**T.C.**

**TİCARET BAKANLIĞI**

**Reklam Kurulu Başkanlığı**

**BASIN BÜLTENİ**

**Toplantı Tarihi :** 12 Ekim 2021

**Toplantı Sayısı :** 314

**İLETİŞİM HİZMETLERİ**

**1)**

**Dosya No: 2021/1082**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** Muhtelif mecralarda "Türk Telekom" ortak markası kullanılarak yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** Afiş, e-posta, kısa mesaj, televizyon

**Tespitler**: “TURKTELEKOM” gönderici ismiyle TT Mobil İletişim Hiz. A.Ş. adına gönderilen kısa mesajlar ile başvuru sahibi tüketicinin e-posta hesabına gönderilen iletide *“Değerli müşterimiz, 5\*\*\*\*\*\*\*\* numaralı gelen ve giden aramalara kapalı Türk Telekom mobil hattınıza ait ödenmemiş 1374,25 TL tutarında fatura borcunuz bulunmaktadır. İptal sürecine girmemesi ve yasal işlemlerin başlamaması için ek kısa sürede ödemenizi gerçekleştirmeniz gerekmektedir.” ifadelerine ve “Değerli müşterimiz, mobil hat başvurunuzla ilgili bilgi vermek için iletişim numaralarınızdan size ulaşılamamıştır. Detaylı bilgi için 444 1 444’ü arayabilirsiniz.”* ifadelerine,

“Türk Telekom” ortak markasına ait logo kullanarak yayınlanan afiş reklamlarında *“Türk Telekom ev interneti, mobil hat işlemleriniz ve peşin/taksitli cep telefonu ihtiyaçlarınız için giriş kattayız.” ifadelerine ve “Bol GB’larıyla Festival Paketler herkesin ihtiyacına göre. 750 DK + 250 SMS 5 GB 30 TL, 8 GB 36 TL (…) Türk Telekom Değerli Hissettir. Faturasız mobil hatta yeni gelene (…)”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, anılan firmaların tüketicilere hangi firmadan hizmet aldıkları bilgisine kolaylıkla erişme imkânı sağladığı anlaşılmış olup tüketicilerin herhangi bir mağduriyet yaşamaları durumunda başvuracakları hakem heyetlerinin ise Bakanlıkça Türk Telekom Grubu firmalarının faaliyetlerine ilişkin bilgilendirildiği görülmüştür. Öte yandan, “Türk Telekom” ortak markasıyla ilişkili logo, SMS gönderici adı gibi unsurlara reklam veren firmalara ait tanıtımlarda yer verilmesinin söz konusu ortak markanın ilgili mevzuata uygun olarak tescillendiği ve bu hususta kamuoyunun muhtelif yollarla bilgilendirildiği, dolayısıyla bahsi geçen reklamlarda tüketicileri mağdur etmeye sebebiyet verecek bir unsur bulunmadığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların, Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin ilgili hükümleri ile 6502 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 ve 62 nci maddelerine **aykırı olmadığına** karar verilmiştir.

**2)**

**Dosya No: 2021/1335**

**Şikayet Edilen: KD Kurumsal Danışmanlık Yönetim Eğitim Hiz. Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam/HTU:** 0850 533 30 44, 0850 533 33 63 ve 0850 533 35 52 numaralı hatlar aracılığıyla gerçekleştirilen ticari uygulamalar

**Reklam/HTU Yayın Tarihi:** 2021

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

**Tespitler:** 0850 533 30 44, 0850 533 33 63 ve 0850 533 35 52 numaralı hatlar aracılığıyla muhtelif sayıda tüketicinin Türk Telekom adına arandığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, 0850 533 30 44, 0850 533 33 63 ve 0850 533 35 52 numaralı hatlar aracılığıyla 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 anılan firmanın Türk Telekom firmasının itibarından haksız biçimde yararlanıldığı ve Türk Telekom ismi ile 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 **KD Kurumsal Danışmanlık Yönetim Eğitim Hiz. Tic. Ltd. Şti.** 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: 2021/1337**

**Şikayet Edilen: Fiberadsl İnternet ve İletişim Hiz. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam/HTU:** 0850 484 14 31, 0850 484 14 58 ve 0232 307 05 81 numaralı hatlar aracılığıyla gerçekleştirilen ticari uygulamalar

**Reklam/HTU Yayın Tarihi:** 2021

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

**Tespitler:** 0850 484 14 31, 0850 484 14 58 ve 0232 307 05 81 numaralı hatlar aracılığıyla muhtelif sayıda tüketicinin Türk Telekom adına arandığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, 0850 484 14 31, 0850 484 14 58 ve 0232 307 05 81 numaralı telefon hatlarından muhtelif tüketicilerin Türk Telekom adına arandığı ve bu aramalarda "Türk Telekom" altyapısıyla internet hizmetine yönelik tanıtımlar yapıldığı, ancak Türk Telekom ortak markası ile herhangi bir bağı bulunmadığı gerçeği altında anılan firma tarafından Türk Telekom firmasının itibarından haksız biçimde yararlanıldığı ve Türk Telekom ismi ile 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 **Fiberadsl İnternet ve İletişim Hiz. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/13 üncü maddeleri uyarınca **11.429,-TL (Onbirbindörtyüzyirmidokuz Türk Lirası) idari para ve anılan ticari uygulamaları durdurma cezaları** verilmesinekarar verilmiştir.

**4)**

**Dosya No: 2021/1343**

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

**Şikayet Edilen Reklam/HTU:** 0212 480 25 28 numaralı hat aracılığıyla gerçekleştirilen ticari uygulamalar

**Reklam/HTU Yayın Tarihi:** 2021

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

**Tespitler:** 0212 480 25 28 numaralı hat aracılığıyla muhtelif sayıda tüketicinin Türk Telekom adına arandığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, 0212 480 25 28 numaralı telefon hattından 05\*\* \*\*\* \*\* \*\* numaralı hat sahibi E\*\*\*\* Ç\*\*\*\*\* isimli tüketicinin "*Türk Telekom'dan arıyoruz."* şeklinde ifadeler kullanılarak arandığı, ancak söz konusu görüşmelerde Türk Telekom’a ait olduğu iddia edilerek sunulan hizmetlere ilişkin vaatlerin gerçeği yansıtmadığı, ayrıca Türk Telekom ortak markası ile herhangi bir bağı bulunmadığı gerçeği altında anılan firma tarafından Türk Telekom firmasının itibarından haksız biçimde yararlanıldığı ve 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 **E Dijital Bilgi A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/13 üncü maddeleri uyarınca **11.429,-TL (Onbirbindörtyüzyirmidokuz Türk Lirası) idari para ve anılan ticari uygulamaları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**5)**

**Dosya No: 2021/1363**

**Şikayet Edilen: Telekomat Haberleşme ve İletişim Hiz. Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam/HTU:** “Türk Telekom” ortak markası kullanılarak telefon araması ve

evde internet kurulumu işlemleri aracılığıyla gerçekleştirilen ticari uygulamalar

**Reklam/HTU Yayın Tarihi:** 2021

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

**Tespitler:** Ticari uygulamada bulunan firma tarafından 05\*\* \*\*\* \*\* \*\* numaralı hat sahibi S\*\*\* K\*\*\*\* isimli tüketicinin aranarak internet hizmetine yönelik tanıtımlar yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, 05\*\* \*\*\* \*\* \*\* numaralı hat sahibi S\*\*\* K\*\*\*\* isimli tüketicinin aranarak *"Türk Telekom altyapılı internet”* şeklinde tanıtım yapıldığı, 01.03.2021 tarihinde internet hizmeti satın almak için Türk Telekom bünyesindeki TTNET A.Ş. unvanlı firma ile sözleşme imzalayan tüketicinin, söz konusu aramanın ilgili firmadan yapıldığını varsayması üzerine internet hizmetinin evine bağlatılmasını kabul ettiği, akabinde gerçekleştirilen kurulum esnasında ticari uygulamada bulunan firmaya ilişkin bilgilerin beyan edilmediği ve tüketiciye ayrı bir sözleşme imzalatıldığı, dolayısıyla hali hazırda TTNET A.Ş. ile sözleşmesi bulunan tüketiciden sunulacak internet hizmetine ilişkin esaslı unsurların gizlendiği göz önünde bulundurularak söz konusu tüketicinin aldatıldığı,

Diğer taraftan, ticari uygulamada bulunan firma tarafından muhtelif sayıda tüketicinin "Türk Telekom" adına arandığı ve bu görüşmelerde yapılan tanıtımlarda Türk Telekom firmasının itibarından haksız biçimde yararlanıldığı, dolayısıyla Türk Telekom ismi ile 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-e, 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 **Telekomat Haberleşme ve İletişim Hiz. Tic. Ltd. Şti.** 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.

**6)**

**Dosya No: 2021/2327**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** Blu TV platformunda yer alan “S Sport” ve “S Sport 2” kanallarına ilişkin yayınlanan reklamlar

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

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: Blu TV platformunda yayınlanan “S Sport” ve “S Sport 2” kanallarına ilişkin reklam örneklerinde *“Blu TV S Sport S Sport 2 Premier League, Bundesliga, Formula 1 ve çok daha fazlası BluTV’de. Yıllık Abonelik Ayda Sadece 9.90 TL”, “Spor dünyasının en önemli organizasyonları S Sport ve S Sport 2 ile artık Blu TV’de!”, “Bundesliga heyecanı devam ediyor.”, “Premier Lig heyecanı devam ediyor.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, 2021 yılının Şubat-Haziran aylarında muhtelif mecralarda “S Sport” ve “S Sport 2” kanallarına ilişkin yayınlanan reklamlarda *“Blu TV S Sport S Sport 2 Premier League, Bundesliga, Formula 1 ve çok daha fazlası BluTV’de. Yıllık Abonelik Ayda Sadece 9.90 TL”* şeklinde ifadelerin ve anılan kanallara ait logoların yer aldığı,

Öte yandan, M\*\*\* G\*\*\*\* isimli tüketicinin 26.03.2021 tarihinde söz konusu kanallardan faydalanmak üzere Blu TV aboneliğini satın aldığı, ancak Temmuz 2021 ayı itibariyle lisans sürelerinin dolduğu gerekçesiyle bahsi geçen kanalların yayından kaldırıldığı, dolayısıyla Premier League, Bundesliga, Formula 1 gibi tüketicilerin satın almasına tercih sebebi olabilecek yayınları kapsayan "S Sport" kanallarına ilişkin reklamlarla aynı alanda BluTV’ye yıllık aboneliğin ayda sadece 9.90 TL olduğu vurgusu yapılarak tüketicilerde söz konusu yayınları yıllık taahhütleri süresince izleyebilecekleri algısı oluşturularak mağdur edildiği,

Özetle, reklam veren firma tarafından Blu TV adlı medya sağlayıcısına yönelik gerçekleştirilen reklamlarda, tanıtımı yapılan "S Sport" kanallarının yayında kalma süresine ilişkin bilgi verilmeyerek tüketicilerin eksik bilgilendirildiği, bu şekilde ana vaadin esaslı bir unsurunun açık ve anlaşılır bir biçimde reklamın ana mesajında belirtilmeyerek tüketicilerin yanıltıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu reklamların,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

Buna göre, reklam veren **Blutv İletişim ve Dijital Yayın Hiz. 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.

**7)**

**Dosya No: 2021/3895**

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

**Şikayet Edilen Reklam/HTU:** 0850 266 02 66 numaralı hat aracılığıyla gerçekleştirilen ticari uygulamalar

**Reklam/HTU Yayın Tarihi:** Ağustos 2021

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

**Tespitler:** 0212 480 25 28 numaralı telefon hattından H\*\*\* T\*\*\*\* isimli tüketicinin aranarak internet ve televizyon hizmetlerine yönelik tanıtımlar yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, 0850 266 02 66 numaralı telefon hattından H\*\*\* T\*\*\*\*\* isimli tüketicinin Ağustos 2021 ayında "Türk Telekom Grubu" tarafından hizmet veriliyormuş algısı oluşturularak arandığı ve aynı görüşmede tüketiciden ticari uygulamada bulunan firma tarafından sunulacak hizmete ilişkin esaslı unsurların gizlenerek D-Smart internet ve televizyon paketlerine aboneliğinin yapıldığı, bahsi geçen telefon görüşmesi sonrası abonelik işlemleri için herhangi bir kurulum gerçekleştirilmediği,

Ek olarak, ticari uygulamada bulunan firmanın Türk Telekom ortak markası ile herhangi bir bağı bulunmadığı gerçeği altında bahsi geçen telefon görüşmelerinde Türk Telekom firmasının itibarından haksız biçimde yararlandığı ve bu durumun haksız rekabete yol açtığı,

Diğer taraftan, anılan aramaların dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği ve tüketicilerin normal şartlar altında taraf olmayacakları 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-e, 29/3-a, 30/1 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

Buna göre, ticari uygulamada bulunan **Andromeda TV Dijital Platform İşletmeciliği A.Ş.** hakkında, 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.

**8)**

**Dosya No: 2020/2382**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından internet mecrasında "Yıldız dolu paket"e ilişkin yapılan reklam kampanyası

**Reklam Yayın Tarihi:** Şubat 2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet (Instagram sosyal medya platformu)

**Tespitler**: Firmaya ait Instagram hesabında *"kalkınmakta olan illere özel 12 ay sabit fiyat aylık 69 TL.Süperlig, TFF 1.lig tüm maçlar, NBA, Belgesel, Film, Dizi, Avrupa Ligleri, yüzlerce kanal. Üstelik kurulum ücretsiz hemen başvurun."* şeklinde ifadeler yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, tüketici ile firma arasında "Avrupanın Yıldızları" paketi kapsamında abonelik sözleşmesi kurulduğu, bu paketin 59 TL karşılığında "içyapım kanallar, tüm belgesel kanalları, tüm çocuk kanalları, tüm müzik kanalları, radyo kanalları+Avrupa ligleri" hizmetlerini kapsadığı, tüketicinin firmaya ait Instagram hesabında yer alan *"kalkınmakta olan illere özel 12 ay sabit fiyat aylık 69 TL.Süperlig, TFF 1.lig tüm maçlar, NBA, Belgesel, Film, Dizi, Avrupa Ligleri, yüzlerce kanal. Üstelik kurulum ücretsiz hemen başvurun."* şeklindeki tanıtımlar sebebiyle 69 TL'lik "Yıldız dolu pakete" aboneliğini yükseltmek istediği ve fakat kendisine bu fiyatın sadece kalkınmakta olan illere uygulanabileceği, İstanbul'un ise bu iller kapsamında olmadığı, bu paketin tüketiciye 119 TL ücretle sunulabileceğinin ifade edildiği, dolayısıyla bu durumun tüketicileri eksik bilgilendirici ve yanıltıcı nitelikte olduğu,

Tüketicilerin kalkınmakta olan iller kapsamında hangi illerin olduğu bilgisine veya bu bilgiye nereden ulaşabilecekleri şeklinde herhangi bir yönlendirmeye reklamlarda yer verilmemesi nedeniyle eksik bilgilendirildikleri, yine ortalama bir tüketicinin "öncelikle kalkınmakta olan illeri" bilmesinin kendisinden beklenemeyeceği ve reklamlarda bu bilgiye yer verilmemesi hususunun Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin; "Görseller ile yazılı ve sesli ifadelerin sunuluşu" başlıklı 18 inci maddesinde yer alan; *"(2) Reklamlarda yer alan ana vaadin esaslı unsurları açık ve anlaşılır bir biçimde reklamın ana mesajında belirtilir."* hükmüne açıkça aykırılık teşkil ettiği, dolayısıyla söz konusu reklamların tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7, 9/1, 9/5 18/2, 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 **Krea İçerik Hizmetleri ve Prodüksiyon A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**9)**

**Dosya No: 2021/4144**

Tüketici başvurusu üzerine incelemeye alınan, Superonline İletişim Hizmetleri A.Ş. tarafından yapılan tanıtımlar ve aramaların tüketicilere yönelik haksız ticari uygulama niteliğinde olduğu iddiaları ilgili görüşme ve değerlendirmelerin **ertelenmesine**  karar verilmiştir.

**10)**

**Dosya No: 2021/4410**

**Şikayet Edilen: TTNET A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam/HTU:** Firma tarafından uygulanan ek indirim taahhütlerine ilişkin tanıtımlara yönelik aramalar.

**Reklam/HTU Yayın Tarihi:** 03.02.2020

**Yayınlandığı Mecra:** Arama

**Tespitler**: Tüketici ile yapılan görüşmeye ilişkin ses kaydının 17:45 dakikasından sonra, TTNET A.Ş. firması tarafından tüketiciye; Superonline İletişim Hizmetleri A.Ş. firmasının internet servis sağlayıcısındaki internet aboneliğini iptal ettirerek, çıkan son faturasını “Evde İnternete Devam Kampanyası” tanımlandıktan sonra 60 gün içinde iletildiği takdirde 210,00TL ye kadar ek indirim tanımlanacağının taahhüt edildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, şikayet sahibi tüketicinin anılan kampanyadan kendi ihmali sebebiyle yararlanamadığına ilişkin firma tarafından yapılan açıklamalar ve sunulan belgeler göz önüne alınarak herhangi bir aldatıcı/yanıltıcı ifadeye/uygulamaya yer verilmediği anlaşılmış, 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 **aykırılık olmadığına** karar verilmiştir.

**ÖRTÜLÜ REKLAM**

**11)**

**Dosya No: 2021/1298**

**Şikayet Edilen: Dr. Kadir ORTAKÖYLÜ**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şahsın "muhtesempediatrist" isimli instagram sosyal medya hesabında "Möllers Omega 3" isimli ürüne ilişkin tanıtımları.

**Reklam Yayın Tarihi:** 07.06.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com/muhtesempediatristadresli sosyal medya hesabının 07.06.2021 tarihli görünümünde; *"Herkese Merhaba, bugün size balık yağlarından yani Omega 3 yağ asitlerinden bahsetmek istiyorum. Özellikle bahsetmek istediğim 2 yağ asidi var ki bunlar çok önemli, çünkü vücudumuz üretmiyor ve dışarıdan almak zorundayız, bunlar DHA ve EPA. Çocuklarımızın özellikle sinir sisteminin gelişmesi için son derece faydalı... Çocuklarımızın özellikle bağışıklığının normal ve düzgün çalışması için dışarıdan bu yağ asitlerini çocuğumuza vermemiz gerekiyor. Düzgün çalışması derken, bağışıklığımız az çalıştığında çocuklarımız çok hasta olur ve bazen allah korusun kanser gibi hastalıklara yakalanırlar, çok çalıştığında ise otoimmün hastalıklar, mesela şeker hastalığı, troid hastalığı, çölyak gibi hastalıklara çok yakalanırlar. Yani bağışıklığımızın optimal olması çok düzgün çalışması için bu yağ asitleri gereklidir. Dikkat eksikliği ve hiperaktivite bozukluğu, çocuklarımızda son zamanlarda iyice arttı. Balık yağlarının çocuklarımızın DEHB'e de iyi geldiği gösterilmiştir. Çocuklarımıza bu yağ asitlerini haftada 2-3 gün deniz balığı, mümkünse soğuk denizlerden yakalanmış deniz balıklarını yedirerek sağlayabiliriz. Eğer bunu yapamıyorsak çocuklarımıza balık yağı kullanmak mantıklı bir seçenek olacaktır. Balık yağı seçerken dikkat edeceğimiz önemli noktalar var, bir tanesi özellikle ağır metal içermemiş olması, yani ileri teknolojiyle üretilmiş olması lazım, kesinlikle içinde ağır metal olmaması lazım, yapay tatlandırıcı, şeker içermiyor olması lazım ve çocuğumuzun kullanabileceği lezzette olması lazım... Saf bir şekilde çocuğumuza balık yağını veriyor olmamız lazım. Çocuklarımıza bir yaşından sonra bu balık yağını kullanabiliriz... Yaz aylarında da balık yağını kullanmaya devam etmemiz gerekiyor... Çocuğumuza balık vermediğimiz zamanlarda balık yağı verelim... Eğer haftada 2-3 gün çocuklarına balık yediriyorsa aile balık yağı önermiyorum, ama haftada 1 gün yediriyorsa haftanın 3-4 günü balık yağı vermesini öneriyorum ailelere. Bu bahsettiğim yağ asitlerini hamilelerimiz ve emziren annelerimizin de yeterince kullanması son derece mantıklı olacaktır. Kalp ritmini düzenlediği için ve damar yapısına son derece faydalı olduğu için kötü yağları azaltıp, vücudumuzda istediğimiz iyi yağları yükselttiği için yetişkinlerin de hayatlarında illa olması gerekir..."* ifadelerini içeren videonun açıklama bölümünde; *"Omega 3 yağ asitleri (DHA ve EPA) vucudumuzda üretilemez ve dışarıdan almamız gerekir. Özellikle beyin ve sinir sistemi gelişimi, bağışıklık sisteminin düzgün çalışması için yeteri kadar EPA ve DHA almamız gerekmektedir. 1 yaş sonrasında çocuklarımıza balık yağı verebiliriz. Balık yağı seçerken omega 3 yağ asitlerinin yüksek olması gerekir. Ağır metal, renklendirici, yapay aroma ve şeker gibi katkı maddeleri içeren balık yağlarından uzak durulmalıdır. Doğal olması ve üretim kalitesinin yüksek olması nedeniyle benim hastalarıma önerdiğim, kendi ailem için de kullandığım @mollersomega3' ü 1 yaşından sonra güvenle kullanabilirsiniz. @mollersomega3 içerisinde günlük olarak önerilen toplam 1000 mg EPA ve DHA'nın yanı sıra, bağışıklık için gerekli olan A ve D vitaminlerini de bulunduruyor. #omega3 #balıkyağı #mollersomega3..."* ifadelerine yer verildiği, paylaşımda "Möller's Omega 3" ürünün İnstagram hesabına yönlendirildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; inceleme konusu paylaşımda herhangi bir reklam ibaresi bulunmadan "Möller's Omega 3" ürününü övmek ve ürüne yönlendirme yapmak suretiyle ürünün örtülü reklamının yapıldığı,

Bununla birlikte, doktorların bir mal veya hizmete yönelik sağlık beyanında bulunmasının ya da bu izlenimi uyandırmasının mevzuata aykırı olduğu,

Diğer taraftan, İnstagram hesap adının "muhteşempediatrist" şeklinde olması suretiyle hekimlerin mevzuatta izin verilen bilgilendirme ve tanıtım faaliyetleri kapsamının aşıldığı ve reklam yapıldığı; bu ifadenin şahsı ve şahsın faaliyetlerini övücü, talep yaratıcı ve diğer hekimler aleyhine haksız rekabete yol açıcı nitelikte olduğu, değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

- Ticari reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 6/1, 6/3, 6/4,7, 16/3, 22/1, 22/2, 23/1-a, 23/1-b, 23/1-c, 26 ve 32 nci maddeleri,

-6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 inci

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**12)**

**Dosya No: 2021/1426**

**Şikayet Edilen: Marmara Televizyon ve Radyo Yayıncılık A.Ş. (Köy Tv)**

**Şikayet Edilen Reklam:** Köy Tv logolu televizyon kanalında ve kanalın Youtube hesabında yayınlanan "Yalçın Sezerle Köyde Arıcılık" isimli programda yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 09.04.2021,10.04.2021

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon, İnternet

**Tespitler:** "Yalçın Sezerle Köyde Arıcılık" isimli, Bolvit markası genel müdürünün konuk alındığı programda;

*"-*Sunucu: *Biliyorsunuz hepimizin sevgisi arılar ve arıların sağlığı dolayısıyla arılardan bol ürün almak hepimizin temennisi... yeniliklerle arıların daha sağlıklı ve daha güçlü olmalarını sağlamak için, daha yüksek ürünler elde etmek için çaba sarf ediyorsunuz... Bu hafta böylesi özel ve yepyeni ürünü üreten ve aynı zamanda bu ürünü sizlere sunan bir firmanın sahibiyle birlikte bu ürünleri hem tanıtacağız hem de içeriği ile ilgili sizlere bilgi vereceğiz...*

-Konuk: *...ürünlerimizin en büyük özelliği mikroorganizmaları çok yoğun kullanmamız.**Bu konuda da sanıyorum Türkiye'de lider firmayız diyebiliriz kendimizle ilgili. Geçtiğimiz yılda arılarla ilgili 2 tane ürün piyasaya sürdük. Bunun sebebi de arıcı arkadaşlarımızın, arı üreticilerimizin, son yıllarda arı ölümlerinin çok fazla olması ve bunu bir türlü engelleyememesi üzerine bu iki ürünü piyasaya sürdük. Ürünlerimizin tamamı doğal organik ve bilimseldir...*

-Sunucu: *...bu ürünler arıların ölmesine engel mi oluyor?*

-Konuk: *...Arılarımız dışarıdaki olumsuz çevre koşullarıyla devamlı karşı karşıya kalıyor. Bunlar nedir; zirai ilaçlar, kalitesi düşmüş hava, kalitesi düşmüş su, çevredeki zararlı haşereler, zararlı hastalıklar, ilkim değişiklikleri ile muhatap olduğu sürece arılarımız bağışıklığı düşecek ve bunlardan olumsuz olarak etkilenecektir. Bu olumsuzluklardan etkilenmemesi için arılarımıza muhakkak doğru ve kullanıldıktan sonra olumsuz yan etkisi olmayan ürünlerle arılarımızı desteklemeliyiz...*

-Sunucu: *Bugün mesela aynı ürünleri yapmak üzere, mademki etken madde de biliniyor, bir başka firma da bunu paketleyerek pazara sunsa aynı sonuçların ortaya çıkacağını söyleyebilir misiniz?*

-Konuk: *Bu ürünler ciddi anlamda bilimsel ARGE’si olan ve ciddi anlamda elde edilmesi zor olan etken maddeler, bunların çok ciddi bilimsel birçok dizi üretimden sonra sahaya sürülebilir ve kullanılabilir, o sebeple hemen ben yapıyorum demek biraz zor,*

-Sunucu: *Yani çıkıp da bir firma ben de bir bakteri ürettim diyip çıkamaz, hatta piyasada ben bir kaç tane duydum ve bu ürünlerden size bahsettim bunların arasındaki fark nedir, siz de ürünleri aldınız ve inceleme yaptınız, sonuç olarak çok çarpıcı bir sonuç ortaya çıktı...*

-Konuk: *...evet biz Türkiye’de bakteri üzerine çalışan, özellikle arı grubunda, tek firmayız, yine pazarda bu tarz ürünler çıkabiliyor, yine firmanın bir tanesinde bir ürün var, biz sayımını yaptırdık içinde 1 tane bakteri yok.*

-Sunucu: *1 tane canlı çıkmadı mı içinden? Yani bizim arıcı arkadaşlarımıza su mu satmışlar,*

-Konuk: *Yani su zannediyorum, içerisinde biz bir şey tespit edemedik, muhtemelen hidrolize su olabilir ama içerisinde bakteri olarak tek bir bakteri yok.(...)*

-Konuk: *...Şu anda pazarda bize gelen kullanım, deneme sonuçlarında vasat veya faydası olmadı diye tek bir sonucumuz yok,*

-Sunucu: *Yani bunu kullanıp da olumsuz bir cevap size sunan olmadı?*

-Konuk: *Olmadı, bununla birlikte biz 5 ülkeye ürünlerimizi ihraç ediyoruz...*

-Sunucu:*... Ben de bilgisine çok güvendiğim bir arkadaşım tarafından kullanıldığını biliyorum. Kendisinin cümlesi aynen şöyle, bir kovanımdaki yavru çürüğünü bir türlü ortadan kaldıramadım. İşte bu ürünü kullandım diyor, bir fısfıs yapmış üzerine çerçevenin, ertesi gün diyor çürük olan gözlerin temizlendiğini ve birden dışarı çıkarttığını söylüyor. Bakteri konusunda arkadaşımın bilgisine çok güveniyorum, denemelerden son derece başarılı sonuçlar ortaya koymuş.*

-Sunucu: *Peki hemen yanındaki bağışıklık sistemini güçlendiren Premiksimiz nedir?*

-Konuk: *Bu ürün müthiş bir üründür. Bu ürün linyit kömürü toprak arasında milyonlarca yılda oluşan bitki ve hayvan çürüklerinin ham maddesinden oluşan bir üründür. İçerisinde birçok vitamin, mineral, protein, aminoasitler organik asitler vardır... Bu ürün insanlarda gıda takviyesi olarak da kullanılabilir. Hamile bayanlarda dahi kullanılabilen bir üründür... İnsanlarda çok ciddi faydası olan bir üründür... Bu ürünü arılarımıza kullandığımızda hem öneyici hem tedavi edici özelliği göreceksiniz... Bununla birlikte bu ürün bulunduğu ortamdaki bütün zararlı bakterileri etkisiz hale getirirken faydalı bakterilere asla dokunmaz.*

-Sunucu: *Yani Premiks dediğimiz ürün. Arılara besin takviyesi ve bağışıklığını güçlendiren bu ürünümüz aynı zamanda bu zararlı bakterileri de öldürüyor.*

-Konuk: *Evet ve faydalı bakterilere hiç dokunmuyor...(...)*

-Sunucu: *Şimdi ben görüyorum ki ülkemizde ve dünyada çığır açacak 2 ürünle karşımızdasınız. Bu iki ürünün de fiyatları da böylesi mükemmel ürünlere göre çok uygun olduğunu gördüm. Yani arıcı dostu arıcıyı koruyan bir bakış açınız var..."* şeklindeki ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; inceleme konusu program boyunca "Bolvit" markalı arı yem takviyesi ürününün tanıtıcı mahiyette sunulduğu, herhangi bir reklam ibaresi bulunmadan "Bolvit" markasını övmek ve tüketicileri yönlendirmek suretiyle markanın örtülü reklamının yapıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

- 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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, mecra kuruluşu **Marmara Televizyon ve Radyo Yayıncılık A.Ş. (Köy Tv)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**13)**

**Dosya No: 2021/4189**

**Şikayet Edilen: Mes Televizyon ve Radyo Yayıncılık Anonim Şirketi (CNN Türk)**

**Şikayet Edilen Reklam:** CNN Türk logolu televizyon kanalında ve kanalın Youtube hesabında yayınlanan reklamlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 11.03.2021.

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon, İnternet

**Tespitler:** "CNN Türk" logolu televizyon kanalınının 11.03.2021 tarihli haber bülteninde yayınlanan ve kanalın Youtube sosyal medya hesabında yer alan; "Nar kabuğu özütü içeren pastil koronavirüsü yok ediyor" başlıklı haberde; *"Laboratuar ortamında yapılan araştırmalar sonucunda, nar kabuğu özütü içeren pastilin koronavirüsü yok ettiği ispatlandı. Pastilin 1 saatte virüs hücrelerini öldürdüğü, canlı hücrelere zarar vermediği gözlemlerndi. Covid hücresi ile birlikte hücrelerin üzerine konulduğunda, covid hücresini öldürdüğü ortaya konuluyor. Koronavirüse karşı yeni bir pastil geliştirildi. Nar kabuğu özütü içeren pastilin virüsü öldürdüğü belirlendi. İtalya'da klinik çalışma yapılmıştı ve insanlar üzerinde, covid pozitif hastalar üzerinde 3 gün kullanıldığında yüzde 91, covidi öldürmüştü bu hastalarda. Türkiye'nin önde gelen bilim kuruluşu tarafından, laboratuar ortamında yapılan araştırmalar sonucunda, nar kabuğu özütü içeren pastilin koronavirüsü yok ettiği ispatlandı. Pastilin 1 saatte Koronavirüs pozitif hücreleri öldürdüğü gözlemlendi. Bu süre içinde diğer canlı hücrelere hiç bir zarar gelmediği de ortaya çıktı. Aşı bir taraftan vücudumuzun genelinde bir koruyuculuk sağlarken, bu pastil de giriş kapısında bir engel oluşturarak destek olacaktır."* şeklindeki ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; inceleme konusu haber içeriğinin örtülü reklam niteliği taşımadığı değerlendirilmiş olup, anılan reklamların 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 62 nci maddesine **aykırı olmadığına** karar verilmiştir.

**FİNANSAL HİZMETLER**

**14)**

**Dosya No: 2020/275**

**Şikayet Edilen: Garanti Bankası A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Banka tarafından 15.12.2019 – 31.12.2019 tarihleri arasında düzenlenen 36737-İSTEGELSİN başlıklı kampanya

**Reklam Yayın Tarihi:** 15-31 Aralık 2019

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: Banka tarafından yapılan kampanya kapsamında; *"İstegelsin'de 30 TL indirim ve 30 TL bonus!...Nasıl kazanırım? İste Gelsin'de tek seferde 150 TL ve üzeri alışverişlerde 30 TL indirim ve 30 TL bonus kampanyası yapılacaktır...Teslimat sırasında net ödeme tutarı minumum 120 TL olan siparişler bonus kazanabilecektir...Bonus geçerlilik tarihi 5-15 Ocak 2020..İptal ve iade işlemlerinde bonus yüklemesi yapılmayacaktır..."* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, şikayet sahibi tüketicinin anılan kampanyadan yararlandığına ilişkin firma tarafından yapılan açıklamalar ve sunulan belgeler göz önüne alınarak herhangi bir aldatıcı/yanıltıcı ifadeye/uygulamaya yer verilmediği anlaşılmış, 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 **aykırılık olmadığına** karar verilmiştir.

**KOZMETİK VE TEMİZLİK ÜRÜNLERİ**

**15)**

**Dosya No: 2020/4570**

**Şikayet Edilen: Glohe Bitkisel Ürünler San. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.incia.com/ ve https://www.siveno.com/ adresli internet sayfalarında yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 11.01.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.incia.com/ ve https://www.siveno.com/ adresli internet sayfalarının 11.01.2021 tarihli görünümünde;

“Incia Alkollü Hijyenik El Temizleme Sıvısı” ürününe yönelik olarak yapılan tanıtımlarda “-“*Alkollü Hijyenik El Temizleme Sıvısı Çay Ağacı ve Lavanta kokularının mükemmel uyumu ile bir arınma imkanı sunar*." şeklinde;

“Incia Doğal Pratik Hijyen Sıvısı” ürününe yönelik olarak; “*Doğal içeriğiyle cildinizdeki zararlı maddeleri uzaklaştırır. Ürünün yüksek ph oranı sayesinde tüm yüzeylere dışarıdan gelen zararlı maddeleri uzaklaştırır. Bazı dezenfektanlarda kullanılan Triclosan gibi maddeler cildin doğal yapısını bozabilir. Bu maddeler durulanmasına rağmen cilt katmanında kalır ve cildin doğal katmanına zarar vererek dışarıdan gelebilecek tehditlere karşı cildi savunmasız hale getirir. INCIA Doğal Pratik Hijyen Sıvısı tamamen doğal sabun bazından elde edilmiştir*.” şeklinde;

“Siveno Çok Amaçlı Doğal Hijyen Sıvısı” ürününe yönelik olarak; “*Ürün Tanımı: Badem yağlı doğal sabun bazı, gliserin ve sirke içeriği sayesinde salgın ve mikrop tehdidi altında etkili temizlik ve hijyen sağlar. Çok Amaçlı Doğal Hijyenik Sıvı, kıyafet, araç içi, telefon ve küçük aletler gibi sıkça temas ettiğimiz yüzeylerde hijyen sağlamak amacı ile kullanılır. Doğaldır, kimyasal bir dezenfektan değildir.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; ürünlerin biyosidal ürün olmadığı halde tüketiciler nezdinde anlam karışıklığına yol açacak şekilde biyosidal ürün gibi tanıtıldığı, bu durumun tüketicileri yanıltıcı olduğu değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

Buna göre, reklam veren **Glohe Bitkisel Ürünler 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.

**16)**

**Dosya No: 2021/4317**

**Şikayet Edilen: Emin ÖNDER**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.instagram.com/benesoncom.tr/ adresli internet sayfasında yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 04.06.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.instagram.com/benesoncom.tr/ adresli BENESON hesap adlı internet sayfasının 04.06.2021 tarihli görünümünde; "Beneson" ürününe yönelik olarak; “*Benlerinizle vedalaşın. Beneson et beni ve leke benlerinin düşmesi için kullanılır. Sizde ağrısız,acısız ve dikişsiz %100 endemik bitki özlerinden çıkarılan Benesonla benlerinize veda edin. Benlerinizle vedalaşın. Beneson et beni ve leke benlerinin düşmesi için kullanılır. " "Özel BENESON özütü içeriğindeki doğal ve endemik bitkiler dışında hiçbir kimyasal kullanılmadan üretilmiştir.*” 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 ifadeler ile benesoncom.tr isimli hesap adının 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,

Ayrıca, söz konusu tanıtımlarda; *"Özel BENESON özütü içeriğindeki doğal ve endemik bitkiler dışında hiçbir kimyasal kullanılmadan üretilmiştir."* şeklindeki ifadelerin doğruluğunu ispatlayıcı bilgi ve belge gönderilmediğideğerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 üncü ve 10 uncu maddeleri,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

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

**17)**

**Dosya No: 2021/4321**

**Şikayet Edilen: Kerim TURKAYA**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.gittigidiyor.com adresli e-ticaret sitesinde eeroticashop mağaza adıyla yapılan ürün tanıtımları.

**Reklam Yayın Tarihi:** 10.05.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: www.gittigidiyor.com adresli e-ticaret internet sitesinde eeroticashop mağaza adıyla yapılan tanıtımların 10.05.2021 tarihli görünümünde, https://www.gittigidiyor.com/kozmetik-kisisel-bakim/penis-buyutucu-krem\_pdp\_651769330 adlı URL adresinde; "Penis Büyütücü krem" isimli ürünün tanıtımında "Büyütücü" 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 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, 5/1-d, 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 **Kerim TURKAYA** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**18)**

**Dosya No: 2021/4322**

**Şikayet Edilen: Zencefil Organik Kozmetik ve Gıda San. Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.gittigidiyor.com adresli e-ticaret sitesinde zencefil\_organik mağaza adıyla yapılan ürün tanıtımları.

**Reklam Yayın Tarihi:** 10.05.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: www.gittigidiyor.com adresli e-ticaret internet sitesinde zencefil\_organik mağaza adıyla yapılan tanıtımların 10.05.2021 tarihli görünümünde, https://www.gittigidiyor.com/kozmetik-kisisel-bakim/3-kutu-n8-xl-for-men-25-adet-stick-x-3-kutu-buyutucu-penis-bakim-kremi\_pdp\_658632482 adlı URL adresinde; 3 Kutu N8 XL For Men 25 Adet Stick x 3 Kutu Büyütücü Penis Bakım Kremi isimli ürünün tanıtımında "Büyütücü" 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 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, 5/1-d, 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 **Zencefil Organik Kozmetik ve Gıda San. 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: 2021/4323**

**Şikayet Edilen: Tolga DÜNDAR-Dündar Ticaret**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.gittigidiyor.com adresli e-ticaret sitesinde totolgadundarmağaza adıyla yapılan ürün tanıtımları.

**Reklam Yayın Tarihi:** 10.05.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: www.gittigidiyor.com adresli e-ticaret internet sitesinde totolgadundar mağaza adıyla yapılan tanıtımların 10.05.2021 tarihli görünümünde, https://www.gittigidiyor.com/kozmetik-kisisel-bakim/viagel-silver-penis-sertlestirici-ve-buyutucu-krem-joy-long-geciktirici-sprey-seal-geciktiric-sprey\_pdp\_572740166 URL adresinde; Viagel Silver Penis Sertleştirici ve Büyütücü Krem+Joy Long Geciktirici Sprey+Seal Geciktirici Sprey isimli ürün tanıtımlarında "Sertleştiriçi, büyütücü, geciktirici." 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 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, 5/1-d, 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 **Tolga DÜNDAR-Dündar Ticaret** hakkında 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**20)**

**Dosya No: 2021/4324**

**Şikayet Edilen: İşkodra İlaç Pazarlama ve Satış Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.gittigidiyor.com adresli e-ticaret sitesinde sosmedikal adıyla yapılan ürün tanıtımları.

**Reklam Yayın Tarihi:** 10.05.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: www.gittigidiyor.com adresli e-ticaret internet sitesinde sosmedikal mağaza adıyla yapılan tanıtımların 10.05.2021 tarihli görünümünde, https://www.gittigidiyor.com/kozmetik-kisisel-bakim/ithal-power-up-penis-pompasi-viagel-buyutucu-krem-129-tl\_pdp\_522689067 adlı URL adresinde; İthal Power Up Penis Pompası +Viagel Büyütücü Krem isimli ürünün tanıtımda "Büyütücü" 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 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, 5/1-d, 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 **İşkodra İlaç Pazarlama ve Satış Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**21)**

**Dosya No: 2021/4325**

**Şikayet Edilen: Samioğlu Tarım Ürünleri Emlak Hay. Gıda Et ve Süt Ürün. İm. Taş. İth. İhr. San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.gittigidiyor.com adresli e-ticaret sitesinde samioglunaturel adıyla yapılan ürün tanıtımları.

**Reklam Yayın Tarihi:** 10.05.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: www.gittigidiyor.com adresli e-ticaret internet sitesinde samioglunaturel mağaza adıyla yapılan tanıtımların 10.05.2021 tarihli görünümünde, https://www.gittigidiyor.com/kozmetik-kisisel-bakim/erkeklere-ozel-orjinal-penis-bakim-kremi-penis-buyutucu-jel-krem\_pdp\_576384851 adlı URL adresinde; Erkeklere Özel Orjinal Penis Bakım Kremi Penis Büyütücü jel Krem isimli ürünün Büyütücü. şeklinde, https://www.gittigidiyor.com/kozmetik-kisisel-bakim/cilek-aromali-kayganlastici-krem-jel-100ml-geciktirici-sprey-joy-sprey-penis-buyutucu-krem-jel\_pdp\_592769411 adlı URL adresinde; Çilek Aromalı Kayganlaştırıcı Krem Jel 100mL + Geciktirici Sprey Joy Sprey + Penis Büyütücü Krem jel isimli ürünün “Geciktirici, büyütücü.” 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 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, 5/1-d, 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 **Samioğlu Tarım Ürünleri Emlak Hay. Gıda Et ve Süt Ürün. İm. Taş. İth. İhr. San. ve Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**22)**

**Dosya No: 2021/4326**

**Şikayet Edilen: Savaş SOLAK**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.gittigidiyor.com adresli e-ticaret sitesinde lezzetsofrasi adıyla yapılan ürün tanıtımları.

**Reklam Yayın Tarihi:** 10.05.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: www.gittigidiyor.com adresli e-ticaret internet sitesinde lezzetsofrasi mağaza adıyla yapılan tanıtımların 10.05.2021 tarihli görünümünde,

https://www.gittigidiyor.com/kozmetik-kisisel-bakim/viagel-silver-penis-sertlestirici-ve-buyutucu-krem-joy-long-geciktirici-sprey-bear-geciktiric-spre\_pdp\_631298288 URL adresinde; Viagel Silver Penis Sertleştirici ve Büyütücü Krem+Joy Long Geciktirici Sprey+bear Geciktirici Sprey isimli ürünün "Sertleştirici ve Büyütücü, Geciktirici." şeklinde,

https://www.gittigidiyor.com/kozmetik-kisisel-bakim/viagel-silver-penis-sertlestirici-ve-buyutucu-krem-joy-long-geciktirici-sprey-seal-geciktiri-sprey\_pdp\_631298657 URL adresinde; Viagel Silver Penis Sertleştirici ve Büyütücü Krem + Joy Long Geciktirici Sprey +Seal Geciktirici Sprey isimli ürünün "Sertleştirici ve Büyütücü, Geciktirici." şeklinde,

https://www.gittigidiyor.com/kozmetik-kisisel-bakim/2-kutu-viagel-silver-penis-buyutucu-krem-50-ml-gizli-paket\_pdp\_631297869 URL adresinde; 2 Kutu Viagel Silver Penis Büyütücü Krem 50 ml isimli ürünün "Büyütücü."şeklinde,

https://www.gittigidiyor.com/kozmetik-kisisel-bakim/viagel-silver-penis-sertlestirici-ve-buyutucu-bakim-kremi-eagles-geciktirici-sprey-gizli-paketlem\_pdp\_631304465 URL adresinde; Viagel Silver Penis Sertleştirici ve Büyütücü Bakım Kremi +Eagles Geciktirici Sprey+Gizli Paketlem isimli ürünün "Sertleştirici, büyütücü, geciktirici." 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 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, 5/1-d, 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 **Savaş SOLAK** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**23)**

**Dosya No: 2021/2300**

**Şikayet Edilen: Bulut Medikal Elektronik Sistemler Tic. Ve San. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.gittigidiyor.com adresli internet sitesinde satışa sunulan “Niya Derme Gece Sivilce Kremi” isimli ürüne yönelik yayınlanan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 13.09.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet.

