 adet... Sevgili izleyenler aynı ürünü çok daha ucuza almak ister miydiniz?... Sıradaki haberimiz bunun nasıl mümkün olacağını anlatıyor. 2008 yılından bu güne gümrük ve sigorta şirketlerinden ihaleye girip ürünler satın alarak bu ürünleri oldukça uygun fiyatla müşterilerine sunan Gümrük ve Sigorta malları Satış Noktasına olan ilgi her geçen gün artıyor. Neredeyse her çeşit %100 orijinal ürünlerin toptan fiyatına perakende satışını yaparak tüketicinin yüzünü güldüren Gümrük ve Sigorta Malları Satış Noktası, İstanbul Bahçelievlerdeki mağazalarında ve Facebook gruplarında hizmet vermeye devam ediyor...*" gibi ifadelerle birlikte çok sayıda züccaciye, ev eşyası ürünlerinin satışa sunulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Buna göre, Tasfiye Yönetmeliği hükümleri uyarınca, tasfiyelik hale gelen eşyaların perakende satışının uygun bulunması halinde, Bakanlık tarafından perakende satış yapmak üzere kurulan ve işletilen yerlerde satışının yapılmasının mümkün olduğu veya bu ürünlerin açık arttırma suretiyle satışa sunulduğu;

Firmanın, ilgili mevzuat hükümleri kapsamında, tasfiyelik hale gelen eşyanın perakende satışını yapma yetkisi bulunmamasına rağmen; inceleme konusu reklamlarda yetkisiz ve izinsiz olarak "gümrük" ibaresi ile tanıtım yapılması nedeniyle, tüketicilerin kamu kurumlarına duyduğu güven ve itibardan haksız bir şekilde yarar sağlandığı; ayrıca, tüketicilerin bilgi ve tecrübe eksikliklerinin istismar edilerek 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, 9, 11, 28, 29 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**128)**

**Dosya No: 2021/1006**

**Şikayet Edilen: Gökhan DAĞ**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şahsa ait www.instagram.com/enucuz.esyalar/ adresli sosyal medya hesabında ve www.shopier.com adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 22.02.2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com/enucuz.esyalar/ adresli sosyal medya hesabının 22.02.2021 ve 19.03.2021 tarihli görünümünde; *"Gumrukmalları Resmi Satış. Yasal. Gümrükte takılmış Hava yollarında buluntu eşyaların satışı. Toptan fiyatına herşey İstanbul/Topkapı... 1 Million Paco Rabanne orjinal kutusunda sıfır erkek parfüm. Orjinal ve sıfır üründür. Kargo dahil 180 TL. Gümrükte kaçak eşya ambarından ihale ile alınan veya havaalanlarında unutulmuş valizlerden çıkan sıfır veya kullanılmış eşyalardır , ihale yöntemi ile alınıp tek tek satışa sunulmaktadır... Dilediğiniz her ürünü kredi kartı ile shopier mağazamızdan alabilirsiniz..."* gibi ifadelerle birlikte muhtelif ürünlerin satışının gerçekleştirildiği,

- www.shopier.com adresli internet sitesinin 19.03.2021 tarihli görünümünde “enucuzesyalar” satıcı adıyla; *"J’adore Orijinal Tester Parfüm 149,00 TL, Chloe Love Sıfır Orjinal Tester 139,00 TL... ",* gibi ifadelere yer verilerek muhtelif ürünlerin satışının gerçekleştirildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Buna göre, Tasfiye Yönetmeliği hükümleri uyarınca, tasfiyelik hale gelen eşyaların perakende satışının uygun bulunması halinde, Bakanlık tarafından perakende satış yapmak üzere kurulan ve işletilen yerlerde satışının yapılmasının mümkün olduğu veya bu ürünlerin açık arttırma suretiyle satışa sunulduğu;

Firmann, ilgili mevzuat hükümleri kapsamında, tasfiyelik hale gelen eşyanın perakende satışını yapma yetkisi bulunmamasına rağmen; inceleme konusu reklamlarda yetkisiz ve izinsiz olarak "gümrük" ibaresi ile tanıtım yapılması nedeniyle, tüketicilerin kamu kurumlarına duyduğu güven ve itibardan haksız bir şekilde yarar sağlandığı; ayrıca, tüketicilerin bilgi ve tecrübe eksikliklerinin istismar edilerek 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, 9, 11, 28, 29 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**129)**