**Tespitler:** https://www.gittigidiyor.com/kozmetik-kisisel-bakim/niya-derme-gece-sivilce-kremi-20ml\_pdp\_679353104 URL adresinin 13.09.2021 tarihli görünümünde, anılan firma tarafından tanıtımı yapılan *“Niya Derme Gece Sivilce Kremi”* isimli kremin ürün isminde “Sivilce Kremi” ifadesine, bununla birlikte söz konusu tanıtımlarda *“Sivilcesiz düzgün bir cilt için… Sivilce sorunuz mu var? Ne yapsanız da bir türlü sivilcelerden kurtulamadınız mı? Sivilce, birçok gencin cilt sorunlarından biridir.  Sivilceler için piyasada birçok ürün vardır. Fakat sivilce sorununa kesin bir sonuç alamadıysanız bir de niya dermeyi kullanmanızı öneririz. Niya derme, içeriğindeki özel karışımlar sayesinde cildinizdeki sivilceleri kurutmaya ve çıkmasını engellemeye yardımcı olur...”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** https://www.gittigidiyor.com/kozmetik-kisisel-bakim/niya-derme-gece-sivilce-kremi-20ml\_pdp\_679353104 URL adresinin 13.09.2021 tarihli görünümünde, anılan firma tarafından tanıtımı yapılan *“Niya Derme Gece Sivilce Kremi”* isimli kremin ürün isminde *“Sivilce Kremi”* ifadesine, bununla birlikte söz konusu tanıtımlarda *“Sivilcesiz düzgün bir cilt için… Sivilce sorunuz mu var? Ne yapsanız da bir türlü sivilcelerden kurtulamadınız mı? ... Fakat sivilce sorununa kesin bir sonuç alamadıysanız bir de niya dermeyi kullanmanızı öneririz...”* 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;

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,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

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

**24)**

**Dosya No:** **2021/1800**

**Şikayet Edilen: Sahra Rent A Car Tur. İnş. San. Tic. Ltd. Şti.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 25.08.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: https://www.instagram.com/mydermacosmetics/?hl=tr adresli internet sitesinde “Kök Hücre Serum” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; “*28 günde leke tedavisi. Kalıcı onarım. 28 günde çil ve leke tedavisi. Göz kapağı düşüklüğü, kaz ayakları, gözaltı morluk ve torba. Çizgileri giderir. Morlukları giderir.”* ifadelerine yer verildiğitespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, https://www.instagram.com/mydermacosmetics/?hl=tr adresli internet sitesinde “Kök Hücre Serum” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda tedaviye yönelik ve endikasyon belirten ifadelere yer verildiği, bu ifadelerin de ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği,

Bununla birliktehttps://www.instagram.com/mydermacosmetics/?hl=tr adresli internet sitesinde hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 ve 10 uncu maddeleri,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

Buna göre, reklam veren **Sahra Rent A Car Tur. İnş. San. 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.

**25)**

**Dosya No: 2020/4815**

**Şikayet Edilen:** **Erc Bitkisel Kozmetik Laboratuvarları Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.instagram.com/hccare/ adresli internet sitesinde yer alan “HC Complex Bitkisel Bakım Kompleksi” isimli kozmetik ürün tanıtımları

**Reklam Yayın Tarihi:** 12.07.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.instagram.com/hccare/ adresli internet sitesinin 12.07.2021 tarihli görünümünde; *“HC Complex, saçların uzama evresi olan anajende, saç köklerini diğer bakım ürünlerinde bulunmayan birçok bitki özü, vitamin, protein, mineral ve amino asitler gibi doğru bileşenler yardımıyla besler. Saça uygulandığı süre boyunca derideki kan dolaşımını hızlandırır ve düzenli bir kullanım sonucunda saçların normalden birkaç kat daha hızlı uzamasını sağlar.(…)Tüm bilinen etkilerinin dışında HC Complex, 12 yıldır saç uzama hızına etkisi bilinen ilk ve tek patentli üründür.”* ve *“Dünyanın ilk ve tek saç uzatıcı, %100 bitkisel bakım ürünü.”* şeklinde, 10.09.2021 tarihli görünümünde; *“Kellikten buralara nasıl geldiğimi hep söyledim ama bu defa gerçekten ırsi kelliğe de çözüm bulunmuş sayemde. Abla merhaba, ben kanser hastasıydım eşim kel çok şükür bir seneyi bitirdik söylediğin ürünü kullandık benim saçların fışkırdı(…)Saçlarım yumuşadı ve eski dökülen saçların yerine yenileri çıktı teşekkür ederim böyle bir ürünü bizlere sunduğunuz için(…)Saçları deli gibi uzatan geçen sene herkese aldırdığım o yağ bu yağ(…)”*şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Diğer taraftan, inceleme konusu internet sitesinin 12.07.2021 tarihli görünümünde yer alan *“Tüm bilinen etkilerinin dışında HC Complex, 12 yıldır saç uzama hızına etkisi bilinen ilk ve tek patentli üründür.”* ve *“Dünyanın ilk ve tek saç uzatıcı, %100 bitkisel bakım ürünü.”* 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, 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 **Erc Bitkisel Kozmetik Laboratuvarları Ticaret Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca, **114.326 TL (Yüzondörtbinüçyüzyirmialtı Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**26)**

**Dosya No: 2021/3744**

**Şikayet Edilen:** **Prs Kozmetik Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Procsin” markalı kozmetik ürün tanıtımları.

**Reklam Yayın Tarihi:** 09.08.2021, 20.08.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, broşür

**Tespitler:** “Boom Butter Best Organic Oil’s Mixed 7 Yağ İçeren Saç Boom Butterı” isimli ürüne ilişkin olarak,firmaya ait broşürde; *“-Hızlı ve sağlıklı uzama -Kepek giderici -Dökülme karşıtı -Kaşıntı önleyici(…)Saç sorunları için (dökülme, kepeklenme- kaşıntı, yavaş uzama vb. gibi) dünyada en çok kullanılan 7 yağ, vitamin ve proteinlerin 12 saniyede saça etki edip onarıma başlamasına boomlamak denir. (…)kaşların daha gür çıkmasını, kirpiklerinizin uzamasını ve yeni kaş-kirpik oluşumunu destekler.(…)saç dökülmesini minimalize eder. Ölü hücrelerin temizlenmesini sağlayarak kepek probleminin önünde geçer. Tüm saç sorunları için 12 saniyede saçlarını boomla! Doğum sonrası saçlarım çok dökülmeye başlamıştı. 12 Haziran-22 Temmuz kadar kısa sürede saç dökülmem ciddi derecede azaldı. Saçlarım küsmüştü uzamıyordu, harika bir hızla uzadı. (…)Sevgili proscin seyrekleşen saçlarım için Boom butter saç ve doğal yağlarınızı kullandım.(…)seyrekliğini de azalttı teşekkür ederim.(…)Saçlarımın kısa sürede gürleşmesi ve uzamasını Boom Butter Saç’a borçluyum. (…)Türkiye’nin ilk ve tek boom butterı(…)Saç sorunları için dünyada en çok tercih edilen 7 doğal yağ, vitamin ve protein ile formüle edilmiştir.”* şeklinde, www.proscin.com adresli internet sitesinin 09.08.2021 tarihli görünümünde; *“Boom Butter Saç’ın Faydaları Nelerdir?(…)Saç dokusunu kökten uca besleyerek kırılma ve dökülme problemlerinde çözüm sağlar.(…)Saç derisine vermiş olduğu destekle kepek probleminin önüne geçer.(…)2021 yılının en iyi saç bakım ürünü(…)Watsons Güzellik ve Kişisel Bakım Ödülleri”* şeklinde,

“Boom Butter Best Organic Oil’s Mixed Saç Bakım Şampuanı” isimli ürüne ilişkin olarak, firmaya ait broşürlerde; *“Boom butter şampuan hangi sorunlarda kullanılır?-Kepek(…)-Saç dökülmesi –Yavaş saç gelişimi(yavaş uzama)(…)Saç dibi kaşıntı atakları(…)-Saç Derisi Kabuklanma(…)-Saç dibi sivilce(…)Saçlarım kansızlıktan ve tiroitten kaynaklı çok cansız ve çok dökülür. 2 yıkamadan sonra saçlarımda gözle görülür şekilde dökülmenin azaldığını fark ettim(…)Ürün harika saç dökülmelerim durdu(…)”* şeklinde,

“Boom Butter Best Organic Oil’s Mixed Boom Butter Cilt” isimli ürüne ilişkin olarak, firmaya ait broşürde; *“Öne çıkan kullanım alanları –Leke(…)-Çatlak(…)-Selülit(…)Dünyada TÜM CİLT SORUNLARINDA en çok kullanılan 7 doğal yağın, vitamin ve proteinlerin 12 saniyede cilde etki edip onarıma başlamasına cildi boomlamak denir. (…)Boom butter hangi cilt sorunlarında kullanılır?(…)-Sivilce izleri(…)-İltihaplı sivilce lekeleri(…)-Yanık izi(…)-Gül hastalığı(…)-Doğum çatlakları(…)Türkiyenin ilk ve tek cilt Boom Butterı.(…) Saç sorunları için dünyada en çok tercih edilen 7 doğal yağ, vitamin ve protein ile formüle edilmiştir”* şeklinde,www.proscin.com adresli internet sitesinin 09.08.2021 tarihli görünümünde; *“Hindistan cevizi yağı(…)Vücuda mikropların yaklaşmasını ve yerleşmesini engeller. (…)Eğer gebelik döneminde hindistan cevizi yağı kullanılırsa, hamilelik sonrası ortaya çıkacak olan gebelik çatlakları ortadan kalkabilir.(…)Vücutta tahriş olmuş bölgelerin tedavisini sağlar..(…)Boom Butter Cilt Hangi Sorunlarda Kullanılır. Sivilce İzleri(…) Sedef, Cilt Yanığı, Selülit, Zona, Kaşıntılı Sivilce”* şeklinde,

“Aloe Vera Jel” isimli ürüne ilişkin olarak, firmaya ait broşürde; *“(…)Yanık ve yaralanmalarda onarıcı destek verir.(…)Aloe vera Jel hangi sorunlarda kullanılır? (…)-Akne-Leke-(…)-Yağ bezeleri(…)-Uçuk-Pişik(…)antioksidan etkisi ile cildin temizlenmesine yardımcı olurken(…)”* şeklinde, www.proscin.com adresli internet sitesinin 20.08.2021 tarihli görünümünde; “*Aloevera, yapısı itibariyle cilt yanıklarında, böcek ısırıklarında, sivilce ve uçuklarda, ağız yaralarında ve cilt lekelerinde etkili bir desteğe sahiptir.(…)Propolisin Cilt İçin Önemi Nedir?* *Propolis kimi durumlarda cilde yansıyan mantarları tedavi etmek için oldukça etkilidir*. *Uçuklara neden olan virüs Herpes virüsüdür. Propolis bu virüs ile savaşarak uçukları kısa sürede yatıştırmada etkilidir.* *Propolisten elde edilen yağ ile cilt bakımı yaptığınızda lekeli olan bölgede ölü hücreler temizlenecek ve yeni hücre oluşumu başlayacaktır.* *Antioksidan etkisi ile cildin temizlenmesine yardımcı olurken, yağlanma ve siyah noktaların azalmasına destek verir.(…)* *Aloevera Jel Hangi Sorunlarda Kullanılır?(…)Saç Egzaması, Ameliyat İzi, Dikiş İzi, Diyabet Yaraları”* şeklinde,

“Boom Butter Best Organic Oil’s Mixed Saç Peelingi” isimli ürüne ilişkin olarak*,* firmaya ait broşürde; *“Öne çıkan özellikler –Hızlı uzama –Kepek giderici(…) -Kaşıntı önleyici”* şeklinde, www.proscin.com adresli internet sitesinin 20.08.2021 tarihli görünümünde; *“saç uzama problemleri, yağlanma, kepek, saç dökülmesi, saç derisi hassasiyeti gibi problemlerin gelişimi ve var olanların kontrol altına alınmasına yardımcı olur.”* Şeklinde,

“OShea Jel” isimli ürüne ilişkin olarak, firmaya ait broşürde; *“Selülit ve Çatlak Jeli(…)Hangi sorunlarda kullanılır?(…)-Cilt çatlağı- Selülit(…)”* şeklinde, www.proscin.com adresli internet sitesinin 20.08.2021 tarihli görünümünde; “*Shea Butter(…) Kaşıntılı ve döküntülü deride rahatlama sağlar(…)Oshea Jelin Cilde Etkileri (…) ciltte meydana gelen çatlak ve selülit sorunlarının giderilmesine zemin hazırlar.”* şeklinde,

“BB Oil” isimli ürüne ilişkin olarak, firmaya ait broşür ile www.proscin.com adresli internet sitesinin 20.08.2021 tarihli görünümünde; *“Türkiye’nin ilk ve tek BB Oil’i”* şeklinde,

“Çay Ağacı Serisi” isimli ürünlere ilişkin olarak, firmaya ait broşürde; *“(…)akne ve siyah noktaların giderilmesinde etkilidir.*” şeklinde, www.proscin.com adresli internet sitesinin 20.08.2021 tarihli görünümünde; *“Çay Ağacı Kremi Hangi Sorunlarda Kullanılır?-Akne*(…)*-İltihaplı Sivilce(…)-Deri Altı Sivilceleri”* şeklinde,

“Clinoil Serisi” isimli ürünlere ilişkin olarak, firmaya ait broşürde; *“Cilt Lekesi. (…)cilt lekelerini giderici ve cildi onarıcı- nemlendirici yönüyle öne çıkan(…)Ciltte çatlakların oluşmasını engeller ve var olanların azaltılmasına yardımcı olur.(…)ciltte bulunan lekeleri giderir.”* şeklinde, www.proscin.com adresli internet sitesinin 20.08.2021 tarihli görünümünde; *“Rocsın Clınoil Yüz Temizleme Jeli Hangi Sorunlarda Kullanılır? Akne, Cilt Lekeleri(…)Gül Hastalığı”* şeklinde,

“Sülfür Maskesi” isimli ürüne ilişkin olarak, firmaya ait broşürde; *“(…)sülfürün anti-enflamatuar ve anti-bakteriyel özelliği sayesinde akne için önemli bir içerik olmasını sağlar.”* şeklinde, www.proscin.com adresli internet sitesinin 20.08.2021 tarihli görünümünde; *“Kükürt(…)Cilt ile ilgili sorunları tedavi etmek için cilt yüzeyine uygulamak suretiyle yaygın olarak kullanılır. Deri hastalıklarının tedavisinde yarattığı mucize, eski Yunan ve Mısır tarih almanaklarında sıkça yer almıştır.”* şeklinde,

“Black Mask” isimli ürüne ilişkin olarak, firmaya ait broşürde; *“Türkiye’nin huş ağacı aktif karbonu içeren ilk ve tek maskesi”* şeklinde,

“Ağız bakım Yağı Oil Pulling” isimli ürüne ilişkin olarak, firmaya ait broşürde; *“diş ipi ve diş fırçasının giremediği noktaları bakterilerden arındıran Proscin Oil Pulling(…)diş eti kanamalarının azaltılmasına yardımcı olur ve diş çürüklerini giderici etkiye sahiptir.”* şeklinde, www.proscin.com adresli internet sitesinin 09.08.2021 tarihli görünümünde; *“Yağ Çekme Faydaları. Diş çürüklerinin tedavi sürecine destek verir.(…)Dişlerimizdeki çürükler, diş eti kanamaları, tartarlar ve diş beyazlatma gibi sorunlarda destek görevi üstlenir.(…)Ozon yağı diş ve diş eti problemleri ile uçuk sorununda kullanılan ürünlere yardımcı olan bir bakım yağıdır.(…)Oil Pullıng Hangi Sorunlarda Kullanılır? (…)Diş Eti İltihabı. Aft(…)Diş Eti Kanamaları”* şeklinde,

“BB Oil” isimli ürüne ilişkin olarak www.proscin.com adresli internet sitesinin 09.08.2021 tarihli görünümünde; *“Türkiye’nin ilk ve tek BB Oil’i”* şeklinde,

“Black Mask” isimli ürüne ilişkin olarak firmaya ait broşürde*;“Türkiye’nin huş ağacı aktif karbonu içeren ilk ve tek maskesi”* şeklinde ifadeler ile birlikte,

Firmaya ait broşürde *“2014 yılında Nielsen raporlarına göre 30 yabancı kökenli şirket arasına girmiş tek Türk firmasıdır. Türkiye’nin ilk aktif karbonlu diş macunu, siyah maske, siyah şampuan üreticisidir. Bugün itibariyle hala Türkiye’de muadili olmayan 12 ürünün patent sahibidir. Perakende mağazalarında (ürünün bulunduğu) Güneş kreminde pazarın %22’si ile birincidir (2019-2020). Boom Butter Serisi ile hem marka hem de özel formül koruma patenti hakkını elde etmiştir.”* 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 dolayısıyla her koşulda, söz konusu ürün ile ilgili olarak yapılan bu nitelikteki tanıtımların mevcut mevzuata aykırılık teşkil ettiği,

Bununla birlikte, inceleme konusu tanıtımlarda yer alan “Boom Butter Best Organic Oil’s Mixed 7 Yağ İçeren Saç Boom Butterı” isimli ürüne ilişkin olarak;*“(…) 12 saniyede saça etki edip onarıma başlamasına boomlamak denir. (…)Saç sorunları için dünyada en çok tercih edilen 7 doğal yağ, vitamin ve protein ile formüle edilmiştir.”*,

“Boom Butter Best Organic Oil’s Mixed Boom Butter Cilt” isimli ürüne ilişkin olarak; *“Dünyada TÜM CİLT SORUNLARINDA en çok kullanılan 7 doğal yağın, vitamin ve proteinlerin 12 saniyede cilde etki edip onarıma başlamasına cildi boomlamak denir. (…)”*,

“BB Oil” isimli ürüne ilişkin olarak; *“Türkiye’nin ilk ve tek BB Oil’i”*,

“Black Mask” isimli ürüne ilişkin olarak, *“Türkiye’nin huş ağacı aktif karbonu içeren ilk ve tek maskesi”* ifadeleri ile birlikte,

Firmaya ait broşürde yer alan *“2014 yılında Nielsen raporlarına göre 30 yabancı kökenli şirket arasına girmiş tek Türk firmasıdır. Türkiye’nin ilk aktif karbonlu diş macunu, siyah maske, siyah şampuan üreticisidir. Bugün itibariyle hala Türkiye’de muadili olmayan 12 ürünün patent sahibidir. Perakende mağazalarında (ürünün bulunduğu) Güneş kreminde pazarın %22’si ile birincidir (2019-2020). Boom Butter Serisi ile hem marka hem de özel formül koruma patenti hakkını elde etmiştir.”* ifadelerinin Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin “İspat külfeti” başlıklı 9 uncu maddesinde yer alan esaslar çerçevesinde 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 **Prs Kozmetik Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca, **114.326 TL (Yüzondörtbinüçyüzyirmialtı Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**27)**

**Dosya No: 2021/3798**

**Şikayet Edilen:** **Eruslu Sağlık Ürünleri Sanayi ve Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Sleepy Natural Ultra Hassas Cırtlı Bez” isimli ürün tanıtımları

**Reklam Yayın Tarihi:** 05.08.2021, 18.08.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, ambalaj

**Tespitler:** “Sleepy Natural Ultra Hassas Cırtlı Bez” isimli ürün ambalajında; *“Dünyada ilk ve tek 3ü bir arada. Saf Su. Doğal Bambu. Organik Pamuk.”*, *“Saf. Saf su ile dokunmuş yumuşacık dış yüzey”*, *“Doğal. Doğal bambu özlü gelişmiş emici bölge.”* ve *“Bambu. Kuruluğu arttıran organik pamuk lifleri”* ifadelerine yer verildiği,

https://www.youtube.com/channel/UC0DS36AigmMAwiUzyB5WxBA adresli internet sayfasının 18.08.2021 tarihli görünümünde yer alan “Sleepy” isimli Youtube kanalında yayınlanan;

“Bergüzar Korel’in bebek bezi tercihi Sleepy Natural” başlıklı videoda; *“(…)İlk hamilelik ve annelik sürecinde yaşanan sıkıntılar çok doğal. Ama ikincisinde daha bilinçli ve hazır oluyorsun. Ben de her konuda hazırım. Bebek bezine kadar… Şimdi hayatımızda Sleepy Natural var. İçim çok rahat. Saf suyla gelen yumuşaklık. Doğal bambu özlü emicilik. Ve kuruluğu arttıran organik pamuk lifleri. Dünyada eşi benzeri yok. Tıpkı annelik duygusu gibi.”* şeklinde,

“Dünya’da İlk ve Tek 3’ü Bir Arada Yeni Sleepy Natural Cırtlı Bez!” başlıklı videoda; *“Kuzucuk oldu tertemiz. Pamuk gibi tenimiz. Özenle sarar bezimiz. Öper koklar annemiz. Bebekler öyle bir saf güzellik ki…Türkiye’nin dış yüzeyi saf su ile dokunmuş ilk bebek bezini üreten Sleepy şimdi de dünyada bir ilki gerçekleştirdi. Saf su ile dokunmuş saf bir yumuşaklık. Doğal bambu özüyle doğal bir emicilik. Organik pamuk lifleriyle organik bir kuruluk. Anne kuzucukları için üçü bir arada. Saf, doğal organik içeriğiyle yeni Sleepy Natural.”* şeklinde,

https://www.instagram.com/sleepybebeklerkulubu/ adresli internet sitesinin 05.08.2021 tarihli görünümünde; *“Dünya’da ilk ve tek 3’ü bir arada saf su, doğal bambu, organik pamuk içeriğine sahip bebek bezi”,* *“Saf, doğal ve organik içerikleriyle; bir tarafta ilk göz ağrımız Sleepy Natural, diğer tarafta yeni günlük aktivite bezimiz Sleepy Extra. İkisinin de yeri bizde ayrı. Peki sizin tercihiniz hangisi?”* şeklinde ifadelere,

https://www.instagram.com/p/CQROVIvFdnO/ adresli internet sayfasının 05.08.2021 tarihli görünümünde yer alan videoda; *“Bebek bezinde yapılmış olanları taklit etmek çok kolay. Biz kolayı seçmedik. Saf, doğal ve organik içerikleri bebek bezine uygulayarak Dünya’da ilkleri gerçekleştirdik. Doğal içeriklerimizle örnek olmaktan gurur duyuyoruz. Herkes biliyor ki saf ve doğal içeriklerin öncüsü Sleepy hep daha iyisi.”* şeklinde ifadeleri ile birlikte *“Saf su”*, *“Doğal Bambu”* ve *“Organik Pamuk”* ibarelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu tanıtımlarda yer alan ifade ve görüntüler ile “Sleepy Natural Ultra Hassas Cırtlı Bez” isimli ürünün tamamının saf, doğal ve organik olduğu algısı yaratılmadığının değerlendirildiği, diğer taraftan anılan ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen *“Dünyada ilk ve tek 3ü bir arada. Saf Su. Doğal Bambu. Organik Pamuk.”*, *“Saf. Saf su ile dokunmuş yumuşacık dış yüzey”*, *“Doğal. Doğal bambu özlü gelişmiş emici bölge.”* ve *“Organik. Kuruluğu arttıran organik pamuk lifleri”* iddialarının ispatlandığı, dolayısıyla söz konusu reklamlarda Reklam Mevzuatı hükümlerine aykırı bir unsura rastlanmadığından, anılan reklamların 6502 sayılı Kanun'un 61 inci maddesine **aykırı olmadığına** karar verilmiştir.

**28)**

**Dosya No: 2021/3845**

**Şikayet Edilen:** **Vedat NERGİZ**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://vdncosmetic.com/ ve www.instagram.com/vdncosmetic/ adresli internet sitelerinde yer alan ve www.trendyol.com adresli internet sitesinde “Vdncosmetic” mağaza adı ile satışa sunulan muhtelif kozmetik ürün tanıtımları.

**Reklam Yayın Tarihi:** 04.09.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.instagram.com/vdncosmetic/ adresli internet sitesinin 04.09.2021 tarihli görünümünde yer alan “Siayzu Yaşlanma Karşıtı Onarıcı Bakım Kremi” isimli ürün tanıtımlarında; *“Deniz Yosunu ve Collagen birleşimi ile özel olarak hazırlanmış̧ olan Yaşlanma Karşıtı Bakım ve Onarıcı Krem ile tüm kırışıklıklarınızdan kurtulmak için hemen sipariş̧ oluşturun.”* şeklinde,

“Senana Aloe Vera Özlü̈ Sivilce Karşıtı Jel Krem” isimli ürün tanıtımlarında; *“İçerisindeki aleo vera özü sayesinde yüzde oluşan sivilceleri iz bırakmadan yok edip cildi pürüzsüzleştirir. Düzenli kullanımda akne lekelerini gidererek aleo vera özü sayesinde yüzün yapısını yenileyerek canlılığını tekrar kazandırır. Hücre yenileyici özelliği sayesinde yaralarınızdan iz kalmadan kurtulmanıza yardımcı olur.(…) #sivilcetedavisi”* şeklinde,

“Siayzu Leke Karşıtı Beyazlatıcı Serum” isimli ürün tanıtımlarında; *“(…)tüm cilt lekelerinizden kurtulma vakti.”* şeklinde,

“Leke Karşıtı ve Beyazlatıcı Serum” ve “Siayzu Sivilce Karşıtı Yüz Yıkama Jeli” isimli ürün tanıtımlarında; *“Muhteşem iki ürün sayesinde yüzünüzde bulunan sivilcelerden iz kalmadan kurtulabilirsiniz.#sivilcekremi #lekekremi.”* şeklinde,

“Siayzu Kil Maskesi” isimli ürün tanıtımlarında; *“Yüzünüzde bulunan siyah nokta, sivilce ve sivilce izlerinden kurtulma vakti.(…)Sivilce ve lekeler için önerebileceğim 10 numara bir ürün ben çok memnunum.”* şeklinde ifadeler ile birlikte hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülerine yer verildiği,

https://vdncosmetic.com/ adresli internet sitesinin 04.09.2021 tarihli görünümü ile https://www.trendyol.com/siayzu/sivilce-ve-leke-karsiti-yuz-temizleme-jeli-p-129434312 adresli internet sitesinin 09.09.2021 tarihli görünümünde yer alan “Siayzu Sivilce Karşıtı Yüz Yıkama Jeli” isimli ürün tanıtımlarında; *“İçerdigi adlay özünün antitoksin özelliği sayesinde yüzde oluşan sivilceleri leke oluşumunu önleyerek yok 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 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, 571-ğ, 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 **Vedat NERGİZ** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**29)**

**Dosya No: 2021/3851**

**Şikayet Edilen: Yasin Karabatak Fango Giyim ve Kozmetik**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://haironplus.com.tr adresli internet sitesinde yer alan “Hairon Plus Saç Serumu” isimli ürün tanıtımları.

**Reklam Yayın Tarihi:** 24.08.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://haironplus.com.tr adresli internet sitesinin 24.08.2021 tarihli görünümünde yer alan “Hairon Plus Mavi Saç Serumu” ve “Hairon Plus Sarı Saç Serumu” isimli ürün tanıtımlarında; *“(…)Yıpranmış ve dökülme evresine girmiş saç köklerini beslemeye yardımcı olur. Saç köklerinin ihtiyacı olan vitamin desteğini sağlayarak yeni saç oluşumunu destekler.(…) Dökülme Evresine Girmiş Saç Köklerini Besler. İlk 60 günlük düzenli kullanımın ardından saç kaybının yoğun olduğu bölgelerde saç kökleriniz yeniden beslenmeye başlar. Özellikle bu problemli bölgelerdeki saç köklerinizin tekrar sağlıklı hale gelir. Yeniden Saç Oluşumunu Destekler. Açılma / seyrelme yaşanan bölgelerde saç köklerindeki anagenler yeni saç kökü oluşturmakta zorlanır. Hairon Plus serum bu köklerde yeni anagen oluşmasını destekler. Bu yeni anagenler zamanla tekrar sağlıklı saç kökleri üretmeye başlar.(…) Hairon Plus Serum düzenli ve kullanım talimatlarına uygun olarak kullanıldığı takdirde dökülmeden kaynaklı açılma ve seyrekleşme yaşanan bölgelerde yeni saç teli oluşturamayan saç köklerini uyararır. Bu köklerde yeni anagen oluşmasını sağlar. İlerleyen süreçte, köklerde oluşan yeni anagenler hızlı şekilde beslenmeye devam eder. Yeni saç oluşumunu destekler. Aynı zamanda mevcut saç köklerini besleyerek erkek tipi saç dökülmelerini %90 oranında azaltır. Dökülme evresine girmiş saç tellerini ise normal süreçten daha hızlı dökülmesini ve bu köklerden yeni sağlıklı saç telleri oluşmasını destekleyerek, dökülme evresi yaşayan bölgelerde saç yenilenmesi sağlar.(…) Kimler Kullanmalı? 20 Yaş Üstü Saç Dökülme Sorunu Yaşayanlar. Dökülmeden Kaynaklı Açılma / Seyrelme Sorunu Yaşayanlar. Dökülmeden Kaynaklı Kelleşme Sorunu Yaşayanlar. Saç Ekimi Sonrası İstenilen Sonucu Alamayanlar(…)Hormonal Dengesizlik Nedeniyle Saç Kaybı Yaşayanlar(…)%100 etkili”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, Kozmetik Mevzuatına tabi bulunan tüm kozmetik ürünlerin, insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve etkileri geçici olan ürünler olması gerektiği; bu bağlamda inceleme konusu tanıtımlarda yer alan tedaviye yönelik ve endikasyon belirten ifadelerin ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği; ayrıca şayet anılan ürünler söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “kozmetik ürün” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilmesi gereken ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuata uygun olmadığı dolayısıyla her koşulda, söz konusu ürün ile ilgili olarak yapılan bu nitelikteki tanıtımların mevcut mevzuata aykırılık teşkil ettiği, bununla birlikte inceleme konusu tanıtımlarda yer alan *“%100 Etkili”* iddiasının 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 **Yasin Karabatak Fango Giyim ve Kozmetik** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**30)**

**Dosya No: 2021/3858**

**Seba Kimya Sanayi ve Ticaret A.Ş.** unvanlı firmaya ait “Sır Püskürt Sil Hijyen Spreyi” isimli ürün tanıtımlarına ilişkin dosya hakkında yapılan görüşmeler neticesinde, konu ile ilgili olarak ilave araştırma yapılması istemiyle, görüşme ve değerlendirmelerin **ertelenmesine** karar verilmiştir.

**SAĞLIK**

**31)**

**Dosya No: 2021/1947**

**Şikayet Edilen: Op. Dr. Hasan PINAR**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde yer alan ‘tupmideantalya’ kullanıcı isimli sayfasında yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 29.06.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde yer alan ‘tupmideantalya’ kullanıcı isimli sayfanın 29.06.2021 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; "*Doktorumuz @op.dr.hasanpinar\_\_obezite ve Ameliyathane hemşiremiz @eseses\_esin tarafından başarılı bir şekilde gerçekleştirildi. 5 hastamıza da "TÜPMİDE" cerrahisi (30 dakika) gerçekleştirdik. Hastalarımızı 3 saat dinlendirdik ve sonra yürüyüşlerine başladılar. (...) Sevgili hastamızın sağlıklı değişimi gelmeye devam ediyor. (-90) (...) Hastalarımız ideal kilosuna ulaştıktan sonra sabit ideal kilosunda sağlıklı bir şekilde devam edecektir. Bu konudaki önem---> güvenli cerrahi doğru teknik tecrübeli ekip ve hasta hekim uyumu"* şeklinde ifadeler ile hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere 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 şahsın faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı, talep yaratıcı nitelikte olduğu ve şahsına 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 **Op. Dr. Hasan PINAR** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**32)**

**Dosya No: 2021/3753**

**Şikayet Edilen: Cihan KAYA-Sandra Güzellik Salonu**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde ‘sandrakirklareli’ kullanıcı sayfasında yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 29.06.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait ‘sandrakirklareli’ kullanıcı isimli sayfanın 29.06.2021 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; “*İstenmeyen tüylerinizden buz lazer epilasyon işlemi ile ağrı ve acı olmadan kurtulabilirsiniz”* şeklinde ifadeler ile kuruluşta sunulan hizmetler arasında “Lazer Epilasyon” gibi tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara; ayrıca, uygulama öncesi ve sonrasına ait görüntülere yer verildiği,

Diğer taraftan; inceleme konusu tanıtımlarda kuruluşun isminin “Sandra 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 ‘sandrakirklareli’ kullanıcı isimli sayfanın 29.06.2021 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; “*İstenmeyen tüylerinizden buz lazer epilasyon işlemi ile ağrı ve acı olmadan kurtulabilirsiniz”* şeklinde ifadeler ile kuruluşta sunulan hizmetler arasında “Lazer Epilasyon” gibi güzellik salonlarında uygulanması mevzuat gereği yasak olan ve tabip tarafından uygulanması gerektiğinden tanıtımının yapılmasına da izin verilmeyen tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara; ayrıca, uygulama öncesi ve sonrasına ait görüntülere yer verildiği,

Diğer taraftan, inceleme konusu tanıtımlarda; kuruluşun isminin “Sandra Güzellik Merkezi” olarak nitelendirildiği ancak, kuruluşun bir “güzellik salonu” olarak faaliyet göstermesi sebebiyle söz konusu tanıtımlarda kuruluşun türünün açıkça belirtilmemesi suretiyle tüketicilerin yanıltıldığı,

15.02.2008 tarih ve 26788 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin 39 uncu maddesi ile Güzellik ve Estetik Amaçlı Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin yürürlükten kaldırıldığı ve aynı Yönetmeliğin Geçici 5 inci maddesi ile de güzellik salonlarının sağlık kuruluşu statüsünden çıkarıldığı;

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

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

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

Bu bağlamda; inceleme konusu tanıtımlarda, tabipler tarafından uygulanması gereken ve güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen çeşitli tıbbi tedavi yöntemlerinin isimlerini sayarak bu alanda hizmet verildiği ve sağlık alanında faaliyet gösterildiği yönünde izlenim uyandırıldığı; 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 Yönetmelik’in Geçici 5 inci maddesi,

- İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğin Ek-1 Kısım “J-(Ek: 29.06.2010 – 2010/671 K.) Güzellik Salonları” başlıklı bölümünün 16 ncı maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre, reklam veren **Cihan KAYA-Sandra Güzellik Salonu** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**33)**

**Dosya No: 2021/3758**

**Şikayet Edilen: Dr. Necati DURU**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde yer alan ‘doc.dr.necatiduru’ kullanıcı adıyla yapılan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 12.08.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde yer alan ‘doc.dr.necatiduru’ kullanıcı isimli sayfanın 12.08.2021 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; “*Hastamızın yakın görme problemini çözmek için üst düzey kalitede bir göz içi lensi implante ettik (Synergy). O kadar memnundu ki paylaşmazsak olmazdı. Bu paylaşımı artık Nebi bey de çok rahat okuyacak... (...) Metin’inin görme seviyesi %70’e ulaştı... Mutluluğunu kendisinden dinleyin... (...) Alt-üst kapak estetiği yaptığımız hastamızın öncesi ve sonrasını görmektesiniz... Henüz yedinci günü, zamanla daha da iyi olacak.. Hastamız en az 10 yaş gençleşti (...) Koray'a İ-LASİK yaptık, mutluluğu gözlerinden okunuyor... (...) Sol gözünde kayma nedeniyle ameliyat ettiğimiz hastamız ‘artık hayata daha güzel bakıyor.. (...) Kübra dört yaşında... doğumsal kataraktı vardı... bize geldiğinde sadece yere bakıyordu çünkü kafasını kaldırsa bile görmüyordu, dünya onun için karanlıktı... iki hafta önce sol gözünü, bugün ise sağ gözünü ameliyat ettik... artık gökyüzündeki uçakları bile görüyormuş... Bir MasterCard reklamı vardı hatırlarsanız... ‘paranın alamadığı şeyler vardır, ama alabildiği herşey için MasterCard’ diye...Her şeyin belki bir bedeli vardır ama Kübra'nın gökyüzündeki uçakları görmesi asla PAHA BİÇİLEMEZ… (...) Kayseri'nin yeni gözmerkezi. İdeal Göz Üst Düzey Teknoloji ile çok yakında hizmetinizde olacağız. İdeal Göz Gözünüz için en ideali. (...) Bölgemizin üst düzey göz merkezi olmak için hazırlıklarımızı yapıyoruz. Sabırla bizi bekleyin"* şeklinde ifadelere ve hasta öncesi sonrası görüntülere yer verildiği,

www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde ‘doc.dr.necatiduru’ kullanıcı isimli sayfada yapılan yönlendirmede yer alan www.idealgoz.com/ adresli internet sitesinin 16.08.2021 tarihli görünümünde örnek olarak; "*SMILE Lazerin Excimer Lazere (göz çizdirme) Göre Avantajları Nelerdir? SMILE lazerin göz çizdirme olarakta bilinen Excimer lazere birçok üstünlüğü vardır. Bunları sıralayacak olursak: SMILE lazer daha yüksek numaralara uygulanabilir. SMILE lazer korneanın dayanıklılığını çok etkilemediğinden ince kornealara uygulanabilir. Lazer sonrası en sağlam kornea SMILE lazer ile elde edilir. SMILE lazer kuruluk yapmaz. Göz kuruluğu olan hastalara güvenle uygulanabilir. SMILE lazerde korneal sivrileşme ihtimali çok düşüktür. SMILE lazer tek basamaklı, kapalı sistem bir tedavidir.SMILE lazerde LASIK gibi geniş bir kesi yapılmaz.SMILE lazerde göze LASIK’e göre daha düşük vakum uygulanır. Lazer sonrası ağrı olmaz. Kişi kısa zamanda net görmeye kavuşur SMILE lazer olan göz tramvaya, darbeye karşı dayanıklıdır. Aktif yaşamı olan kişiler ve sporcular için ideal bir yöntemdir.  Doğala en yakın sonuç alınır. (...) PRK'nın Avantajları: İnce kornealara uygulanabilir. Kuruluk daha hafiftir ve daha kısa sürer. İleri zamanlarda korneal sivrileşme gelişme ihtimali daha düşüktür. Tek lazer sistemi kullanıldığından maliyeti daha düşüktür. PRK'nın Dezavantajları: İki gün sürebilen batma, sulanma ve ışık hassasiyeti. Görmenin tam düzelmesi LASIK’e göre daha uzun zaman alır. Yüksek numaralarda korneada leke kalma olasılığı. (...) Mutlu hastalarımız. Türkiye'nin dört bir yanından gelip sağlığına kavsşan mutlu hastalarımızdan gelen mesajlardan bazıları. (...) 82 yaşındaki babaannemin kornea nakli için Ankara'dan Kayseri'ye Mustafa Hoca'ya gittik. İyi ki Mustafa Bey ile tanışmışız. Çok memnun kaldık, babaannem şu an çok güzel görüyor. (...)"* şeklinde ifadelere ve hasta yorumlarına 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 şahsın faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı, talep yaratıcı nitelikte olduğu ve şahsına 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 **Dr. Necati DURU** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**34)**

**Dosya No: 2021/3760**

**Şikayet Edilen: Dr. Fatih Çakır GÜNDOĞAN**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde ‘doc.dr.fatih.c.gundogan’ kullanıcı isimli sayfası ile gozdoktor.net/ fcgestetik.com/ adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 09.08.2021-16.08.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde yer alan ‘doc.dr.fatih.c.gundogan’ kullanıcı isimli sayfanın 09.08.2021 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *"Excimer lazer ile sonuçtan mutluyuz. (...) Özge 21 yaşında, 6 ay önce Çanakkale'den bize muayeneye gelmişti. Geçirdiği bir beyin ameliyatı sonrasında gözünde kayma ortaya çıkmıştı. Son derece karmaşık bir operasyon sonrasında gözündeki kayma tamamen ortadan kalktı. 6. ayda mutlu olması ve bunu paylaşması bizi de çok mutlu etti.(...) Akıllı merceklerle mutluyuz. (...) Excimer Lazer uygun hastalarımızda uygun tekniklerle mükemmel sonuçlar verir. Ebru Hanım'ın operasyon öncesinde miyop+astigmat toplamı 7.5-8.0 idi. Lazerden 1 gün sonra her iki gözde %100 görüyor idi. Uygun göz + uygun yöntem ile yine harika bir sonuç... (...) Rabiya 12 derece olan gözlüklerini artık kullanmıyor."* şeklinde ifadeler ile hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere yer verildiği,

www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde ‘doc.dr.fatih.c.gundogan’ kullanıcı adlı sayfadan yapılan yönlendirmede yer alan https://gozdoktor.net/ adresli internet sitesinin 16.08.2021 tarihli görünümünde örnek olarak; *"Operasyondan sonra annem gözlüksüz hayatına yeniden döndü. Çok sağlıklı ve başarılı bir operasyon geçirdi hemen iyileşme kat etti.Doktorumuzdan çok memnunum. (...) Ben yaptığı ameliyattan çok memnunum, gözlerimde çok büyük ilerleme var. Görme derecem daha ilerledi, daha rahat görebiliyorum. Fatih Bey’den çok memnunum. (...) Excimer Lazer ücretleri 6250-7250"* şeklinde ifadelere, övücü nitelikte hasta yorumlarına, tıbbi işlemlere ilişkin fiyat bilgilerine, hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere yer verildiği,

www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde yer alan ‘fcgestetik’ kullanıcı isimli sayfanın 16.08.2021 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *"Göz kapak torbalarınızdan kurtulabilirsiniz. (...) Kaliteli ameliyatlar, hekimin bilgi ve tecrübesi kadar son teknoloji cihazların kullanımı ile de ilişkilidir. Katarakt ameliyatlarında kullanılan cihazlarda son 20 yılda büyük gelişmeler kaydedilmiştir. Alcon Centurion marka son teknoloji cihazla katarakt ameliyatlarında @lazergozkayseri kalitesinde hizmetinizdeyiz. (...) Yaz aylarını ter kokusu ile geçirmeyin. (...)"* şeklinde ifadelere; tıbbi işlemlerin uygulanmasına dair görüntülere, hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere yer verildiği,

www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde ‘fcgestetik’ kullanıcı adlı sayfadan yapılan yönlendirmede yer alan http://fcgestetik.com/ adresli internet sitesinin 16.08.2021 tarihli görünümünde örnek olarak; *"Fransız Askısının Avantajları Nelerdir? Fransız askısı 35-70 yaş arasında uygulanabilir bir yöntemdir. Lokal anestezi altında 20-40 dakika arasında sürmektedir. İşlem sonrasında ciltte herhangi bir iz bırakmaz. Aynı gün rutin günlük faaliyetlere devam edilebilir. hastanede kalmak gerekmez. Mimiklerde değişiklik olmaz. Sadece 1 seans yeterli olacaktır. (...) "* şeklinde ifadelere ve "Ücretler" başlığı altında tıbbi işlemlere ilişkin fiyat bilgilerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; söz 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 şahsın faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı, talep yaratıcı nitelikte olduğu ve şahsına 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 **Dr. Fatih Çakır GÜNDOĞAN** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**35)**

**Dosya No: 2021/4331**

**Şikayet Edilen: Avrupa Cerrahi Sağlık Merkezi Ltd. Şti.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 26.07.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: www.avrupacerrahi.com.tr/ adresli internet sitesinin 26.08.2021 tarihli görünümde yer alan paylaşımlarda örnek olarak;

"Tedaviler" başlığı altında "Hemoroid (Basur) Nedir? Hemoroid Tedavisi Nasıl Yapılır?" bölümünde; *‘‘Ameliyatsız Hemoroid Tedavisinin Hastaya Sunduğu Avantajlar: Proktoloji alanında uzman ve yalnızca bu konu üzerinde 15 yıllık deneyime sahip sağlık ekibimiz sayesinde aynı gün içerisinde muayene ve tedavi işleminizi olabilirsiniz. Narkoz uygulaması yoktur. Yalnızca lokal anestezi ile bölgesel uyuşturma yapılır. Bu sayede kişinin muayene ya da tedavisi için herhangi bir ön hazırlık yapmasına gerek kalmamaktadır. Ek bir tetkik ya da tahlil istenmez. İşlem sırasında hastanın bilinci açıktır. Ameliyatsız basur tedavisi 5-8 dakika içerisinde, tıpkı bir diş dolgusu yaptırmak gibi hızlı bir şekilde, yatış gerektirmeden gerçekleştirilir. İşlem sırasında ve sonrasında hissedilen ağrı miktarı yok denecek kadar azdır. Kesi ya da dikiş gibi ameliyat uygulamalarına yer verilmediğinden anal bölgede doku zararı yaşanmamaktadır. Klasik cerrahi ameliyatlarda anüs içerisinde tampon yerleştirilirken ameliyatsız tedavide bu uygulama bulunmamaktadır. Böylece tedavinin hemen ardından kişi gündelik yaşantısına dönebilir. Klasik ameliyatlardan sonra yaşanan şiddetli ağrı durumu yoktur. Ve ameliyat sonrasında görülen gaz kaçırma, dışkı tutamama gibi komplikasyonlar merkezimizde uyguladığımız ameliyatsız tedavi yöntemlerinde yaşanmamaktadır. (...) Neden Avrupa Cerrahiyi Seçmeliyim? 16 yıldır süre gelen zaman diliminde tamamen proktoloji (makat hastalıkları) alanında hizmet veren sağlık ekibimizle ilklere öncülük ederek Ayaktan, Lazerle Ameliyatsız Hemoroid Tedavisi işlemini gerçekleştirmekteyiz. Proktoloji (Makat Hastalıkları) ile ilgili tüm güncel bilgileri ve gelişmeleri, yerli ve yabancı kaynakları takip etmekte ve özel tedavi tekniğimizi yeniliklere açık bir şekilde uygulamaktayız. Tamamen Proktoloji için üretilen son teknoloji cihazlarımız ile Müstakil binamızda, alanında uzman Proktoloji Doktorlarımız ve deneyimli sağlık personellerimiz ile sizlere hizmet vermekteyiz. Dünya’nın her noktasından ulaşılabilir olmak adına İstanbul Bakırköy ve Kadıköy deki merkezlerimiz ile sizlere Ayaktan Yatış Gerektirmeyen Lazerle Hemoroid (Basur) Tedavisini sunmaktayız. Temel prensibimiz; hastalarımıza, özel tekniklerle uyguladığımız Ayaktan Lazerle Ameliyatsız Hemoroid Tedavisi sayesinde hızlı tedavi olma avantajı sunarak, daha rahat ve daha konforlu bir tedavi süreci yaşatmayı amaç edinmemizdir.*" şeklinde ifadelere,

www.avrupacerrahi.com.tr/ adresli internet sitesinin Anasayfa görünümünde *"Avrupa Cerrahi Tıp Merkezi'nde Makat Hastalıklarını Nasıl Tedavi Ediyoruz? Merkezimizde Ameliyatsız Lazer Yöntemi, hastalarımıza ayaktan tedavi imkanı sunarak yaklaşık 5-8 dk. içerisinde uygulanmaktadır. Yatış yok. Aynı gün içinde hem muayene hem de tedavi olma imkanı! Aynı gün uygulanabilen tedavi sayesinde artık yatış gerekmiyor. Narkoz yok. Düzenli kullandığınız ilaçlarınızı kullanmaya devam edebilirsiniz! Çünkü lazer tedavisi sayesinde narkoza ihtiyaç duyulmuyor. Kesi ya da Dikiş Yok. Tedavi esnasında cilde ve makat bölgesindeki dokulara herhangi bir kesi ya da dikiş uygulaması yapılmadan tedavi yapılmaktadır." gibi ifadelere ve "Yıllardır kabızlık şikayetim vardı ve her tuvalet sonrası dayanılmayacak derecede ağrı ve yanma hissediyordum. Çekindiğim ve ameliyat olmaktan korktuğum için hep erteledim. Hep kafama göre ilaç alıp o anda ki ağrıları anlık durduruyordum. Ama artık onlarda fayda etmeyince doktora gittim. Devlette ki doktor son evre olduğu için hemen ameliyat etmek istedi ama ben yine çekindim ve işlem olmaktan vazgeçtim. İnternette ne yapabilirim diye bir araştırma yaparken Yasir hocayı buldum. Ameliyatsız hemoroid tedavisi olunabileceğini görünce hiç beklemeden muayeneye gittim. Aynı gün içerisinde beş dakikalık bir operasyon ile bu durumdan kurtulabileceğimi duyunca çok sevindim. Allah razı olsun hocamdan. Boşu boşuna beklemişim. Keşke baştan hocamı bulsaymışım da bu kadar eziyet çekmek zorunda kalmasaymışım. Çok rahat oldu müdahalem, sohbet ederek bitirdi. Hem Yasir hocama, hem de güler yüzlü ekibine sonsuz teşekkür ederim beni bu dertten kurtardıkları için."* şeklinde hasta yorumlarına 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 şahsın faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı, talep yaratıcı nitelikte olduğu ve şahsına 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 **Avrupa Cerrahi Sağlık Merkezi Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**36)**

**Dosya No: 2020/1865**

**Şikayet Edilen:** **Dr. Gürkan KAYABAŞOĞLU**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 08.02.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: www.gurkankayabasoglu.com adresli internet sitesinin 08.02.2021 tarihli görünümlerinde örnek olarak*;"...Gençliğin ve diriliğin en güzel ve basit ifadesi genellikle dudaklardan okunabilir. Yunan Mitolojisinde Eros, Aşk Tanrısı olarak bilinir. Birbirine aşık etmek istediği insanlara ok atarak duyguları harekete geçirdiğine inanılır. Aşk Tanrısı Eros’un kullandığı oktaki yayı, aşağıya doğru çevirdiğinizde karşınızda ideal dudağın çizgileri çıkacaktır. Aşk, çekicilik ve güzellikle bağdaştırılan dudaklara atfedilen rol işte bu kadar önemlidir...Dudak dolgusu pratik uygulanışı ve doğru ellerde yapıldığında ortaya çıkan yüz güldürücü sonuçları sebebiyle sıkça tercih edilen medikal estetik işlemlerden biridir. Ancak hiçbir dolgu dudağı kaldırmaz. Bu gerçek, yüzümüzdeki her uygulama alanı için geçerlidir... Estetik dudak işlemindeki temel amaç dudaklarınızdaki doğal görünümü bozmadan, dudağınızı biraz daha belirgin ve dolgun hale getirmek olmalıdır...Göz çevresi yüzümüzdeki en hassas cilde sahip alandır. Bu nedenle de yorgunluk, uykusuzluk, yaşlanma gibi belirtiler ilk olarak kendini bu alanda belli eder. Kimi zaman da, genetik faktörlere bağlı olarak gözaltı bölgemiz daha koyu, daha çukur ve yorgun görünebilir. İşte bu durumlarda kalıcı çözüm olan cerrahi tedaviye alternatif olarak hızlıca etki eden ve pratik bir şekilde uygulanan ışık dolgusu uygulaması sizin için kısa dönemde oldukça başarılı sonuçlar verebilir...Işık Dolgusu uygulamasında güvenilir ürünler ve başarılı bir hekimin uygulama pratiği birleştiğinde; ortaya son derece başarılı sonuçlar çıkar. Bir öğle arası kadar zamanda ışık dolgusu ile daha canlı ve genç görünen göz çevresine sahip olabilir, koyu renkli ve çukur görünümü hafifletebilirsiniz..Estetik dudak ameliyatları etkinlikleri ise kalıcı olması, doğal sonuçlar elde edilmesi açısından diğer yöntemlere üstünlüğü vardır..."* gibi ifadeler ile hasta yorumlarına yer verildiği;

www.youtube.com ile www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinin 08.02.2021 tarihli görünümlerinde şahsa ait "*gurkankayabasoglu*" kullanıcı isimli sayfada yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *"...Peki Dermapen'in faydası ne? Dermapen bunun çok daha hızlı ve kontrollü bir şekilde yapılmasını sağlıyor. Böylece eski, ölü, kurumuş cildimiz kalkıyor; yerine yepyeni, canlı ve parlak bir cilt geliyor...Dudak dolgusu, doğru ellerde yapıldığında, yüz güldürücü sonuçları sebebiyle sıkça tercih edilen işlemlerden biri...Revizyon Burun Ameliyatları gözünüzü korkutmasın. Daha önceden birçok başarısız burun ameliyatı geçirmiş olsanız bile, hatta burnunuz çökmüş ve kıkırdak desteği tamamen yok olmuş olsa bile “doğru teknik ve müdahale ile” sağlıklı nefese ve daha iyi bir burun görüntüsüne kavuşmak mümkün.Sağlığınız çok değerli...Bu hastamızda ise sadece kaş kaldırma ve “badem göz” cerrahisi uyguladık...En değerli hastalarımdan İlknur Hanım @ilk347 . İğneden bile çok korkmasına rağmen, ameliyat olma cesareti ile hepimizi kendine hayran bıraktı. İğne olmayı hala daha korkutucu buluyor, o ayrı Aranızda ameliyat olmak isteyip de korkuları olanlar var mı? İlknur Hanım’dan ilham almak için tecrübelerini paylaştığı videoyu bekleyin...Hayatta en çok önem verdiğim şeylerden birinin nitelikli bilgi aktarımı olduğunu hastalarım çok iyi bilir. Özge hanım ideal burnu sordu, ben de keyifle yanıtladım. Programı izlediniz mi ? Katıldığım diğer programlarda konuşmamı istediğiniz konuları yorumlarda paylaşabilirsiniz..."* gibi ifadelere, hasta yorumları ile hasta öncesi ve sonrası görsellerine yer verildiği;

www.facebook.com adresli sosyal paylaşım sitesinin 08.02.2021 tarihli görünümlerinde şahsa ait *"Doç. Dr. Gürkan Kayabaşoğlu"* kullanıcı isimli sayfada yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *"...Bayram öncesi hızlıca tazelenmek ve yenilenmek isteyen hastaların en sık tercih ettiği uygulama ''dolgu'' dur. Çünkü dolgu pratiktir, anında sonuç verir ve iyileşme süreci gerektirmez Dolgu işlemi yüzde hacim kaybı olan, ya da daha belirgin hale getirilmek istenen bölgelere uygulanabilir. Bu haritada sizlere dolgu uygulama alanları hakkında bilgi vermek istedim. Yaklaşık 10 dakika süren bir uygulama ile daha dolgun dudaklara, daha hacimli elmacık kemiklerine, daha belirgin bir çene hattına, yüz ile daha uyumlu bir alın bombesine sahip olabilirsiniz. Işık dolgusu ile gözaltınızdaki çukurları düzleştirerek daha genç ve canlı görünmesini sağlayabilir, nem dolgusu ile cildinize ışıltı katabilirsiniz...Aynaya baktığımızda kendimizi aslında hiç öyle olmasak da sinirli ve agresif gösteren bir şeyler olduğunu düşünüyorsanız, bunun nedeni Yunan Burnu olabilir. Burun kökünün tıpkı Yunan Heykellerindeki gibi yüksekte olması yüzümüze böyle sert bir ifade veriyor. Ancak Rinoplasti ameliyatında geliştirdiğimiz tekniklerle Yunan Burnunu tedavi ediyor, yüzlere daha sakin ve yumuşak bir ifade verebiliyoruz. “Yunan Burnu heykellerde kalsın, benim ifadem sakin görünsün” diyorsanız, sizi de kahvemizi içmek için kliniğimize bekleriz...Dudaklarda kalıcı olarak daha belirgin ve dolgun görüntü isteyenlere, Lip Lift yani Dudak Kaldırma işlemi ile yanıt vermek mümkün. Peki ama nedir bu işlem?... Dudak Kaldırma işlemi lokal anestezi altında, burnun hemen altından yapılan kesi ile yaklaşık 45 dakikalık bir işlemle gerçekleşir. Ağrılı bir uygulama olmayan Lip Lift işleminden bir hafta sonra dikişler alınır. Peki ya izler?... Onlar da burun ile bıyık bölgesindeki kıvrıma saklanır ve iyileşme sürecinin ardından silik, beyaz bir hat olarak fark edilmeyecek şekilde iyileşir...Yaşlandırma Efektlerinin fırtına gibi estiği sosyal medyada, bugün sizleri yaşlanmanın önünde ''stop' düğmesine basacağınız uygulamalar hakkında bilgi vermek istiyorum. Zamanın gidişatına engel olamayız ama her yaşta, kendi halimizin en iyi versiyonunu yakalayabiliriz. Botoks ve Dolgu zamana karşı aldığımız önlemlerde bizlerin en iyi yardımcısı. Botoks ile yüzdeki kırışıklıklardan kurtulmak, dolgu ile hacim kaybı olan alanları daha dolgun ve genç göstermek mümkün. Her ikisi de klinik ortamında ağrısız ve pratik şekilde uygulanıyor. Üstelik bu uygulamalara şimdi yaz kampanyamız dahilinde, çok daha cazip avantajlarla sahip olmak mümkün. Detaylı bilgi ve randevu için aşağıdaki numaralardan kliniğimize ulaşabilirsiniz...Yaz’ın içinden “terleme” kısmını çıkarsak sadece hafiflik, özgürlük ve rahatlık kalsa ne kadar hoş olurdu değil mi? Aşırı terleme problemi hem sahibini sosyal anlamda kısıtlar, hem de çevredekileri zor durumda bırakır... Oysa Terleme Botoksu ile aşırı terlemenin önüne geçmek, sosyal yaşamda çok daha konforlu ve özgür hissetmek mümkün. Terleme sizi de zor durumda bırakıyorsa, ihtiyacınız olan tek şey bir öğle arası kadar zaman. Gerisi de yazın tadını çıkarmak olacak..."* gibi ifadelere, kampanya ve fiyat bilgilerine, hasta yorumları ile hasta öncesi ve sonrası görsellerine yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi.

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

Buna göre, reklam veren, **Dr. Gürkan KAYABAŞOĞLU** 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.

**37)**

**Dosya No: 2021/229**

**Şikayet Edilen:** **Birinci Göz Hastanesi (Beymed Sağlık İnş. San. ve Tic. A.Ş.)**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://birincisaglikgrubu.com/birimler/hastane/birinci-goz-hastanesi/ adresli internet sitesi ile www.youtube.com, www.facebook.com ve www.instagram.com adresli sitelerde kuruluşa ait hesaplarda yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 16.04.2021 ve 19.04.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://birincisaglikgrubu.com/birimler/hastane/birinci-goz-hastanesi/ adresli internet sitesinin 19.04.2021 tarihli görünümünde örnek olarak; *"...Doğru hasta seçimi, doğru tetkik, operasyonun gerçekleşeceği kurum ve hekimin tecrübesi ile yapılacak olan Akıllı Lens operasyonlarında yüksek oranda başarı elde edilmektedir...Bu operasyon sayesinde hastanın görme problemine en sade ve basit şekilde çözüm bulunmuş ve hastanın görme yetisi iyileştirilmiş olur...Katarakt cerrahisi teknolojinin hızla ilerlemesi ile birlikte son dönemlerde oldukça büyük yeniliklere kapılarını açmıştır. Premium göz içi lenslerin kullanılmaya başlaması ile birlikte hastalar, operasyondan önceki yaşamlarına göre çok daha konforlu bir şekilde yaşamlarını sürdürürken; multifokal göz içi lensler sayesinde gözlük ya da kontakt lens kullanmadan her açıdan (yakın, orta ve uzak) net bir görüşe sahip olmaktadırlar...Çocuklarda erken dönemde tespit edilemeyen göz hastalıkları; göz kayması, göz tembelliği, şaşılık vb. gibi rahatsızlıklar çocukların okul hayatlarını ve günlük yaşamlarını oldukça fazla etkiler. Zamanında teşhis edilemeyen göz hastalıkları çocukların; derslerde, spor aktivitelerinde ve hayatlarının pek çok alanında başarısız olmalarına sebep olabilirler... "* gibi ifadelere yer verildiği;

www.instagram.com ile www.facebook.com adresli sosyal paylaşım sitelerinin 16.04.2021 tarihli görünümünde kuruluşa ait "birincigoz" ile "Birinci Göz" kullanıcı isimli sayfalarda yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda ve videolarda örnek olarak*; "....Lazer ekibimiz başarılı üç operasyonu daha tamamladı ama bu sefer bir farkla, hastalarımız da lazer ekibimizin üyeleriydi. Hastalarımız, gözlüklerinden kurtulmanın mutluluğunu yaşarken, Doç Dr. Faik Oruçoğlu’nun gerçekleştirdiği lazer operasyonları başarılı ve oldukça keyifli bir şekilde sonuçlandı..Pandemi sürecinin gerektirdiği tüm önlemler ile birlikte Özel Sağlık Sigortası ve SGK anlaşmalarımız kapsamında sizin ve toplumun göz sağlığı için 7 gün 24 saat hizmet vermeye devam ediyoruz...Akıllı Göz İçi Lens (Mercek) ile yakın, orta ve uzak mesafeyi ömür boyu net görüp, ileri yaşlarda Katarakt olma riskinizi tamamen ortadan kaldırabilirsiniz...Yazın keyfini güneş gözlüklerinizle çıkarın diye, Ücretsiz Lazer Uygunluk Testine davetlisiniz...GÖZLÜKLERİNİZ BU DURUMA ÇOK KIRILACAK! Kişiye özel Lazer Tedavileri ile gözlük ya da lens kullanma ihtiyacı duymadan her mesafeden net görüş elde edebilirsiniz...GÖZLERİNİ ÖZGÜRLEŞTİR! Kişiye özel yöntemler ile gözlüklerinizden kurtulun...Gözleriniz Lazer Operasyonuna ne kadar uygun? Hastanemizde Ücretsiz Lazer Uygunluk Testi ile size uygun olan lazer yöntemi hakkında detaylı bilgi alabilirsiniz. Kişiye özel Lazer Operasyonları ile gözlüklerinizden kurtulabilirsiniz...İlgi alaka dr larda mukemmel daha nolsun iyiki varsiniz...dün giitim hastane süper....ilgi harika...doktorların hepsi nasıl bilemem ama benim doktorum Umut Güner den çok memnun kaldım...hastalık hakkında detaylı bilgi vererek muayene etmesi memnun etti..teşhis ve tedaviden hoşnutum..hastane ve doktoru tavsiye ederim..."* gibi ifadeler ile hasta yorumlarına yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

- Tıbbi Deontoloji Nizamnamesinin 8, 9 ve 39 uncu madeleri;

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

- Özel Hastaneler Yönetmeliğinin 60 ıncı maddesi,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/1-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 **Birinci Göz Hastanesi (Beymed Sağlık İnş. 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.

**38)**

**Dosya No: 2021/2039**

**Şikayet Edilen:** **Real Estetik (Real Estetik Sağlık Turizm Ltd. Şti.)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 30.04.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.realhaircenter.com adresli internet sitesinin 30.04.2021 tarihli görünümünde örnek olarak*; "...5 dakikada saç analizi yaptırarak fiyat almak ister misiniz?...2009 yılında başlamız olduğumuz saç ekimi hizmetlerimizi profesyonellik seviyesinde “Real Hair Center” markasının tescili ile birlikte tüm Türkiye ve Dünyadan Saç Ekimleri için bizi tercih eden misafirlerimize profesyonel seviyede ve en kaliteli saç ekimi hizmeti vermeye başlamış bulunmaktayız. Hizmetlerimize başlamış olduğumuz günden itibaren Sayısız Saç ekimi –Doğal Kaş ekimi –Sakal ve Bıyık ekimlerinin yanı sıra, kafada bulunan Yanık bölgelerindeki kellik bölgelerine ekimler ve kafada veya yüzde bulunan ameliyat izlerin bulunan saçsızlık sorunlarıyla ilgilenmekteyiz ve destekleyici tedaviler sunmaktayız. Kadınlara özel saç ekimlerinde tüm mahremiyet kuralları ile saç ekimi yapmaktayız. Tüm bu hizmetlerimizi saç PRP tedavileri ve saç mezoterapi tedavi çözümlerimiz sayesinde %100 memnuniyet ilkesi ile sorunsuz mükemmeliyetçi yaklaşımı benimsemiş bulunmaktayız. Biz daha iyi saç ekimi yapana kadar, yine en iyi saç ekimini biz yaparız...Saç Ekiminde Öncesi – Sonrası. Saç ekimi öncesi ve sonrasında çekilmiş fotoğrafları aşağıdan inceleyebilirsiniz...Real Hair Center, olarak saç bakımı üzerine hizmetlerimizi sürdürmekteyiz. Saç bakımı, saç ekimi gibi konularda 10 yıllık tecrübemiz ile saç sorunlarında daima yanınızdayız. Saç ekimindeki tüm yenilikleri takip etmekle birlikte sadece gerçekten faydalı uygulamarı yapmayı tercih etmekteyiz. Kulaktan dolma, asılsız ve sonuçları sağlıklı olmayan hiç bir uygulamayı yapmamaktayız. Bu sayfamızda saç ekim teknikleri hakkında detaylı bilgileri bulabilirsiniz. Saç ekiminde onlarca teknik ve uygulama var gibi lanse edilmeye başlandığı şu günlerde kesinlikle bizler bu tarz bir yaklaşımla kafadan uydurma saç ekim teknikleri üretmiyoruz. Bizlere sorulan sizde şu teknik var mı yada şurda şöyle bir şey yapılıyormuş çok iyiymiş gibi asılsız ve gerçekle uzaktan yakından alakasız saç ekim teknikleri maalesef bizde yok :))...Saç ekimi merkezi olarak önceliğimiz tabiki saçsızlık sorunlarına çözüm olmak. Saçsızlık sorununa çözüm olurken ekonomik olarakta asla diğer saç ekim merkezi gibi abartılı fiyatlar sunmamak en büyük özelliğimiz. Saç sonuçta herkesin kafasında olmasını isteyeceği özel bir durum. Özellikle genç yaşta saç dökülmesi gerçekten çok can sıkıcı bir durumdur. Bu yüzden Real Hair Center olarak öğrencilere özel ilgi gösteriyor. Saç problemi yaşayan öğrencilerimize ekstra indirimli saç ekimi hizmeti sunuyoruz. Öğrenci dostu saç ekim merkezi olmaktan gurur duyuyoruz...Saç ekim merkezi demek saç ekimi yapan yer demek. Doğal olarak saç ekim merkezi konusunda hizmet veren en tecrübeli ülke Türkiye’dir. Bunun en büyük sebebide yurt dışına göre hem çok uygun fiyatlar sunmamızdan dolayı çok tercih ediliyor olmamız, hem de saç ekimi yaptıracak olan kişilerin turizm amaçlı Türkiye’yi ziyaret etmek istemelerinden kaynaklanmaktadır. Üstelik full paket saç ekim hizmeti almak isteyen kişilere bir sürü avantajlı paket sunulmasından dolayı Türkiye saç ekim merkezlerinin tecrübesini de kat kat artırmaktadır. En tecrübeli saç ekim merkezleri İstanbul’da diyebiliriz. Bu sebeble hem yurt içi tüm illerden hemde yurt dışından özellikle istanbul tercih sebebi olmaktadır. Fakat yine dikkat edilmesi gereken bir konu istanbulun sunduğu avantajları kullanarak onlaraca tecrübesiz saç ekim merkezleri de saç ekim faaliyetlerini yine istanbulda yapmaktadır...Real Hair Center, İstanbul Saç Ekim Merkezi olarak saç ekimi öncesi ve sonrası fotoğraflarımızda diğer saç ekim merkezilerinden farklı olarak asla fotoğraflarda oynama yapmamaktayız. Çoğu saç ekim merkezi saç ekim sonrası diye protez saç takmış veya topikli saçlarla reklama yapmaktadır. Bizler bu konuda çok hassas davranmaktayız. Saç ekimi fotoğrafaları aslında bilgi amaçlı olup kişidene kişiye sonuçlar değişebilir.Çoğu saç ekim sonuç fotoğraflarımız özellikle hastalarımızın kendi çekimi olup kesinlikle müdahalemiz olmamaktadır. En baştan itibaren dürüstlüğümüzden taviz vermeden hizmet vermeye devam ediyoruz ve devam edeceğiz. Öncesi sonrası sonuçları kişiye göre, ekilen greft sayısına göre, ekilen saçın kalitesine göre değişim gösterebilir..." gibi sadece yetkili sağlık kuruluşları tarafından yapılabilecek tıbbi işlemler hakkında tanıtımlara, aynı alanda faaliyet gösteren sağlık kuruluşlarını kötüleyici ifadelere ve hasta öncesi ve sonrasına ait görsellerine; ayrıca, "Saç ekiminde en ucuz yer olduğu için tercih ettmiştim ve tercih ederken korkularım vardı ama kesinlikle tavsiye ettiğim ailem ve arkadaşlarıma sizden sürekli bahsettiğim saç ekim merkezi sizsiniz teşekkürler..."* gibi hasta yorumlarına yer verildiği;

www.instagram.com ile www.facebook.com adresli sosyal paylaşım sitelerinin 30.04.2021 tarihli görünümünde kuruluşa ait "istanbul\_sac\_ekimi" ile "Saç Ekimi İstanbul - Real Hair Saç Ekim Merkezi" kullanıcı isimli sayfalarda yer alan paylaşımlarda örnek olarak; *"...Hayal ettiğiniz saçlara kavuşmak için biz burdayız...Kaş ekimi sonucu Sizde yoğun kaşlara sahip olmak isterseniz adresimiz...Kadınlarda yaşanan en büyük sorun saç dökülmesi Siz mutlu olunca inanin biz daha mutlu oluyoruz sizin yüzünüz hep gülsün diye burdayız...Sanatsal çalışmalar da bugün Saç ekimi bir sanattır ve biz bu sanatı icra etmekten onur duyuyoruz...Sakal Ekimi - Saç Kökünden Sakal EkimiSüre Değişiklik Gösterir · 3000 ₺ başlayan fiyatlar ile Sakal ekimi saç ekimine oranla daha zor daha estetik çalışma prensibi ve iyi bir planlama sonucu ömürboyu kalıcı sakalınıza ulaşmanızı sağlayacaktır. Sakal ekiminde planlama ve sakal şekli çizimleri sizlerindefikirleri alınarak en iyi tarz oluşturulur...Her gün yeniden saçlandırmak için varız...Saç ekiminde Tercih edilme sebebimiz mi ? Dürüstülük, saygı, güzel iş, huzurlu ortam, doğallık, profesyonellik, tecrübe ......vb...GARANTİLİ SAÇ EKİMİ..."* gibi tanıtımlara, fiyat bilgisine ve hasta öncesi ve sonrasına ait görsellerine yer verildiği;

Bununla birlikte; inceleme konusu internet sitelerinde; kuruluşun isminin *“Real Hair Saç Ekim Merkezi”* olarak nitelendirildiği tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

- Tıbbi Deontoloji Nizamnamesinin 8, 9 ve 39 uncu madeleri;

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

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

**39)**

**Dosya No: 2021/2040**

**Şikayet Edilen:** **Hermest Sağlık Danışmanlığı Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.hermest.com.tr adresli internet sitesi ile www.facebook.com ve www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitelerinde kuruluşa ait sayfalarda yapılan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 21.04.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.hermest.com.tr adresli internet sitesinin 21.04.2021 tarihli görünümünde örnek olarak; *"...PROFESYONEL EKİP %100 MEMNUNİYET ÖMÜR BOYU GARANTİ SINIRLI SAYIDA OPERASYON...International Hermest Group Sağlık Turizmi Firması olarak da yurt dışından gelen misafirlere İstanbul’da anlaşmalı olduğumuz hastanelerde saç ekimi, havaalanı transferleri, Konaklama ve estetik hizmetleri vermekteyiz. Dünyanın kalbi olarak kabul edilen İstanbul, artık saç ekimi operasyonlarının da merkezi konumuna gelmiştir. Hem maliyet hem de tatmin edici sonuçlar açısından profesyonel saç ekimi merkezleri barındıran İstanbul, saç ekiminde en fazla tercih edilen kent olmuştur. Saç ekiminde modern yöntemler ile fark yaratan sonuçlar sunabilmek gerekir. Yılların getirdiği tecrübe birikimi ve innovatif çalışmalar sayesinde yüzde 99’a ulaşan başarı sonuçları elde etmek artık mümkün hale gelmiştir. Doğru müdahaleler ile saç dökülmesine karşı ömür boyu garantili kalıcı çözümler sağlanabilmektedir. Hermest, dünyanın 62 ülkesinden gelen bir çok hasta için saç ekimi prosedürleri uygulamış; misafirlerinin memnuniyetini sağlamıştır. Amerika’dan Japonya’ya kadar uzanan haklı üne bu güne kadar yaptığı başarılı operasyonlar ile ulaşmıştır...HERSEYE DAHİL PAKETLER YURT DIŞINDAN GELEN MİSAFİERLERİMİZ İÇİN HERŞEY DAHİL PAKETLERİMİZ... TAM DONANIMLI HASTANE...VIP HAVAALANI TRANSFERİ...3 GÜNLÜK PROGRAM PLANLAMASI SAÇ EKİMİ İÇİN 2-3 GÜNLÜK PLANLAMA YAPILMASI YETERLİDİR...Saç ekiminde artık yeni modern yöntemler kullanılmaktadır. Bu sayede çok daha yüksek başarı oranlarına ulaşılmaktadır. Hermest olarak uyguladığımız yeni nesil saç ekimi teknikleri ve saç ekimi profesyoneli ekibimiz sayesinde başarı oranımız yüzde 99’a ulaşmıştır. Tıp ve teknolojinin sürekli gelişim göstermesiyle birlikte inovatif ve yenilikçi yaklaşımımız sayesinde saç ekiminde her geçen gün daha başarılı sonuçlar elde edilebilmektedir. Yaptığımız işlemlerde oldukça doğal sonuçlar elde edilebilmektedir. Bu nedenle hasta memnuniyeti en üst düzeydedir..DHI Saç Ekim Yönteminin Avantajları Nelerdir? Bu yöntem uygulanırken kanal açma uygulaması olmadığından, kafa derisinde yaşanacak kabuklanmalar çok hızlı bir şekilde dökülme ve iyileşme sürecine girer. Diğer yöntemlerden farklı olarak DHI Saç Ekim Yönteminde yeni ekilecek olan saç folikülleri ekim yapılacak bölgeye büyümeye hazır olarak yerleştirilir. Böylece ekilen saçların gelişim ve büyüme evresi çok daha kısa bir sürede gerçekleşir. Saç ekimi yapılırken, saçın gelişimden gerekli olan yağ bezeleri ve saç kökünü koruyan dış zar da saç kökleri ile birlikte alınır ve ekim yapılacak saçsız bölgeye taşınır. DHI Saç Ekim Yönteminde neşter kullanılmaz. Böylece operasyon sırasında derinin enfeksiyon kapma riski en aza indirilmiş olur. Saçlı bölgeye delik açılmadığı için operasyon ağrısız ve acısız tamamlanır. DHI Saç Ekim Yönteminde saçlı deriden şeritler halinde deri parçaları alınmadığı için, herhangi bir iz kalmaz..."* gibi tanıtımlara ve ifadelere yer verildiği;

www.instagram.com ile www.facebook.com adresli sosyal paylaşım sitelerinin 21.04.2021 tarihli görünümünde kuruluşa ait "hermest.turkey" ile "*Hermest Saç Ekimi" kullanıcı isimli sayfalarda yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda ve videolarda örnek olarak; "...Saç ekimi operasyonları, yaşanan saç kayıplarına kalıcı bir çözüm sunmaktadır. Operasyonlar minimal cerrahi müdahale şeklinde DHI ya da FUE yöntemleri kullanılarak gerçekleştirilir...Sizler de iğnesiz anestezi ile en iyi saç ekimi deneyimini ağrısız bir şekilde yaşayabilirsiniz...Hermest Hair'e özel Unique Slit uçlar ile en yüksek başarı oranını ve en dar kanalları açmak mümkündür...Hasta memnuniyetini ve güvenini ön planda tutarak hastalarımıza hizmet etmeye devam ediyoruz. Saç ekimi operasyonları hakkında daha fazla bilgi için bizimle irtibata geçebilirsiniz...Saç ekimi operasyonları sayesinde yepyeni ve doğal bir görünüme kavuşabilirsiniz..Hizmetlerimizin ve tedavilerimizin güvenliğini sağlamak için Covid-19 önlemlerine uyarak sağlıklı bir deneyim sunuyoruz..DHI Saç Ekimi Tekniği en gelişmiş saç ekimi tekniklerinden biridir. DHI Saç Ekimi Tekniği hakkında daha fazla bilgi için bizimle iletişime geçebilirsiniz..Saç ekimi alanında siz değerli hastalarımıza, her daim profesyonel şekilde en iyi hizmeti sunmaya devam ediyoruz..."* gibi tanıtımlar ile ifadelere yer verildiği;

Ayrıca *"İlk olarak söylemem gereken şey, korkulacak hiç bir şey yok. Ben giderken çok korkuyordum ağrım sızım olur diye, fakat operasyon sırasında hiçbir şey hissetmedim, sıfır acı diyebilirim. operasyon gayet güzeldi ekiple çok güzel sohbet muhabbet ettik ve zaman aktı gitti. Operasyon sonrasında ise sizi yalnız bırakmıyolar...Hermesti kesinlikle tavsiye ederim. Uçaktan indiğim andan itibaren her şey transfer, otel ve daha fazlası halledildi. Kendimi aşırı rahat hissettim..."* gibi hasta yorumlarına yer verildiği;

Diğer taraftan, incelemeye konu sayfalarda kuruluş isminin "Hermest Saç Ekimi" olarak nitelendirildiği tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- 6023 sayılı Türk Tabipleri Birliği Kanunun 64 üncü 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, **Hermest Sağlık Danışmanlığı 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.

**40)**

**Dosya No: 2021/2047**

**Şikayet Edilen:** **Emay Elek. Oto Eğt. Gıda Tur. Med. Güz. Sln. İth. İhr. San. ve Tic. Ltd. Şti. (Emay Güzellik Salonu)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 03.05.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** : www.emayestetik.com adresli internet sitesinin 03.05.2021 tarihli görünümünde örnek olarak; *"...G5 masajı özellikle kronik yorgunluk ve kas tutulmalarına yönelik bir masaj türü olarak karşımıza çıkmaktadır. Hızlı titreşimler ile uygulanan ritmik bir masaj çeşidi olan g5 uygulaması ile kaslarda oluşan ve atılamayan laktik asit ve ödemden çok daha kolay şekilde kurtulabilirsiniz...Bedenimizdeki fazla kilolardan kurtulmak mı istiyorsunuz? Daha güzel bir görünüme kavuşmak mı? O zaman doğru adrestesiniz ” emay güzellik salonu” sizlere özel profesyonel besin değeri diyetleri ile hayallerinizi gerçek kılıyor. Zayıflama işlemi uygulamasıyla, aç kalmadan en sağlıklı koşullarda ve doğru şekilde düzgün bir vücuda sahip olmak artık sizin elinizde..."* ifadeleri üzerinden zayıflama, G5 gibi tıbbi işlemler hakkında tanıtımlara yer verildiği;

www.instagram.com ile www.facebook.com adresli sosyal paylaşım sitelerinin 03.05.2021 tarihli görünümünde kuruluşa ait "emayestetik" ile "emay.estetik" kullanıcı isimli sayfalarda yer alan paylaşımlarda örnek olarak; *"...STRIORT ÇATLAK İZLERİNE SON...Striort tedavisi ile dogum ve kilolardan kaynaklanan çatlaklarınızdan tamamen kurtulun yüzde 85 başarılı sonuçlar için..Zayıflama kürlerimizlr alakalı bilgi alınız TEK SEANSTA 4 - 12 cm İNCELMEK ARTIK MÜMKÜN!..Çatlaklara veda edin. STRIORT Çatlak izleri ile mücadele....Çatlak izleri sizi korkutmasın...Buz Sistem Epilasyonumuzu Hala denemedinizmi? Epilasyonda Fırsatları Kaçırmayın...Havalar ısındı fazla kilolardan kurtulmanın zamanı geldii En etkili zayıflama yöntemleri ve cihazların bilgisi için bize ulaşabilirsiniz...ZAYIFALAMA 1 SEANS DA 3 CM 450 TL , BUZ SİSTEM LAZER EPİLASYON BU AYA ÖZEL FIRSATLARI KAÇIRMAYIN HEMEN DM ATARAK RANDEVUNUZU OLUŞTURABİLİRSİNİZ SİZLERİ BEKLİYORUZZ.. ÇEKİLİŞİMİZDE 1 KİŞİYİ İSTEDİĞİ İŞLEMDE KULLANABİLECEĞİ 500 TL...DEV ÇEKİLİŞ !! DEV KAMPANYA !! Zayıflama Göbek Eritme 1 Senas 3cm 450 tl Bel Eritme 1 seansda 4cm 200 tl Basen Eritme 1 Senasda 2cm 250 tl Yanak Eritme 1 Seansda 1 cm 300 tl Gıdı Eritme 1 seansda 2 cm 400 tl...Striort Catlak Bakımı...Uygulanan seanslarla birlikte cilt çatlaklarında yüzde 80 oranına kadar azalmalar görülür. Çatlaklar üzerinde oldukça etkili bir yöntemdir...G5 masajı, ritmik bir masaj aleti olan özel cihazı ile uygulanan, hızlı titreşimlerle sıkılaşma sağlayan ve selülit giderici etkisi olan bir uygulamadır..."* ifadeleri üzerinden lazer epilasyon, striort tedavisi, G5 uygulaması gibi tıbbi işlemler hakkında tanıtımlar ile kampanya ve fiyat bilgilerine yer verildiği tespit edilmiştir.

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

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

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 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 29 uncu 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-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 **Emay Elek. Oto Eğt. Gıda Tur. Med. Güz. Sln. İth. İhr. San. ve Tic. Ltd. Şti. (Emay Güzellik Salonu)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**41)**

**Dosya No: 2021/2049**

**Şikayet Edilen: Apex Clinic (Apeks Sağlık Merkezi A.Ş.)**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.apexclinic.com.tr adresli internet sitesi ile www.youtube.com ve www.facebook.com adresli sosyal paylaşım sitelerinde kuruluşa ait sayfalarda yapılan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 30.04.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.apexclinic.com.tr adresli internet sitesinin 30.04.2021 tarihli görünümünde örnek olarak; *"...Estetik hisset. En iyi hissetmeniz için en estetik dokunuşlar yapıyoruz...Özgüvenini tamamla. Saç ekimi ile kaybettiğiniz saçlarınıza kavuşun...İLERİ TIP İleri tedavi yöntemleri ile sizi tedavi ediyoruz. KALİTE Kaliteyi öncelik alarak tedavinizi uyguluyoruz. DENEYİM Tıbbi bilgi birikim ve tecrübelerimizi uyguluyoruz. UYGUN FİYAT En iyi hizmetleri en uygun fiyatla size sunuyoruz. MEMNUNİYET Hastalarımızın memnuniyetini önemsiyoruz. VIP HİZMET Size VIP tedavi imkan...UZMAN EKİP Uzman ve tecrübeli ekibimiz sizlere en kaliteli hizmeti sunmak için çalışıyor...Fiziksel görüntümüzde tamamlayıcı unsur olan saçlarımızın dökülmesiyle yaşanan kayıpları ApexClinic olarak hastanemizde uzman doktorlar tarafından saç ekimi işlemi ile yeniden kazanmak mümkün...Yalnızca dış görünüşümüzde değil, özgüvenimizde de başrolü üstlenen saçlar maalesef ki stres, hormonal dengesizlik, genetik yatkınlık, vitamin eksikliği, kansızlık, olumsuz dış fiziksel şartlar, yanık, kaza, ameliyat izine bağlı gelişen nedenlerden dolayı dökülmeye mahkum kalabiliyor. Ancak dökülerek kayıp olan saçlarınızı saç ekimi işlemi ile yeniden kazanabiliyorsunuz...Yaşamak için gerekli oksijenin kapısı olan, yüzün karakteristik yapısında öncü duyu organımız olan burnumuzun estetik görüntüsünün hoş olmasını hepimiz isteriz. Büyük, kaba, deforme olmuş bir burun dış görüntümüzü etkileyeceği gibi psikolojimizde de olumsuz etkiler yaratacaktır. Fiziksel görüntüde oluşturacağı sıkıntının yanı sıra rahat bir nefes için sağlıklı bir burun yapısına ihtiyaç olduğu da unutulmamalıdır. Sağlıksız bir burun; baş ağrısı, kronik yorgunluk, horlama, uyku düzensizliği gibi sorunlar yaşamanıza neden olabilir. Tüm bu sorunların çözümü ApexClinic olarak hastanemizde gerçekleştirilecek olan burun estetiği operasyonu ile mümkün..Anneliğin, kadınlığın sembolü olan göğüsler vücut estetiğini vurgulayan en önemli organlarımızdan biridir. Genetik sebepler nedeniyle küçük olan göğüsleri büyütmek ya da vücut hatlarına uygun olmayan ölçülerdeki göğüsleri vücut hatlarına uygun hale getirmek amacıyla yapılan meme büyütme estetiği ile dış görünümünüzde çekici bir görüntüye sahip olacağınız gibi, giysi seçiminde ve kullanımında yaşayacağınız zorluklar tamamen ortadan kalkacaktır. Apex Clinic olarak hastanemizde uzman doktorlar tarafından gerçekleştirilecek olan meme büyütme estetiği ile özgüvenin geri sağlanmasında katkılar sağlıyoruz...Genital estetik sorunlarının sebebi sık doğum ve aşırı kilo alıp vermek olup, Apex Clinic olarak hastanemizde gerçekleştirilen genital bölge estetiği ile cinsel hayatı olumsuz etkileyen birçok duruma çözüm üretilmektedir. Bayanlarda oldukça sık yapılan genital bölge estetiği ile iç ve dış dudaklardaki sarkmalar düzeltilir...ApexClinic olarak hastanemizde uzman doktorlar tarafından uygulanan sixpack operasyonu ile erkekler fit,atletik ve kaslı bir vücut yapısına, modern,sağlıklı estetik görünüme, geniş ve kaslı omuzlara, kaslı kollara, yağsız bir karın ve belirgin karın kaslarına sahip olmaları mümkün. Sixpack; göğüs, sırt, kollar, bacaklar, karın ve bel bölgesi kas estetiği operasyonlarının yapılabildiği bölgeler olup, en sık uygulandığı bölge karındır. Kas estetiği operasyonu ile bel bölgesi de inceltilebilir ve bel kasları ortaya çıkarılabilir. Erkeklerde özellikle daha atletik bir görünüm sağlamak için omuz, kol, göğüs ve karın kaslarının da belirginleştirilmesi ApexClinic olarak hastanemizde uzman doktorlar tarafından uygulanan operasyonla mümkün...Popo protezi popo bölgesinin yeniden şekillendirilmesi amacıyla dik ve dolgun bir görünüm elde etmek için yapılan estetik bir işlemdir. Son yılarda hızla artan popo protezi Apex Clinic olarak hastanemizde uzman doktorlar tarafından iki yöntem kullanılarak yapılmaktadır..."* gibi ifadelere yer verildiği;

www.instagram.com ile www.facebook.com adresli sosyal paylaşım sitelerinin 30.04.2021 tarihli görünümünde kuruluşa ait "*apexcliniccomtr*" kullanıcı isimli sayfalarda yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda ve videolarda örnek olarak; *"...Üst göz kapağı ameliyatı ile yaşlanmaya son! Hastamız operasyonla ilgili memnuniyetini bizimle paylaştı. Yarım saat içinde göz kapaklarınızda rahatsızlık duyduğunuz kırışıklığa ve katlanmalara son! Hemen bizimle iletişime geçerek randevunuzu oluşturun...İtalya'dan gelen Pakistanlı hastamızın size mesajı var! Diş sağlığı için Apex Dental Clinic'i tercih eden hastamız, kontrollerini gerçekleştirmek için hastanemizi ziyarete geldi...Meme büyütme ameliyatı ile doğal ve dolgun görünüme sahip olun! Şişme ve morarma olmadan, günlük hayatınıza rahatlıkla dönebileceğiniz bu operasyonla, özgüveniniz yerine gelecek...Burnunuza ufak bir dokunuşla estetik bir görünüm kazandırmak için en sağlıklı çözüm, rinoplasti!...DOLGUN, DİK VE DOĞAL! Brazilya tipi kalça kaldırma ameliyatı ile kısa sürede hayal ettiğiniz görünüme kavuşursunuz. Son dönemde daha hacimli popolara sahip olmak isteyen kadınların en favori tercihleri arasında yer alan bu operasyon, kalça boyunu ve şeklini implant gerekmeksizin yeniden hacimlendiren yağ enjeksiyon ve transfer işlemidir...ÜNLÜLERİN SAÇ EKİMİ UZMANI ''SELDA ÖZTÜRK'' ! Yurt içi ve yurt dışından saç ekimi ve estetik alanında birçok kişiye hizmet verdiğimiz hastanemizde, değerli oyuncularımızı ve sanatçılarımızı da ağırlamaktan gurur duyuyoruz. 2020 yılının en iyi saç ekimi ve estetik merkezi ödülüne layık görülen Selda Öztürk, başarısının sırrını ve çalışma disiplinini sizlerle paylaştı. Tüm haberler ve röportajlar için, profilimizdeki 'öne çıkanlar' kısmına bakabilirsiniz...TÜP MİDE TEDAVİSİNİ DUYDUNUZ MU? Tüp mide ameliyatı ile hayal ettiğiniz görünüme kavuşmak artık çok kolay! Romanya'dan gelen hastamız da tüp mide operasyonu geçirerek, istediği görünüme kavuşanlardan...Üst göz kapağı ameliyatı ile yıllara meydan oku! Lokal anestezi ile sadece 45 dakika süren operasyonla, yaşlanma belirtilerine son verin!..."* gibi ifadeler ile hasta yorumlarına ve hasta öncesi ve sonrası görsellerine yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

- Özel Hastaneler Yönetmeliğinin 60 ıncı maddesi;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/1-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 **Apex Clinic (Apeks Sağlık Merkezi 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.