**Dosya No: 2021/3676**

**Şikayet Edilen: Pervin Nur BOR**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şahsa ait www.instagram.com/gumruk\_mallar\_satisi/ adresli instagram sosyal medya hesabında yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 22.02.2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com/gumruk\_mallar\_satisi/ adresli sosyal medya hesabının 22.02.2021 tarihli görünümünde; "gümrük satış" ifadesiyle birlikte muhtelif markalı saat ürünlerin satışının gerçekleştirildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Bilindiği üzere, Tasfiye Yönetmeliği hükümleri uyarınca, tasfiyelik hale gelen eşyaların perakende satışının uygun bulunması halinde, Bakanlık tarafından perakende satış yapmak üzere kurulan ve işletilen yerlerde satışının yapılmasının mümkün olduğu veya bu ürünlerin açık arttırma suretiyle satışa sunulduğu;

Firmanın, ilgili mevzuat hükümleri kapsamında, tasfiyelik hale gelen eşyanın perakende satışını yapma yetkisi bulunmamasına rağmen; inceleme konusu reklamlarda yetkisiz ve izinsiz olarak "gümrük" ibaresi ile tanıtım yapılması nedeniyle, tüketicilerin kamu kurumlarına duyduğu güven ve itibardan haksız bir şekilde yarar sağlandığı; ayrıca, tüketicilerin bilgi ve tecrübe eksikliklerinin istismar edilerek 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, 9, 11, 28, 29 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**130)**

**Dosya No: 2021/3677**

**Şikayet Edilen: Aslan KAR**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şahsa ait "firsatdeposugumrukmallai", "gumrukihalemallari" ve "gimgumrukihalemallari" adlı instagram sosyal medya hesapları üzerinden yapılan tanıtımlar**.**

**Reklam Yayın Tarihi:** 22.02.2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Şahsa ait adı geçen instagram hesaplarının 22.02.2021 tarihli görünümlerinde *"Gümrükten ihaleyle alınan dünyaca ünlü markalar, tüm ürünlerimiz orijinaldir...Gümrük ve Sigorta ürünleri %100 orijinaldir...Gümrükten ihale ile alınan orijinal ürünleri mağazalarımızdan ve internet üzerinden sizler ile buluşturuyoruz"* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Bilindiği üzere, Tasfiye Yönetmeliği hükümleri uyarınca, tasfiyelik hale gelen eşyaların perakende satışının uygun bulunması halinde, Bakanlık tarafından perakende satış yapmak üzere kurulan ve işletilen yerlerde satışının yapılmasının mümkün olduğu veya bu ürünlerin açık artrma suretiyle satışa sunulduğu;

Şahsın, ilgili mevzuat hükümleri kapsamında, tasfiyelik hale gelen eşyanın perakende satışını yapma yetkisi bulunmamasına rağmen; inceleme konusu reklamlarda yetkisiz ve izinsiz olarak "gümrük" ibaresi ile tanıtım yapılması nedeniyle, tüketicilerin kamu kurumlarına duyduğu güven ve itibardan haksız bir şekilde yarar sağlandığı; ayrıca, tüketicilerin bilgi ve tecrübe eksikliklerinin istismar edilerek yanıltıldığı,

Diğer taraftan, inceleme konusu reklamlarda satışı yapılan ürünlerin orjinal ürün olduğunun ifade edilmesine karşın, taklit ürün satışının yapıldığı; bu nedenle, söz konusu reklamlarda yer alan vaadin yerine getirilmeyerek 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, 9, 11, 28, 29 ve 32 nci maddeleri,

-6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 inci

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**131)**

**Dosya No: 2021/3678**

**Şikayet Edilen: Gözde KEVEN**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şahsa ait "gumruk\_alsat" adlı instagram sosyal medya hesabı üzerinden yapılan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 22.02.2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Şahsa ait instagram sosyal medya hesabının 22.02.2021 tarihli görünümündeki adının "gumruk\_alsat" şeklinde olduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Bilindiği üzere, Tasfiye Yönetmeliği hükümleri uyarınca, tasfiyelik hale gelen eşyaların perakende satışının uygun bulunması halinde, Bakanlık tarafından perakende satış yapmak üzere kurulan ve işletilen yerlerde satışının yapılmasının mümkün olduğu veya bu ürünlerin açık arttırma suretiyle satışa sunulduğu;