**42)**

**Dosya No: 2021/4345**

**Şikayet Edilen:** **Angel Güzellik Salonu (Uğur SALTA)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 06.05.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.angelguzellik.com adresli internet sitesinin 06.05.2021 tarihli görünümünde örnek olarak*; "...Huzurlu atmosferi, güvenilirliği, teknolojik donanımı, deneyimli güler yüzlü ekibi ile estetik ve güzellik sektöründe Ümraniye'nin merkezi konumunda siz değerli müşterilerimizin hizmetinizdedir.Lazer Epilasyon, İğneli epilasyon, Hücre yenileyici, Dermaroller, Dermapen, Ayak detoksu, Refleksoloji masajı, Kupa terapisi, Sülük uygulaması, İpek kirpik, Dudak dolgusu, Nazolobyer Dolgu, Botoks, Mezoterapi, Mono örümcek ağı, Lipoliz, Prp, Dermatolojik ürünlerle Cilt Bakımı, Kalıcı Makyaj, Microblading, Kıl tekniği kaş, Kirpik lifting, Göz Bakımı, Bölgesel Zayıflama, Kaş Tasarımı hizmetlerimiz profesyonel ürünlerle kaliteden...ÖNCESİ SONRASI : Her yüzün farklı ve doğal bir güzelliği vardır. Vede her yüzün kendi ifadesi olan bakışları yakalamak için iyi bir tasarımcıya ihtiyacı vardır...."* gibi ifadeler ile hasta öncesi ve sonrası görsellerine yer verileceği beyanında bulunan başlığa yer verildiği;

www.instagram.com ve www.facebook.com adresli sosyal paylaşım sitelerinin 06.05.2021 tarihli görünümünde kuruluşa ait "*angelguzellikveestetik*" kullanıcı isimli sayfalarda yer alan paylaşımlarda örnek olarak; *"...Botox ile kırışıklık ve deride ki çizgiler geçici süre yok edilir. Botoks tedavisinin etki süresi 4-6 ay civarındadır. Etki süresi kişiden kişiye değişiklik göstermektedir. Bu süreyi yaş ve uygulanan bölgenin durumu etkilemektedir. Hamile veya emziren bayanlar dışında hemen hemen herkes botoks işlemi yaptırabilir...Nazolabial dolgu burun kanatlarından ağız kenarına inen çizgilerin giderilmesi için uygulanan bir dolgudur. Yaşlanma, genetik ve çevresel faktörlerden dolayı zamanla derinleşen bu çizgiler, yüz ifadesinde değişime yol açar; yüzde mutsuz ve üzgün bir ifade oluşabilir...8 MART DÜNYA KADINLAR GÜNÜNE ÖZEL MEDİKAL BAKIM İNDİRIMLİ DETAYLAR İÇİN BİLĞİ ALABİRSİNİZ...DOLGUN DUDAKLARA SENDE SAHİP OLABİLİRSİN.... DOLGU KAMPANYASI SON GÜNÜ 12.06.2020 #dolgu #dudakdolgusu #prp #saçprp...Dudak dolgusu daha dolgun ve şekilli dudaklara sahip olmak için yapılan estetik işleme denir. Dudakların içine ve çevresine enjekte edilen dermal dolgu ile sağlanan bir işlemdir. Kalıcılığı kişiden kişiye fark etmekte olup 6 ile 12 ay arasında olmaktadır...Hacamat: Konsantrasyonu artırır. - Bel fıtığı tedavisinde - İç kanamaları durdurucu etki gösterir. - Göze canlılık getirir. - Kılcal damar tıkanıklıklarını açar. - Eklem ağrılarını azaltır. - Kaslardaki sertliği ve ödemi giderir...Huzursuz bacak sendromu alternatif tipta tek çözüm olmakta #hacamat #alternatiftıp #bacakağrısı #kupa...ÇOK FAZLA SÖZE GEREK YOK HERKEZE DOGRU BİLGİ AKTARİLMASİ YEYERLİ OLMAKTA...BOTOXLA KIRIŞIKLARA VEDA EDİN....DAHA DOLGUN DUDAKLARA SENDE SAHİP OLABİLIRSİN...Dudak dolgusu küçük enjeksiyonlar ile dudakların ve dudak kontürlerinin belirginleşmesini, doldurulmasını ve güzelleşmesini sağlayan bir yöntemdir. Uygulama öncesinde dudaklara anestezik krem veya injeksiyonlarla uyuşturularak dolgu maddeleri çok ince iğneler ile enjekte edilerek istediniz dolgun dudaklara sizde sahip olabilirsiniz..."* gibi tanıtımlara ve tıbbi işlemlere ilişkin kampanya ile fiyat bilgisine; hasta öncesi ile sonrasına ait görsellerine ve hasta yorumlarına yer verildiği tespit edilmiştir.

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

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

Bu bağlamda, inceleme konusu internet sitelerinde, 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 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 29 uncu 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-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 **Angel Güzellik Salonu (Uğur SALTA)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**43)**

**Dosya No: 2021/4347**

**Şikayet Edilen:** **Ezgi Nur Yüksel Beauty (Ezgi Nur GÜNAL)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 20.04.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinin 20.04.2021 tarihli görünümünde kuruluşa ait "*ezginuryukselbeauty*" kullanıcı isimli sayfada yer alan paylaşımlarda örnek olarak; *"...Çekilişimize son 3 gün Nasıl olmuş dudaklar..2 senas sonucumuz Çekilişe katilmak icin begenip yorum yazmanız yeterli ... İstediğiniz bölgelerdeki fazlalıklarınızdan kurtulun Bu hafta gobek bolgesinden bir kisiye bolgesel zayiflama kazandiralimmi acaba, isteyenler yazsin...Sağlıklı bölgesel zayıflama, kas güçlendirme ve sıkılaştırma etkisi ile micro plus farkını ilk seans içinde göstererir. Bölgesel zayıflama micro plus ile üç farklı dalga boyu kullanarak özel hazırlanmış başlıklarla istediğiniz bölgede incelme ve sıkılaşma yaparak dokuyu toparlıyor. Sağlıklı bölgesel incelme cihazı olan micro plus ile tüm bu değişimi hissedebilmeniz icin kisa sureligine 5 seans 750 tl tl yerine 500 tl...BAYRAM CEKILISI EZPEN UYGULAMASINDA %50 indirim çeki Yüz hattı ve dolgun dudak severler için gelsin. Dudak dolgusu ve microplus Kesin Çözüm Gıdı ve Yüz Hattı sorunlarınız için bize ulaşın...14 subat hediyesi birde cilt bakimi hediye olsunmu cekiliis ile yorum yapip arkdaslarinizi etiketlemeniz yeterli Ozon leke tedavisi ve Hydrafacial bakımımız bir harika... Tek Seans 500 TL Tek Seansta Mucize Cilde Kavuşun...Buz Lazer Epilasyon ÖZEL BÖLGE/KOLTUK ALTI/BACAK 1499 TL %95 Başarı 8+2 Seans ACISIZ SİSTEM...Gormek icin yana kaydirin Ezpenle dudaklar harika oluyorki..."* ifadeleri üzerinden lazer epilasyon, dudak dolgusu, ozon tedavisi gibi tıbbi işlemler hakkında tanıtımlara, kampanya ve fiyat bilgilerine, hasta yorumları ile hasta öncesi ve sonrası görsellerine yer verildiği tespit edilmiştir.

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

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

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 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 29 uncu 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-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 **Ezgi Nur Yüksel Beauty (Ezgi Nur GÜNAL)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**44)**

**Dosya No: 2021/4349**

**Şikayet Edilen:** **Dr. Asu Deniz BURHANOĞLU**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 03.05.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.drasudeniz.com adresli internet sitesinin 03.05.2021 tarihli görünümünde örnek olarak; *"...Günümüzde estetik cerrahi ve silikon teknolojilerindeki başarılı gelişmeler sayesinde daha doğal görüntüleri elde etmek artık mümkün. Aklınızı karıştıran ve kendinizi kötü hissetmenize neden olan küçük göğüsleri, destekli çamaşırlarla ya da başka malzemelerle büyütme ihtiyacınız, sadece 1 saat süren kısa bir ameliyat sonrasında ortadan kaldırılabilmektedir. Meme büyütme, günümüzde artık en sık uygulanan estetik ameliyatlar içinde yer almaya başlamıştır. KİŞİYE ÖZEL SİLİKON İMPLANT SEÇİMİ Bu seçimde hekiminize güvenebilirsiniz. İnternet sayfalarında okuduğunuz markalar ve bilinçsiz olarak seçilen modellerin size uygunluğu hakkında lütfen direnmeyiniz. Bu teknolojiyi sizler adına biz estetik cerrahlar yakınen takip etmekteyiz...Hamilelik ve emzirme sonrası özellikle karın ve göğüslerde elastikiyet kaybı ve deride çatlaklar (settrch marks-birth marks) meydana gelir. Göğüslerde genelde sönmüş balona benzetebileceğimiz hacim ve dirilik kaybı meydana gelir karın bölgesinde kasların birbirinden ayrılmasına bağlı olarak yalancı ya da gerçek fıtık sonucu daha bombe ve gevşek bir görüntü olabilir Annelik estetiği olarak yaptığımız ameliyatın içinde meme toparlama, karın germe ve gerekirse simit bölgesine liposuction ameliyatlarını içerir...Göz altında kişiden kişiye göre değişmekle beraber hemen herkeste bulunan bir anatomik oluğun normalden daha derin olduğu durumlarda olduğunuzdan daha yaşlı ve yorgun görünürsünüz. Bu bölgeye yapılan dolgu ile, göz altlarınız daha canlı ve parlak görünür. Böylece daha genç bir bakışa sahip olursunuz. Uygulama anestezik kermler sürüldükten sonra yapılır ve yaklaşık 15 dakika sürer. İşlem sonrası herhangi bir özel tedavi uygulamanıza ger ek yoktur...Bt-x uygulaması ile sinirli bakışlar giderilebilir , Fazla mimikten kaynaklanan kaz ayakları hafifletilebilir Kaş seviyeniz yaşınıza uygun seviyeye getirilebilir, Sürekli ‘hayır’ anlamında kaşları kaldırmaya bağlı oluşan alındaki enine çizgiler hafifletilebilir, Burun kenarlarındaki ‘rabbits lines’ adı verilen kırışıklıklar azaltılabilir...Önceleri en çok Güney Amerika’da uygulandığı için bu ismi almıştır ancak günümüzde Türkiye’de sıklıkla uygulanan bir işlem hale gelmiştir. Teknik olarak kısaca poponun bir bölgesinden yağ alıp diğer bölgelerine verilmesi işlemid. iSrıklıkla popo altı “banana” hattı adını verdiğimiz bölgeden, basenlerden ya da popo ile bel arası bölgeden yağlar alınıp poponun büyük ve çıkıntılı olması istenen bölgesine enjekte edilir. Bu işlem tam anlamıyla bir popo büyütme ameliyatı olmayıp popoyu yeniden şekillendirme işlemidir. Merak ediyorsanız hangi yöntemin size en uygun olacağı hakkındaki bilgiyi plastik cerrahi uzmanınız ile yapacağınız 30 dakikalık bir konsültasyon sonucunda birlikte kolayca karar verebilirsiniz..."* gibi ifadelere yer verildiği;

www.facebook.com, www.youtube.com ile www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitelerinin 03.05.2021 tarihli görünümlerinde şahsa ait “*drasuburhanoglu*” ve *"Op.Dr.Asu Deniz Burhanoğlu*" kullanıcı isimli sayfalarda yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *"...mummy make over Karın Germe ( veya Abdominoplasty, veya Tummy Tuck ile birlikte meme toparlama)#mummymakeover #tummytuck #plasticsurgery #mareclinic #istanbulplasticsurgery #drasudenizburhanoglu Karın bölgesi şikayetleri kişiden kişiye değişkenlik gösterir. Bu şikayetlerin büyük kısmı doğum sonrası ya da aşırı kilo vermeye bağlı olarak oluşan kas zayıflamaları ve yerleşmiş inatçı yağ dokusuyla birlikte cilt sarkmalarıdır. Bu tür durumlarda egzersiz ya da diyet yapmak sonuç vermeyecektir. Tam bu noktada estetik cerrahi devreye girer..Rhinoplasty ya da daha çok bilinen ismi ile Burun Estetiği ameliyatı nedir? Rhinoplasty burun kemiği yamukluğu, nefes problemleri ya da kişinin görüntüden memnun olmadığı durumlarda burna yeniden şekil verildiği ve günümüzde sıkça yapılan cerrahi bir operasyondur. Ameliyathane ortamında ve genel anestezi altında yapılan bu işlem sonrası hastanede yatış gerekmez. Cerrahi sonrası medikal tedaviler ile desteklenen süreçte konforlu bir iyileşme gerçekleşir...Dudak Dolgusu Klinik ortamında yapılıyor Ortalama 10-15 dakika Sonuç: hemen Minimum ağrı Daha fazlası için bize ulaşın..Çene dolgusu, çenenin geride kaldığı ve dental tedavisi gerektirmeyen durumlarda çene çıkıntısını oluşturmak için yapılır. Jaw-line işlemi ile desteklenen bu işlem klinik ortamında yaklaşık 10-15 dakika içerisinde yapılıyor ve kişi günlük yaşantısına hemen dönebiliyor...#estetiksengüzelsin Estetik cerrahide gelişen teknoloji ile birlikte yıllara meydan okumak mümkün..Burun, çene ve dudak dolgusu uygulayarak yüzdeki ideal oranı yakalayabiliriz. Uygulama sonrası günlük hayatınıza kaldığınız yerden devam edebilirsiniz...Badem Göz Ameliyatı ile daha derin bakışlara sahip olabilirsiniz...Doğuştan kepçe kulak, kıkırdak dokusunun öne doğru gelişmesiyle oluşur. Bazen tek taraflı kepçe kulak da görülür. Özellikle çocukluk ve gençlik dönemlerinde alay konusu olmak bazı kişilerde ciddi psikolojik sorunlara yol açmaktadır. Bu estetik problem otoplasti (kepçe kulak düzeltme) ile kolaylıkla çözülebilir..."* gibi ifadeler ile hasta öncesi ve sonrası görsellerine yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

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

**45)**

**Dosya No: 2021/4350**

**GRC Sağlık Kozmetik Hediyelik Eşya Tic. Ltd. Şti. (www.eczane.com.tr)** tarafından www.eczane.com.tr adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlara ilişkin görüşme ve değerlendirmelerin **ertelenmesine**  karar verilmiştir.

**46)**

**Dosya No: 2021/4361**

**Şikayet Edilen:** **Estecorner Güzellik Salonu (Este Corner Güzellik Merkezi Turizm İnşaat İç ve Dış Ticaret Limited Şirketi)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 27.05.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinin 27.05.2021 tarihli görünümünde kuruluşa ait "*estecorner*" kullanıcı isimli sayfalarda yer alan paylaşımlarda örnek olarak; *"...Yüz lekelerinize veda edin. fraksiyonal lazer...8 Seans Lazer Epilasyon 1800 TL sınırlı sayıdadır..LUTRONIC CLARITY 8 Seans Lazer Epilasyon 3500 TL sınırlı sayıdadır...Plexr ile Ben Alma..."* mezoterapi medikal cilt bakımı, lazer epilasyon, fraksiyonel lazer vb. tıbbi işlemler hakkında tanıtımlara; kampanya ve fiyat bilgileri ile hasta öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği tespit edilmiştir.

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

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

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 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 29 uncu 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-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 **Estecorner Güzellik Salonu (Este Corner Güzellik Merkezi Turizm İnşaat İç ve Dış Ticaret Limited Şirketi)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **114.326-TL (Yüzondörtbinüçyüzyirmialtı Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**47)**

**Dosya No: 2021/4375**

**Şikayet Edilen:** **Estemol Güzellik Salonu (Yakup ŞEHREMİN)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 04.05.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.estemol.com adresli internet sitesinin 04.05.2021 tarihli görünümünde; dermapen, medikal cilt bakımı, lazer epilasyon, mezoterapi, soğuk lipoliz gibi tıbbi işlemler hakkında tanıtımlara ve *"diş kliniği"* yönlendirmesine yer verildiği;

www.instagram.com, www.facebook.com ve www.youtube.com adresli sosyal paylaşım sitelerinin 04.05.2021 tarihli görünümünde kuruluşa ait *"estemol.guzellik"* ile *"Estemol Güzellik Merkezi"* kullanıcı isimli sayfalarda yer alan paylaşımlarda örnek olarak; *"...İşlemin hastanın beklentisine göre yapıldığını unutmayalım. Randevu almak İçin profildeki numarayı arayabilir, detaylı bilgi için Dm’den ulaşabilirsiniz.#dudakdolgusu #dudak #botoks ...Doğal sevenlere, dudak formu 1ml kullanılarak bile nasıl değişebiliyor görüyorsunuz. İşlemin hastanın beklentisine göre yapıldığını unutmayalım...Yüzünüzdeki hiçbir çizginin moralinizi bozmasına izin vermeyin Hepsinin çaresi var...Koyu Lekelere Karşı Medikal Cilt Bakımı  Medikal cilt bakımı önemi; bugün dünyadaki ağır hayat şartları ve yoğun çalışma içerisinde bazen kendimize zaman ayırmayı unutuyor, bazen de rutin cilt bakımını erteliyoruz. Giysilerimiz bizi güneş ışığından ve çevre kirliliğinden koruyabilir ancak toz, araba egzozu ve şehir yaşamının olumsuz etkileri nedeniyle özellikle yüz ve dekolte kısmını asla koruyamıyoruz. Estemol Güzellik Merkezin'de Nisan ayına özel kampanyaladan faydalanmak için 0543 215 05 42 numarayı arayabilir, Detaylı bilgi için mesaj gönderebilirsiniz...Dudağınızın istediğiniz gibi olmaması sonucunda estetik veya dolgu işlemi yaptırmak isteyebilirsiniz. Dudaklarınızın yüzünüze oranlaması farklı olabilir. Üst dudakta görülen incelik veya dudakların tamamında yeterli hacmin olmaması da rahatsızlık verebilir.  Bunlardan rahatsız olarak yaşamak yerine istediğiniz veya hayal ettiğiniz dudağa kavuşarak hayatınızı yaşamak mümkün hale gelir. Dudak dolgusu oldukça sık yapılan bir işlemdir. Sebepleri ve avantajları çok olmasından dolayı da sık tercih edilir...Küçük dokunuşlarla ifadenizi değiştirelim! 5-10 yaş gençleştirelim!.Son yıllarda artan popülerliği nedeniyle dermapen nedir sorusu cilt kusurları ile mücadele eden pek çok birey tarafından sıklıkla sorulur. Dermapen; bir cilt gençleştirme uygulamasıdır ve yaşlanmaya bağlı cilt sorunları yaşayan tüm bireylere uygulanabilir. Bir mikro iğneleme prosedürü olan bu yöntem aynı zamanda cildin sıkılaştırılması ve yenilenmesi üzerinde de etkilidir...Simit bölgesi yağlarınızdan kurtulmak istiyorsanız doğru yerdesiniz. @alpikomedical ‘in son teknoloji soğuk lipoliz cihazı rakipsiz sonuçlar veriyor. 1 seansta 4cm ile 12cm incelme garantisi. Radyofrekans ve kızılötesi dalgalarıyla yağ hücrelerini parçalayarak dolaşım sistemiyle vücuttan atılmasını sağlıyor..Soğuk lipoliz yağ dondurma işlemine verilen genel addır. Bu prosedürde yağ hücreleri belirli derecelere kadar soğutulur. Tedavi sırasında diğer dokulara zarar verilmez ve bu sayede yağların vücuttan atılması sağlanır. Yaklaşık olarak üç ay içerisinde ideal vücut formuna ulaşabilir...Nazolabial dolgu uygulaması yapılan bölgede ince çizgiler ve derin kırışıklıklar daha düz bir görünüme kavuşur. Cilde enjekte edilen sıvı, yaşa bağlı olarak miktarı azalan kolajen üretimini tetikler..."* ifadeleri üzerinden tıbbi işlemler hakkında tanıtımlara, kampanya ile fiyat bilgisine ve hasta öncesi ve sonrasına ait görsellerine yer verildiği tespit edilmiştir.

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

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

Bu bağlamda, inceleme konusu internet sitelerinde, 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 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 29 uncu 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-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 **Estemol Güzellik Salonu (Yakup ŞEHREMİN)** 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.

**48)**

**Dosya No: 2021/4383**

**Şikayet Edilen:** **www.farmaeczanem.net**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 03.06.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Kuruluşa ait www.farmaeczanem.net adresli internet sitesi ile www.facebook.com ve www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitelerinde kuruluşa ait sayfaların 03.06.2021 tarihli görünümünde; firmaya ait alan adı ve "*farmaeczanem*" kullanım adı içerisinde "eczane" ibaresine yer verildiği;

Ayrıca kolon kanseri testi, prostat kanseri testi vb. tıbbi cihazlara ilişkin tanıtımlara yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Tıbbi Cihaz Satış, Reklam ve Tanıtım Yönetmeliği'ne göre münhasıran sağlık meslek mensupları tarafından kullanılması veya uygulanması gereken cihazlar ile geri ödeme kapsamında olan cihazların reklam ve tanıtımının yapılmasının yasak olduğu, bunların dışında kalan cihazların reklamına ise ilgili mevzuata uygun olmak koşuluyla izin verildiği, dolayısıyla münhasıran sağlık meslek mensupları tarafından kullanılması veya

uygulanması gereken muhtelif medikal ve tıbbi cihazlara ilişkin olduğu;

Diğer taraftan ilgili mevzuat gereği, eczacılar ve eczaneler adına internet sitesi açılmasının yasak olduğu, bu bağlamda, eczacılar ve eczaneler adına dahi internet sitesi açılması yasak iken, Sağlık Bakanlığı'nca düzenlenmiş bir eczane ruhsatı bulunmayan ve eczacı olmayan firmanın/şahsın internet sitesinin alan adında "eczane" ibaresine yer vermesinin tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte ve ilgili mevzuata aykırı olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- 6197 sayılı Eczacılar ve Eczaneler Hakkında Kanun’un 24 üncü maddesi,

- Eczacılar ve Eczaneler Hakkında Yönetmeliğin 42 ve 43 üncü maddeleri,

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/1-b, 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, **www.farmaeczanem.net** 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.

**49)**

**Dosya No: 2021/4392**

**Şikayet Edilen:** **Op.** **Dr. Uğur YAŞAR**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 04.06.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.opdruguryasar.com adresli internet adresinin 04.06.2021 tarihli görünümünde örnek olarak*; "...Tüp mide ameliyatı, günümüzde obezite için, dünya üzerinde en çok uygulanan cerrahi işlemdir...Kliniğimizde zımba hattına takviye edici dikişler de uygulanmaktadır. Bu takviye dikiş tekniği sayesinde kaçak ve kanama gibi komplikasyonların görülme riski çok azalır...Ameliyat sırasında malzemeler her hasta için tek kullanılır, bir hastaya kullanılan malzeme bir başka hasta için kullanılmaz ve kullanılan malzemenin açılışı kayıt altına alınarak hastaya verilir...Uzun dönemde, fizyolojiyi bozan bir ameliyat olmadığı için, istenmeyen yan etkiler ve hastalıklara neden olmaz. Özellikle genç yaş gurubunda olan ve kontrolsüz şeker hastalığı gibi ek hastalıkları olmayan kişilede ilk seçenektir..."* gibi ifadelere; "Değişen Hayatlar" başlığı altında hasta yorumları ile hasta öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği;

www.facebook.com ile www.youtube.com adresli sosyal paylaşım sitelerinin 04.06.2021 tarihli görünümlerinde şahsa ait “*opdruguryasar*” ve *"Op. Dr. Uğur Yaşar - Obezite Cerrahisi"* kullanıcı isimli sayfalarda yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *"...Türkiye nin pek çok farklı ilinden gelen hastalarımızı taburcu ettik. Geçmiş olsun. Güzel haberlerini bekliyoruz...Eskişehir ve Konya dan gelerek tüp mide ameliyatı yaptığımız hastalarımızı sevdiklerine uğurladık. Geçmiş olsun. Güzel haberlerini bekliyoruz...Malatyalı hastamıza tüp mide ameliyatı yaptık. Fazla kiloları nedeni ile eklem problemleri ve yürüme güçlüğü mevcuttu. Vereceği kilolar ile artık çok daha rahat hareket edebilecek. Geçmiş olsun. Güzel haberlerini bekliyoruz...Şartlar ne olursa olsun, ilk günkü heyecan ile @drtugbanur @imranb23 görevimizin başındayız...yıldır tip2 şeker hastalığı olan ve Sinoptan gelen hastamıza metabolik cerrahi uyguladık, 4.gününde diyabet ten kurtulmuş olarak taburcu ettik. Hangi hastanın metabolik cerrahiden fayda göreceği ve hangi cerrahi yöntemin seçileceği, detaylı bir inceleme sürecinden sonra belli olur. Bu sürecin sonunda uygun hastalarda başarı %95 in üzerindedir...Estetik için değil Sağlık için Obezite ve Diyabet Cerrahisi....Merhabalar Uğur Yaşar hocamıza ameliyat oldum. İlk 3 ayda 32 kiloyu kaybettik. Şimdi zamanla yavaş yavaş kilo vermeye devam ediyorum...Sağlıklıyım ameliyat öncesinde hiç sağlıklı değildim...Özellikle Dr. Uğur Yaşar hocamız bize bu yolda çok destek oldu...Yeni bir yaşama merhaba derken yanınızdayız...Bugün İstanbul'dan gelen bir hastamıza tüp mide ameliyatı yapacağız. Bu hastamızın şöyle bir öyküsü var: bundan yaklaşık 4-5 ay kadar önce kilo nedeniyle mide botoksu yaptırmış; ancak herhangi bir faydasını görememiş. O yüzden artık ikinci seçenek olarak tüp mide ameliyatını deniyor. Aslında hastaya daha önce konuştuğumuzda da söylemiştir. Mide botoksu çok kalıcı bir yöntem değil., kabul görmüş bir yöntem değil...tekrar kilo alabiliyorlar. O yüzden bugün tüp mide ameliyatı yaparak daha kalıcı daha etkin bir kilo kaybı hastamıza sağlamış olacağız..."* gibi ifadelere; hasta yorumları ile hasta öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

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

**50)**

**Dosya No: 2021/4393**

**Şikayet Edilen: Ayşe Yıldız (Yıldız Estetik ve Tic. Ltd. Şti.)**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait “aysestetik” isimli hesapta yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 27.05.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İşletme tarafından, www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinin 27.05.2021 tarihli görünümünde kuruluşa ait "*aysestetik*" kullanıcı isimli sayfalarda yer alan paylaşımlarda örnek olarak; *"...Lipo sonrası sonuç 3. gün işe gidebilirsiniz...Saç ekimi ile güne başlayalım ozaman #meme protezi #karıngerme meme Diklestirme ile devam edelim şükürler olsun..Günaydın #memedikleştirme ile güne devam edelim...Yaz için en iyi yöntem tüm yüze ince dolgu kısıklığı yok eder kolejeni tetikler daha genç bir görünüm sağlar sorular için #dm...Özellikle erkeklerde hayat kurtarır #koltukaltıbotoks uygulama 20 dak etkisi 6 ay 05414575757...Canlar geldiler eşi saç ekimi burcum bir kaç ameliyat oldu çok mutlu fransaya dönüyor güvendiğin için teşekkürler...Canım @seraysever ile bir takım çekimler yaptık #tv8...Almanyadan gelişlerde sorun yok hastamız gelmiş feride çok tatlısın hersey için çok teşekkürler...Bugün #burunestetiği..."* ifadeleri üzerinden tıbbi işlemler hakkında tanıtımlara yer verildiği tespit edilmiştir.

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

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

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 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 29 uncu 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-ğ, 26 ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

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

**51)**

**Dosya No: 2020/5397**

**Şikayet Edilen: EDR Güzellik ve Sağlık Hizm. İnş. Otomotiv San. Tic. Ltd. Şti. (Estedore Güzellik Salonu)**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.estedore.com adresli internet sitesinde ve İnstagram isimli sosyal medya sitesinde "estedore\_tr" hesap adıyla yayımlanan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 19.08.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, sosyal medya

**Tespitler:** Şikayet edilen kuruluşun bir güzellik salonu olarak faaliyet gösterdiği, diğer taraftan inceleme konusu internet sitelerinde yayımlanan tanıtımların 19.08.2021 tarihli görünümünde, tabipler tarafından uygulanması gereken ve güzellik salonlarında -tabip çalışsa bile- uygulanması yasak olan "lazer epilasyon, kupa tedavisi, microblading, saç ekimi, prp" gibi tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara ve bu işlemlere yönelik kampanya bilgilerine ve hasta görüntülerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, şikayet edilen kuruluşun bir güzellik salonu olarak ruhsatlandırıldığı, buna karşın inceleme konusu internet sitesinde yayımlanan tanıtımlarının 19.08.2021 tarihli görünümünde, tabipler tarafından uygulanması gereken ve güzellik salonlarında -tabip çalışsa bile- uygulanması yasak olan "lazer epilasyon, kupa tedavisi, microblading, saç ekimi, prp" gibi tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara yer verildiği,

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

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

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

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,

- Geleneksel ve Tamamlayıcı Tıp Uygulamaları Yönetmeliği'nin 9, 12 ve Yönetmelik ekinin "Ünite ve Uygulama Merkezlerinde Yapılabilecek Uygulamalar Listesi" başlıklı Ek-3/8 inci 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 Kanun'un 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna ,

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

**52)**

**Dosya No: 2020/5883**

**Muhammet KORKMAZ’**a ait **Podoworld Ayak Bakım Merkezi** isimli işyerine ilişkin www.podoworld.com.tr adresli internet sitesinde ve Facebook ve İnstagram gibi sosyal paylaşım sitelerinde yayımlanan tanıtımlara ait olarak, podolog unvanına sahip kişilerin gerçekleştirebileceği uygulamalar ve yetki sınırları ile ilgili Sağlık Bakanlığından yeni bir görüş alınmasının faydalı olacağı düşünülerek 2020/5883 numaralı dosyanın görüşülmesinin **ertelenmesine** karar verilmiştir.

**53)**

**Dosya No: 2020/5885**

**Şikayet Edilen: Dr. Yalçın KARAKOCA**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.koahbalon.com adresli internet sitesinde ve İnstagram isimli sosyal medya mecrasında "dryalcinkarakoca" isimli hesap üzerinden yayınlanan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 08.06.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, sosyal Medya

**Tespitler:** İnceleme konusu tanıtımlarda www.koahbalon.com adresli internet sitesinin ve İnstagram üzerinden yapılan paylaşımların 08.06.2021 tarihli görünümünde, *"KOAH balon tedavisi Prof. Dr.Yalçın KARAKOCA’nın patentli ürünüdür. (...)", "KOAH BALON TEDAVISI ILE KOAH'TAN KURTUL. Koah Tedavisinde Dünyada İlk ve Tek olan Koah Balon Tedavisi ile Koah'tan kurtulan hastalarımızın videoları.",* *"KOAH Tedavisi Artık Mümkün."* gibi ifadelere, ayrıca, *"İnternette ilk gördüğümde şaşırdım; fakat, Prof. Dr. Yalçın Karakoca ve ekibini dinlediğimde çok rahatladım. KOAH Tedavisi çok kolay ve pratik bir yöntemle tedavi edilebiliyormuş. Hocama ve ekibine binlerce teşekkürler. Herkese tavsiye ederim.", "İnternette ilk gördüğümde şaşırdım; fakat, Prof. Dr. Yalçın Karakoca ve ekibini dinlediğimde çok rahatladım. KOAH Tedavisi çok kolay ve pratik bir yöntemle tedavi edilebiliyormuş. Hocama ve ekibine binlerce teşekkürler. Herkese tavsiye ederim."* gibi ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme 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. Yalçın KARAKOCA** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**54)**

**Dosya No: 2020/5932**

**Şikayet Edilen: Dr. Mehmet GÖKER**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şahsa ait muayenehane içerisinde bulunan *"AS Estetik Güzellik Salonu", "Ameliyatsız Burun Dikleştirme", "4 Mevsim Hızlı ve Kalıcı Alexandrite Lazer Epilasyon... Sultanbeyli'de Sadece AS Estetik Kliniği'nde"," 4 Mevsim Hızlı ve Etkin Lazer Epilasyon Konforu"* ibareli ayaklı tabela ve afişler.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020-2021

**Yayınlandığı Mecra:** Tabela, afiş

**Tespitler:** Ayaklı tabela ve afişlerde*“AS Estetik Güzellik Salonu", "Ameliyatsız Burun Dikleştirme", "4 Mevsim Hızlı ve Kalıcı Alexandrite Lazer Epilasyon... Sultanbeyli'de Sadece AS Estetik Kliniği'nde"," 4 Mevsim Hızlı ve Etkin Lazer Epilasyon Konforu"* gibi ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme 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. Mehmet GÖKER** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**55)**

**Dosya No: 2020/5938**

**Şikayet Edilen: Sakura Güzellik Salonu Tic. Ltd. Şti.** **(Sakura Güzellik Salonu)**

**Şikayet Edilen Reklam:** Facebook ve İnstagram isimli sosyal paylaşım sitelerinde kuruluşa ait "sakuraguzellikmerkezi" ve "sakura.beauty.turkey" isimli hesaplar üzerinden yayımlanan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 30.09.2020 ve 30.07.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, sosyal medya

**Tespitler:** Şikayet edilen kuruluşun bir güzellik salonu olarak ruhsatlandırıldığı, buna karşın, inceleme konusu tanıtımların30.09.2021 ve 30.07.2021 tarihli görünümlerinde, "Sakura Güzellik Merkezi" ve "Sakura Beauty" gibi ruhsatta düzenlenen isimlendirmenin dışında bir isim kullanıldığı ve *"lazer epilasyon, kalıcı makyaj, dermaroller"* gibi tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar**: Yapılan incelemeler sonucunda, şikayet edilen kuruluşun bir güzellik salonu olarak ruhsatlandırıldığı, buna karşın inceleme konusu internet sitesinde yayımlanan tanıtımların 30.09.2021 ve 30.07.2021 tarihli görünümünde, "Sakura Güzellik Merkezi" ve "Sakura Beauty" gibi ruhsatta düzenlenen isimlendirmenin dışında bir isim kullanıldığı ve *"lazer epilasyon, kalıcı makyaj, dermaroller"* gibi tabipler tarafından uygulanması gereken ve güzellik salonlarında -tabip çalışsa bile- uygulanması yasak olan tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara yer verildiği,

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

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

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

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-b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 7/5-c, 26 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

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

**56)**

**Dosya No: 2021/576**

**Şikayet Edilen: Öz Anka Göz Sağlık ve Ticaret Limited Şirketi**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 26.05.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

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

- Ana sayfada; *‘…13 yıllık tecrübemizle hizmetinizdeyiz…30 saniyede gözlüğe son excimer lazerde hız, güven, konfor lideri alcon ex500 cihazı ankasu da 13 yıldır Keçiören de hizmetinizdeyiz…trifokal akıllı mercek ile her şey daha net bilgi almak için bizi arayın…akıllı lens, trifokal lens, multifokal lens ile her mesafede gözlüksüz net görüntü 5 dakikalık bir ameliyatla ankasugöz de…alcon ex500 laserimizle gözlükten kurtulmak 30 saniyede ağrısız acısız ankasugöz de…katarakt ameliyatında göze takılacak multifokal mercekler ile hem yakını hem de uzağı net görün 13 yıllık tecrübemizle hizmetinizdeyiz…’*,

- ‘Hakkımızda’ başlığı altında; *‘…göz sağlığınız bize emanet…kliniğimizde; 350.000 üzerinde hasta muayenesi 70.000 üzerinde katarakt ameliyatı, 2000 üzerinde akıllı lens ameliyatı , 2000 üzerinde excimer lazer operasyonu yapılmıştır…’*,

- ‘Excimer Lazer’ başlığı altında; *‘…uzak yakın görme tedavisinde excimer lazer Ankasu da… En önemli avantajı kornea kalınlığının korunmasıdır. Korneası ince hastalarda özellikle bu yöntem tercih edilir. Hastanın epiteli iyileşene kadar (2-3 gün) gözde yanma batma sulanma şikayetleri olabilir , bu en önemli dezavantajıdır. Avantajları: Kornea kalınlığının korunması, ince kornealarda yapılabilmesi, Kornea topografisi ideal ölçülerde olmayan hastalarda güvenilir olması, Özellikle orta yaş bayanlarda oluşan kuru göz şikayetleri daha düşük olması, Korneada herhangi bir kesi yapılmadığı için, risklerinin daha düşük olmasıdır. Dezavantajı: Ameliyat sonrası 3-5 gün yanma batma, Ameliyat sonrası 3-5. günde görmede bulanma ve 1-2 haftalık bulanık görme ve görmede dalgalanma süreci, Bu süreç hastalarda genelde bir endişeye neden olmaktadır. Özellikle gözlerden birinin daha iyi diğerinin daha az görebilmesi bu endişeyi arttırmaktadır. Bütün bu olanlar sadece iyileşen göz epitelinin düzensizliklerine bağlıdır ve normaldir. Sonuç görme seviyesine ulaşmanın15 gün ile 3 ay arasında uzayabilmesi… Avantajları: Görme erken dönemde düzelir (1-7 gün) PRK da olan operasyon sonrası olabilecek ağrı, yanma batma bu işlemde görülmez veya çok kısa sürelidir. Dezavantajları: Korneası ince hastalarda tercih edilmez. Kornea yapısında anomali olan hastalarda aşırı incelme ve görme bozuklukları ortaya çıkabilir (Korneal ektazi) Ameliyat sonrası kuru göz şikayetlerinin daha fazla olması Mekanik bir işlemdir; düzensiz kesi, komplike gibi risklerin bulunması. Kesi sırasında sıvı korneada hafif ama geçici ödeme yol açabilir; erken ama geçici görsel bulanıklık, numarada az düzelme gibi problemler ortaya çıkabilmesi…sonuç olarak özetlenirse: prk-lasek-no touch uzun görsel iyileşme süreli ama güvenlidir. lasık konforlu, ancak nadir de olsa komplikasyon görülebilen bir cerrahidir…göze tamamen kişiye özel lazer yapılması işlemidir…Kişiye özgü laser uygulama ve kişiye özgü en iyi görmeyi sağlama açısından en gelişmiş yöntemdir.Çünkü standart laser sistemleri gözü bir düzlem kabul eder ve her tarafına eşit enerji uygular. Ancak göz standart düzgün bir yüzeydeğildir ve bölgesel düzensizliklere bağlı bölgesel kırıcılık farklılıkları vardır. En önemlisi eğimlidir ve dış kısmına doğru eğim nedeniile enerji yansıması olur. Wavefront tedaviler hem bu eğimi hesaplayarak yansıyan enerji miktarını telafisini sağlar; GerçekOptik Zon Sağlanır; hem de bölgesel düzensizliklerin ekstra laser atışı ile düzeltilmesini ve mükemmele yakın bir optik yüzeysağlanmasına çalışır…Gözün daha ince kusurları da düzeltileceği için özellikle gece daha kaliteli görme imkanı sunmaktadır…’*,

- ‘Akıllı Mercek’ başlığı altında; *‘…Çünkü bu lensler görüş bozukluklarını her açıdan düzeltmeye izin vererekgörüşü mümkün olduğu kadar doğal hale getirmektedir…uzaktaki yazıları rahatlıkla görebilirler. Trifokal lensler, günümüzün en gelişmiş göz içi lens teknolojisidir. Yakın, orta ve uzak mesafeler için kesintisiz ve net bir görüş sağladığı için hayat kalitesini olumlu yönde etkiler…Akıllı Lens Uygulaması İle Görüş Kalitesi Artıyor…4-5 dakikalık bir operasyon ile gerçekleştiriliyor. Ağrı ve acı hissedilmemekte. Gözünüzü 2 saat sonra bandajını açıp yaşama devam edebilirsiniz. Ertesi gün çalışmaya devam edebilirsiniz…’*,

- ‘Katarakt’ başlığı altında; *‘…hastalarımız merkezimizde detaylı muayenenin yanı sıra topografi (kornea haritası) ve görme merkezinin tomografisi (OCT) ve optik biometri gibi detaylı tetkiklerle değerlendirilmektedir. Hastamıza gözüne uygun olan lens çeşitleri anlatılır uygun lensi seçmesine yardımcı olunur. Katarakt ameliyatı yaklaşık 3-4 dakika sürmektedir, göz damlayla uyuşturulmaktadır. Hasta herhangi bir acı hissetmemektedir…Merkezimizde 70.000 in üzerinde katarakt operasyonu,2.000 in üzerinde akıllı lens operasyonu gerçekleştirilmiştir. Ankaranın en çok akıllı lens, trifokal lens takılan merkezlerinden biridir. Akıllı lenste dünya markaları (alcon panoptix , zeiss . tecnis , trinova ) kullanılmaktadır. Akıllı lens ve trifokal lenslerde hastanın astigmatının varlığı ve ona göre astigmatlı trifokal lens ve numarasının seçimi (optik biometri ve korneal topografi ) büyük önem taşımaktadır. Merkezimizde akıllı lens operasyonları 2000 in üzerinde vaka deneyimi ve tecrübesi ile başhekimimiz Op.Dr ALİ SUVEREN tarafından yapılmaktadır…’*,

- ‘Maküla OCT’ başlığı altında; *‘…yüksek teknolojili bu cihazlarla çok daha başarılı olmaktadır. OCT'nin Avantajları Nedir…Diyabet ve Sarı Nokta Hastalığında OCT'nin Faydaları Nedir? OCT tamamen zararsız bir tanı yöntemidir… Hastanın gözüne dokunulmadan 2-3 dakika içerisinde kolayca uygulanabilmektedir... Kliniğimizde kendi sınıfında en yüksek teknolojiyi kullanan ZEISS OCT kullanılmaktadır…’*,

- ‘Pakimetri’ başlığı altında; *‘…ölçme işlemi sadece saniyeler içinde tamamlanmaktadır…’*,

- ‘Yag Lazer’ başlığı altında; *‘…Saniyeler süren bir işlemdir ve tamamen ağrısızdır…’*,

- ‘Argon Lazer’ başlığı altında; *‘…en iyi argon laser ile tedavi edilir…’*,

- ‘Korneal Topografi’ başlığı altında; *‘…Kliniğimizde son teknoloji ürünü korneal topografi cihazları bulunmaktadır…’* gibi ifadeler ile,

- ‘Göz Kapak Estetiği, Şaşılık’ başlıkları altında; tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere;

www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait ‘ankasugoz’ kullanıcı isimli sayfanın 26.05.2021 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘…buharlanan gözlükler canınızı sıkmasın no touch lazer ile gözlüklerinize veda edebilirsiniz Wavefront Notouch Lazerle 30 saniyede ağrısız acısız gözlüklere son…30 saniyede ağrısız acısız gözlüklerden kurtulmak mümkün. Ücretsiz uygunluk testleri ve bilgilendirmesi için bekleriz…lazerde altın standart wavefront lazer Excimer lazer ile gözlük ve lenslerden kurtulmak 30 saniyede mümkün. Wavefront lazer ile gece görüş netliği ve keskin görüş Ankasugöz de Ücretsiz Lazer Uygunluk Tesleri Ve Bilgilendirmesi…WAVEFRONT lazer ile 15 saniyede 6 numara gözlüklerinden kurtulan hastamız ,gözlüksüz net görmenin mutluluğunu yaşayacak…gözlüğünüz hayallerinize engel olmasın Polislik ve Askerliğe girecek olanlar gözlüğünüz hayallerinize engel olmasın !Ücretsiz uygunluk muayenesiyle 30 saniyede numaralarınızla vedalaşın…excimer lazer ile 15 saniyede gözlüğe son Yazı gözlüksüz karşılamak için sizide ücretsiz lazer uygunluk testleri ve bilgilendirmesi için bekleriz…15 saniyede lasik ile 6 numara gözlüklerinden kurtulan hastamız , 2 saat sonra net görmenin mutluluğunu yaşayacak. Lasik konfordur…WaveLight EX500 Excimer Lazer cihazımız gözünüzün konumunu saniyede 1000 kez ölçen çok boyutlu bir göz takip cihazıyla donatılmıştır. Lazerin yüksek hızıyla birleşince tedavide başarı oranı tama yakındır…Değişimin tam zamanı 30 saniyede sonra ki görüş netliğine inanamayacaksınız alternatif lazer tedavilerini görüşmek için bekliyoruz…Neden LASİK? Özgürlük, konfor ve yüksek yaşam kalitesi veren bir prosedürdür. LASİK sonrasında hayatın eğlenceli ve renkli dünyasını daha net görebilirsiniz. Lasik özgürlük netlik yaşam kalitesidir…CONTOURA Vision , kişiselleştirilmiş LASİK ile ertesi gün gerçek derinliği ve zenginliği yaşayın, sadece sizin için tasarlandı. Hayatınızın her anına daha fazla ayrıntı getirerek vizyonunuzu tamamen yeniden tasarlayan kalıcı bir tedavinin tadını çıkarmaya hazır olun. CONTOURA LASİK Ankara’da ANKASUGÖZ de hizmetinizde…Lasik ile 20 saniyede 7 numara gözlüklerinden kurtulan Aleyna 2 saat sonra net görmenin mutluluğunu yaşadı…Günün akıllı lens ameliyatı; Katarakt nedeniyle ameliyat ettiğimiz hastamıza akıllı lens takarak uzak ve yakın gözlüklerinden kurtardık…Kişiye özel lazer tedavisi ( CONTOURA LASİK ) ile artırılmış gece görüşü ve netliğe ertesi gün kavuşursunuz…Ankasugöz Excimer Lazer Merkezi, lazer göz ameliyatlarındaki en yeni ve en gelişmiş lazer sistemlerinden biri olan Alcon Wavelight EX500 Lazeri sunuyor; Daha HIZLI Daha HASSAS Daha GÜVENLİ…excimer lazer ile hayatı net görün…Göz kornea haritasına özel yeni nesil Notouch lazerle 30 saniyede Wavefront düzeltme ile kusursuz netlik…İki gözün birbirine benzemediğini biliyoruz, peki neden lazer tedaviniz aynı olsun ? Wavelight EX500 gözünüzün benzersiz şeklini izler ve bireyselleştirilmiş lazer göz tedavisi yapmanızı sağlar. Sonuç mu? Mümkün olduğunca net ve keskin bir görüntü…Maskenin neden olduğu buğulu camlardan ve gözlüklerden kurtulmak için Excimer lazere birkaç dakikanızı ayırmanız yeterli. Gelişmiş wavelight EX500 cihazımız ve alanında uzman kadromuzla lazer uygunluk testi ve lazer çeşitleri bilgilendirmesi için bekleriz…Bugün gözlükten kurtulmak isteyen 9 hasta daha Ankasugöz lazer merkezini tercih etti. Doğru hastada doğru lazer yöntemi ve sonuçları mükemmel WAVELİGHT EX 500 cihazımız ile mutlu hasta sayılarımız 2000 i aştı…’* gibi ifadeler ile tıbbi işlemlerin uygulanmasına ilişkin video görüntülerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, söz 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 diğer 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 Tüzüğü’nün 8, 9 ve 39 uncu maddeleri,

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

- Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmelik’in 29 uncu maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

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

**57**)

**Dosya No: 2021/2167**

**Şikayet Edilen: Riva Güzellik Salonu**

**Şikayet Edilen Reklam:** 'Riva Güzellik' başlıklı broşür ve tabelada yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** Broşür, Tabela

**Tespitler:** Kuruluşa ait 'Riva Güzellik' başlıklı broşürlerde; *‘Buz Lazer Epilasyon, Çatlak Tedavisi, Dermaroller, Saç Mezoterapi, Dermapen, Dolgu Danışmanlığı, Botox Danışmanlığı, Akne Tedavi, Ozon Tedavi, Kolojen Tedavisi’* gibi tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara yer verildiği,

Diğer taraftan; kuruluşa ait tabela ve broşür tanıtımlarında; kuruluşun isminin “Riva Güzellik” olarak nitelendirildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, kuruluşa ait 'Riva Güzellik' başlıklı broşürlerde; *‘Buz Lazer Epilasyon, Çatlak Tedavisi, Dermaroller, Saç Mezoterapi, Dermapen, Dolgu Danışmanlığı, Botox Danışmanlığı, Akne Tedavi, Ozon Tedavi, Kolojen Tedavisi’* gibi güzellik salonlarında uygulanması mevzuat gereği yasak olan ve tabip tarafından uygulanması gerektiğinden tanıtımının yapılmasına da izin verilmeyen tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara yer verildiği,

Diğer taraftan; kuruluşa ait tabela ve broşür tanıtımlarında; kuruluşun isminin “Riva Güzellik”olarak nitelendirildiği; ancak, kuruluşun bir “güzellik salonu” olarak faaliyet göstermesi sebebiyle söz konusu tanıtımlarda kuruluşun türünün açıkça belirtilmemesi suretiyle tüketicilerin yanıltıldığı,

15.02.2008 tarih ve 26788 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin 39 uncu maddesi ile Güzellik ve Estetik Amaçlı Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin yürürlükten kaldırıldığı ve aynı Yönetmeliğin Geçici 5 inci maddesi ile de güzellik salonlarının sağlık kuruluşu statüsünden çıkarıldığı;

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

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

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

Bu bağlamda; inceleme konusu tanıtımlarda, tabipler tarafından uygulanması gereken ve güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen çeşitli tıbbi tedavi yöntemlerinin isimlerini sayarak bu alanda hizmet verildiği ve sağlık alanında faaliyet gösterildiği yönünde izlenim uyandırıldığı; 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 Yönetmelik’in Geçici 5 inci maddesi,

- İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğin Ek-1 Kısım “J-(Ek: 29.06.2010 – 2010/671 K.) Güzellik Salonları” başlıklı bölümünün 16 ncı maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

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

**58)**

**Dosya No: 2021/2180**

**Şikayet Edilen: Laser Miyopi Özel Tedavi Merkezi Limited Şirketi**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 16.08.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.facebook.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait ‘Kaşkaloğlu Göz Hastanesi’ kullanıcı isimli sayfanın 16.08.2021 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli gönderi ve video paylaşımlarında örnek olarak; *‘…gözleriniz emin ellerde…Halk arasında ‘Akıllı lens’ olarak kullanılan üç odaklı lensler, Excimer lazer tedavisinden yararlanamayan hastaların gözlük kullanım ihtiyacına çözüm sunmaktadır. Detaylı bilgi ve randevu için bize ulaşabilirsiniz…En doğru yöntemi öğrenmek ve tedavi olmak için bize ulaşabilirsiniz…Görmenizi zorlaştıran ve yaşam kalitenizi düşüren göz kusurlarınızdan trifokal/akıllı lensler ile kurtulabilirsiniz…Göz bozukluklarını tedavi etmek için uygulanacak en başarılı yöntem gözün yapısına, numaraların miktarına ve türüne göre değişebilmektedir…lazer ameliyatlarında en başarılı yöntem hangisidir…Trifokal lens ameliyatları (Üç odaklı lens / Akıllı lens) her göz için 5-10 dakika arası sürmektedir. Uygulama sırasında ağrı ve acı hissedilmez. Göz içi mercek yerine trifokal lens yerleştirilerek kişinin uzak yakın ve orta mesafeyi görmesi sağlanır. Uygunluğunuzu öğrenmek, detaylı bilgi ve randevu almak için aşağıdaki telefon numaralarından hastanemize ulaşabilirsiniz…Hastanemizde Katarakt ameliyatları “Femtosaniye Lazer” teknolojisi ile güvenli ve konforlu bir şekilde yapılmaktadır. Kullanılan cihaz FDA onayı alan ilk cihazdır. FemtoKatarakt ameliyatı ile tüm aşamalar bilgisayar kontrolünde yapılıp insan eline bağlı hata olasılığı en aza indirilerek, güvenlik-hassasiyet en üst seviyeye çıkartılıyor. Detaylı bilgi ve randevu için bize ulaşabilirsiniz…Teşhis ve tedavi için bize ulaşabilirsiniz…Trifokal lensler, yaş ilerledikçe oluşan görme problemlerine kalıcı çözüm sağlıyor. Trifokal lensler hakkında bilgi almak ve uygunluğunuzu öğrenmek için bize ulaşabilirsiniz. Trifokal lensler ile hayatınızı netleştirin…Lasık’ın avantajları Lasik, yüksek dereceli görme kusurlarında alternatifi olmayan bir yöntemdir. Ameliyat esnasında ve sonrasında ağrı hissedilmez. İşlem için iğne, narkoz vs. gerekmez ve işlem çok kısa sürer. Hastanın iki gözü birlikte ameliyat edilebilir. Kişi ertesi gün günlük hayatına dönebilir. Lasik tedavisi için hastanemizden randevu alabilirsiniz…Göz kusurlarınızı geride bırakmak mı istiyorsunuz? Size güzel bir haberimiz var. Kaşkaloğlu Göz Hastanesi’nde; katarakt, akıllı lens, lasik ve retina operasyonlarıyla bu mümkün. Siz de hemen randevunuzu alın, göz kusurlarınızı arkanızda bırakın…Dikişsiz, doku yapıştırıcılı ameliyat ile Pterijium rahatsızlığınız çözüme kavuşuyor…Kaşkaloğlu Göz Hastanesi ile göz kusurlarınızı geride bırakma zamanı. Katarakt ve Lasik ameliyatlarıyla görme kusurlarınızı Kaşkaloğlu Göz Hastanesi’nde kısa sürede giderebilirsiniz. Ege Bölgesinin ilk göz hastanesi; Kaşkaloğlu Göz Hastanesi. Detaylı bilgi ve randevu almak için bize ulaşın…trifokal lensler göz bozukluklarına çözüm getiriyor. Hem katarakt hem de görme kusurlarının tedavisinde olumlu sonuçlar veren trifokal göz içi lensler, göz bozukluklarınıza çözüm sağlıyor…göz kapağı estetiği sayesinde sağlıklı ve estetik bir görünüme sahip olabilirsiniz…Siz de katarakttan şikayetçi misiniz? Öyleyse size harika bir haberimiz var. İzmir’in göz hastanesi Kaşkaloğlu Göz Hastanesi’nde akıllı mercek ve katarakt operasyonları ile katarakt probleminizi geride bırakabilirsiniz. SGK, özel sigortalar ve bankalar ile anlaşmalı hastanemizde alanında uzman göz doktorlarımız, ileri düzey teknolojik cihazlarla 2000 yılından bugüne sadece göz sağlığınız için çalışıyor. Siz de katarakt problemini geride bırakmak için bugün bir adım atın ve hemen şimdi randevu alın. İzmir’in göz hastanesi, Kaşkaloğlu Göz Hastanesi…Alternatif yöntemler için hastanemize başvurunuz…Lasik sırasında korneanın ön bölümünden Intralase ile (bıçaksız lazer) ince bir tabaka kaldırılır ve alt tarafa eksimer lazer uygulanarak kornea istenen şekle getirilerek numara düzeltilir. Lasek’te ise daha ince bir tabaka kaldırılır bu nedenle iyileşme daha yavaş olur. No touch’ta ince tabaka lazerle kaldırılır…lasik ile lasek no touch arasındaki fark nedir…Kaşkaloğlu Göz Hastanesi’nde alanında uzman doktorlarımız siz dünyayı daha güzel görebilin diye hizmetinizde! İzmir’in göz hastanesi Kaşkaloğlu Göz Hastanesi’ne gelin ve göz kusurlarınızı unutun…’* gibi ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

- Özel Hastaneler Yönetmeliği’nin 60 ıncı maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

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

**59)**

**Dosya No: 2021/2195**

**Şikayet Edilen: Ege Ali AKYOL**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 04.08.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde ‘transameliyatlari’ kullanıcı isimli sayfanın 04.08.2021 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘Vajinoplasti, Mastektomi, Penis Ameliyatı, Mastektomi, Hormon Kullanımı, Sakal Ekimi, Meme Protezi Ameliyatı, Jinekomasti’* gibi tıbbi işlemlere yönelik açıklayıcı bilgilere yer verildiği; ayrıca *‘Değişim Ege'de başlar Özel Ege Sante Tıp Merkezi’* gibi ifadeler ile hastaların tedavi sonrasına ilişkin görüntülerinin paylaşıldığı; bununla birlikte, *‘...Ergin Beyde 9500 TL değil 8000 TL'den kampanyayı Temmuz sonuna kadar uzattık Temmuz sonrası 9500 den devam edecektir...’* gibi ifadeler ile sağlık hizmeti sunumuna ilişkin fiyat bilgilerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, www.instagram.com adresli internet sitesinde şahsa ait ‘transameliyatlari’ kullanıcı isimli sayfanın 02.12.2020 tarihli görünümünde yer alan tanıtımların yürürlükte bulunan mevzuata aykırı olduğu gerekçesiyle, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları verilmesine karar verilmiş olup, söz konusu idari yaptırım kararı 26.12.2020 tarihinde şahsa tebliğ edilmiştir. Buna karşın; idari yaptırım kararı şahsa tebliğ edilmesine rağmen, benzer nitelikteki tanıtımların devam ettiği tespit edilmiştir.

Bunun üzerine, Bakanlığa ulaşan muhtelif başvurular neticesinde, www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde yer alan tanıtımlar yeniden incelemeye alınmış olup;

www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde ‘transameliyatlari’ kullanıcı isimli sayfanın 04.08.2021 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘Vajinoplasti, Mastektomi, Penis Ameliyatı, Mastektomi, Hormon Kullanımı, Sakal Ekimi, Meme Protezi Ameliyatı, Jinekomasti’* gibi tıbbi işlemlere yönelik açıklayıcı bilgilere yer verildiği; ancak, ilgili mevzuat hükümleri gereği, sağlığı koruyucu ve geliştirici nitelikteki bilgilendirme ve tanıtımların, ruhsatlandırılmış sağlık kuruluşları tarafından ve konusunda yetkili sağlık meslek mensuplarınca verilmesi gerektiğinden tarafça bu bilgilere yer verilmesinin mevzuata aykırı olduğu, ayrıca *‘Değişim Ege'de başlar Özel Ege Sante Tıp Merkezi’*  gibi ifadeler ile hastaların tedavi sonrasına ilişkin görüntüler paylaşılarak adı geçen sağlık kuruluşu lehine talep oluşturulduğu; bununla birlikte, *‘...Ergin Beyde 9500 TL değil 8000 TL'den kampanyayı Temmuz sonuna kadar uzattık Temmuz sonrası 9500 den devam edecektir...*’ gibi ifadeler ile sağlık hizmeti sunumuna ilişkin fiyat bilgilerine yer verilerek mevzuatın ihlal edildiği; dolayısıyla, söz konusu sosyal medya hesabında yapılan paylaşımlar ile adı geçen sağlık kuruluşu lehine aracılık faaliyetinde bulunulduğu ve bu durumun diğer sağlık kuruluşları açısından haksız rekabete yol açtığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- 6023 sayılı Türk Tabipleri Birliği Kanunu’nun 64 üncü maddesi,

- 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, 26 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre, reklam veren **Ege Ali AKYOL** 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.

**60)**

**Dosya No: 2021/2202**

**Şikayet Edilen: Azaderm Sağlık Hizm. Ltd. Şti.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 21.05.2021, 17.08.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait 'dr.akiff' kullanıcı isimli sayfanın 21.05.2021 ve 17.08.2021 tarihli görünümlerinde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘…Bugün sizlere yurtdışından gelen genç hastamızın kol estetiği ile ilgili süreci ve yaptırmak isteyenlere de fikir olması için aşamaları anlatacağız. Hastamız daha önce 168 kiloyken 93 kilo vererek şimdiki kilosuna ulaşmış. Bu süreçte de vücudunun farklı bölgelerinde deformasyonlar oluşmuş ve araştırmalar sonucu polikliniğimizi bularak görüşmek için randevulaşılmış. Görüşme esnasında gerekli muayeneler yapılarak sadece kol lazer lipolizin yeterli olmayacağı, kol estetiği ile desteklenmesi gerektiği hastamıza anlatıldı. Lokal anestezi ile yapılan bu işlemin avantajı göz önünde bulundurularak hızlıca işlem tarihi planlanıldı ve hastamızın işlemi başarı ile gerçekleştirildi. 2 gün boyunca kendini çok yormadan günlük aktivitelerine devam eden hastamız 2.hafta sonunda yeni kolları ile Romanya'da bir festivale bile katıldı. Bu süreçte sigara içmeyerek, korsesini ilk iki hafta çıkartmamaya özen göstererek bizlere yardımcı olan hastamıza da çok teşekkür ederiz. Sizlerin de sormak istediği soruları yorumlara bekliyoruz…Hastamız yaklaşık 1 ay önce bizlere başvurarak yüzündeki sarkmalardan şikayetçi olduğunu, kalıcı bir çözüm aradığını belirtti. İstediği sonucun dolgu ve Botulinum Toksin gibi ameliyatsız işlemler ile olmayacağının bilincinde olan hastamıza kendisinin de talepleri doğrultusunda lokal anestezi altında yüz germe işlemi yapıldı. Hastamızın yoğun olarak şikayetçi olduğu bölge, gıdı ve bulldog hattı olduğu için en radikal sonuç yüz germe ile alındı. Hastamız işlemden birkaç saat sonra taburcu edildi ve sadece 2 gün kendisini yormaması rica edildi. Yüz germe sürecini anlatmak ve hastamız gibi benzer şikayetleri olup kalıcı çözüm arayan kişilere fikir olması için öncesi ve sonrasını sizler için hazırladık. Peki siz hastamıza yapılan işlemi nasıl buldunuz? Yorumlarda buluşalım…Mutlu doktor,mutlu ekip,güzel sonuçlar…dudak dolgusu ile hacimli dudaklar Yüzünüzle orantılı dolgun dudaklar güzelliğinizin en önemli ve bütünleyici unsurlarından biridir. Siz de dudak dolgusunda doğru tercihle doğallığı yakalayın! Güzelliğinizi şansa bırakmayın!..yaşla birlikte belirginleşen mimik çizgilerini uzman doktorun uygulayacağı botoks uygulaması ile ortadan kaldırın alın, kaş ortası ve göz çevresi için paket fiyat…’* gibi ifadeler ile hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere,

www.facebook.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait 'Uzm. Dr. Akif Mehmetoğlu' kullanıcı isimli sayfanın 17.08.2021 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘…Hastamız yaklaşık 1 ay önce bizlere başvurarak yüzündeki sarkmalardan şikayetçi olduğunu, kalıcı bir çözüm aradığını belirtti. İstediği sonucun dolgu ve botox(Botilinum Tokain) gibi ameliyatsız işlemler ile olmayacağının bilincinde olan hastamıza kendisinin de talepleri doğrultusunda lokal anestezi altında yüz germe işlemi yapıldı. Hastamızın yoğun olarak şikayetçi olduğu bölge gıdı ve bulldog hattı olduğu için en radikal sonuç yüz germe ile alındı. Hastamız işlemden birkaç saat sonra taburcu edildi ve sadece 2 gün kendisini yormaması rica edildi. Yüz germe sürecini anlatmak ve hastamız gibi benzer şikayetleri olup kalıcı çözüm arayan kişilere fikir olması için öncesi ve sonrasını sizler için hazırladık. Peki siz hastamıza yapılan işlemi nasıl buldunuz ?Yorumlarda buluşalım…Mutlu doktor,mutlu ekip,güzel sonuçlar…’* gibi ifadeler ile hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere,

www.youtube.com adresli video paylaşım sitesinde kuruluşa ait 'Uzm. Dr. Akif Mehmetoğlu' kullanıcı isimli sayfanın 17.08.2021 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda; övücü nitelikte hasta yorumlarına, hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntüler ile tıbbi işlemlerin uygulanmasına dair görüntülere yer verildiğitespit 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 değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

- Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmelik’in 29 uncu maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

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

**61)**

**Dosya No:** **2021/350**

**Şikayet Edilen: Şeyda Nur ERGENÇ**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 30.01.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:**http://www.tuzlaflexsym.com/ adresli internet sitesindeyer alan tanıtımlarda*; “Boyun ağrısı çözümsüz değildir. Bize ulaşın.”* ifadeleri ile “fizyoterapistseydanurergenc” isimli instagram hesabınında yer alan tanıtımlarda; *“Bundan 8 sene önce mastektomi ameliyatı olduğumda sol koltuk altımdan 16 adet lenf de alınmıştı. Kolunu ağır işlerde kullanma dediler. Ancak otururken uzun süre aynı pozisyonda durması bile şiddetli ağrılar çekmeme neden oluyordu. Kol kaslarımı kuvvetlendirmek ve lenf dolaşımını maksimum seviyede tutmak için Fizyoterapist Şeyda Nur ERGENÇ ile seanslarımıza başladık. Henüz 4 seans geride kaldı ve şişlik sadece masaj ve egzersizlerle bile 1 cm azaldı.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; şikayete konu şahsın İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatı'nın olmadığı, dolayısıyla sağlık alanında hizmet vermeye yetkili olmadığı tespit edilmiştir.

Sağlık Meslek Mensupları ile Sağlık Hizmetlerinde Çalışan Diğer Meslek Mensuplarının İş ve Görev Tanımlarına Dair Yönetmelik kapsamında, 'fizyoterapist' olan sağlık meslek mensuplarının görev alanlarının tanımlandığı, buna göre; fizyoterapistlerin hastalık durumlarında; fiziksel tıp ve rehabilitasyon uzmanı tabibin veya uzmanlık eğitimleri sırasında fiziksel tıp ve rehabilitasyon rotasyonu yapmış veya uzmanlık sonrasında ilgili dalın rotasyon süresi kadar fiziksel tıp ve rehabilitasyon eğitimi almış uzman tabiplerin kendi uzmanlık alanları ile ilgili teşhisine ve tedavi için yönlendirmesine bağlı olarak hastaların hareket ve fiziksel bozukluklarının ortadan kaldırılması veya iyileştirilmesi amacıyla uygulamalar yapabileceği,

Bu bağlamda; inceleme konusu tanıtımlarda, sağlık alanında faaliyeti bulunmayan şahsın sağlık alanında faaliyet gösterdiği ve tabip tarafından ve/veya tabip gözetiminde yapılması gereken işlemleri uyguladığı yönünde bir algı oluşturulduğu; dolayısıyla söz konusu tanıtımların ilgili mevzuata aykırı ve tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

- Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında 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, 26 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

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

**62)**

**Dosya No:** **2021/352**

**Şikayet Edilen: Dt. Engin AĞAÇKIRAN**

**Şikayet Edilen Reklam:** "drmehmetakgun" isimli instagram hesabında yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 30.03.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.instagram.com/esmed.estetik.yrd.doc.dr/?hl=tr adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda; *“Ben bir şey demiyim. Ben bu tekniği geliştirmiş olmaktan mutluyum lakin detay söylemicem. Adını “magic touch” koymam, sizlerin bana biçtiği “ sihirli eller” tabirinden sebep… Bazı şeyler vardır gönülden yapılır/yapılmalıdır. Ben bazen kendimi deri altında geziyorum gibi hissederim bazen deorayı seviyor gibi... öyle ki; yüzümde enjeksiyon sırasında oluşan ifadeyi hastalarım yorumlarlar bazen. bir güzel söz daha geldi aklıma onu da söyliyim öyle gidiyim “ eğer sevdiğiniz işi yapıyorsanız bir an bile çalışmış sayılmazsınız” işte o kadar… bugün koltuğa oturan hastalar “birkaç saattir burdayım hiç ara vermediniz ama enerjiniz de hiç düşmedi, bu nasıl oluyor”, diye sorup durdular. Bu durumu şöyle ifade ettim… Bazen ihtiyaç tam olarak budur… Mikro damla teknikle dudak çevresi gençleştirme… Biraz kızıl biraz mavi değil biraz yanak biraz çene biraz da çaba…”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; şikayete konu internet sitesinde *“Burun dolgusu, Burun şekillendirme, dudak dolgusu, fransız askı, diode lazer”* gibi tıbbi işlemlere ilişkin hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği,

Kuruluşun “Esmed Estetik” olarak isimlendirildiği, ancak ilgili mevzuatta bu şekilde tanımlanan bir kuruluş türünün bulunmadığı, kuruluşun bu isimle tanıtım yapmasının ilgili mevzuata aykırı olduğu; diğer taraftan, şayet kuruluş bir “güzellik salonu” olarak faaliyet göstermekte ise bu durumda da, söz konusu tanıtımlarda kuruluşun türünün açıkça belirtilmemesi sebebiyle tüketicilerin yanıltıldığı,

Diğer taraftan, “Pedodonti” alanında “Yard. Doç. Dr.” unvanı bulunan şahıs tarafından, farklı tarihlerde Adana, Antalya ve İstanbul gibi illerde *“Estetik uygulamalar, botoks, dermal dolgu”* gibi tıbbi işlemlere yönelik Sağlık Bakanlığı’nın izni dışında ve yetkisiz şekilde uygulamalı eğitimler düzenlediği;

Bu bağlamda, inceleme konusu tanıtımlar ile diş hekimliği mesleğini yürüten şahsa yönlendirme yapıldığı, söz konusu internet sitelerinde yer alan ifade ve görüntülerin tıbbi işlemlerle ilgili ve talep yaratıcı nitelikte olduğu, sağlık alanında çalışan şahsın faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı, diğer kuruluşlar açısından da haksız rekabete yol açtığı ve bilgilendirme sınırını aşarak “reklam” olarak 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 Hizmeti Sunulan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin 25 inci maddesi,

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

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

**63)**

**Dosya No:** **2021/776**

**Şikayet Edilen: Dr. Deniz ERKAN**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 26.02.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.instagram.com/drdenizerkan/?hl=tr adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda; “*Gidi lazer lipoliz ile tek seansta hem gidi yağlarından hem derideki sarkmalardan kurtulabilirsiniz.* *Göz kapağı estetiği sadece 1. Hafta kontrolü birkaç ay sonra kesi izi seçilemeyecek düzeye gelecek şimdiden hastanın ifadesinde ciddi değişiklik var.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar**: Yapılan incelemeler sonucunda; şikayete konu internet sitesinde tıbbi işlemlere ilişkin hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine ve tıbbi işlemlere ilişkin uygulama görüntülerine yer verildiğibu bağlamda; inceleme konusu tanıtımlarda yer alan ifade ve görüntülerin, tıbbi işlemlerle ilgili ve talep yaratıcı nitelikte olduğu, şahsa yönlendirme yaparak, sağlık alanında çalışan şahsın faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı ve diğer kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açtığı değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi.

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

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

**64)**

**Dosya No:** **2021/893**

**Şikayet Edilen: Derya YILMAZ GEZER**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.instagram.com/phibrows\_nilufer\_ylmaz/?hl=tr adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 29.03.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.instagram.com/phibrows\_nilufer\_ylmaz/?hl=tr adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda; “*Daha önce lazer yaptırmadıysanız, ya da yaptırıp etki görmediyseniz size 6,8 seans arası bitiş garantisi sunuyoruz. Üstelik tüm vücut 3000₺ yerine 1500₺ 200₺ değerin de istediğiniz işlem için geçerli olan hediye çekiniz de mevcuttur. Ön kayıt ve bilgi için ; 05050083414. Yaz fırsatı %50 net indirim. Tüm vücut 8 seans 1500 TL.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; şikayete konu internet sitesinde tıbbi işlemlerle ilgili ve talep yaratıcı ifadeler ile tıbbi işlemlere ilişkin fiyat bilgisi verilerek kampanyaların düzenlendiği ayrıca sunulan hizmetler arasında “Lazer epilasyon” gibi doktor kontrolünde uygulanması gereken ve güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara yer verildiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

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

**65)**

**Dosya No:** **2021/1232**

**Şikayet Edilen: Eriza OSGB İş Sağlığı ve İş Güvenliği Hizmetleri Limited Şirketi**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 08.09.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.facebook.com/eriza.osgb/ adresli internet sitesinde; *“Erzincan’da ilk ve tek… Covid 19 testleri başlamıştır. Sağlık Bakanlığı onaylı test kiti… %92.3 doğruluk oranı… 15 dakikada kesin sonuç… 0532 591 0851… 0446 223 4 223…”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; şikayete konu firmanın Sağlık Bakanlığınca düzenlenmiş herhangi bir yetki/izin belgesi bulunmadığı, dolayısıyla tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu; diğer taraftan, inceleme konusu tanıtımlarda yer alan ifadelerin, tıbbi işlemlerle ilgili ve talep yaratıcı nitelikte olduğu, kuruluşa yönlendirme yaparak, sağlık alanında faaliyeti bulunmayan kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı ve diğer kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açtığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

- İş Sağlığı ve Güvenliği Hizmetleri Yönetmeliği’nin 19 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 **Eriza OSGB İş Sağlığı ve İş Güvenliği Hizmetleri 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.

**66)**

**Dosya No:** **2021/1255**

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

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 13.06.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.instagram.com/mersinidealdent/?hl=tr adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda; “*Bugün çok özel bir hastamız vardı. Türkiye’nin yetiştirdiği değerli sanatçılardan Latif DOĞAN diş ile ilgili tedavisi için İdeal Dent Kninikler Grubu’nu tercih etti. Gülüşünüz ile gurur duyun. Gömülü 20 yaş dişlerinize kolayca veda edin. Çarpık dişler artık sorun değil.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, şikayete konu internet sitesinde tıbbi işlemlere ilişkin talep yaratıcı ifadelere yer verilerek söz konusu tanıtımların, talep yaratıcı ve kuruluşa yönlendirme yapan nitelikte olduğu ve sağlık alanında çalışan kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm vererek diğer kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açtığı 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 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 İdealdent Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**67)**

**Dosya No:** **2021/1524**

**Şikayet Edilen: Gülümser KOÇ**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 20.06.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.gulumserkoc.com ve https://www.instagram.com/uzm.est.gulumserkoc/?hl=tr adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlarda; *“Danışanımızın şikayetlerini dinledik ve muayenesini gerçekleştirdik. Kendisinin şikayetleri; Alın ve mimik çizgileri, Göz Kapağı, Kaz Ayakları ve Gözaltı Çizgileri oldu. İşlemde acı hissetmemesi veya acıyı minimuma indirmek için GK Anestezi kremi kullanıyoruz. 15 Dakika anestezi beklettikten sonra işlemlere başlıyoruz. Danışanımızın bu sürecini sizlerle detaylı bir şekilde paylaştık. Umarız faydalı bir video olmuştur. Göz kapağı Estetiği 3000TL, Burun Küçültme /Daraltma 2000TL, Boyun ve Gıdı Toparlama 2000TL, Yanak bölgesi germe 200 TL. Plazma Fibroplast, Göz kapağı estetiği, burun küçültme/Daraltma, Boyun ve Gıdı Toparlama. Yapmış olduğumuz tedavi alanları; Göz kapağı estetiği, Burun Küçültme ve daraltma estetiği, Dudak dikleştirme kaldırma estetiği. GK Academy olarak amacımız Plazma Fibroblast alanında uzmanlaşmak isteyen herkesi doğru bir şekilde yönlendirmek ve öğrencilerimizi her alanda desteklemektir. GK Academy ailesine katılan herkes hem bireysel becerilerini geliştirir hem de yarattığımız iş istihdamından yararlanırlar. GK Academy olarak öğrencilerimizin gelişimini yakından takip ediyoruz.*” ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; şikayete konu internet sitesinde tıbbi işlemlerle ilgili ve talep yaratıcı ifadeler ile tıbbi işlemlere ilişkin fiyat bilgisi verilerek kampanyaların düzenlendiği ayrıca sunulan hizmetler arasında “*Plazma Fibroplast, Göz kapağı estetiği, burun küçültme/Daraltma, Boyun ve Gıdı Toparlama. Yapmış olduğumuz tedavi alanları; Göz kapağı estetiği, Burun Küçültme ve daraltma estetiği, Dudak dikleştirme kaldırma estetiği*” gibi doktor kontrolünde uygulanması gereken ve güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara yer verildiği,

Bununlabirlikte şikayete konu şahıs tarafından yetkisiz şekilde “Plazma Fibroblast” eğitimi verildiği değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre, reklam veren **Gülümser KOÇ** 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.

**68)**

**Dosya No:** **2021/1659**

**Şikayet Edilen: Doktoröz Göz ve Cerrahi Lazer Merkezi**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 12.07.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.instagram.com/doktorozgoz/?hl=tradresli internet sitesindeyer alan tanıtımlarda; *“Hastamız 8 saniyede gözlüklere veda etti. Asker polis olacak 12 hastamız lazer sonrası meslek sahibi oluyor. Görmez denen bir gözü daha açtık. Asker polis olmak için gözlükleri atabilirsiniz. Tek seansta kayması düzelen minik hastamız ile. Abdullah Özkırış ile mükemmel sonuçlar. 10 saniyede gözlüklerden kurtulabilirsiniz.”,*

https://www.facebook.com/doktorozgoz/adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda; *“Gözünü kaybedersin dediler. Kurtarılamaz denilen bir daha açıldı.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; şikayete konu internet sitesinde tıbbi işlemlere ilişkin talep yaratıcı ifadelere yer verildiği, ayrıca bahsi geçen instagram ve facebook hesaplarında tıbbi işlemlere yönelik hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği,

Söz konusu tanıtımların, tabip tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlerle ilgili, talep yaratıcı ve kuruluşa yönlendirme yapan nitelikte olduğu ve sağlık alanında çalışan kuruluş faaliyetlerine ticari bir görünüm vererek diğer kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açtığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

- 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 **Doktoröz Göz ve Cerrahi Lazer Merkezi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**69)**

**Dosya No:** **2021/1660**

**Şikayet Edilen: Zekeriya KARAKILIÇ**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://uzmansaglikkabin.com/index.php adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 18.08.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://uzmansaglikkabin.com/index.php adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda; *“Uzman Sağlık Kabini özel sağlık hizmetleri veren bir sağlık kabinidir. Hizmetlerimiz hem* *sağlık kabininde hem de evinizde verilmektedir. Uzman Sağlık Kabini tedavi ve hasta bakımı alanında hizmetlerini tıbbi etik kuralları içinde kişiye özel gereksinimleri karşılayarak yürüten güvenirliğini çalışanları ile hissettiren bir kuruluş olarak hizmet vermeye başlamıştır. Uzman Sağlık Kabini olarak tecrübeli ekibimiz ile sağlık kabinimizde steril koşullar altında yapmaktayız. Hastalarımızın acil durumlarında genel durumu stabil hale gelene kadar her türlü müdahale hızlı bir şekilde uygulanmaktadır.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; şikayete konu internet sitesinde tıbbi işlemlere ilişkin talep yaratıcı ifadelere yer verildiği, bu bağlamda; inceleme konusu internet sitesinde yer alan ifade ve görüntülerin talep yaratıcı nitelikte olduğu, şahsın faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı ve diğer kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açtığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

-Evde Bakım Hizmetleri Sunumu Hakkında Yönetmeliğin 30 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 **Zekeriya KARAKILIÇ hakkında**, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma para cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**70)**

**Dosya No:** **2021/1715**

**Şikayet Edilen: Seva Medikal Estetik Güzellik Limited Şirketi**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 05.06.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.instagram.com/sflaesteticavip/?hl=tr adresli internet sitesindeyer alan tanıtımlarda; *“Tam botoks veya tel bölge botoks. Botoks, yüzde beliren kırışıklıkları ve ince çizgileri yok etmenin en güvenilir ve en kolay yöntemlerinden biridir. Kişi, uygulama sırasında herhangi bir acı ya da ağrı hissetmez. Aynı gün, işlerine kaldığı yerden devam edebilir.**Akne ve leke tedavisi, Benlerin giderilmesi, Lazer epilasyon, Botoks ”* gibi tıbbi işlemlere ilişkin talep yaratıcı ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Şikayete konu internet sitesinde tıbbi işlemlerle ilgili ve talep yaratıcı ifadeler ile *“Akne ve leke tedavisi, Benlerin giderilmesi, Lazer epilasyon, Botoks”* gibi doktor kontrolünde uygulanması gereken ve güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara yer verildiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

Buna göre, reklam veren **Seva Medikal Estetik Güzellik Limited Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**71)**

**Dosya No:** **2021/1887**

**Şikayet Edilen: Özkara Sağlık Hizm. Ve Tic. A.Ş. - Düzey Göz Hastanesi**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 06.09.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.facebook.com/duzeygoz/ adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda; *“Göz kapağı estetiği ile bakışlarınız güçlensin.15 yıllık tecrübe ve uzman kadromuz ile göz kapağı estetiği merkezimizde başarı ile uygulanmaktadır. Bakışlarınız güçlensin. Lazer tedavisi, tecrübeli bir hekim tarafından uygulanması gerekli bir yöntemdir. Bu süreçte numaraların doğruluğu, korneanın uygunluğu, göz kuruluğu, göz tansiyonu muayeneleri gibi tüm detaylı muayeneler çok önemlidir. 15 yıllık tecrübe ile lazer operasyonları Düzey Göz Merkezimizde başarı ile uygulanmaktadır.* *Sevgili hastamız Nafi Bey, katarakt ameliyatı ile net görüşe kavuştu. Sadece 15 dakika süren katarakt ameliyatı sonrası hastalarımız normal yaşantılarına çok kısa sürede dönebilirler. Katarakt ameliyatı başarısında en önemli faktör cerrahın deneyimidir.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; şikayete konu internet sitesinde gibi tıbbi işlemlere ilişkin talep yaratıcı ifadelere yer verilerek söz konusu tanıtımların, talep yaratıcı ve kuruluşa yönlendirme yapan nitelikte olduğu ve sağlık alanında çalışan kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm vererek diğer kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açtığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

- Özel Hastaneler Yönetmeliğinin 60 ıncı maddesi,

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

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 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 **Özkara Sağlık Hizm. Ve Tic. A.Ş. - Düzey Göz Hastanesi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**72)**

**Dosya No: 2021/4306**

**Şikayet Edilen: Fatma TAŞ**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 31.05.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Anılan kuruluşun inceleme konusu tanıtımların yayımlandığı 31.05.2021 tarihinde gerek 'sağlık kuruluşu' gerekse 'güzellik salonu' olarak faaliyet göstermek adına ilgili kurumlarca ruhsatlandırılmadığı,

İnceleme konusu www.fatostas.com adresli internet sitesinin 31.05.2021 tarihli görünümünde örnek olarak; *“Dermapen Tedavisi, CO2 Fraksiyonel Lazer, PRP Tedavisi, Glutatyon Tedavisi”* gibi,