Firmanın, ilgili mevzuat hükümleri kapsamında, tasfiyelik hale gelen eşyanın perakende satışını yapma yetkisi bulunmamasına rağmen; inceleme konusu reklamlarda yetkisiz ve izinsiz olarak "gümrük" ibaresi ile tanıtım yapılması nedeniyle, tüketicilerin kamu kurumlarına duyduğu güven ve itibardan haksız bir şekilde yarar sağlandığı; ayrıca, tüketicilerin bilgi ve tecrübe eksikliklerinin istismar edilerek 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, 9, 11, 28, 29 ve 32 nci maddeleri,

-6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 inci

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**132)**

**Dosya No: 2021/3679**

**Şikayet Edilen: Anıl Gaffar MACİT**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şahsa ait "gumrukten\_iletisim" adlı instagram sosyal medya hesabı üzerinden yapılan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 22.02.2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Şahsa ait www.instagram.com/gumrukten\_iletisim adresli instagram hesabının 22.02.2021 tarihli görünümün*de; "Gümrüğe takılan eşyaları ihale ile alıyoruz kapınıza kadar teslim ediyoruz* " ifadelerine yer verildiği, tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Bilindiği üzere, Tasfiye Yönetmeliği hükümleri uyarınca, tasfiyelik hale gelen eşyaların perakende satışının uygun bulunması halinde, Bakanlık tarafından perakende satış yapmak üzere kurulan ve işletilen yerlerde satışının yapılmasının mümkün olduğu veya bu ürünlerin açık artrma suretiyle satışa sunulduğu;

Şahsın, ilgili mevzuat hükümleri kapsamında, tasfiyelik hale gelen eşyanın perakende satışını yapma yetkisi bulunmamasına rağmen; inceleme konusu reklamlarda yetkisiz ve izinsiz olarak "gümrük" ibaresi ile tanıtım yapılması nedeniyle, tüketicilerin kamu kurumlarına duyduğu güven ve itibardan haksız bir şekilde yarar sağlandığı; ayrıca, tüketicilerin bilgi ve tecrübe eksikliklerinin istismar edilerek 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, 9, 11, 28, 29 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**133)**

**Dosya No: 2021/2417**

**Şikayet Edilen: Erkan ALTAY**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.instagram.com adresli internet sitesinde “gumrukmallaricanlimezat” kullanıcı adıyla; www.facebook.com adresli internet sitesinde ise “Gümrük Malları Canlı Mezat Toptan Satış ve Tedarik Mağazası” kullanıcı adıyla yapılan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 22.02.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com adresli internet sitesinde “gumrukmallaricanlimezat” kullanıcı adıyla; www.facebook.com adresli internet sitesinde ise “Gümrük Malları Canlı Mezat Toptan Satış ve Tedarik Mağazası” kullanıcı adıyla yapılan tanıtımlarda, “gümrük” ibaresine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** ww.instagram.com adresli internet sitesinde *“gumrukmallaricanlimezat”* kullanıcı adıyla; www.facebook.com adresli internet sitesinde ise *“Gümrük Malları Canlı Mezat Toptan Satış ve Tedarik Mağazası”* kullanıcı adıyla satışı gerçekleştirilen muhtelif ürünlere ilişkin yapılan tanıtımlarda, "*Gümrük"*  ibaresine yer verildiği;

Buna göre, Gümrüksüz Satış Mağazaları Yönetmeliği hükümleri uyarınca; ancak, Bakanlık tarafından açılması ve işletilmesine izin verilen ve özel antrepo sayılan gümrüksüz satış mağaza ve depolarının; ilgili mevzuatı ile belirlenmiş olan yerlerde, Türkiye’ye gelen veya Türkiye’den giden yolcular ile transit yolculara, diplomatik muafiyetten yararlananlara, yabancı basın yayın organlarının yabancı uyruklu mensuplarına, İstanbul Boğazı ve Çanakkale Boğazı’ndan transit geçen gemilere ve Bakanlıkça belirlenecek diğer kişilere satış yapma yetkisi bulunduğu;