Instagram sosyal medya platformunun “@fatostas.estetik” hesabının 31.05.2021 tarihli görünümlerinde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *“(…) Q-SWITCH LAZER İLE DÖVME SİLME … Dövme silme konusundaki en etkili lazer tipleri, Q-Switch KTP ve QSwitch Nd-YAG lazer uygulamalarıdır. (…) LAZER EPİLASYONDA KAMPANYA YAPTIM SAKIN KAÇIRMAYIN #FATOSTASESTETİK (…) Koltukaltı botoks, aşırı terleme şikayeti olanlar için en etkili çözüm yollarından biridir. (…) LAZER EPİLASYON SONUÇ (…) KALICI MAKYAJ SEANSLARIMIZ BAŞLAMIŞTIR (…) …saç prp'si saç ekiminden alınan başarı oranını artıran, deneylerle kanıtlanmış bir uygulamadır. Saç prp'si, sadece saç ekimi yaptıran kişilerde değil, mevcut saç köklerini beslemek isteyen, saç dökülmesi şikayeti olan hastalarımıza da uyguladığımız etkili bir yöntemdir. (…) ESTETİK CERRAHİ KLİNİĞİ VE MEDİKAL ESTETİK BİRARADA – Muhteşem 5’li CO2 Fraksiyonel Lazer + PRP Tedavisi + Dermapen + Hydrafacial Cilt Bakımı + Botoks – Cildinizi Sevin (…) DOKTOR beye PRP ve DERMAPEN yüz tedavisi (…) TÜM ESTETİK AMELİYATLARI YAPIYORUZ #medikalestetik #ameliyats #mezoterapi #estetik #botox #dolgu #botoks #ciltbak #dermatoloji #epilasyon #lazerepilasyon #beauty #belladamarejuvenatingcoctails #ciltyenileme #dudakdolgusu #masseterbotoksu #ameliyatsizyuzgenclestirme #ameliyatsizyuzsekillendirme (…) PRP (Platellet Rich Plasma) yani trombositten zengin plazma saç dökülmesinde son yıllarda devrim niteliğinde gelişme yaratmış bir saç tedavi yöntemidir.Halk arasında kök hücre tedavisi,plazma tedavisi ,vampir tedavisi gibi isimleride olan PRP yöntemi , kişinin kendi kanı ile yapılan otolog bir tedavidir. PRP ile saç dökülmesini durdurmak, saçın kalitesini arttırmak ve yeni saç çıkışını mümkün hale getirmek hedeflenmektedir. (…) MEDİKAL ESTETİK CİHAZLARINI PROFESYONEL CİLT BAKIM ÜRÜNLERİNİ BİRARAYA GETİRDİM VE HARİKALAR YARATIYORUM (…) Dudaklarınız solgun mu görünüyor? Dudak hatlarınız zamanla inceldi ve daha küçük görünmeye mi başladı? Dudaklarınızı daha canlı gösterecek kalıcı ve doğal bir çözüm arıyorsanız; Kalıcı Dudak Renklendirme en doğru çözüm olabilir. (…) KALICI MAKYAJ SEANSLARIMIZ BAŞLADI-EN İYİLERLE BERABER ÇALIŞIYORUM (…) Tabikide doktorların tercihi #FATOSTASESTETİK -ESTETİK BENDEN SORULUR! (…) DOKTOR hanıma altın iğne - doktorlar,hakimler ve savcıların tercihi #FATOSTASESTETİK (…) BOTOKS!! ESTETİK BENDEN SORULUR (…) “ESTETİK CERRAH” KADROSUYLA BÜTÜN ESTETİK AMELİYATLARI YAPIYORUZ #medikalestetik #ameliyats #mezoterapi #estetik #botox #dolgu #botoks #ciltbak #dermatoloji #epilasyon #lazerepilasyon #beauty #belladamarejuvenatingcoctails #ciltyenileme #dudakdolgusu #masseterbotoksu #ameliyatsizyuzgenclestirme #ameliyatsizyuzsekillendirme (…) Değerli hastalarımız #estetikcerrahi#plastikcerrahi (…) Scarlet Altın Frekans Tedavisi Ameliyatsız Yüz Germe ve Total Cilt Gençleştirme Uygulamasıdır! (…) Gıdı toparlama ve yüzdeki sarkıkların giderilmesinde en etkili yöntemlerden biri Scarlet s altın iğne nedir?Altın iğne olarak da adlandırılan Scarlet S, kişiye özel steril fraksiyonel mikroiğnelerle, hasarlı dokulara radyofrekans sistemi ile enerji göndererek ameliyatsız tedavi sağlayan cilt bakım işlemidir. Son derece güvenli, yan etkisi olmayan şoksuz iğne teknolojisine sahip bir sistemdir. (…) İLAÇSIZ AKNE VE AKNENİN YARATTIĞI SKARLARINIZDAN KURTULABİLİRSİNİZ #FATOSTASFARKIYLA!! (…)”* şeklinde ifadeler üzerinden *“Lazer Epilasyon, Dermapen, PRP Tedavisi, Botoks, Kalıcı Makyaj, Dövme Silme”* gibi tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara, tıbbi yöntemlerin uygulandığı hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ilişkin görüntüleri ile işlemlerin uygulama görüntülerine yer verildiği,

Ayrıca söz konusu mecralarda kuruluşun “Fatostas Estetik” olarak isimlendirildiği ve aynı zamanda bir “Estetik Kliniği” olarak nitelendirildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, anılan kuruluşun inceleme konusu tanıtımların yayımlandığı 31.05.2021 tarihinde, gerek 'sağlık kuruluşu' gerekse 'güzellik salonu' olarak faaliyet göstermek adına ilgili kurumlarca ruhsatlandırılmadığı halde, inceleme konusu www.fatostas.com adresli internet sitesinde örnek olarak; *“Dermapen Tedavisi, CO2 Fraksiyonel Lazer, PRP Tedavisi, Glutatyon Tedavisi”* gibi, Instagram sosyal medya platformunun “@fatostas.estetik” hesabında yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda *“Lazer Epilasyon, Dermapen, PRP Tedavisi, Botoks, Kalıcı Makyaj, Dövme Silme”* gibi tabipler tarafından uygulanması gereken ve güzellik salonlarında -tabip çalışsa bile- uygulanması yasak olan tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara, tıbbi yöntemlerin uygulandığı hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ilişkin görüntüleri ile işlemlerin uygulama görüntülerine yer verildiği,

Ayrıca söz konusu mecralarda kuruluşun “Fatostas Estetik” olarak isimlendirilerek bir "güzellik salonu" olduğu yönünde algı oluşturulduğu ve aynı zamanda bir “Estetik Kliniği” olarak nitelendirilmesiyle ve söz konusu tanıtımlarda yer alan ifadelerle de kuruluşun bir sağlık kuruluşu olduğu izleniminin yaratıldığı, değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

- Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin 29, 31 ve

Geçici 5 inci maddeleri,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**73)**

**Dosya No: 2021/4307**

**Şikayet Edilen: Kent Klinik Sağlık Hizmetleri Ltd. Şti. (Özel Kent Klinik Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği)**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.instagram.com ve www.facebook.com adresli internet sitelerinde yer alan kuruluşa yönelik tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 07.06.2021, 08.09.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu Instagram sosyal medya platformunun; “Kent Klinik - Diş Kliniği (@kent\_klinik)” hesabının 07.06.2021 tarihli görünümlerinde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *“ (…) Hastamız uzun süre önce yaptırdığı kompozit dolgusundan ve çapraşıklıktan* *şikayetçiydi ilk muayenesinde tedavi sonrasında nasıl bir sonuç elde edeceğimizi kendisine gösterdik ve* *onayını aldık Bu amaçla Dijital Gülüş Tasarımından da faydalandık … (…) Hastamız, diş eti kanama* *problemi ve ön bölge estetik kaygısıyla kliniğimize başvurdu. Öncelikle diş eti temizliği gerçekleştirildi.* *Hemen ardından diş etlerindeki kanama problemi çözüldü. Daha sonra porselen kuron materyali* *kullanarak gülüş estetiği tasarlandı. (…) Bleaching yöntemi ile 30 dakikada bembeyaz bir gülümsemeye* *kavuşun. Randevu için: 0 312 385 31 13 …(…)”* gibi ifadelerle birlikte hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülerine ve söz konusu hesabın 08.09.2021 tarihli görünümlerinde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; “*(…) Kent Klinik olarak yaklaşık 20 senedir ağız ve diş sağlığı* *üzerine uzman kadromuzla son teknolojiye sahip dijital yöntemlerle hizmet vermekteyiz. Kliniğimiz* *alanında uzman 9 hekim ve 9 işlem odası kapasitesiyle dolgu, kanal, protez, implant, diş eti* *rahatsızlıkları ve çocuk diş hekimliği alanlarında gereken tedavileri sunmaktadır. Aynı zamanda kliniğimiz ulaşım kolaylığına sahip konumuyla hem Ankara’dan hem de farklı şehirlerden gelen hastalarımızı ağırlamaktadır. Bünyemizdeki Özel Protez Laboratuvarı’mız, kliniğimiz içerisinde yer alan panoramik ve tomografik röntgen cihazlarımız gibi avantajlara sahip olmanın yanı sıra pandemi şartlarında kesintisiz hizmet verebilmek adına sadece randevu sistemiyle çalışıyoruz ve mutlaka her hasta öncesi, işlem odalarımızın dezenfeksiyonlarını özenle gerçekleştiriyoruz. (…) Uzman ve Tecrübeli Hekimler Tedavisi mümkün olmayan dişlerin çekimi, diş kökü ya da kemik patolojilerinin olduğu durumlar (tümör, kist vs.), implant cerrahisi gerektiren durumlar, kemik oluşturmaya yönelik işlemler, protez öncesi doku hazırlığı gerektiren durumlarda anestezi altında gerçekleştirilecek cerrahi işlemlere ihtiyaç duyulabilir. Bu işlemler ağız ve çene cerrahisi alanında Kent Klinik’in uzman hekimleri tarafından yapılabilmektedir. (…) Peki sizin dişlerinizin ihtiyacı nedir? Muayene randevunuzu oluşturarak yardımcı olalım. : 0312 385 31 13 … (…) Kent Klinik - Aynı Gün Dişinize Kavuşun Dijitale uyumlu implantlar sayesinde aynı gün diş çekimi yapılıp implant ve geçici sabit dişiniz takılır. (…) Tek Seansta Bembeyaz Dişler! Kent Klinik (…) Acil durumlarda Kent Klinik yanınızda (…) 7’den 70’e sağlıklı dişler - Kent Klinik (…) Sağlam dişler için Kent Klinik… (…) Yeni gülüşünüze Kent Klinik'te kavuşun. Muayene randevunuzu oluşturabilmek için iletişim numaramızdan ve instagram üzerinden mesaj ile ulaşabilirsiniz. : 0312 385 31 13 : Batıkent Metrosu Çıkışı (…) Yeni Nesil, Dijital Diş Kliniği (…)”* gibi ifadelere yer verildiği,

İnceleme konusu Facebook sosyal medya platformunun; “Kent Klinik @kentkliniktr” hesabının 08.09.2021 tarihli görünümlerinde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *“(…) 2 gün içerisinde biten Cad-Cam sistemi ile zirkonyum diş uygulaması. #cadcam #zirkonyum #ankaradişkliniği #ankaradişhekimi #dijitaldişhekimi (…) Ön bölge diş kayıplarında hızlı, kolay ve aynı gün sabit çözüm. #kentklinik # ankaradişhekimi #dişhekimi #implant #dijitalimplant #dijitaldişhekimi (…) Diş hekimliğinde dijital sistemler tedavi sürecini hızlandırdığı gibi güvenilirliği de arttırır. #3dtomografi #cadcam #kanaltedavisi #smiledesign #gülüştasarımı #dijitaltdişhekimi #dişhekimi (…) İmplant ameliyatından bir kare #implant #dentist #ankaradişhekimi #dişhekimi (…) Yeni Nesil, Dijital Diş Kliniği (…) Sağlam dişler için Kent Klinik… (…) Acil durumlarda Kent Klinik yanınızda (…) 7’den 70’e sağlıklı dişler - Kent Klinik (…) Sağlıklı dişler için… Kent Klinik (…) CAD/CAM bilgisayar destekli dizayn ve bilgisayar destekli imalat anlamına gelmektedir. Geleneksel tedavilerde diş restorasyonu yapılırken hastanın birden çok kez diş hekimine gitmesi gerekmektedir. Yaklaşık 3-4 randevuda tamamlanan tedavi hem hastayı hem de hekimi yorar. Ancak CAD/CAM teknolojisi tüm bu işlemleri tek seansta yapabilmeyi sağlar. Tasarımı yapılıp tek seansta kusursuz restorasyonlara kavuşmak mümkün hale gelmiştir. İmplant, protez, kaplama, lamina ve porselen dolgu tedavilerinde özellikle CAD/CAM dental uygulaması kullanılmaktadır. Kent Klinik’te (…)”* gibi ifadeler ile tıbbi işlemlerin uygulanmasına dair görüntülere yer verildiğitespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; inceleme konusu tanıtımlarda yer alan ifade ve görüntülerin, tıbbi işlemlerle ilgili ve talep yaratıcı nitelikte olduğu, kuruluşa yönlendirme yaparak, sağlık alanında çalışan kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı ve bilgilendirme sınırlarını aşarak "reklam" olarak değerlendirildiği, diğer 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 Nizamnamesi’nin 8, 9 ve 39 uncu maddeleri,

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

- Ağız ve Diş Sağlığı Hizmeti Sunulan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin25 inci maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

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

**74)**

**Dosya No: 2021/4308**

**Şikayet Edilen: Cüneyt BOSNA**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 07.06.2021, 09.09.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu Instagram sosyal medya platformunun; “dr cü (@dr\_cuneyt\_bosna\_dis\_hekimi)” ve “Dr. Cüneyt Bosna (@drcuneytbosnadishekimi)” hesaplarının 07.06.2021 ve 09.09.2021 tarihli görünümlerinde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *“ (…) Diş Problemlerinizi Ertelemeyin! DR. CÜNEYT BOSNA sayesinde diş problemlerinden kurtulabilirsiniz. (…) Bir hastamiz daha güne gülümseyerek başladı ... #implant destekli protez (…) Alt üst çene total dişsiz hastada uyguladığımız implant ve sabit porselen protez (…) 4 adet implant ile desteklenmistir (…) Gülümsemeye devam (…) Muhteşem işçilik (…) Muhteşemm (…)”* gibi ifadelerle birlikte hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntüler ile şahıs tarafından yapılan tıbbi işlemleri övücü nitelikte yorumlara ve tıbbi işlem uygulandığı esnada çekildiği anlaşılan şahsa ait görüntülere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; inceleme konusu internet sitelerinde yer alan ifade ve görüntülerin, tabip tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlerle ilgili olduğu; bu nedenle, söz konusu tanıtımların bilgilendirme kapsamını aşarak “reklam” niteliğinde değerlendirildiği ve 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 40 ıncı maddesi,

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

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

- Ağız ve Diş Sağlığı Hizmeti Sunulan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin25 inci maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

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

**75)**

**Dosya No: 2021/4309**

**Şikayet Edilen: Dentomega Özel Ağız ve Diş Sağlığı Hizmetleri Ltd. Şti. (Özel Dentomega Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 09.09.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu Instagram sosyal medya platformunun; “Dentomega (@dentomega)” hesabının 09.09.2021 tarihli görünümlerinde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *“(…) Estetik bir gülüş için size en uygun tedavi yöntemini belirlemek Dentomega ile çok kolay! Detaylı bilgi için Dentomega - +90 545 380 70 90 - +90 (232) 388 77 99 #Dentomega #perfectsmile #dişkliniği #dentalcare #izmir #Turkey (…) Sağlıklı dişler ve harika bir gülüşe sahip olmak artık çok kolay! (…) Üç Boyutlu (Volumetrik) Diş Tomografisi! Normal röntgenle tespit edilemeyen ağız içi kemik ve yumuşak doku detaylarını hızlı eksiksiz biçimde görüntüleyerek daha doğru ve komplikasyon riski azaltılmış tedavi yöntemi kullanıyoruz. - Üç Boyutlu (Volumetrik) Diş Tomografisi sayesinde normal röntgen ile tespit edilemeyen ağız içi kemik ve yumuşak doku detaylarını hızlı ve eksiksiz bir şekilde görüntüleyebiliyoruz. Detaylı bilgi için Dentomega - +90 545 380 70 90 - +90 (232) 388 77 99 #Dentomega #volumetrikdiştomografisi (…) Her zaman istediğiniz sağlıklı ve şık gülüşü elde etmek aslında çok kolay! Detaylı bilgi için Dentomega - +90 545 380 70 90 - +90 (232) 388 77 99 (…) Dentomega sunduğu konforlu diş tedavileri sayesinde sizi daima mutlu eder (…) İmplant Uygulaması İle Dişlerinizi Geri Kazanın. Kliniğimize uğrayarak implant tedavi yöntemleri ve ücretleri hakkında bilgi alabilirsiniz. - Kayıp dişlerinizi implant uygulaması ile geri kazanın! #Dentomega #implant #implantdiş #izmir #Turkey (…) Diş Beyazlatma! Hem De 1-2 Seansta! 1-2 seans sürecek diş beyazlatma işlemi ile hayalinizdeki beyaz dişlere kavuşabilirsiniz. Detaylı bilgi için Dentomega +90 545 380 70 90 (…) Kolay ve konforlu diş tedavileri! Detaylı bilgi için Dentomega +90 545 380 70 90 (…) Güçlü dişler, güçlü gülüşler için! Gülüş estetiği hakkında detaylı bilgi için Dentomega - +90 545 380 70 90 - +90 (232) 388 77 99 (…) İmplant tedavisi sonrasında ağrı ve acı hissetmeden güle güle gidin! #Dentomega #implanttedavisi #ağızvedişsağlığı (…)”* gibi ifadeler ile tıbbi işlemlerin uygulanmasına dair görüntülere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; inceleme konusu tanıtımlarda yer alan ifade ve görüntülerin, tıbbi işlemlerle ilgili ve talep yaratıcı nitelikte olduğu, kuruluşa yönlendirme yaparak, sağlık alanında çalışan kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı ve bilgilendirme sınırlarını aşarak "reklam" olarak değerlendirildiği, diğer 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 Nizamnamesi’nin 8, 9 ve 39 uncu maddeleri,

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

- Ağız ve Diş Sağlığı Hizmeti Sunulan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin25 inci maddesi,

- Uluslararası Sağlık Turizmi ve Turistin Sağlığı Hakkında Yönetmeliğin 12/2 nci maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre, reklam veren **Dentomega Özel Ağız ve Diş Sağlığı Hizmetleri Ltd. Şti. (Özel Dentomega 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.

**76)**

**Dosya No: 2021/4310**

**Şikayet Edilen: Prof. Dr. Fazıl APAYDIN**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 03.06.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu Instagram sosyal medya platformunun “Prof. Dr. Fazil Apaydin (@fazilapaydin)” hesabının 03.06.2021 tarihli görünümlerinde örnek olarak; “ *(…) Açık teknik yaklaşımda burun delikleri arasındaki duvarda ters V şeklinde bir kesi yapılmaktadır. Diğer kesiler burun delikleri içinde kalmaktadır. Sayısız avantajı olan bu yaklaşım 22 yıldan beri hastalarımın % 60'ında kullanmaktayım. Ameliyattan 1 yıl sonraki fotoğraflara bakarsanız belirgin bir iz kalmadığını görebilirsiniz. (…) Geçirdiği kaza nedeniyle burun travması geçiren hastamız daha önce 3 kez burun estetik cerrahisi olmuş, ama ne yazıkki şansı yaver girmemiş ve hedeflenen sonuca ulaşılamamış. Dördüncü ameliyatını kaburgadan aldığımız kıkırdaktan elde ettiğimiz onarım parçaları yardımıyla 4 yıl önce yaptık. Hem şekil hem de solunum yönünden mutlu bir sonuca ulaşıldı. (…) İleri semer burun deformitesi iki kaburga kıkırdağı kullanılarak düzeltilmiş. Ameliyattan 4 yıl sonraki durum. (…) Bugün ikinci ameliyatımız zor bir eğri burun ameliyatıydı. Bu ameliyat sırasında çok değişik yönlerden buruna bakmamız çok önemlidir. (…) Botoks bir devrim. Ne için? Yüzün üst kısmı, yani alın ve kaş arası kırışıklıklar ve ve kaz ayaklarını gidermekte. (…) Botoks uygulaması sonrası alındaki ve kaşlar arası kırışıklıklar büyük oranda kaybolur. Yüzün üst kısmı neredeyse aydınlanır. Kişinin doğal yüz görünümü de kaybolmaz. (…) Botoksun en sık kullanıldığı ve etkilediği kırışıklıkların başında kaşarası bölgesi gelmektedir. Bu bölgeye daha önceleri yapılan zor ve riskli ameliyatları gereksiz hale getirmiştir Botoks uygulamaları. (…) VIP rinoplastinin önemli bir basamağı ameliyat sırasında profili en iyi şekilde elde etmek için ameliyat sırasında rehber görevi gören profil kalıplarının her hastaya özel hazırlanmasıdır. Bu benim ortaya koyup uyguladığım bir teknik. Bu fotoğraftaki kalıplar yarınki hastalarımızdan bir tanesi için hazırladığımız sterilizasyona gidecek kalıplar. (…) Burun estetik cerrahisi üç boyutlu çok özel bir ameliyattır. Ameliyathane ortamında pür dikkat çalışırken iyi bir ışık, 2.5 kat büyütme sağlayan bir loop (büyüteçli gözlük), yeterli alet donanımı, iyi bir anestezi ve sizle çalışmaya alışık bir ekip başarı için çok önemlidir. (…) Her zaman rinoplasti yapmıyoruz. Dün 5 saat süren bir müdahale ile çok ender görülen retiküler nörofibromatoz olgusuna başarılı bir müdahale yaptık. (…) Yüz gençleştirmede en etkili müdahale yüz germe ameliyatıdır. Derin plan yüz germe ameliyatının hemen 2. ay sonraki hali. Boyun, çene konturu, ağız çevresindeki belirgin değişiklikler izlenebilmektedir. Orta yüz ve göz kapaklarına da müdahale yapılmıştır. (…) Burun estetik ameliyatı öncesi hedeflenen profili elde etmek için kendi geliştirdiğim hassas profil ölçüm yöntemini kullanıyorum. Ameliyat sırasında bu ölçümler bana yol göstermektedir. (…) Revizyon yani ikinci kez yapılan burun estetik ameliyatından 1 yıl sonraki durum. İkinci ameliyatlar hem hasta hem de hekim için daha zordur. Bu nedenle tercihen deneyimli cerrahlar tarafından yapılması daha uygundur. (…) ”* gibi ifadelerle birlikte hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntüler ile tıbbi işlem uygulandığı esnada çekildiği anlaşılan şahsa ait görüntülere yer verildiği,

Facebook sosyal medya platformunun “Prof. Dr. Fazıl Apaydın@Prof.Dr.FazilApaydin” hesabının 03.06.2021 tarihli görünümlerinde örnek olarak; “*(…) Zorlu bir eğri burun ameliyatının mutlu sonu... (…) Burun estetik cerrahisi üç boyutlu çok özel bir ameliyattır. Ameliyathane ortamında pür dikkat çalışırken iyi bir ışık, 2.5 kat büyütme sağlayan bir loop (büyüteçli gözlük), yeterli alet donanımı, iyi bir anestezi ve sizle çalışmaya alışık bir ekip başarı için çok önemlidir. (…) Yüz felci geçiren bir hastamızın gözünün kapanabilmesi için bir operasyon yaptık. Yüz felci durumunda en önemli işlerden bir tanesi gözü korumak için yaptığımız cerrahilerdir. Ege Üniversitesi Yüz Felci Onarım Grubu işbaşında. (…) Düşük burun ucunu uygun bir şekilde kaldırmak dudak burun arasındaki açıyı arttırır ve dudak görünümünü de iyileştirir. (…) Önümüzdeki hafta rinoplasti olacak kişilerin detaylı analizi ve planlamasını yaparken... Bu ameliyatın en önemli aşamalarından birisidir. Bu aşamada detaylı analizde kendi geliştirdiğimiz Rhinobase isimli programdan yararlanmaktayız. (…) Revizyon yani ikinci kez yapılan burun estetik ameliyatından 1 yıl sonraki durum. İkinci ameliyatlar hem hasta hem de hekim için daha zordur. Bu nedenle tercihen deneyimli cerrahlar tarafından yapılması daha uygundur. (…)”* gibi ifadelerle birlikte hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntüleri ile tıbbi işlem uygulandığı esnada çekildiği anlaşılan şahsa ait görüntülere yer verildiği,

https://fazilapaydin.com adresli internet sitesinin 03.06.2021 tarihli görünümlerinde örnek olarak; “*(…) Prof. Dr. Fazıl Apaydın Rinoplasti ve yüz plastik cerrahisinde dünya markası… (…) Her hasta için detaylı burun ve yüz konsültasyonu, Profesyonel fotoğraf çekimi, Dijital burun modelleme, Ameliyatlarda kişiye özel bir planda maksimum zamanı ayırma, Ameliyat sonrası yakın takip, Uzun süreli hasta takibi (…)”* gibi ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; inceleme konusu internet sitelerinde yer alan ifade ve görüntülerin, tabip tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlerle ilgili olduğu; bu nedenle, söz konusu tanıtımların bilgilendirme kapsamını aşarak “reklam” niteliğinde değerlendirildiği ve 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 Nizamnamesi’nin 8, 9 ve 39 uncu maddeleri,

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

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

**77)**

**Dosya No: 2020/4724**

**Şikayet Edilen:** **Devran Sağlık Hizmetleri ve Ticaret Ltd. Şti. (Özel Ümran Tıp Merkezi)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 30.12.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://umrantip.com/ adresli internet sitesinin 30.12.2020 tarihli görünümünde örnek olarak; *“Ümran Estetik. Hayatınıza Güzellik Katın. (…)Güzelliğin uzman ellerle buluştuğu yer Ümran Estetik Hizmetinizde.”* şeklinde ifadelere,

https://www.instagram.com/umrantip/ adresli internet sitesinin 30.12.2020 tarihli görünümünde örnek olarak; *“İstenmeyen tüylere elveda…(…)muhteşem kampanyamızı kaçırmayın. Tüm vücut Lazer Epilasyon 1200 TL. Ümran Estetik”* şeklinde ifadelere ve tıbbi işlemlere yönelik kampanya ve fiyat bilgilerine yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Diğer taraftan, inceleme konusu tanıtımlarda ruhsatnamede kayıtlı ismin dışında “Ümran Estetik” şeklinde ibarelerin 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 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b-c, 26 ve 32 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

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

**78)**

**Dosya No: 2020/4733**

**Şikayet Edilen:** **Hakan ATEŞ (Lilium VIP Güzellik Salonu)**

**Şikayet Edilen Reklam:** Kuruluşa ait broşürlerde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Yayınlandığı Mecra:** Broşür

**Tespitler:** İnceleme konusu 2020 yılına ait broşürlerde; kuruluşta sunulan hizmetler arasında *“Buz epilasyon”*gibi işlemlere yönelik tanıtımlara yer verildiği, bununla birlikte söz konusu tanıtımlarda kuruluşun“*VIP Lilium Kadın Bakım ve Güzellik*”olarak isimlendirildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; inceleme konusu tanıtımlarda kuruluşta sunulan hizmetler arasında *“Buz epilasyon”* gibi doktor kontrolünde uygulanması gereken ve güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara yer verildiği, bununla birlikte söz konusu tanıtımlarda kuruluşun“*VIP Lilium Kadın Bakım ve Güzellik*”olarak isimlendirildiği,

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

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 yapılabileceğinin açıkça belirtildiği,

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 belirtmesi gerektiğinin hükme bağlandığı,

Bu bağlamda; sağlık alanında faaliyeti olmayan kuruluşun inceleme konusu tanıtımlar aracılığıyla sağlık alanında faaliyet gösterdiği, tabip tarafından yapılması gereken ve güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen tıbbi işlemleri uyguladığı yönünde bir algı oluşturduğu; anılan tıbbi işlemlerin doktor kontrolünde ve sağlık kuruluşları bünyesinde uygulanması gerektiği, ayrıca ilgili mevzuat gereği güzellik salonlarının isminin “güzellik salonu” şekilde açıkça yazılması gerektiği, 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;

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

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

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

**79)**

**Dosya No: 2020/4736**

**Şikayet Edilen:** **Benan Sibel ÖZTÜRK (Venüs Güzellik Salonu)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 29.12.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.instagram.com/benansibelozturk/ adresli internet sitesinin 29.12.2020 tarihli görünümünde örnek olarak; *“Lazer epilasyon(…)Dermapen(…)Ameliyatsız yüz germe ile size rahatsızlık veren izler silinir #ameliyat #izler #kirisiklik #fibroblastplasma #fibroblast (…)Danışanımızdan tek seansta ağrısız acısız alınan sonuçtur. Kendisinin mutluluğunu buradan tarif edebilmek çok zor, güzelligini gölgeleyen et benlerinden sonsuza kadar kurtuldu(…) #etbenitedavisi #etbeni #venusestetikmerkezi”* şeklinde ifadelere ve hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülerine yer verildiği, bununla birlikte inceleme konusu tanıtımlarda kuruluşun“Venüs Estetik Merkezi”olarak isimlendirildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; kuruluşta sunulan hizmetler arasında *“Lazer epilasyon, Dermapen”* gibi doktor kontrolünde uygulanması gereken ve güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara ve hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülerine yer verildiği, bununla birlikte inceleme konusu tanıtımlarda kuruluşun“Venüs Estetik Merkezi”olarak isimlendirildiği,

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

Bununla birlikte; İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğin Ek-1 Kısım “J-(Ek: 29/6/2010 – 2010/671 K.) Güzellik Salonları”başlıklı bölümünde, "16.1-Güzellik salonlarının tanıtıcı reklam, tabela ve basılı belgelerinde güzellik merkezini çağrıştıracak ifadeler kullanılamaz ve açıkça 'güzellik salonu' ifadesi kullanılır." hükmü ile güzellik salonlarının her türlü mecrada yayınlanacak olan tanıtımlarında kuruluşlarının isimlerini açıkça "salon" olarak belirtmesi gerektiğinin hükme bağlandığı,

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 yapılabileceğinin açıkça belirtildiği,

Bu bağlamda; sağlık alanında faaliyeti olmayan kuruluşun inceleme konusu tanıtımlar aracılığıyla sağlık alanında faaliyet gösterdiği, tabip tarafından yapılması gereken ve güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen tıbbi işlemleri uyguladığı yönünde bir algı oluşturduğu; anılan tıbbi işlemlerin doktor kontrolünde ve sağlık kuruluşları bünyesinde uygulanması gerektiği, ayrıca ilgili mevzuatta “güzellik merkezi” şekilde bir sağlık kuruluşu türünün tanımlı olmadığı ve güzellik salonlarının isminin “güzellik salonu” şekilde açıkça yazılması gerektiği, 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;

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

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

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

**80)**

**Dosya No: 2020/4742**

**Şikayet Edilen:** **Dr. Onur SÜMER**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 23.08.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.instagram.com/wishclinicbeauty/ adresli internet sitesinin 23.08.2021 tarihli görünümünde örnek olarak; *“Hastamızın bir aylık değişimi.(…) Saç Ekimi işlemi uyguladığımız hastamızın 6 aylık değişimi”* şeklinde ifadeler ile birlikte hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine,

Bununla birlikte, *“(…)Kombine estetiğin avantajları; maliyet, iyileşme süreci, bir ameliyatla birden fazla estetik işlem olarak sıralanabilir”* şeklinde ifadelere yer verildiği,

Diğer taraftan, muayenehane uygunluk belgesine sahip olan şahsa ait kuruluşun “Wish Clinic Beauty” şeklinde isimlendirildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; inceleme konusu tanıtımlarda tıbbi işlemlere yönelik toplumu bilgilendirme ve tanıtım sınırlarını aşan, herhangi bir tedavi yönteminin üstünlüklerini tanıtan, talep yaratıcı ifadelere ve hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği, diğer taraftan muayenehane uygunluk belgesine sahip olan şahsa ait kuruluşun “Wish Clinic Beauty” şeklinde isimlendirilerek muayenehane faaliyetlerinin klinik intibası yaratılarak tanıtımlarının yapıldığı,

Bu ve benzeri tanıtımların hekimlik mesleğini yürüten şahsın ve sağlık alanında çalışan kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm yükleyen, talep yaratıcı ve dolayısıyla ilgili mevzuatta izin verilen bilgilendirme ve tanıtım faaliyetleri sınırını aşan nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

- 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 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

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

**81)**

**Dosya No: 2020/4743**

**Şikayet Edilen:** **Aynur YAHŞİ (Atlantis Güzellik Salonu)**

**Şikayet Edilen Reklam:** Kuruluşa ait tabela ve www.instagram.com/ atlantis\_guzellik\_merkezi/ adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 29.12.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, tabela

**Tespitler:** https://www.instagram.com/atlantis\_guzellik\_merkezi/ adresli internet sitesinin 29.12.2020 tarihli görünümünde örnek olarak; *“Nazobial ve dudak dolgusu(…)Buz lazer epilasyon. Daha ağrısız, acısız. Batık kılların tek tedavi yöntemi(…)Dudak dolgusu bu ay sonuna kadar 1500 TL yerine 700 TL(…)”* şeklinde, kuruluşa ait tabelada; *“Lazer epilasyon. Cilt Gençleştirme Ozon ve Işık Tedavisi”* şeklinde ifadelere, hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine ve tıbbi işlemlere yönelik fiyat bilgilerine yer verildiği, bununla birlikte inceleme konusu tanıtımlarda kuruluşun “Atlantis Güzellik Merkezi” olarak isimlendirildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; kuruluşta sunulan hizmetler arasında *“Lazer epilasyon, dolgu, ozon tedavisi”* gibi doktor kontrolünde uygulanması gereken ve güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara, hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine ve tıbbi işlemlere yönelik fiyat bilgilerine yer verildiği, bununla birlikte inceleme konusu tanıtımlarda kuruluşun “Atlantis Güzellik Merkezi” olarak isimlendirildiği,

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

Bununla birlikte; İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğin Ek-1 Kısım “J-(Ek: 29/6/2010 – 2010/671 K.) Güzellik Salonları”başlıklı bölümünde, "16.1-Güzellik salonlarının tanıtıcı reklam, tabela ve basılı belgelerinde güzellik merkezini çağrıştıracak ifadeler kullanılamaz ve açıkça 'güzellik salonu' ifadesi kullanılır." hükmü ile güzellik salonlarının her türlü mecrada yayınlanacak olan tanıtımlarında kuruluşlarının isimlerini açıkça "salon" olarak belirtmesi gerektiğinin hükme bağlandığı,

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 yapılabileceğinin açıkça belirtildiği,

Bu bağlamda; sağlık alanında faaliyeti olmayan kuruluşun inceleme konusu tanıtımlar aracılığıyla sağlık alanında faaliyet gösterdiği, tabip tarafından yapılması gereken ve güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen tıbbi işlemleri uyguladığı yönünde bir algı oluşturduğu; anılan tıbbi işlemlerin doktor kontrolünde ve sağlık kuruluşları bünyesinde uygulanması gerektiği, ayrıca ilgili mevzuatta “güzellik merkezi” şekilde bir sağlık kuruluşu türünün tanımlı olmadığı ve güzellik salonlarının isminin “güzellik salonu” şekilde açıkça yazılması gerektiği, 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;

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

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

Buna göre, reklam veren **Aynur YAHŞİ (Atlantis Güzellik Salonu)** 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

**82)**

**Dosya No: 2020/4751**

**Şikayet Edilen:** **Tuğçe KILINÇ (Ege Vela Güzellik Salonu)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 29.12.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.egeepilasyon.com adresli internet sitesinin 29.12.2020 tarihli görünümünde örnek olarak; *“Lazer Epilasyon Cihazlarımız. Diode Lazer Epilasyon. Son teknoloji Diode Lazer Epilasyon cihazlarımız ve konusunda uzman ekibimiz ile 4-6 seansla kesin sonuç. Geleceğin lazer epilasyon teknolojisi Diode Lazer System makinası İzmir'de sadece Ege Vela'da. Fiber Optik Lazer Epilasyon. Fiber Optik teknolojisi ile çalışan dünyadaki İLK ve TEK "Ütüleme Diode Lazer Epilasyon" cihazıdır. Eski teknoloji Ütüme Diode Lazer cihazlarında başlıkta bulunan diode barlar bu teknolojide kullanılamaz.(...) Alex Air System Lazer Epilasyon. Işık bazlı klasik lazer epilasyon makinamızdır. Kıl - tüy köklerine direk uygulanır, acısız bir yöntemdir ve pürüzsüz tertemiz bir görünüm elde etmenizi sağlar.(…)Dövme silme(…)Saç mezoterapisi”* şeklinde ifadelere,

https://www.instagram.com/egevelaguzellik/ adresli internet sitesinin 29.12.2020 tarihli görünümünde örnek olarak; *“Dermapen(...)Seçtiğiniz bir bölge 7 seans lazer epilasyon toplamda sadece 99.00 TL. Cilt bakım hediyeli”* şeklinde ifadelere ve fiyat bilgilerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; kuruluşta sunulan hizmetler arasında *“Lazer epilasyon, dermapen, mezoterapi****”***gibi doktor kontrolünde uygulanması gereken ve güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara ve tıbbi işlemlere yönelik fiyat bilgilerine yer verildiği,

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

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 yapılabileceğinin açıkça belirtildiği,

Bununla birlikte; İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğin Ek-1 Kısım “J-(Ek: 29/6/2010 – 2010/671 K.) Güzellik Salonları”başlıklı bölümünde, "16.1-Güzellik salonlarının tanıtıcı reklam, tabela ve basılı belgelerinde güzellik merkezini çağrıştıracak ifadeler kullanılamaz ve açıkça 'güzellik salonu' ifadesi kullanılır." hükmü ile güzellik salonlarının her türlü mecrada yayınlanacak olan tanıtımlarında kuruluşlarının isimlerini açıkça "salon" olarak belirtmesi gerektiğinin hükme bağlandığı,

Bu bağlamda; sağlık alanında faaliyeti olmayan kuruluşun inceleme konusu tanıtımlar aracılığıyla sağlık alanında faaliyet gösterdiği, tabip tarafından yapılması gereken ve güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen tıbbi işlemleri uyguladığı yönünde bir algı oluşturduğu; anılan tıbbi işlemlerin doktor kontrolünde ve sağlık kuruluşları bünyesinde uygulanması gerektiği, ayrıca ilgili mevzuatta “güzellik merkezi” şekilde bir sağlık kuruluşu türünün tanımlı olmadığı ve güzellik salonlarının isminin “güzellik salonu” şekilde açıkça yazılması gerektiği, 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;

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

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

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

**GIDA**

**83)**

**Dosya No: 2021/2262**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait www.solgar.com.tr adresli internet sitesinde yer alan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan inceleme sonucunda, Solgar markalı ürünlerin hangi satış noktalarından temin edilebeceğine ilişkin olarak www.solgar.com.tr adresli internet sitesinde yayınlanan tanıtımlarda, *"Solgar Vitamin ürünlerinin satış noktası yalnızca eczanelerdir. Solgar Vitamin Türkiye'nin internet üzerinde yetkili satış kanalı bulunmamaktadır."* şeklinde beyanlara yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, firma ürünlerinin hangi satış noktalarından temin edilebeceğine ilişkin olarak www.solgar.com.tr adresli internet sitesinde yayınlanan tanıtımlarda, *"Solgar Vitamin ürünlerinin satış noktası yalnızca eczanelerdir. Solgar Vitamin Türkiye'nin internet üzerinde yetkili satış kanalı bulunmamaktadır."* şeklinde beyanlara yer verildiği,

Takviye edici gıda tanıtımlarında yer verilen "Sadece Eczanelerde / Yalnızca Eczanelerde" beyanına ilişkin olarak Tarım ve Orman Bakanlığı'ndan alınan yazılı açıklamada, *"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"* şeklinde görüş bildirildiği,

Bu itibarla, inceleme konusu tanıtımda, Solgar ürünlerinin yalnızca eczanelerde bulunabileceğini ifade eden ve "E" şeklindeki Eczane logosu ile birlikte yer verilen "Solgar Vitamin ürünlerinin satış noktası yalnızca eczanelerdir" şeklindeki beyanın, takviye edici gıda niteliğinde olan firma ürünlerinin, münhasıran eczanelerde satışına izin verilen beşeri tıbbi ürünler gibi tedavi etme ve iyileştirme özelliğine sahip olduğu izlenimi oluşturduğu, bilindiği üzere, takviye edici gıdaların bir hastalığı önleme, tedavi etme veya iyileştirme özelliğine sahip olduğuna dair bilgilendirme yapılamayacağı ve bu özelliklere atıfta bulunulamayacağı,

Diğer yandan, firmanın ticari kararı doğrultusunda Solgar markalı ürünlerin satış kanalı olarak ecza depoları aracılığıyla eczanelerin tercih edilmesi ve bu durumun tüketicilere duyurulmasında herhangi bir sakınca görülmemekle birlikte, sağlık hizmetinin ayrılmaz bir parçası olan eczacılık faaliyeti ile eczaneler tarafından kullanılan "E" logosunun, ortalama tüketici algısında ilk anda *"hastalıkların teşhis ve tedavisi ile hastalıklardan korunmada kullanılan  ruhsatlandırılmış beşeri ilaçların satışının yapıldığı yer"* imgesini oluşturması nedeniyle, takviye edici gıda tanıtımlarında birlikte kullanıldığı görülen "E" logosu ve "Sadece Eczanelerde / Yalnızca Eczanelerde" gibi beyanların, tüketici algısında tanıtımı yapılan besin takviyesinin de münhasıran eczanelerde satışı yapılan ilaç benzeri bir ürün olduğu izlenimi uyandırdığı, ayrıca inceleme konusu bu tanıtımların, eczanelerin tüketicilerde sahip olduğu güven algısı dikkate alındığında, tanıtımı yapılan takviye edici gıdaların da, uzun yıllar süren klinik deneyler ve araştırma-geliştirme faaliyetleri sonucunda pazara sunulan ve ruhsatlandırma sürecinden geçtikten sonra ilgili Bakanlıkça onaylanarak yalnızca eczanelerde satışına izin verilen beşeri tıbbi ürünler benzeri bir güvenilirliğe sahip olduğu şeklinde yanıltıcı bir izlenim oluşturduğu,

Diğer yandan, Solgar markalı besin takviyelerinin çeşitli e-ticaret platformlarında halihazırda satışının yapıldığı, dolayısıyla, firma ürünlerinin *sadece eczanelerde* bulunabileceğini belirten *"Solgar Vitamin ürünlerinin satış noktası yalnızca eczanelerdir."* şeklindeki tanıtımın gerçek durumu yansıtmaması nedeniyle yanıltıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 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 **Solgar Vitamin 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.

**84)**

**Dosya No: 2021/4359**

**Sinan ASLAN - Sun Ticaret** adlı şahıs tarafından www.trendyol.com adresli e-ticaret platformunda "SUN TİCARET" isimli mağaza aracılığıyla satışı yapılan Nursima markalı çeşitli bitki çaylarına yönelik olarak yayınlanan reklam ve tanıtımlar hakkında yapılan görüşmeler neticesinde, konu ile ilgili olarak ilave incelemeler yürütülmesinin ardından dosyanın yeniden gündeme alınmasına ve dolayısıyla **2021/4359** numaralı dosyanın görüşülmesinin **ertelenmesine** karar verilmiştir.

**85)**

**Dosya No: 2021/4362**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından Güçlü TV, Park TV ve Kidz Animez TV adlı televizyon kanallarında "Limon Maydanoz Sarımsak Kürü" adlı ürüne yönelik olarak yayınlanan tele-alışveriş reklamları.

**Reklam Yayın Tarihi:** 06.03.2021-19.03.2021, 21.03.2021, 12.04.2021, 14.04.2021, 16.04.2021,

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** Yapılan inceleme sonucunda, firma tarafından Kidz Animez TV adlı televizyon kanalında "Limon Maydanoz Sarımsak Kürü" adlı ürüne yönelik olarak 12.04.2021, 14.04.2021 ve 16.04.2021 tarihlerinde yayınlanan tele alışveriş reklamında; *“Kalp ve damar rahatsızlıkları çekenler, nefes darlığı olanlar, efendim bununla birlikte tansiyon, romatizma hastalığı olanlar, cilt hastalığı olanlar, saç dökülmesi, saç sorunları yaşayanlar, aynı zamanda akciğer hastalığı, karaciğer yağlanması olanlar, kilo sorunu olanlar, bizleri can kulağıyla dinleyiniz efendim… Kalp damar rahatsızlığıyla birlikte damar tıkanıklığı olanlar, bakın çok önemli, insan vücudunun bütün her yerini etkiler bu damar tıkanıklığı… Tansiyon hastalarımız, nefes darlığı, cilt hastalıkları olanlar, sivilce sorunu, akne sorunu olanlar ve aynı zamanda saç bakın saç, saç dökülmesi olanlar... Toplamda 20 kutu göndereceğiz, 20 adet göndereceğiz… Eğer ailenizde erken kalp krizi geçirmiş olan varsa, bu genetiktir, çocuklarınıza da geçer. Kalp damar rahatsızlıklarından, arterosiklerozis dediğimiz damar sertliği şikayeti olanlar varsa ailesinde yüksek tansiyon şikayeti olanlar var ise bunun dışında böbrek yetmezliği şikayeti olanlar varsa bulunmaz bir nimettir... Bu öyle bir kür ki yani şurada maydanoz, sarımsak, limonun bir araya gelmesi yani bir ömre bedel, mucizevi etkisi var. Şimdi, bunu dediğim gibi yüksek tansiyon şikayeti olanlar, kalp damarları içten yağlananlar, karaciğer yağlanması olanlar, kalp damar rahatsızlıkları işte damar sertliği... Vücuttan toksin attırır, karaciğeri arındırır, böbrekler üzerinde çok olumlu etkisi var. Muhteşem bir kür... Mantara karşı vücudunuza direnç kazandırır, sabahları yorgun kalkıyorsanız bu kürü uygulayın. Daha dördüncü gün çivi gibi zinde kalkacaksınız…”, “Limon Maydanoz ve Sarımsak Kürü, 0216 214 10 … 20 Kutu 99 TL + Kargo”* şeklinde sözlü ve yazılı ifadelere yer verildiği,

Firma tarafından Güçlü TV adlı televizyon kanalında "Limon Maydanoz Sarımsak Kürü" adlı ürüne yönelik olarak 07.03.2021, 08.03.2021, 09.03.2021, 10.03.2021, 11.03.2021, 12.03.2021, 13.03.2021, 14.03.2021, 15.03.2021, 16.03.2021, 17.03.2021, 18.03.2021, 19.03.2021 tarihlerinde yayınlanan tele alışveriş reklamında; *“(...) Muhteşem kürlerimizden bahsedeceğiz. Kalp ve damar rahatsızlıkları çekenler, nefes darlığı olanlar, efendim bununla birlikte tansiyon, romatizma hastalığı olanlar, cilt hastalığı olanlar, saç dökülmesi sorunları yaşayanlar, aynı zamanda akciğer hastalığı, karaciğer yağlanması olanlar, kilo sorunu olanlar bizi can kulağıyla dinleyin efendim... Nefes darlığı olanlar, kalp damar rahatsızlığı olanlar, damar tıkanıklığı ... bunu nasıl çözeceğiz bunu konuşacağız. Aynı zamanda tansiyon hastalarımız… Akciğere detoks yapacağız akciğer temizleyici limon maydanoz sarımsak kürümüzden bahsedeceğiz. Karaciğer yağlanması nasıl ortadan kalkar... Bu kürle birlikte... Bitti mi? Bitmedi. Saraçoğlu hocamız diyor ki, güzelliğin sırrı yeni limon maydanoz ve sarımsak küründe. Burada cilt hastalıkları olanlar, sivilce akne sorunu olanlar ve aynı zamanda saç dökülmesi olanlar... Bizleri can kulağıyla dinleyin… Eğer ailenizde erken kalp krizi geçirmiş olan varsa bu genetiktir çocuklarınıza da geçer... Ailesinde yüksek tansiyon şikayeti olan var ise bunun dışında böbrek yetmezliği şikayeti olanlar varsa bulunmaz bir nimettir… Hayatınızı Mahveden Hastalıklara Son Kalbiniz Hasta ve Siz Yaşadığınız Sorunlardan Kurtulmak Mı İstiyorsunuz? Damar Tıkanıklığından Mı Mustaripsiniz? Kolesterol ve Tansiyonunuz Bir Türlü Normale Dönmüyor Mu? Sigara ve Alkol Ciğerlerinizi Mi Mahvetti? Cilt Lekelerinden Mi Rahatsızsınız? Sağlıklı Kalmanın ve Sağlıklı Olmanın Formülü, Limon Maydanoz, Sarımsak İşte Bu Kür Şifa Dağıtıyor. Kalp Damarlarında Tıkanma Olanlar Dikkatle İzleyin. Böbrek Yetmezliği Olanlar Kendinizi Korumaya Alın. Ailesinde Yüksek Tansiyon Olanlar Bu Kürü Kullanın. Mantara Karşı Vücudunuza Sıhhat Verebilir. Kalp Krizi Riskini Azaltır Sizi Korumaya Alır. Yüksek Tansiyon Hastaları Kesinlikle Kullanın. Damar Tıkanıklığı Olanlar Bu Kürü Kullanın. Şeker Hastalarının En Etkili İlacıdır. Prostat Hastalarının Şifasıdır. Limon Maydanoz ve Sarımsak Kürü 20 Kutu 99 TL + Kargo, 0 216 214 10 .., +90 552 684 28.."* şeklinde sözlü ve yazılı ifadelere yer verildiği,

Yine firma tarafından PARK TV adlı televizyon kanalında "Limon Maydanoz Sarımsak Kürü" adlı ürüne yönelik olarak 06.03.2021, 07.03.2021, 11.03.2021, 13.03.2021, 16.03.2021, 17.03.2021, 18.03.2021, 19.03.2021, 21.03.2021 tarihlerinde yayınlanan tele alışveriş reklamında ise; *“(...) Muhteşem kürlerimizden bahsedeceğiz. Kalp ve damar rahatsızlıkları çekenler, nefes darlığı olanlar, efendim bununla birlikte tansiyon, romatizma hastalığı olanlar, cilt hastalığı olanlar, saç dökülmesi sorunları yaşayanlar, aynı zamanda akciğer hastalığı, karaciğer yağlanması olanlar, kilo sorunu olanlar bizi can kulağıyla dinleyin efendim... Nefes darlığı olanlar, kalp damar rahatsızlığı olanlar, damar tıkanıklığı ... bunu nasıl çözeceğiz bunu konuşacağız. Aynı zamanda tansiyon hastalarımız… Akciğere detoks yapacağız akciğer temizleyici limon maydanoz sarımsak kürümüzden bahsedeceğiz. Karaciğer yağlanması nasıl ortadan kalkar... Bu kürle birlikte... Bitti mi? Bitmedi. Saraçoğlu hocamız diyor ki, güzelliğin sırrı yeni limon maydanoz ve sarımsak küründe. Burada cilt hastalıkları olanlar, sivilce akne sorunu olanlar ve aynı zamanda saç dökülmesi olanlar... Bizleri can kulağıyla dinleyin… Eğer ailenizde erken kalp krizi geçirmiş olan varsa bu genetiktir çocuklarınıza da geçer... Ailesinde yüksek tansiyon şikayeti olan var ise bunun dışında böbrek yetmezliği şikayeti olanlar varsa bulunmaz bir nimettir… Hayatınızı Mahveden Hastalıklara Son Kalbiniz Hasta ve Siz Yaşadığınız Sorunlardan Kurtulmak Mı İstiyorsunuz? Damar Tıkanıklığından Mı Mustaripsiniz? Kolesterol ve Tansiyonunuz Bir Türlü Normale Dönmüyor Mu? Sigara ve Alkol Ciğerlerinizi Mi Mahvetti? Cilt Lekelerinden Mi Rahatsızsınız? Sağlıklı Kalmanın ve Sağlıklı Olmanın Formülü, Limon Maydanoz, Sarımsak İşte Bu Kür Şifa Dağıtıyor. Kalp Damarlarında Tıkanma Olanlar Dikkatle İzleyin. Böbrek Yetmezliği Olanlar Kendinizi Korumaya Alın. Ailesinde Yüksek Tansiyon Olanlar Bu Kürü Kullanın. Mantara Karşı Vücudunuza Sıhhat Verebilir. Kalp Krizi Riskini Azaltır Sizi Korumaya Alır. Yüksek Tansiyon Hastaları Kesinlikle Kullanın. Damar Tıkanıklığı Olanlar Bu Kürü Kullanın. Şeker Hastalarının En Etkili İlacıdır. Prostat Hastalarının Şifasıdır. Limon Maydanoz ve Sarımsak Kürü 20 Kutu 99 TL + Kargo, 0 216 214 11 .., +90 552 684 28.."* şeklinde sözlü ve yazılı ifadelere yer verildiği,

Ayrıca, Prof.Dr. İbrahim SARAÇOĞLU tarafından muhtelif televizyon programlarında limon, maydanoz ve sarımsağın insan sağlığı üzerindeki yararlı etkilerine ilişkin olarak yapılan açıklamalar ile anılan şahsa ait görüntülerin montajlanarak inceleme konusu reklam filmlerine uyarlandığı hususları tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu reklamlarda tanıtımı yapılan "Limon Maydanoz Sarımsak Kürü" adlı ürünün *"kalp damar rahatsızlığı, tansiyon, böbrek yetmezliği, karaciğer yağlanması, nefes darlığı, cilt sorunları, saç dökülmesi, mantar, akciğer rahatsızlıkları, damar sertleşmesi, prostat, şeker hastalığı, kilo sorunu, cilt hastalıkları"* gibi birçok rahatsızlığa iyi geldiğini iddia eden beyanların birer sağlık beyanı olduğu, endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç bu tür beyanlarla takviye edici gıda niteliğinde olan "Limon Maydanoz Sarımsak Kürü" adlı ürünün tıp literatüründe hastalık olarak tanımlanan ve hekim kontrolünde tedavi edilmesi gereken birçok rahatsızlığı veya sağlık sorununu iyileştirdiği, tedavi ettiği veya önlediği şeklinde tamamen aldatıcı-yanıltıcı bir izlenim oluşturularak anılan ürünün sanki bir ilaç veya beşeri tıbbi ürün gibi tanıtıldığı, yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre takviye edici gıdalar için bu tür sağlık beyanlarının kullanılmasının kesinlikle yasak olduğu,

Diğer taraftan, Prof. Dr. İbrahim Saraçoğlu tarafından muhtelif televizyon programlarında limon, maydanoz ve sarımsağın insan sağlığı üzerindeki yararlı etkilerine ilişkin olarak yapılan açıklamalar ile anılan şahsa ait görüntülerin montajlama yoluyla inceleme konusu reklam filmlerine uyarlandığı, böylelikle tanıtım ve satışı yapılan "Limon Maydanoz Sarımsak Kürü" adlı ürünün Prof. Dr. İbrahim Saraçoğlu, konunun uzmanları ve doktorlar tarafından tarafından tavsiye edildiği gibi yanıltıcı bir izlenim oluşturulduğu, bu itibarla, reklam filminde yer alan "Prof. Dr. İbrahim Saraçoğlu'na ait olmayan ve gerçekleri yansıtmayan tanıklık ve tavsiye belirten ifade ve görüntülerin" tüketicileri aldatıcı-yanıltıcı, tüketici güveni ile tüketicilerin tecrübe ve bilgi noksanlıklarını istismar edici ve Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin “Tanıklı reklamlar” başlıklı 16 ncı maddesi hükümlerine aykırı olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre, reklam veren **Ergene Yayıncılık A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine, diğer taraftan;

1. Reklam Kurulunun 12.01.2021 tarih ve 305 sayılı toplantısında yapılan görüşme ve değerlendirmeler sonucunda, Kanal Yalova adlı televizyon kanalında "Kafur Özlü Mucize Viks Kremi" adlı ürüne yönelik olarak 14-16-17-18-19-20-26-27-30.08.2020 ve 01-05-10-11-12-13-14-15-16-18-19-20-21-22-23-24-25.09.2020 tarihlerinde yayınlanan reklam ve tanıtımlara ilişkin olarak, reklam veren **Ergene Yayıncılık A.Ş.** hakkında, **20.953,00-TL (Yirmibindokuzyüzelliüç Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** uygulanmasına karar verildiği,
2. Reklam Kurulunun 09.03.2021 tarih ve 307 sayılı toplantısında yapılan görüşme ve değerlendirmeler sonucunda, Anadolu TV adlı televizyon kanalında "Garantili Viagra Seti" adlı ürüne yönelik olarak 06.10.2020 tarihlerinde yayınlanan reklam ve tanıtımlara ilişkin olarak, reklam veren **Ergene Yayıncılık A.Ş.** hakkında, **20.953,00-TL (Yirmibindokuzyüzelliüç Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** uygulanmasına karar verildiği,
3. 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 77/12 maddesinde; *“(12) Bu Kanunun 61 inci maddesinde belirtilen yükümlülüklere aykırı hareket eden reklam verenler, reklam ajansları ve mecra kuruluşları hakkında durdurma veya aynı yöntemle düzeltme veya idari para cezası ve gerekli görülen hâllerde de üç aya kadar tedbiren durdurma cezası uygulanır. Reklam Kurulu, ihlalin niteliğine göre bu cezaları birlikte veya ayrı ayrı verebilir. (…) Aykırılık; (…) e) İnternet aracılığı ile gerçekleşmiş ise elli bin Türk Lirası, (…) idari para cezası verilir. Reklam Kurulu, idari işleme konu ihlalin bir yıl içinde tekrar edilmesi hâlinde yukarıda belirtilen idari para cezalarını on katına kadar uygulayabilir.”* hükmünün yer aldığı,

Dolayısıyla, Reklam Kurulunun 12.01.2021 tarih ve 305 sayılı toplantısı ile 09.03.2021 tarih ve 307 sayılı toplantısında uygulanan idari yaptırımlara konu ihlalin firma tarafından son bir yıl içinde üçüncü defa tekrar edilmesi ve 6502 sayılı Kanun’un 77/12 maddesi hükmüne istinaden **idari para cezasının iki kat olarak (22.861 x 2 = 45.722,00-TL (Kırkbeşbinyediyüzyirmiiki Türk Lirası)** uygulanmasına karar verilmiştir.

**86)**

**Dosya No: 2021/4363**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait Güçlü TV adlı televizyon kanalında "Limon Maydanoz Sarımsak Kürü" adlı ürüne yönelik olarak yayınlanan tele-alışveriş reklamları.

**Reklam Yayın Tarihi:** 07.03.2021-19.03.2021

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** Yapılan inceleme sonucunda, firmaya ait Güçlü TV adlı televizyon kanalında "Limon Maydanoz Sarımsak Kürü" adlı ürüne yönelik olarak 07.03.2021, 08.03.2021, 09.03.2021, 10.03.2021, 11.03.2021, 12.03.2021, 13.03.2021, 14.03.2021, 15.03.2021, 16.03.2021, 17.03.2021, 18.03.2021, 19.03.2021 tarihlerinde yayınlanan tele alışveriş reklamında; *“(...) Muhteşem kürlerimizden bahsedeceğiz. Kalp ve damar rahatsızlıkları çekenler, nefes darlığı olanlar, efendim bununla birlikte tansiyon, romatizma hastalığı olanlar, cilt hastalığı olanlar, saç dökülmesi sorunları yaşayanlar, aynı zamanda akciğer hastalığı, karaciğer yağlanması olanlar, kilo sorunu olanlar bizi can kulağıyla dinleyin efendim... Nefes darlığı olanlar, kalp damar rahatsızlığı olanlar, damar tıkanıklığı... Bunu nasıl çözeceğiz bunu konuşacağız. Aynı zamanda tansiyon hastalarımız… Akciğere detoks yapacağız akciğer temizleyici limon maydanoz sarımsak kürümüzden bahsedeceğiz. Karaciğer yağlanması nasıl ortadan kalkar... Bu kürle birlikte... Bitti mi? Bitmedi. Saraçoğlu hocamız diyor ki, güzelliğin sırrı yeni limon maydanoz ve sarımsak küründe. Burada cilt hastalıkları olanlar, sivilce akne sorunu olanlar ve aynı zamanda saç dökülmesi olanlar... Bizleri can kulağıyla dinleyin… Eğer ailenizde erken kalp krizi geçirmiş olan varsa bu genetiktir çocuklarınıza da geçer... Ailesinde yüksek tansiyon şikayeti olan var ise bunun dışında böbrek yetmezliği şikayeti olanlar varsa bulunmaz bir nimettir… Hayatınızı Mahveden Hastalıklara Son Kalbiniz Hasta ve Siz Yaşadığınız Sorunlardan Kurtulmak Mı İstiyorsunuz? Damar Tıkanıklığından Mı Mustaripsiniz? Kolesterol ve Tansiyonunuz Bir Türlü Normale Dönmüyor Mu? Sigara ve Alkol Ciğerlerinizi Mi Mahvetti? Cilt Lekelerinden Mi Rahatsızsınız? Sağlıklı Kalmanın ve Sağlıklı Olmanın Formülü, Limon Maydanoz, Sarımsak İşte Bu Kür Şifa Dağıtıyor. Kalp Damarlarında Tıkanma Olanlar Dikkatle İzleyin. Böbrek Yetmezliği Olanlar Kendinizi Korumaya Alın. Ailesinde Yüksek Tansiyon Olanlar Bu Kürü Kullanın. Mantara Karşı Vücudunuza Sıhhat Verebilir. Kalp Krizi Riskini Azaltır Sizi Korumaya Alır. Yüksek Tansiyon Hastaları Kesinlikle Kullanın. Damar Tıkanıklığı Olanlar Bu Kürü Kullanın. Şeker Hastalarının En Etkili İlacıdır. Prostat Hastalarının Şifasıdır. Limon Maydanoz ve Sarımsak Kürü 20 Kutu 99 TL + Kargo, 0 216 214 10 .., +90 552 684 28.."* şeklinde sözlü ve yazılı ifadelere yer verildiği,

Ayrıca, Prof. Dr. İbrahim SARAÇOĞLU tarafından muhtelif televizyon programlarında limon, maydanoz ve sarımsağın insan sağlığı üzerindeki yararlı etkilerine ilişkin olarak yapılan açıklamalar ile anılan şahsa ait görüntülerin montajlanarak inceleme konusu reklam filmine uyarlandığı hususları tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu reklamda tanıtımı yapılan "Limon Maydanoz Sarımsak Kürü" adlı ürünün *"kalp hastalarına, karaciğer hastalarına, akciğer hastalarına, damar sertleşmesi sorunu olanlara, tansiyon sorununa, metabolizması çalışmayanlara, prostat hastalarına, şeker hastalarına, kilo sorunu olanlara, cilt hastalarına, nefes darlığı çekenlere..."* iyi geldiğini iddia eden beyanların birer sağlık beyanı olduğu, endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç bu tür beyanlarla takviye edici gıda niteliğinde olan "Limon Maydanoz Sarımsak Kürü" adlı ürünün tıp literatüründe hastalık olarak tanımlanan ve hekim kontrolünde tedavi edilmesi gereken birçok rahatsızlığı veya sağlık sorununu iyileştirdiği, tedavi ettiği veya önlediği şeklinde tamamen aldatıcı-yanıltıcı bir izlenim oluşturularak 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,

Diğer taraftan, Prof. Dr. İbrahim Saraçoğlu tarafından muhtelif televizyon programlarında limon, maydanoz ve sarımsağın insan sağlığı üzerindeki yararlı etkilerine ilişkin olarak yapılan açıklamalar ile anılan şahsa ait görüntülerin montajlanarak inceleme konusu reklam filmine uyarlandığı, böylelikle tanıtım ve satışı yapılan "Limon Maydanoz Sarımsak Kürü" adlı ürünün Prof. Dr. İbrahim Saraçoğlu, konunun uzmanları ve doktorlar tarafından tarafından tavsiye edildiği gibi yanıltıcı bir izlenim oluşturulduğu, bu itibarla, reklam filminde yer alan "Prof. Dr. İbrahim Saraçoğlu'na ait olmayan ve gerçekleri yansıtmayan tanıklık ve tavsiye belirten ifade ve görüntülerin" tüketicileri aldatıcı-yanıltıcı, tüketici güveni ile tüketicilerin tecrübe ve bilgi noksanlıklarını istismar edici ve Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin “Tanıklı reklamlar” başlıklı 16 ncı maddesi hükümlerine aykırı olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

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

**87)**

**Dosya No: 2021/4364**

**Şikayet Edilen: MCD Televizyon Yayıncılık A.Ş.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 13.04.2021, 15.04.2021

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** Yapılan inceleme sonucunda, firmaya ait Kidz Animez TV adlı televizyon kanalında "Çörek Otu Macunu" adlı ürüne yönelik olarak 13.04.2021 ve 15.04.2021 tarihlerinde yayınlanan tele alışveriş reklamında; *“Kanser, ülser, ağrı, romatizma aklınıza ne gelirse. Şifası işte burada... Bakın romatizma hastaları olanlar, romatizma hastası, dizleri ağrıyanlar, ayakta duramayanlar, yürürken zorluk çekenler bizleri arasınlar. Şifanız burada diyoruz... Bitti mi, bitmedi: prostat hastalarımız var, prostat hastalarımız var, idrar zorluğu yaşayanlar var, ağrı çekenler var. Bakın bin derdin devasından bahsediyoruz... Deri hastalığı olanlar, derisinde istenmeyen hastalık görünenler; lekeler, sivilceler, akneler... Ölümden başka her derde devadır... Sütten kesilen anneler, sütü az akan anneler, yavrusunu doyurmakta zorlanan anneler bunu uyguladıklarında onlar kendileri şahit oldu, bebeklerinin doyduğunu, sütünün yettiğini gördüler. Adet döneminde, kadın hastalıklarında birebir şifadır denildi. Tıp söylüyor bunu... Nefes darlığına da birebir. Nefes darlığı şikayeti olanlar bir ay içerisinde anadan doğmuş misali rahat rahat nefes alıp verecek... Kalp hastalığı olanlar, böbrek yetmezliği olanlar, böbrek taşı olanlar, prostat hastaları, diyabet yani şeker hastaları, hemoroid, bakın çok önemli, basur hastalığı, basur, basur hastaları... Basuru on beş gün içerisinde günde iki tatlı kaşığı kullanmakla birlikte tamamen bitiriyor... Evli kardeşlerimiz yanımıza geldi. "Hocam tıbbi olarak hiçbir sorunumuz yok. Doktorlara gidiyoruz tedavimizi olmak için derdimizi söylüyoruz yapılan testler sonucu hiçbir sorun gözükmüyor." dediler. Biz onlara da önerdik... Ölüm harici her derde devadır dediği bu muhteşem macunu, çörek otunu, sevgili izleyenler çocuk sahibi oldular... Çörek otu mucizesiyle bir bebek sahibi oldular... Yaşlılarımız dinç oldu, gücüne güç kattı, hastalarımız şifa buldu. Kansere dahi çözümü var deniliyor. Kansere dahi çözümü var diye söyleniyor... Sevgili kardeşlerim prostat hastası olanlar, eklem ve kemik ağrıları olanlar bununla birlikte kalp ve damar tıkanıklığı olanlar daha önce kalp krizi geçirmiş damar tıkanıklığından dolayı ve yine kalp krizi geçirme riski olanlar tıkalı olan damarlar en geç bir hafta içerisinde açılıyor...”, "Çörek Otu Macunu", "12 adet Kavanoz, 99 TL + Kargo", "0 216 214 13 …"* şeklinde sözlü ve yazılı ifadelere yer verildiği,

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

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu reklamda tanıtımı yapılan "Çörek Otu Macunu" adlı ürünün *"kalp-damar hastalıkları, kadın hastalıkları, romatizma, eklem rahatsızlıkları, deri hastalıkları, eklem ve kemik ağrıları, şeker, prostat, hemoroid, kanser, böbrek hastalıkları"* gibi birçok rahatsızlığa iyi geldiğini iddia eden beyanların birer sağlık beyanı olduğu, endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç bu tür beyanlarla takviye edici gıda niteliğinde olan "Çörek Otu Macunu" adlı ürünün tıp literatüründe hastalık olarak tanımlanan ve hekim kontrolünde tedavi edilmesi gereken birçok rahatsızlığı veya sağlık sorununu iyileştirdiği, tedavi ettiği veya önlediği şeklinde tamamen aldatıcı-yanıltıcı bir izlenim oluşturularak anılan ürünün sanki bir ilaç veya beşeri tıbbi ürün gibi tanıtıldığı, yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre takviye edici gıdalar için bu tür sağlık beyanlarının kullanılmasının kesinlikle yasak olduğu,

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

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

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

**88)**

**Dosya No: 2021/4365**

**Şikayet Edilen: MCD Televizyon Yayıncılık A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait Kidz Animez TV adlı televizyon kanalında "Limon Maydanoz Sarımsak Kürü" adlı ürüne yönelik olarak yayınlanan tele-alışveriş reklamları.

**Reklam Yayın Tarihi:** 12.04.2021, 14.04.2021, 16.04.2021

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** Yapılan inceleme sonucunda, firmaya ait Kidz Animez TV adlı televizyon kanalında "Limon Maydanoz Sarımsak Kürü" adlı ürüne yönelik olarak 12.04.2021, 14.04.2021 ve 16.04.2021 tarihlerinde yayınlanan tele alışveriş reklamında; *“Kalp ve damar rahatsızlıkları çekenler, nefes darlığı olanlar, efendim bununla birlikte tansiyon, romatizma hastalığı olanlar, cilt hastalığı olanlar, saç dökülmesi, saç sorunları yaşayanlar, aynı zamanda akciğer hastalığı, karaciğer yağlanması olanlar, kilo sorunu olanlar, bizleri can kulağıyla dinleyiniz efendim… Kalp damar rahatsızlığıyla birlikte damar tıkanıklığı olanlar, bakın çok önemli, insan vücudunun bütün her yerini etkiler bu damar tıkanıklığı… Tansiyon hastalarımız, nefes darlığı, cilt hastalıkları olanlar, sivilce sorunu, akne sorunu olanlar ve aynı zamanda saç bakın saç, saç dökülmesi olanlar... Toplamda 20 kutu göndereceğiz, 20 adet göndereceğiz… Eğer ailenizde erken kalp krizi geçirmiş olan varsa, bu genetiktir, çocuklarınıza da geçer. Kalp damar rahatsızlıklarından, arterosiklerozis dediğimiz damar sertliği şikayeti olanlar varsa ailesinde yüksek tansiyon şikayeti olanlar var ise bunun dışında böbrek yetmezliği şikayeti olanlar varsa bulunmaz bir nimettir... Bu öyle bir kür ki yani şurada maydanoz, sarımsak, limonun bir araya gelmesi yani bir ömre bedel, mucizevi etkisi var. Şimdi, bunu dediğim gibi yüksek tansiyon şikayeti olanlar, kalp damarları içten yağlananlar, karaciğer yağlanması olanlar, kalp damar rahatsızlıkları işte damar sertliği... Vücuttan toksin attırır, karaciğeri arındırır, böbrekler üzerinde çok olumlu etkisi var. Muhteşem bir kür... Mantara karşı vücudunuza direnç kazandırır, sabahları yorgun kalkıyorsanız bu kürü uygulayın. Daha dördüncü gün çivi gibi zinde kalkacaksınız…”, “Limon Maydanoz ve Sarımsak Kürü, 0216 214 10 … 20 Kutu 99 TL + Kargo”* şeklinde sözlü ve yazılı ifadelere yer verildiği,

Ayrıca, Prof. Dr. İbrahim Saraçoğlu tarafından muhtelif televizyon programlarında limon, maydanoz ve sarımsağın insan sağlığı üzerindeki yararlı etkilerine ilişkin olarak yapılan açıklamalar ile anılan şahsa ait görüntülerin montajlanarak inceleme konusu reklam filmine uyarlandığı hususları tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu reklamda tanıtımı yapılan "Limon Maydanoz Sarımsak Kürü" adlı ürünün *"kalp damar rahatsızlığı, tansiyon, böbrek yetmezliği, karaciğer yağlanması, nefes darlığı, cilt sorunları, saç dökülmesi, mantar"* gibi birçok rahatsızlığa iyi geldiğini iddia eden beyanların birer sağlık beyanı olduğu, endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç bu tür beyanlarla takviye edici gıda niteliğinde olan "Limon Maydanoz Sarımsak Kürü" adlı ürünün tıp literatüründe hastalık olarak tanımlanan ve hekim kontrolünde tedavi edilmesi gereken birçok rahatsızlığı veya sağlık sorununu iyileştirdiği, tedavi ettiği veya önlediği şeklinde tamamen aldatıcı-yanıltıcı bir izlenim oluşturularak anılan ürünün sanki bir ilaç veya beşeri tıbbi ürün gibi tanıtıldığı, yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre takviye edici gıdalar için bu tür sağlık beyanlarının kullanılmasının kesinlikle yasak olduğu,

Diğer taraftan, Prof. Dr. İbrahim Saraçoğlu tarafından muhtelif televizyon programlarında limon, maydanoz ve sarımsağın insan sağlığı üzerindeki yararlı etkilerine ilişkin olarak yapılan açıklamalar ile anılan şahsa ait görüntülerin montajlanarak inceleme konusu reklam filmine uyarlandığı, böylelikle tanıtım ve satışı yapılan "Limon Maydanoz Sarımsak Kürü" adlı ürünün Prof.Dr. İbrahim Saraçoğlu, konunun uzmanları ve doktorlar tarafından tarafından tavsiye edildiği gibi yanıltıcı bir izlenim oluşturulduğu, bu itibarla, söz konusu reklam filminde "Prof. Dr. İbrahim Saraçoğlu'na ait olmayan ve gerçekleri yansıtmayan tanıklık ve tavsiye belirten ifade ve görüntülere" yer verilmesinin tüketicileri aldatıcı-yanıltıcı, tüketici güveni ile tüketicilerin tecrübe ve bilgi noksanlıklarını istismar edici ve Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin “Tanıklı reklamlar” başlıklı 16 ncı maddesi hükümlerine aykırı olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

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

**89)**

**Dosya No: 2021/4366**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait PARK TV adlı televizyon kanalında "Limon Maydanoz Sarımsak Kürü" adlı ürüne yönelik olarak yayınlanan tele-alışveriş reklamları.

**Reklam Yayın Tarihi:** 06.03.2021, 07.03.2021, 11.03.2021, 13.03.2021, 16.03.2021, 17.03.2021, 18.03.2021, 19.03.2021, 21.03.2021

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** Yapılan inceleme sonucunda, firmaya ait PARK TV adlı televizyon kanalında "Limon Maydanoz Sarımsak Kürü" adlı ürüne yönelik olarak 06.03.2021, 07.03.2021, 11.03.2021, 13.03.2021, 16.03.2021, 17.03.2021, 18.03.2021, 19.03.2021, 21.03.2021 tarihlerinde yayınlanan tele alışveriş reklamında; *“(...) Muhteşem kürlerimizden bahsedeceğiz. Kalp ve damar rahatsızlıkları çekenler, nefes darlığı olanlar, efendim bununla birlikte tansiyon, romatizma hastalığı olanlar, cilt hastalığı olanlar, saç dökülmesi sorunları yaşayanlar, aynı zamanda akciğer hastalığı, karaciğer yağlanması olanlar, kilo sorunu olanlar bizi can kulağıyla dinleyin efendim... Nefes darlığı olanlar, kalp damar rahatsızlığı olanlar, damar tıkanıklığı ... bunu nasıl çözeceğiz bunu konuşacağız. Aynı zamanda tansiyon hastalarımız… Akciğere detoks yapacağız akciğer temizleyici limon maydanoz sarımsak kürümüzden bahsedeceğiz. Karaciğer yağlanması nasıl ortadan kalkar... Bu kürle birlikte... Bitti mi? Bitmedi. Saraçoğlu hocamız diyor ki, güzelliğin sırrı yeni limon maydanoz ve sarımsak küründe. Burada cilt hastalıkları olanlar, sivilce akne sorunu olanlar ve aynı zamanda saç dökülmesi olanlar... Bizleri can kulağıyla dinleyin… Eğer ailenizde erken kalp krizi geçirmiş olan varsa bu genetiktir çocuklarınıza da geçer... Ailesinde yüksek tansiyon şikayeti olan var ise bunun dışında böbrek yetmezliği şikayeti olanlar varsa bulunmaz bir nimettir… Hayatınızı Mahveden Hastalıklara Son Kalbiniz Hasta ve Siz Yaşadığınız Sorunlardan Kurtulmak Mı İstiyorsunuz? Damar Tıkanıklığından Mı Mustaripsiniz? Kolesterol ve Tansiyonunuz Bir Türlü Normale Dönmüyor Mu? Sigara ve Alkol Ciğerlerinizi Mi Mahvetti? Cilt Lekelerinden Mi Rahatsızsınız? Sağlıklı Kalmanın ve Sağlıklı Olmanın Formülü, Limon Maydanoz, Sarımsak İşte Bu Kür Şifa Dağıtıyor. Kalp Damarlarında Tıkanma Olanlar Dikkatle İzleyin. Böbrek Yetmezliği Olanlar Kendinizi Korumaya Alın. Ailesinde Yüksek Tansiyon Olanlar Bu Kürü Kullanın. Mantara Karşı Vücudunuza Sıhhat Verebilir. Kalp Krizi Riskini Azaltır Sizi Korumaya Alır. Yüksek Tansiyon Hastaları Kesinlikle Kullanın. Damar Tıkanıklığı Olanlar Bu Kürü Kullanın. Şeker Hastalarının En Etkili İlacıdır. Prostat Hastalarının Şifasıdır. Limon Maydanoz ve Sarımsak Kürü 20 Kutu 99 TL + Kargo, 0 216 214 11 .., +90 552 684 28..”* şeklinde sözlü ve yazılı ifadelere yer verildiği,

Ayrıca, Prof. Dr. İbrahim Saraçoğlu tarafından muhtelif televizyon programlarında limon, maydanoz ve sarımsağın insan sağlığı üzerindeki yararlı etkilerine ilişkin olarak yapılan açıklamalar ile anılan şahsa ait görüntülerin montajlanarak inceleme konusu reklam filmine uyarlandığı hususları tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu reklamda tanıtımı yapılan "Limon Maydanoz Sarımsak Kürü" adlı ürünün *"kalp hastalarına, karaciğer hastalarına, akciğer hastalarına, damar sertleşmesi sorunu olanlara, tansiyon sorununa, metabolizması çalışmayanlara, prostat hastalarına, şeker hastalarına, kilo sorunu olanlara, cilt hastalarına, nefes darlığı çekenlere"* iyi geldiğini iddia eden beyanların birer sağlık beyanı olduğu, endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç bu tür beyanlarla takviye edici gıda niteliğinde olan "Limon Maydanoz Sarımsak Kürü" adlı ürünün tıp literatüründe hastalık olarak tanımlanan ve hekim kontrolünde tedavi edilmesi gereken birçok rahatsızlığı veya sağlık sorununu iyileştirdiği, tedavi ettiği veya önlediği şeklinde tamamen aldatıcı-yanıltıcı bir izlenim oluşturularak anılan ürünün sanki bir ilaç veya beşeri tıbbi ürün gibi tanıtıldığı, yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre takviye edici gıdalar için bu tür sağlık beyanlarının kullanılmasının kesinlikle yasak olduğu,

Diğer taraftan, Prof. Dr. İbrahim Saraçoğlu tarafından muhtelif televizyon programlarında limon, maydanoz ve sarımsağın insan sağlığı üzerindeki yararlı etkilerine ilişkin olarak yapılan açıklamalar ile anılan şahsa ait görüntülerin montajlanarak inceleme konusu reklam filmine uyarlandığı, böylelikle tanıtım ve satışı yapılan "Limon Maydanoz Sarımsak Kürü" adlı ürünün Prof.Dr. İbrahim Saraçoğlu, konunun uzmanları ve doktorlar tarafından tarafından tavsiye edildiği gibi yanıltıcı bir izlenim oluşturulduğu, bu itibarla, söz konusu reklam filminde "Prof. Dr. İbrahim Saraçoğlu'na ait olmayan ve gerçekleri yansıtmayan tanıklık ve tavsiye belirten ifade ve görüntülere" yer verilmesinin tüketicileri aldatıcı-yanıltıcı, tüketici güveni ile tüketicilerin tecrübe ve bilgi noksanlıklarını istismar edici ve Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin “Tanıklı reklamlar” başlıklı 16 ncı maddesi hükümlerine aykırı olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

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

**90)**

**Dosya No: 2021/4367**

**Şikayet Edilen: Anadolu Tanıtım ve Medya Hizmetleri A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait TV 19 adlı televizyon kanalında "Maydanoz Limon ve Sarımsak Özlü Ultra Panax" adlı ürüne yönelik olarak yayınlanan tele-alışveriş reklamları.

**Reklam Yayın Tarihi:** 06.04.2021, 08.04.2021, 09.04.2021, 10.04.2021

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** Yapılan inceleme sonucunda, firmaya ait TV 19 adlı televizyon kanalında "Maydanoz Limon ve Sarımsak Özlü Ultra Panax" adlı ürüne yönelik olarak 06.04.2021, 08.04.2021, 09.04.2021 ve 10.04.2021 tarihlerinde yayınlanan tele alışveriş reklamında; *“(...) Birçok bitki ve sağlıklı yaşam uzmanı hocalarının önerdiği, muhakkak kullanın dediği Limon, Maydanoz ve Sarımsak Özlü Ultra Panax. Efendim, zaten Panax'ın kalp ve damara iyi geldiğini herkes biliyor. Yıllardır da binlerce insan tarafından kullanılan bir ürün. Bu konuda da kendini ispatlamış bir üründür... Siz değerli izleyenlerimiz sağlığına kavuşsun diye, Türkiye'de kalp, damar, karaciğer, fazla kilo sorunu yaşayan hastalarımız kalmasın diye, hocalarımızın da önerisi üzerine 20 adet halinde size göndereceğiz. Bu 20 kutudan sonra Allah'ın da izniyle inşallah sağlığınıza kavuşacaksınız... Kalp hastaları, damar hastaları, şeker hastaları, karaciğer yağlanmaları olanlar, fazla kiloları olanlar, sivilce ve akne yaraları olanlar, cilt hastaları, idrarını tutamayanlar, metabolizması çalışmayanlar, nefes darlığı olanlar, kilo sorunu olanlar, fazla kilolarından kurtulamayanlar, evet saç dökülmesi olanlar bu mucize kür sizi sağlığınıza kavuşturacak... Panax, kalp-damar hastalıklarının ortadan kalkmasına, damarlarınızda oluşabilecek bütün sorunları ortadan kaldırmaya, organlarınızın düzenli çalışmasına yardımcı bir üründür... Kas gücünü, vücut dayanıklılığını ve fiziksel performansı artırmak, kolesterol ve kan şekeri seviyesini dengelemek, erkek ve kadınlardaki cinsel sorunların giderilmesine yardımcı olmak, kısaca her yaşta genç kalabilmek için size Panax’ı sunuyoruz... Maydanoz, Limon ve Sarımsak Özlü Ultra Panax'ın faydaları saymakla bitmiyor. Tansiyon sorunu olanlardan, metabolizması normal çalışmayanlara kadar, kalp hastaları, damar hastaları, şeker hastaları, cinsel fonksiyon bozukluğu olan hastalar, kalp ve damar yollarınız açıldığı için Ultra Panax'la cinsel fonksiyonlarınız ultra etkilenecek. Kilo sorunu olanlar, karaciğer hastaları, cilt hastaları, sivilce ve aknesi olanlar, nefes darlığı çeken izleyicilerimiz, uyku sorunu olanlar, buyurun Ultra Panax'ımızı kullanan ve kendilerindeki değişimi gören hastalarımız...", "Limon, Maydanoz ve Sarımsak Özlü Ultra Panax", “0212 700 18 .., 99 TL + kargo, 20 Adet Kavanoz”* şeklinde sözlü ve yazılı ifadelere yer verildiği,

Ayrıca, Prof. Dr. İbrahim Saraçoğlu, Prof. Dr. Ahmet Maranki ve Prof. Dr. Canan Karatay adlı kişiler tarafından muhtelif televizyon programlarında limon, maydanoz ve sarımsağın insan sağlığı üzerindeki yararlı etkilerine ilişkin olarak yapılan açıklamalar ile anılan şahıslara ait görüntülerin montajlanarak inceleme konusu reklam filmine uyarlandığı hususları tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu reklamda tanıtımı yapılan "Maydanoz Limon ve Sarımsak Özlü Ultra Panax" adlı ürünün *"kalp hastalıkları, damar hastalıkları, şeker, karaciğer yağlanması, fazla kilo, sivilce ve akne yaraları, cilt hastalıkları, idrar tutamama, metabolizma hastalıkları, nefes darlığı, cinsel rahatsızlıklar"* gibi birçok rahatsızlığa iyi geldiğini iddia eden beyanların birer sağlık beyanı olduğu, endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç bu tür beyanlarla takviye edici gıda niteliğinde olan "Maydanoz Limon ve Sarımsak Özlü Ultra Panax" adlı ürünün tıp literatüründe hastalık olarak tanımlanan ve hekim kontrolünde tedavi edilmesi gereken birçok rahatsızlığı veya sağlık sorununu iyileştirdiği, tedavi ettiği veya önlediği şeklinde tamamen aldatıcı-yanıltıcı bir izlenim oluşturularak 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,

Diğer taraftan, Prof. Dr. İbrahim Saraçoğlu, Prof. Dr. Ahmet Maranki ve Prof. Dr. Canan Karatay adlı kişiler tarafından muhtelif televizyon programlarında limon, maydanoz ve sarımsağın insan sağlığı üzerindeki yararlı etkilerine ilişkin olarak yapılan açıklamalar ile anılan şahıslara ait görüntülerin montajlanarak inceleme konusu reklam filmine uyarlandığı, böylelikle tanıtım ve satışı yapılan "Maydanoz Limon ve Sarımsak Özlü Ultra Panax" adlı ürünün konunun uzmanları ve doktorlar tarafından tarafından tavsiye edildiği gibi yanıltıcı bir izlenim oluşturulduğu, bu itibarla, reklam filmlerinde yer alan "Prof. Dr. İbrahim Saraçoğlu, Prof. Dr. Ahmet Maranki ve Prof. Dr. Canan Karatay'a ait olmayan ve gerçekleri yansıtmayan tanıklık ve tavsiye belirten ifade ve görüntülerin" tüketicileri aldatıcı-yanıltıcı, tüketici güveni ile tüketicilerin tecrübe ve bilgi noksanlıklarını istismar edici ve Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin “Tanıklı reklamlar” başlıklı 16 ncı maddesi hükümlerine aykırı olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

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

**91)**

**Dosya No: 2021/4368**

**Şikayet Edilen: Lions Reklam Güvenlik Malz. Tem. Kozmetik İnş. Malz. Org. San. Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından TV 19 adlı televizyon kanalında "Maydanoz Limon ve Sarımsak Özlü Ultra Panax" adlı ürüne yönelik olarak yayınlanan tele-alışveriş reklamları.