Diğer taraftan, Tasfiye Yönetmeliği hükümleri uyarınca, tasfiyelik hale gelen eşyaların ise Tasfiye İşletme Müdürlükleri ve Perakende Satış İşletme Müdürlükleri tarafından ilgili mevzuatında düzenlenmiş olan tasfiye yollarına uygun olarak tasfiye edilmesinin sağlandığı; tasfiyelik hale gelen eşyaların perakende satışının uygun bulunması halinde, Bakanlık tarafından perakende satış yapmak üzere kurulan ve işletilen yerlerde satışının yapılmasının mümkün olduğu veya bu ürünlerin ihale yolu ile satışa sunulabildiği;

Bu nedenle, şikayet edilen firmanın ilgili mevzuat hükümleri kapsamında gümrüksüz satış mağazası ve depo açma ve işletme izni bulunmamasına veya tasfiyelik hale gelen eşyanın perakende satışını yapma yetkisi bulunmamasına rağmen; inceleme konusu reklamlarda yetkisiz ve izinsiz olarak "gümrük" ibaresi ile tanıtım yapılmasının hukuka aykırı ve tüketicileri yanıltıcı olduğu

Ayrıca, "gümrük" ibaresi ile tanıtım yapılması nedeniyle, tüketicilerin kamu kurumlarına duyduğu güven ve itibardan haksız bir şekilde yarar sağlandığı ve tüketicilerin bilgi ve tecrübe eksikliklerinin istismar edildiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7, 9, 11, 28, 29 ve 32 nci maddeleri ile “Haksız Ticari Uygulama Olarak Kabul Edilen Örnek Uygulamalar” Ekinde yer alan A - Aldatıcı Ticari Uygulamalar” maddesinin ikinci ve dördüncü fıkrası;

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**134)**

**Dosya No: 2021/2419**

**Şikayet Edilen: Selam Sarraf ve Kuyumculuk San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.instagram.com adresli internet sitesinde “gumrukmallariizmir” satıcı adıyla yapılan tanıtımlar,

**Reklam Yayın Tarihi:** 22.02.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Değerlendirme/Karar:** ww.instagram.com adresli internet sitesinde “gumrukmallariizmir” satıcı adıyla yapılan tanıtımlarda *"gümrük"* ibaresi ile tanıtım yapılması nedeniyle, tüketicilerin kamu kurumlarına duyduğu güven ve itibardan haksız bir şekilde yarar sağlandığı; ayrıca, tüketicilerin bilgi ve tecrübe eksikliklerinin istismar edilerek yanıltıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7, 9, 11, 28, 29 ve 32 nci maddeleri ile “Haksız Ticari Uygulama Olarak Kabul Edilen Örnek Uygulamalar” Ekinde yer alan A - Aldatıcı Ticari Uygulamalar” maddesinin ikinci ve dördüncü fıkrası;

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Selam Sarraf ve Kuyumculuk 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)**

Ankara Valiliği Ticaret İl Müdürlüğü tarafından 12.03.2020 tarihinde yapılan denetim üzerine, **Ecz. Zehra Buket ÖZKAN (Buket Eczanesi)** tarafından satışa sunulan maske ve dezenfektan ürünlerine ilişkin gerçekleştirilen ticari uygulamalara yönelik Reklam Kurulu’nun 25.03.2020 tarih ve 295 sayılı toplantısında yapılan görüşme ve değerlendirmeler sonucunda, anılan şahıs hakkında 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/13 üncü maddeleri uyarınca 10.475-TL (Onbindörtyüzyetmişbeş TürkLirası) idari para ve anılan haksız ticari uygulamaları durdurma cezaları uygulanmış olup; söz konusu kararın iptaline ilişkin olarak Bakanlık aleyhine Ankara 14. İdare Mahkemesi'nde E:2020/844 sayısıyla açılan davada, anılan Mahkemenin 11.12.2020 tarihli ve E:2020/844, K:2020/2281 sayılı sayılı kararı ile *“(…) dava konusu Reklam Kurulu kararında, 6502 sayılı Kanun'un 61 ve 62. maddelerine aykırılıktan bahisle aynı Kanun'un 63. ve 77/12.maddeleri uyarınca 10.475,00-TL idari para cezası ve anılan reklamların durdurulması cezası tesis edilmiş ise de, Kanun'un 77/12. maddesinde öngörülen yaptırımların davacının eylemi için öngörülen yaptırımları içermediği, davalı idarece davacı hakkındaki cezanın herhangi bir reklama istinaden değil uyguladığı haksız ticari uygulama nedeniyle tesis edildiği dikkate alındığında davacı hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 62. maddesine aykırılık nedeniyle anılan Kanun'un 77/13. maddesi uyarınca yaptırım uygulanması gerekirken, kanunilik ilkesini ihlal edecek şekilde davalı idarece davacının eylemi için öngörülen yaptırım maddesinin hatalı olarak tayin edilmesi sonucunda 6502 sayılı Kanunun 77. maddesinin 12. fıkrası yönünden yaptırım uygulanması yönünde tesis olunan dava konusu işlemde hukuka uyarlık bulunmadığı sonucuna varılmıştır.(...)”* gerekçesiyle dava konusu işlemin iptaline karar verilmiştir.

Diğer taraftan, mezkur Mahkemenin kararında, *“(...)Öte yandan Mahkememizce verilen iptal kararının davacıya isnad edilen fiilin sübut bulup bulmadığı hususunda bir belirlemeyi içermediği açık olup, davalı idarece Kanun'un ilgili maddesi doğrultusunda yeniden işlem tesis edilebileceği açıktır.(...)”* ifadesine yer verilmiştir. Bu doğrultuda, Ankara 14. İdare Mahkemesi'nde E:2020/844 sayısıyla açılan davada, anılan Mahkemenin 11.12.2020 tarihli ve E:2020/844, K:2020/2281 sayılı sayılı kararının yerine getirilmesi amacıyla,

Bakanlıkça yürütülen inceleme neticesinde, 2020 yılı Şubat ayında 1,00-TL satış fiyatı ile tüketicilere sunulan "Roll Maske 2 Katlı" adlı ürünün, 2020 yılı Mart ayı içerisinde satış fiyatında artış yapılarak 4,00-TL olarak belirlendiği; "Dezenol 1L "adlı ürünün ise, 2020 yılı Şubat ayında 16,52-TL alış fiyatı ile satın alınmasına rağmen, Şubat ve Mart aylarında 60,00-TL satış fiyatı ile tüketicilere sunulduğunun tespit edildiği;

Bu çerçevede, firmanın mesleki özenin gereklerine aykırı olarak COVID-19 salgının tüketiciler nezdinde yarattığı olumsuz etkiden faydalanmak suretiyle dezenfektan fiyatını piyasa mekanizmasının normal işleyişi dışında ve tüketicinin satın alma kararını olumsuz etkileyecek şekilde arttırdığı;

Bu nedenle; anılan ticari uygulamaların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 28, 29 ve 32 nci maddeleri ile “Haksız Ticari Uygulama Olarak Kabul Edilen Örnek Uygulamalar” Ekinde yer alan A - Aldatıcı Ticari Uygulamalar” maddesinin ondokuzuncu fıkrası;

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, ticari uygulamada bulunan **Ecz. Zehra Buket ÖZKAN** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve **77/13 üncü maddeleri uyarınca 10.475-TL(Onbindörtyüzyetmişbeş TürkLirası) idari para ve anılan haksız ticari uygulamaları durdurma cezaları** verilmesine **,**

Bununla birlikte, Reklam Kurulu’nun 25.03.2020 tarih ve 295 sayılı toplantısına ilişkin gerekçeli karar metninde yer alan *“Ek-1 başlıklı listede yer alan firma/şahıslar hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri dahilinde belirtilen hususlara ilişkin olarak ilgili listede her bir firma/şahıs hakkında belirtilen idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları verilmesine(…)”* şeklindeki ifadenin, ***“Ek-1 başlıklı listede yer alan firma/şahıslar hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü, 77/12 nci ve 77/13 üncü maddeleri dahilinde belirtilen hususlara ilişkin olarak ilgili listede her bir firma/şahıs hakkında belirtilen idari para ve durdurma cezaları verilmesine(…)”*** şeklinde değiştirilmesine karar verilmiştir.

**4.2)**

**Serkan ŞENGEZER** tarafından satışa sunulan "Tekstil toz maskesi" ürününe ilişkin tüketicilere yönelik gerçekleştirilen ticari uygulamalar, gerçekleştirilen ticari uygulamalara yönelik Reklam Kurulu’nun 14.04.2020 tarih ve 296 sayılı toplantısında yapılan görüşme ve değerlendirmeler sonucunda, anılan şahıs hakkında 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/13 üncü maddeleri uyarınca 10.475-TL (Onbindörtyüzyetmişbeş TürkLirası) idari para ve anılan haksız ticari uygulamaları durdurma cezaları uygulanmış olup; söz konusu kararın iptaline ilişkin olarak Bakanlık aleyhine Ankara 14. İdare Mahkemesi'nde E:2020/1370 Esas sayısıyla açılan davada, anılan Mahkemenin 26.03.2021 tarihli ve E:2020/1370, K:2021/685 sayılı kararı ile *“(…) dava konusu Reklam Kurulu kararında, 6502 sayılı Kanun'un 61 ve 62. maddelerine aykırılıktan bahisle aynı Kanun'un 63. ve 77/12.maddeleri uyarınca 10.475,00-TL idari para cezası ve anılan reklamların durdurulması cezası tesis edilmiş ise de, Kanun'un 77/12. Maddesinde öngörülen yaptırımların davacının eylemi için öngörülen yaptırımları içermediği, davalı idarece davacı hakkındaki cezanın herhangi bir reklama istinaden değil uyguladığı haksız ticari uygulama nedeniyle tesis edildiği dikkate alındığında davacı hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 62. maddesine aykırılık nedeniyle anılan Kanun'un 77/13. maddesi uyarınca yaptırım uygulanması gerekirken, kanunilik ilkesini ihlal edecek şekilde davalı idarece davacının eylemi için öngörülen yaptırım maddesinin hatalı olarak tayin edilmesi sonucunda 6502 sayılı Kanunun 77. maddesinin 12. fıkrası yönünden yaptırım uygulanması yönünde tesis olunan dava konusu işlemde hukuka uyarlık bulunmadığı sonucuna varılmıştır.(...)”* gerekçesiyle dava konusu işlemin iptaline karar verilmiştir.

Bu doğrultuda, Ankara 14. İdare Mahkemesi'nde E:2020/1370 sayısıyla açılan davada, anılan Mahkemenin 26.03.2021 tarihli ve E:2020/1370, K:2021/685 sayılı kararının yerine getirilmesi amacıyla, konu ile ilgili olarak yapılan görüşme ve değerlendirmeler sonucunda; Bakanlıkça yürütülen inceleme neticesinde, "Tekstil toz maskesi" ürününün Mart 2020 tarihinde 2,32 TL + KDV bedelle alındığı; ancak 5 TL bedelle tüketicilere sunulduğunun tespit edildiği;

Bu çerçevede, firmanın mesleki özenin gereklerine aykırı olarak COVID-19 salgınının tüketiciler nezdinde yarattığı olumsuz etkiden faydalanmak suretiyle dezenfektan fiyatını piyasa mekanizmasının normal işleyişi dışında ve tüketicinin satın alma kararını olumsuz etkileyecek şekilde arttırdığı;

Bu nedenle; anılan ticari uygulamaların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 28, 29 ve 32 nci maddeleri ile “Haksız Ticari Uygulama Olarak Kabul Edilen Örnek Uygulamalar” Ekinde yer alan A - Aldatıcı Ticari Uygulamalar” maddesinin ondokuzuncu fıkrası;

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, ticari uygulamada bulunan **Serkan ŞENGEZER** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve **77/13 üncü maddeleri uyarınca 10.475-TL(Onbindörtyüzyetmişbeş TürkLirası) idari para ve anılan haksız ticari uygulamaları durdurma cezaları** verilmesine **,**

Bununla birlikte, Reklam Kurulu’nun 14.04.2020 tarih ve 296 sayılı toplantısına ilişkin gerekçeli karar metninde yer alan *“(…) Ek-1 başlıklı listede yer alan firma/şahıslar hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri dahilinde belirtilen hususlara ilişkin olarak ilgili listede her bir firma/şahıs hakkında belirtilen idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları verilmesine(…)”* şeklindeki ifadenin, ***“(…) Ek-1 başlıklı listede yer alan firma/şahıslar hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü, 77/12 nci ve 77/13 üncü maddeleri dahilinde belirtilen hususlara ilişkin olarak ilgili listede her bir firma/şahıs hakkında belirtilen idari para ve durdurma cezaları verilmesine(…)”*** şeklinde değiştirilmesine karar verilmiştir.