**Reklam Yayın Tarihi:** 06.04.2021, 08.04.2021, 09.04.2021, 10.04.2021

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** Yapılan inceleme sonucunda, firma tarafından TV 19 adlı televizyon kanalında "Maydanoz Limon ve Sarımsak Özlü Ultra Panax" adlı ürüne yönelik olarak 06.04.2021, 08.04.2021, 09.04.2021 ve 10.04.2021 tarihlerinde yayınlanan tele alışveriş reklamında; *“(...) Birçok bitki ve sağlıklı yaşam uzmanı hocalarının önerdiği, muhakkak kullanın dediği Limon, Maydanoz ve Sarımsak Özlü Ultra Panax. Efendim, zaten Panax'ın kalp ve damara iyi geldiğini herkes biliyor. Yıllardır da binlerce insan tarafından kullanılan bir ürün. Bu konuda da kendini ispatlamış bir üründür... Siz değerli izleyenlerimiz sağlığına kavuşsun diye, Türkiye'de kalp, damar, karaciğer, fazla kilo sorunu yaşayan hastalarımız kalmasın diye, hocalarımızın da önerisi üzerine 20 adet halinde size göndereceğiz. Bu 20 kutudan sonra Allah'ın da izniyle inşallah sağlığınıza kavuşacaksınız... Kalp hastaları, damar hastaları, şeker hastaları, karaciğer yağlanmaları olanlar, fazla kiloları olanlar, sivilce ve akne yaraları olanlar, cilt hastaları, idrarını tutamayanlar, metabolizması çalışmayanlar, nefes darlığı olanlar, kilo sorunu olanlar, fazla kilolarından kurtulamayanlar, evet saç dökülmesi olanlar bu mucize kür sizi sağlığınıza kavuşturacak... Panax, kalp-damar hastalıklarının ortadan kalkmasına, damarlarınızda oluşabilecek bütün sorunları ortadan kaldırmaya, organlarınızın düzenli çalışmasına yardımcı bir üründür... Kas gücünü, vücut dayanıklılığını ve fiziksel performansı artırmak, kolesterol ve kan şekeri seviyesini dengelemek, erkek ve kadınlardaki cinsel sorunların giderilmesine yardımcı olmak, kısaca her yaşta genç kalabilmek için size Panax’ı sunuyoruz... Maydanoz, Limon ve Sarımsak Özlü Ultra Panax'ın faydaları saymakla bitmiyor. Tansiyon sorunu olanlardan, metabolizması normal çalışmayanlara kadar, kalp hastaları, damar hastaları, şeker hastaları, cinsel fonksiyon bozukluğu olan hastalar, kalp ve damar yollarınız açıldığı için Ultra Panax'la cinsel fonksiyonlarınız ultra etkilenecek. Kilo sorunu olanlar, karaciğer hastaları, cilt hastaları, sivilce ve aknesi olanlar, nefes darlığı çeken izleyicilerimiz, uyku sorunu olanlar, buyurun Ultra Panax'ımızı kullanan ve kendilerindeki değişimi gören hastalarımız...", "Limon, Maydanoz ve Sarımsak Özlü Ultra Panax", “0212 700 18 … 99 TL + kargo, 20 Adet Kavanoz”* şeklinde sözlü ve yazılı ifadelere yer verildiği,

Ayrıca, Prof. Dr. İbrahim Saraçoğlu, Prof. Dr. Ahmet Maranki ve Prof. Dr. Canan Karatay adlı kişiler tarafından muhtelif televizyon programlarında limon, maydanoz ve sarımsağın insan sağlığı üzerindeki yararlı etkilerine ilişkin olarak yapılan açıklamalar ile anılan şahıslara ait görüntülerin montajlanarak inceleme konusu reklam filmine uyarlandığı hususları tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu reklamda tanıtımı yapılan "Maydanoz Limon ve Sarımsak Özlü Ultra Panax" adlı ürünün *"kalp hastalıkları, damar hastalıkları, şeker, karaciğer yağlanması, fazla kilo, sivilce ve akne yaraları, cilt hastalıkları, idrar tutamama, metabolizma hastalıkları, nefes darlığı, cinsel rahatsızlıklar"* gibi birçok rahatsızlığa iyi geldiğini iddia eden beyanların birer sağlık beyanı olduğu, endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç bu tür beyanlarla takviye edici gıda niteliğinde olan "Maydanoz Limon ve Sarımsak Özlü Ultra Panax" adlı ürünün tıp literatüründe hastalık olarak tanımlanan ve hekim kontrolünde tedavi edilmesi gereken birçok rahatsızlığı veya sağlık sorununu iyileştirdiği, tedavi ettiği veya önlediği şeklinde tamamen aldatıcı-yanıltıcı bir izlenim oluşturularak 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,

Diğer taraftan, Prof. Dr. İbrahim Saraçoğlu, Prof. Dr. Ahmet Maranki ve Prof. Dr. Canan Karatay adlı kişiler tarafından muhtelif televizyon programlarında limon, maydanoz ve sarımsağın insan sağlığı üzerindeki yararlı etkilerine ilişkin olarak yapılan açıklamalar ile anılan şahıslara ait görüntülerin montajlanarak inceleme konusu reklam filmine uyarlandığı, böylelikle tanıtım ve satışı yapılan "Maydanoz Limon ve Sarımsak Özlü Ultra Panax" adlı ürünün konunun uzmanları ve doktorlar tarafından tarafından tavsiye edildiği gibi yanıltıcı bir izlenim oluşturulduğu, bu itibarla, reklam filmlerinde yer alan "Prof. Dr. İbrahim Saraçoğlu, Prof. Dr. Ahmet Maranki ve Prof. Dr. Canan Karatay'a ait olmayan ve gerçekleri yansıtmayan tanıklık ve tavsiye belirten ifade ve görüntülerin" tüketicileri aldatıcı-yanıltıcı, tüketici güveni ile tüketicilerin tecrübe ve bilgi noksanlıklarını istismar edici ve Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin “Tanıklı reklamlar” başlıklı 16 ncı maddesi hükümlerine aykırı olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre, reklam veren **Lions Reklam Güvenlik Malz. Tem. Kozmetik İnş. Malz. Org. San. Tic. 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;

1. Reklam Kurulunun 09.02.2021 tarih ve 306 sayılı toplantısında yapılan görüşme ve değerlendirmeler sonucunda, Top Shop TV adlı televizyon kanalında "Limon Maydanoz Sarımsak Kürü" adlı ürüne yönelik olarak 19.08.2020, 20.08.2020 ve 21.08.2020 tarihlerinde yayınlanan reklam ve tanıtımlara ilişkin olarak, reklam veren **Lions Reklam Güvenlik Malz. Tem. Kozmetik İnş. Malz. Org. San. Tic. Ltd. Şti.** hakkında, **20.953,00-TL (Yirmibindokuzyüzelliüç Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** uygulanmasına karar verildiği,
2. 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 77/12 maddesinde; *“(12) Bu Kanunun 61 inci maddesinde belirtilen yükümlülüklere aykırı hareket eden reklam verenler, reklam ajansları ve mecra kuruluşları hakkında durdurma veya aynı yöntemle düzeltme veya idari para cezası ve gerekli görülen hâllerde de üç aya kadar tedbiren durdurma cezası uygulanır. Reklam Kurulu, ihlalin niteliğine göre bu cezaları birlikte veya ayrı ayrı verebilir. (…) Aykırılık; (…) e) İnternet aracılığı ile gerçekleşmiş ise elli bin Türk Lirası, (…) idari para cezası verilir. Reklam Kurulu, idari işleme konu ihlalin bir yıl içinde tekrar edilmesi hâlinde yukarıda belirtilen idari para cezalarını on katına kadar uygulayabilir.”* hükmünün yer aldığı,

Dolayısıyla, Reklam Kurulunun 09.02.2021 tarih ve 306 sayılı toplantısında uygulanan idari yaptırımlara konu ihlalin firma tarafından son bir yıl içinde tekrar edilmesi ve 6502 sayılı Kanunun 77/12 maddesi hükmüne istinaden **idari para cezasının iki kat olarak (22.861 x 2 = 45.722,00-TL (Kırkbeşbinyediyüzyirmiiki Türk Lirası))** uygulanmasına karar verilmiştir.

**92)**

**Dosya No: 2021/1907**

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

**Şikâyet Edilen Reklam:** “A101 Kapıda” uygulaması üzerinden tüketicilere yönelik gerçekleştirilen indirimli satış reklamları.

**Reklam Yayın Tarihi:** 20-26 Mart2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** “A101 Kapıda” uygulaması ve www.a101.com.tr ile sosyal medya platformlarında yayınlanan reklamlarda, 20-26 Mart tarihleri arasında 10 TL ve üzeri alışverişlerde geçerli geçerli olmak üzere “3 Katlı Papia 6’lı Kâğıt Havlu “adlı ürünün fiyatının 28,50 TL’den 11,90 TL’ye indirildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, tüketicilerin indirimli satış kampanyasından yararlanabilmesi için gerekli kılınan minimum alışveriş tutarına erişimi sağlayacak olan diğer ürünlerin tedarikine ilişkin yeterli bilgiye sahip olunmasına rağmen makul kabul edilebilecek bir süre ve miktarda söz konusu ürünlerin satışına ilişkin tanıtım yapılmaya devam edildiği, bu ürünlerin satın alınamaması sebebiyle indirimli satışa konu ürünün belirtilen fiyattan tüketicilere sunulamadığı, tüketicileri bu konuda uyarmaksızın indirime konu ürünün indirim öncesi fiyattan edinmeye davet edildiği ve bu suretle ortalama bir tüketicinin normal şartlar altında taraf olmayacağı bir hukuki işleme taraf olmasına yol açıldığı ve bu suretle tüketicilerin aldatılıp yanıltıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre, reklam veren **Yeni Mağazacılık A.Ş. (A101)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**93)**

**Dosya No: 2021/2043**

**Şikayet Edilen: Biota Bitkisel İlaç ve Kozmetik A.Ş.**

**Şikâyet Edilen Reklam:** Sedef Avcı adlı kullanıcı tarafından Instagram üzerinden yapılan Nutraxin Collagen adlı takviye edici gıda tanıtımları

**Reklam Yayın Tarihi:** 26.06.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Sedef Avcı adlı şahıs tarafından https://www.instagram.com/p/CQl2NaAhzBy/? utm\_medium=copy\_link URL uzantılı sosyal medya hesabında 26 Haziran 2021 tarihinde yayınlanan “Nutraxin Collagen” isimli takviye edici gıda niteliğindeki ürünün tanıtımında, yazılı olarak “Birçok sıvı kolejen denedim ama Nutraxin Collegen favorim 😉 Cildiniz ve güzelliğiniz için Eczacımın da önerisi ile aldığım ve memnun kaldığım en iyi balık collagenini sizde kullanın @nutraxin\_turkiye 🙏 #collagen #nutraxin #işbirliği” şeklinde; tanıtım videosunda ise “...Malum biliyorsunuz yaz ayları geldi ve cildimiz güneşin kuvvetli ışınlarına maruz kalıyor. Böyle bir dönemde cildimi nasıl koruyabilirim? Daha sağlıklı, daha parlak ve daha genç bir cilde nasıl sahip olabilirm diye eczacıma danıştım. Eczacım da bana Nutraxin Collagen'i tavsiye etti. Nutraxin Collagen'in en büyük özelliklerinden biri balık kolajenine sahip olması... ve böylelikle cildinizin daha parlak, daha sağlıklı ve daha genç bir cilde sahip olmasını sağlıyor... Eczacım bundan üç kür kullanmamı tavsiye etmişti. Ben ikinci kürdeyim. Her kürün içinde on tane cam şişe var. Aynı zamanda tadı da çok lezzetli, gluten ve şeker içermiyor. Geçen yaz da kullanmıştım. Çok memnunum. Size de tavsiye ediyorum ve size de bol güneşli, parlak bir ciltle güzel bir yaz diliyorum.” şeklinde ifadelerin kullanıldığı ve adı geçen sosyal medya etkileyicisi (influencer) tarafından ürünün markası ve görseline açıkça fark edilecek şekilde video içinde yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, paylaşım içinde kullanılan ifadeler sağlık beyanı mevzuatı kapsamında yer almadığından ve paylaşımın altında yapılan tanıtımın işbirliği içerdiği bilgisine yer verildiğinden tüketicileri aldatıcı nitelikte herhangi bir durum bulunmadığı değerlendirilmiş olup anılan tanıtımların Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin ilgili hükümleri ile 6502 sayılı Kanun’un 61 inci maddesine **aykırı olmadığına**  karar verilmiştir.

**94)**

**Dosya No: 2021/2254**

**Şikayet Edilen: Beypazarı Karakoca Doğal Maden Suyu A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Beypazarı Doğal Maden Suyu isimli ürüne ilişkin muhtelif dergilerde yayınlanan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** Haziran2021

**Yayınlandığı Mecra:** Dergi

**Tespitler:** Elele, Elle, Atlas, Evim, Popular Science, Business News, Drink Tech, Ekonomik Forum ve Retail Türkiye isimli dergilerin Haziran 2021 nüshalarında yayınlanan Beypazarı Doğal Maden Suyu adlı ürüne ilişkin “*Vücudunuzun Magnezyum Rezervini Nasıl Destekliyorsunuz?”* başlıklı reklamda, adı geçen ürün ile birlikte ilaç/takviye edici gıda ve çikolata görselinin kullanıldığı, söz konusu görsellerde tanıtılan ürünün altında tik işaretinin, diğer ürünlerin altında ise çarpı işaretinin kullanıldığı, reklam görselinin alt kısmında “*Beypazarı Doğal Maden Suyu vücudumuzun ihtiyacı olan magnezyum ve daha birçok minerali takviye etmenin en doğal yollarından biridir. Beypazarı Doğal Maden Suyu 124,588 mg/l magnezyum içermektedir. Maden suyu ilaç değildir*.” ifadelerine yer verilerek tanıtım yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, “*Beypazarı Doğal Maden Suyu vücudumuzun ihtiyacı olan magnezyum ve daha birçok minerali takviye etmenin en doğal yollarından biridir.”* ifadesinin bir beslenme beyanı olduğu, beslenme beyanlarının ürün çeşitliliği de dikkate alınarak sadece aynı kategorideki aynı ürün adına sahip gıdalar arasında yapılmasına izin verildiği, bu açıdan maden suyu niteliğindeki ürünün çikolata ve ilaç/takviye edici gıda benzeri görseller ile birlikte kullanılmasının ilgili mevzuatına aykırı olduğu, ayrıca söz konusu ürünün magnezyum ve mineral takviyesi açısından doğal bir yol olduğu belirtilerek tüketiciler nezdinde çeşitli ve dengeli beslenmenin genelde besin öğelerini uygun miktarlarda sağlayamayacağını ima ettiği, anılan ürün dışındaki ürünlerin çarpı işaretiyle gösterilerek bu ürünlerin kötülendiği ve aynı zamanda maden suyu niteliğindeki ürünün ilaç/gıda takviyesi ve çikolata gibi aynı ihtiyacı karşılamayan ya da aynı amaca yönelik olmayan ürünlerle karşılaştırmasının yapıldığı ve suretle anılan reklamın tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu reklamların;

- 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; 8/1-ç, 8/1-d, 8/2, 8/3, 8/4 ve 8/5 inci maddeleri,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/1-b, 7/1, 7/3, 7/4, 7/5-a; 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, 9/5; 10/1 ve 26/1 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,

hükümlerine aykırı olduğuna ,

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

**95)**

**Dosya No: 2021/2288**

**Şikayet Edilen: Kayalar Grup Enerji İçecekleri İthalat İhracat San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikâyet Edilen Reklam:** http://www.ak47cukur.com/ internet sitesinde “AK47 Çukur Ginseng, AK47 Çukur Energy Drink, AK47 Luxury Energy Drink ve Power Boul” adlı enerji içeceklerine ilişkin reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 12.07.2021,06.10.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Reklam Kurulu’nun 13.07.2021 tarihli ve 311 sayılı toplantısında 3 (üç) ay süreyle tedbiren durdurma cezası uygulanan aykırılıkların devam ettiği, anılan internet sitesinin 06.10.2021 tarihli görünümünde, AK47 Çukur Ginseng adlı ürünün görseliyle birlikte “*Cinsellikte Ginseng” başlığı altında “Erkek Üreme Sistemini Güçlendirici Etkisi Vardır. Erektil Fonksiyon Bozukluğunda Etkili Olduğu Saptanmıştır.”*, “Tıpta Ginseng” başlığı altında “*Ginseng özellikle koruyucu ve destekleyici tıp alanında yüzyıllardır kullanılmaktadır. Yaşam süresini artırdığı, yaşlılık semptomlarında destekleyici olduğu bilinmektedir. Karaciğer üzerinde koruyucu etkileri olduğu gözlenmiştir.”,* “Antioksidan” başlığı altında “*Bağışıklık sistemini güçlendirmeye yönelik kullanılmaktadır. Yorgunluk, bitkinlik, konsantrasyon bozukluğu gibi durumlarda kullanılabilir. Egzersiz sürelerini uzatmada etkilidir*.” ve “Adaptojen Ginseng” başlığı altında “*Ginseng kişinin biyolojik, kimyasal ya da fiziksel strese karşı uyum sağlamasını sağlayan, direncini artıran, mental ve fiziksel çalışma kapasitesini yükselten bu tip bitkiler “adaptojen” olarak bilinir. Ginseng önemli bir adaptojenlerdendir*.”, AK47 Çukur Energy Drink adlı ürünün tanıtımında “*Çukur enerji içeceği tüm dünyada sporcular, öğrenciler, yorucu mesleklerde çalışanlar ve uzun yol sürücülerinin en iyi dostudur.”, AK47 Çukur Ginseng adlı ürünün “Ginseng Enerji İçeceği Ginseng Bitkisinden Üretilmiş Olup Sağlık, Güzellik, Enerji, Ereksiyon Gibi Birçok Alanda Etkili Enerji İçeceğidir*”, AK47 Luxury Energy Drink adlı ürünün “Güç&Enerji” ve “*AK-47 enerji içeceği tüm dünyada sporcular, öğrenciler, yorucu mesleklerde çalışanlar ve uzun yol sürücülerinin en iyi dostudur*.” ve Power Boul adlı ürünün tanıtımında “Sınırsız enerji” ifadelerine yer verildiği, tanıtımlarda spor yapan birey görsellerinin ve “<<...>>” sembolünün kullanıldığı ve ürünlerin adında “AK47” ifadesinin yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, Reklam Kurulu’nun 13.07.2021 tarihli ve 311 sayılı toplantısında 16.07.2021 tarih ve 65714134 sayılı Bakanlık yazısı ile 3 (üç) ay süreyle tedbiren durdurma cezası uygulanan aykırılıkların devam ettiği, tanıtımda kullanılan ifadelerin tanıtımı yapılan ürünleri sağlıkla ilişkilendiren sağlık beyanları olduğu, bu ürünlerin kullanımıyla insan sağlığı üzerinde belirtilen etkilerin gerçekleşeceği mesajının verildiği, böylece söz konusu ürünlerin sanki bir ilaç veya bir beşeri tıbbi ürün gibi tanıtıldığı, bir ürüne ilişkin olarak herhangi bir sağlık beyanında bulunabilmesi için ilgili idari otoriteden (Sağlık Bakanlığı Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Kurumu) izin alınması gerektiği, kullanılan bu beyanlar için ilgili otoriteden izin alınmadığından söz konusu beyanların doğruluğunun bilimsel olarak ispat edilmiş sayılamayacağı, dolayısıyla doğruluğu bilimsel olarak ispat edilmemiş bu beyanlarla tüketicilerin aldatılıp yanıltıldığı,

Ayrıca Türk Gıda Kodeksi Enerji İçecekleri Tebliği (2017/4) uyarınca enerji içeceği niteliğindeki ürünlerin etiketinde bu ürünlerin sporcu içeceği olmadığına, yoğun fiziksel aktivite öncesinde, sırasında veya sonrasında tüketilmemesi gerektiğine ilişkin bilgiye yer verilmesi gerekmekte olmasına rağmen inceleme konusu tanıtımlarda spor yapan birey görsellerine yer verilerek spor ile ilişkilendirme yapıldığı,

Öte yandan, enerji içeceği niteliğindeki ürün markasının bir piyade tüfeği olan “AK47” ile benzerlik içerdiği, ürün adında “Çukur” ifadesine yer verildiği ve ürün üzerinde ise dikey biçimde yer verilen “<<...>>” işaretinin ağırlıklı olarak şiddet ve korku unsurları içeren “Çukur” adlı bir televizyon dizisinde kullanıldığı, bu suretle söz konusu tanıtımların tüketiciler nezdinde kamu düzenini bozucu, şiddet hareketleri ile yasadışı veya kınanacak davranışlara yol açan, göz yuman, bu davranışları özendiren veya destekleyen unsurlar içerdiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu reklamların;

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

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

- Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği’nin 5/1 ve 5/2 nci 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 Enerji İçecekleri Tebliği’nin (2017/4) 12/1-b ve 13/1 inci maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre, reklam veren **Kayalar Grup Enerji İçecekleri İthalat İhracat San. ve Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **114.326-TL** **(Yüzondörtbinüçyüzyirmialtı Türk Lirası)** **idari para ve** **anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**96)**

**Dosya No: 2021/4090**

**Şikâyet Edilen: Doragold İlaç ve Sağlık Ürünleri Anonim Şirketi**

**Şikâyet Edilen Reklam:** trendyol.com adlı internet sitesinde “Insvit Tip 2 Tip 3 Collagen” adlı ürüne ilişkin reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 22.06.2021, 11.10.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.trendyol.com/insvit/collagen-tip-2-tip-3-hyaluronik-asit-glukozamin-kondroitin-msm-vitamin-c-kolajen-60-tablet-p-38412414 URL adresinin 22.06.2021 tarihli görünümünde adı geçen ürünün “*Tüm eklem ağrılarına karşı*” ifadesinin kullanılarak; 11.10.2021 tarihli görünümünde ise “*Tendonlar, Kıkırdak Doku, Kemik, Eklem ve Cilt İçin*” şeklinde ifadelerle birlikte diz, boyun, baş, sırt ve bel bölgelerini tutan insan figürlerinin kullanıldığı, “Ürün Bilgileri” kısmında ise “*Kolajen üretimini artırmaya, Tendonları & Bağ dokuları güçlendirmeye, Kıkırdağın tekrar onarımına, Eklemler arası kayganlığı artırmaya, Kireçlenme ve Eklem ağrılarını hafifletmeye, Cildi yenilemeye, canlandırmaya ve pürüzsüz bir görünüm kazandırmaya, Bağışıklık sistemini güçlendirmeye yardımcı olur*.” şeklinde beyanlara yer verilerek tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu tanıtımlarda yer alan beyanların birer sağlık beyanı olduğu, bu tür beyanla 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 herhangi 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 sayılamayacağında gerçeği yansıtmadığı ve dolayısıyla doğruluğu bilimsel olarak ispat edilmemiş bu beyanlarla tüketicilerin aldatılıp yanıltıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu reklamların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/1-b; 7/1, 7/3, 7/4, 7/5-a; 9/1, 9/5 ve 26/1 inci 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; 8/1-ç, 8/1-d, 8/2, 8/3, 8/4 ve 8/5 inci 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 Takviye Edici Gıdalar Tebliğinin (Tebliğ No: 2013/49) 13/1 ve 12/2-c maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre, reklam veren **Doragold İlaç ve Sağlık Ürünleri 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.

**97)**

**Dosya No: 2021/4092**

**Şikâyet Edilen: Beypazarı Karakoca Doğal Maden Suyu A.Ş.**

**Şikâyet Edilen Reklam:** Beypazarı Doğal Maden Suyu isimli ürüne ilişkin muhtelif televizyon kanallarında yayınlanan reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** Mayıs 2021 tarihinde Show Tv adlı televizyon kanalında yayınlanan Dr. Ender Saraç ile Sağlıklı Günler programında arka fon üzerinde, Ocak/Şubat 2021 tarihlerinde HaberTürk adlı televizyon kanalında yayınlanan muhtelif programların alt yazısında adı geçen ürünün “Açın İçin Sağlık İçin” şeklinde beyanlarla tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, paylaşım içinde kullanılan ifadeler sağlık beyanı mevzuatı kapsamında yer almadığından tüketicileri aldatıcı nitelikte bir durum bulunmadığı değerlendirilmiş olup anılan tanıtımların Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin ilgili hükümleri ile 6502 sayılı Kanun’un 61 inci maddesine **aykırı olmadığına**  karar verilmiştir.

**98)**

**Dosya No: 2021/4148**

**Şikayet Edilen: İmmunat Bitkisel İlaç ve Doğal Sağlık Ürünleri Sanayi ve Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şirkete ait "Covitrol" markalı takviye edici gıda ürününe yönelik “Facebook” isimli sosyal medya mecrasında ve ürün ambalajında yer alan reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 06.09.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, Ambalaj.

**Tespitler**: Yapılan incelemede, şirkete ait kurumsal facebook hesabından paylaşılan https://www.facebook.com/immunattr/photos/a.565145846843064/4332892423401702/?type=3 uzantılı gönderinin 06.09.2021 tarihli görünümünde yer alan reklam ve tanıtımda; "*Covitrol, Ege Bölgesi'nin tıbbi ve aromatik bitkilerinin özenle seçilerek, firmamızın uzman kadrosu tarafından geliştirilmiş çok özel bir ekstrakt karışımıdır. Koronavirüs enfeksiyonunun semptomlarını hafifleterek ve hastalığın seyrini kısaltmada yardımcı olarak koruyucu ve tamamlayıcı destek ürünümüzdür...”* ifadelerine yer verildiği ve ayrıca anılan gıda takviyesi ürününün ambalajında “Covit” ifadesinin kullanıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, reklam verene ait sosyal medya hesabından paylaşılan tanıtımlarda yer alan beyanlarla takviye edici gıda niteliğinde olan söz konusu ürünün bir ilaç veya beşeri tıbbi ürün gibi tanıtıldığı, yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre takviye edici gıdalar için bu tür sağlık beyanlarının kullanımının yasak olduğu, bir ürüne ilişkin olarak herhangi bir sağlık beyanında bulunulabilmesi için ilgili idari otoriteden (Sağlık Bakanlığı Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Kurumu) izin alınması gerektiği, kullanılan bu beyanlar için ilgili otoriteden izin alınmadığından söz konusu beyanların doğruluğunun bilimsel olarak ispat edilmiş sayılamayacağı, dolayısıyla doğruluğu bilimsel olarak ispat edilmemiş bu beyanlarla tüketicilerin aldatılıp yanıltıldığı,

Ayrıca bahse konu gıda takviyesi ürününün isminde “Covit” ifadesinin kullanılması ile anılan ürünün toplumsal olarak içinde bulunulan pandemi döneminde istisnai bir koruma sağladığı ve özel olarak Coronavirüsü yok etmeye yönelik bir ürün olduğu algısının yaratıldığı, bu durumun tüketiciler nezdinde yanıltıcı olduğu ve söz konusu ürünün hastalıktan korunma amaçlı aşırı kullanımına yol açacağı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

-Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliğinin 5, 8/2, 9/1, 9/2, 13/1 ve 13/2 inci maddeleri,

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna ,

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

**99)**

**Dosya No: 2021/4329**

**Şikayet Edilen: Cergibozanlar Gıda İnşaat Tic. ve Paz. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** 2-14 Mart 2021 tarihli indirim broşüründe yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2-14Mart 2021

**Yayınlandığı Mecra:** Broşür

**Tespitler:** 2-14 Mart 2021 tarihli indirim broşüründe 162’li Evy Baby ürününün 69,90 TL’den satışa sunulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; 02.03.2021-14.03.2021 tarihli firmaya ait indirim broşüründe yer alan 162’li EvyBaby markalı çocuk bezi ürünün 69,90 TL'den satışa sunulduğu ancak söz konusu ürünü satın almak isteyen tüketicilere 162'li ürün yerine 90’lı EvyBaby marka çocuk bezinin fiyatının 69,90 TL olduğunun belirtildiği, bu durumun tüketicileri yanıltıcı olduğu değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-ç, 9, 13, 14, 28, 29, (Ek-Haksız Ticari Uygulama Olarak Kabul Edilen Örnek Uygulamalar-A-Aldatıcı Ticari Uygulamalar metni/5) ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

Buna göre, reklam veren **Cergibozanlar Gıda İnşaat Tic. ve Paz. 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: 2021/4333**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** Migros Hemen uygulamasında yapılan "İthal Muz Sepette 1 TL" kampanyası.

**Reklam Yayın Tarihi:** 25.08.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** 25.08.2021 tarihinde Migros Hemen uygulamasında yer alan kampanyada İthal Muz sepette 1 TL kampanyasının yapıldığı, tüketicinin gönderdiği reklam örneklerinden sepete 10 adet eklenilen muzun 1 adetinin 1 TL’ye düştüğü, diğer muzların kampanyasız fiyattan ücretlendirildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; Migros Hemen" uygulamasında 25.08.2021 tarihinde yapılan kampanyada "İthal Muz sepette 1 TL" ifadesinin yer aldığı ancak söz konusu kampanyanın tek siparişte 1 adet üründe geçerli olduğu bilgisine 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, 7/5-ç, 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 **Migros Ticaret A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**101)**

**Dosya No: 2021/4373**

**Nestle Türkiye Gıda San. A.Ş.** tarafından www.instagram.com ve www.youtube.com adresli internet sayfalarında yer alan tanıtımlara ilişkin görüşme ve değerlendirmelerin **ertelenmesine**  karar verilmiştir.

**102)**

**Dosya No: 2021/4403**

**Şikayet Edilen: Tektaş Yatırım San. Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** “https://www.cosmo10.com/urun/getmaxxx-power4man-erkeklere-zel-geciktirici-spray-20ml-810366018430” adlı URL adresinde; Getmaxxx Power4Man Erkeklere Özel Geciktirici Spray 20ml isimli ürünün “Geciktirici.” Şeklinde isimlendirilmesi

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020-2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.cosmo10.com/urun/getmaxxx-power4man-erkeklere-zel-geciktirici-spray-20ml-810366018430 URL adresinin 17.08.2021 tarihli görünümünde, ürün görselinde ve ürün ambalajı üzerinde, "Delay Sprey" ve "Getmaxxx Power4Man Erkeklere Özel Geciktirici Spray 20ml" şeklindeki ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** "Delay Sprey" ve "Getmaxxx Power4Man Erkeklere Özel Geciktirici Spray 20ml" şeklindeki ifadelerin sağlık beyanı olduğu, bu tür beyanlarla kozmetik ürün olarak piyasaya sürülen söz konusu ürünün sanki bir ilaç veya bir beşeri tıbbi ürün gibi tanıtıldığı, oysa Kozmetik Yönetmeliğinin 4. maddesinde kozmetik ürünün; “*Kozmetik ürün: İnsan vücudunun dış kısımlarına; epiderma, tırnaklar, kıllar, saçlar, dudaklar ve dış genital organlarına veya dişler ile ağız mukozasına uygulanmak üzere hazırlanmış, tek veya temel amacı bu kısımları temizlemek, koku vermek, görünümünü değiştirmek, bunları korumak, iyi bir durumda tutmak veya vücut kokularını düzeltmek olan bütün madde veya karışımları*” şeklinde tanımlandığı, yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre kozmetik ürünler için bu tür sağlık beyanlarının kullanılmasının kesinlikle yasak olduğu, her hangi bir ürüne ilişkin olarak her hangi bir sağlık beyanında bulunabilmesi için ilgili idari otoriteden (Sağlık Bakanlığı Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Kurumu) izin alınması gerektiği, kullanılan bu beyanlar için ilgili otoriteden izin alınmadığından söz konusu beyanların doğruluğunun bilimsel olarak ispat edilmiş sayılamayacağı, dolayısıyla doğruluğu bilimsel olarak ispat edilmemiş bu beyanlarla tüketicilerin aldatılıp yanıltıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

**-**Kozmetik Yönetmeliğinin 10/12 maddesi,

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

**-**Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin5/1-b, 7/1, 7/2, 7/3,7/4, 7/5-a, 9/, 9/5, 26 ncı maddeleri

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

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

**103)**

**Dosya No: 2021/4408**

**Şikayet Edilen: Biosmart Teknoloji A. Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://mothersmart.com.tr/ adlı internet sitesinde yer alan, “Milxwell”, “Folicamin”, “Kidmins”, “Laxatin”, *“Breathwell”* adlı takviye edici gıdalara ilişkin tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020-2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://mothersmart.com.tr/adlı internet sitesinin 17.08.2021 tarihli görünümünde, Ürünlerimiz/Takviye Edici Gıdalar linki altında; “Milxwell” adlı ürünün *“Mucizeni artır. Anne sütü artırmaya yardımcı çiğnenebilir pastil.”* şeklinde, “Folicamin” adlı ürünün *“Bebeğinizin zihinsel gelişimine yardımcı folik asit içeren çiğnenebilir pastil..”* şeklinde, “Kidmins” adlı ürünün *“Bağışıklık sistemini güçlendirmeye ve çocuk gelişimine yardımcı çiğnenebilir multivitamin.”* şeklinde, “Laxatin” adlı ürünün *“Sindirim sistemine yardımcı laksatif etkili çiğnenebilir pastil. Rahat Edin. Sindirimin insan sağlığı için öneminin bilincinde, sizler için özel olarak geliştirdiğimiz Laxatin ile sindirim sorununuz ile başa çıkarak rahat edersiniz..” şeklinde, “Breathwell” adlı ürünün “Rahat nefes alın. Sağlıklı ve rahat nefes almanıza yardımcı bitkisel içerikli çiğnenebilir pastil.”* şeklinde ifadelerle reklam ve tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** https://mothersmart.com.tr/ adlı internet sitesinin 17.08.2021 tarihli görünümünde, Ürünlerimiz/Takviye Edici Gıdalar linki altında; “Milxwell” adlı ürünün *“Mucizeni artır. Anne sütü artırmaya yardımcı çiğnenebilir pastil.”* şeklinde, “Folicamin” adlı ürünün *“Bebeğinizin zihinsel gelişimine yardımcı folik asit içeren çiğnenebilir pastil..”* şeklinde, “Kidmins” adlı ürünün *“Bağışıklık sistemini güçlendirmeye ve çocuk gelişimine yardımcı çiğnenebilir multivitamin.”* şeklinde, “Laxatin” adlı ürünün *“Sindirim sistemine yardımcı laksatif etkili çiğnenebilir pastil. Rahat Edin. Sindirimin insan sağlığı için öneminin bilincinde, sizler için özel olarak geliştirdiğimiz Laxatin ile sindirim sorununuz ile başa çıkarak rahat edersiniz..” şeklinde, “Breathwell” adlı ürünün “Rahat nefes alın. Sağlıklı ve rahat nefes almanıza yardımcı bitkisel içerikli çiğnenebilir pastil.”* şeklindeifadelerle reklam ve tanıtımının yapıldığı, bu ifadelerin sağlık beyanı olduğu, bu tür beyanlarla takviye edici gıda niteliğinde olan 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 her hangi bir sağlık beyanında bulunabilmesi için ilgili idari otoriteden (Sağlık Bakanlığı Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Kurumu) izin alınması gerektiği, kullanılan bu beyanlar için ilgili otoriteden izin alınmadığından söz konusu beyanların doğruluğunun bilimsel olarak ispat edilmiş sayılamayacağı, dolayısıyla doğruluğu bilimsel olarak ispat edilmemiş bu beyanlarla tüketicilerin aldatılıp yanıltıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

**-**Türk Gıda Kodeksi Gıda Etiketleme ve Tüketicileri Bilgilendirme Yönetmeliği’nin 7/1-a,7/1-b, 7/1-c, 7/1-ç, 7/2, 7/4 maddeleri,

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

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

**104)**

**Dosya No: 2021/4409**

**Şikayet Edilen: Alnıaçık Fırın İşl. Oto Tem. İnş. Hay. Taah. Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Tarım Dünyası Süt Yağlı Sürülebilir Bitkisel Yağ*”* adlı ürüne ilişkin reyon etiketlerinde "Tereyağ" ifadesine yer verilmesi.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Yayınlandığı Mecra:** Reyon Etiketi

**Tespitler: “**Tarım Dünyası Süt Yağlı Sürülebilir Bitkisel yağ*”* markalı/isimli ürüne ilişkin reyon etiketinde, "Tarım Dünyası Tereyağ 1000 Gr." ürün adına yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:**“Tarım Dünyası Süt Yağlı Sürülebilir Bitkisel yağ*”* markalı/isimli ürün, süt yağlı bitkisel yağ kategorisinde bir ürün olmasına rağmen, Alnıaçıklar Market isimli işletmede kullanılan reyon etiketinde, "Tarım Dünyası Tereyağ 1000 Gr." ürün adına yer verilerek aslında bir çeşit margarin olan söz konusu ürünün "Tereyağ" gibi tanıtıldığı, Tarım ve Orman Bakanlığı yetkililerince hazırlanan tutanakla da tespit altına alınan bu uygulamayla tüketicilerin aldatılıp yanıltıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

Buna göre, reklam veren **Alnıaçık Fırın İşl. Oto Tem. İnş. Hay. Taah. Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**105)**

**Dosya No: 2020/2145**

**Şikayet Edilen: Ha-Be Hayvancılık Zahirecilik İnşaat Turizm Gıda İç ve Dış Tic. San. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Adı geçen firmaya ait www.beyciftligikurbanlik.com adresli internet sitesinde satışa sunulan kurban kolisine yönelik tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 29.07.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** "Kurban Kolisi" isimli ürüne yönelik 29.07.2020 tarihli tanıtımlarda koli içeriğinin; "*Kurban hisseniz, 1 adet Coca-Cola 1 lt, 1 adet Fanta 1 lt, 1 adet Cappy Meyve Suyu 1 lt, 1 adet buzdolabı poşeti büyük boy, 1 adet buzdolabı poşeti orta boy, 10 adet şeffaf eldiven, Kurban hissesine ait fatura, sakatat ve deri bağış makbuzu, noter evrakı*" şeklinde sıralanarak belirtildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, tüketiciye teslim edilen kurban kolisinde sadece kurban etinin bulunduğu ve diğer belirtilen ürünlerin yer almadığı, bu hususun tüketici tarafından iletilen ürün görselleriyle de sabit olduğu, kutunun ebadı göz önünde bulundurulduğunda paket içeriğine reklamda belirtilen diğer ürünlerin sığmasının mümkün olmadığı anlaşılmış; dolayısıyla söz konusu tanıtımların aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7, 28/1’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 ve 62’nci maddeleri

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre, reklam veren **Ha-Be Hayvancılık Zahirecilik İnşaat Turizm Gıda İç ve Dış Tic. San. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63’üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**106)**

**Dosya No: 2020/6014**

**Şikayet Edilen: Toru Medya Televizyon Radyo ve Reklamcılık Hizmetleri A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şirkete ait "Nehir TV" logolu kanalda "Şeyhi Şifa Prostat Macunu" isimli ürünün reklamlarında yer alan sağlık beyanları ve endikasyon belirten ifadeler.

**Reklam Yayın Tarihi:** 12.10.2020

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** 01,02,05-08,10-17.09.2020 tarihlerinde muhtelif saatlerde ve 12.10.2020 tarihinde saat 11:42'de Nehir TV logosuyla yayın yapan televizyon kanalında yayınlanan ticari reklamda; “*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 Kâbusuna 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 reklamların;

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

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre, reklam veren **Toru Medya Televizyon Radyo ve Reklamcılık Hizmetleri 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.

**107)**

**Dosya No: 2021/3829**

**Şikayet Edilen: Yücel BALTACI**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.facebook.com/Powerflptrcompower/ ve https://www.instagram.com/hiltigold/ adresli sosyal medya hesaplarında yer alan reklamlarda sağlık beyanları içeren ifadeler.

**Reklam Yayın Tarihi:** 23.08.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.facebook.com/Powerflptrcompower/ adresli ve www.instagram.com/hiltigold/ adresli sosyal medya hesaplarının 23.08.2021 tarihli görünümünde "Hilti Gold" isimli ürünün; "*Erkek Adamın Gücü Kuvveti Bu macunda. Sertleştir - Geciktir - Büyüt- Enerjini Artır. Çocuk isteyenler Sperm Kalitesini Yükseltir Sayısını Artırır." şeklinde, "Drot" isimli ürünün; "Enginar Ekstratlı Yeşil DrOt Karaciğeri Temizliyor, Yağ Yaktırıyor! Karaciğer Yağlanmasına en etkili Detoks ile başlayın…" şeklinde, "Zerofit Macun" isimli ürünün; "Tek Derdiniz Zayıflamak Olsun. Tok Tutar, Metobolizmayı Hızlandırır, Ödem ve Toksin Atar, Yağları Yakar, 30 Günde 6-10 kg Zayıflama Sağlar." şeklinde, "Laxpel Bitkisel Karışımlı Epimedyumlu Macun" isimli ürünün; "Cinsel Güçsüzlüğe Son! Uzun süre etkili, Türkiye'nin en etkili doğal macunu, Laxpel Epimedyumlu Macun, 2 kat etkili, Erkeklerin Sertleşme Sorununa karşı performans artışı sağlayan Laxpel epimedyumlu macun ile Hızlı ve Soluksuz Geceler sizi bekliyor. Etkili Cinsel Performans Artırıcı kuvvet macunu laxpel ile Sorunları Kafanızdan Atın. Cinsel Güç Artırıcı. Cinsel İstek Artırıcı. Performans Artırıcı. Penis Sertleştirici ve Geciktirici Etkisi ile Laxpel Epimedyumlu Performans Artırıcı Özel Formüllü macun ile Geceniz hiç bitmesin..." şeklinde, "Sihirli Bal Laxpel" isimli ürünün; "Sihirli bal laxpel. İçindeki gücü ortaya çıkarır. 72 saat süren etki ile anın tadını çıkarın. Laxpel bitkisel karışımlı bal. Erkeklerin Sertleşme Sorununa 72 saat süren etkili performans artışı sağlar. Hızlı ve Soluksuz Geceler için Cinsel Performans Artırıcı laxpel bal ile Sorunları Kafanızdan Atın. 72 Saat Ereksiyon. Cinsel Güç Artırıcı. Cinsel İstek Artırıcı. Performans Artırıcı. Penis Sertleştirici ve Geciktirici Etkisi ile Laxpel bitkisel karışımlı bal Performans Artırıcı Özel Formüllü bal ile Geceniz hiç bitmesin... 30 Dk Geciktiricili*" şeklinde ifadelerle reklam ve 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 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 reklamlarda yer alan beyanların mevzuatta izin verilen sınırların dışına çıkan ve inceleme konusu ürünlerin fizyolojik yapıda değişiklik meydana getirerek bazı sağlık sorunlarının tedavisine 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 maddeleri,

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

- Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği’nin 5/2, 9/1, 13/1, 13/3’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, 9/2, 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.

**108)**

**Dosya No: 2021/4305**

**Şikayet Edilen: Farmavita İlaç A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şirketin "Möller s Balık Yağı” adlı gıda takviyesi ürününe yönelik sosyal medya mecralarında gerçekleştirdiği reklamlarında mevzuata aykırı sağlık beyanları ile tıp doktorlarının tanıtımlarına yer vermesi.

**Reklam Yayın Tarihi:** 27.08.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.youtube.com/watch?v=MSB1xF3-AQs uzantılı URL adresinde "Möller's Omega-3" tarafından yayınlanan reklam filminin 27.08.2021 tarihli görünümünde; “*İçinde bulunduğumuz dönemde her türlü şarta karşı kendimizi hazır tutabilmek için aldığımız besinlere dikkat etmemiz çok önemli. Sizlere Omega-3 alanındaki 167 yıllık tecrübesiyle Möller's Omega-3'ten bahsetmek istiyorum. Möller's'te bulunan Epa ve Dha kalbin normal fonksiyonunun sürdürülmesine katkıda bulunurken Dha normal beyin fonksiyonlarının korunmasında rol oynuyor. Dha'nın anne tarafından alınmasıysa fetüsün ve emzirilen bebeklerin normal beyin ve normal göz gelişimini destekliyor*.” şeklinde,

https://www.youtube.com/watch?v=FGTIVIXy-hI uzantılı URL adresinde "Möller's Omega-3" tarafından yayınlanan reklam filminin 27.08.2021 tarihli görünümünde; *"Norveç'in 1 Numaralı Balık Yağı"* şeklinde,

https://www.instagram.com/p/CLGxYWLoer-/ uzantılı ve "Möller's Omega-3" isimli sosyal medya hesabında yayınlanan reklam görselinin 27.08.2021 tarihli görünümünde; "*Möller’s Omega-3 sıvı formları içeriğindeki A vitamini çocuklarınızın normal görme yetisinin korunmasına yardımcı olurken, D vitamini sayesinde normal kemiklerin, dişlerin ve kas fonksiyonunun korunmasına katkıda bulunur.*" şeklinde ifadelerle tanıtımlar yapıldığı,

https://www.instagram.com/p/B-rPc-QjaiO/ ve "Möller's Omega-3" isimli sosyal medya hesabında yayınlanan reklam görselinin 27.08.2021 tarihli görünümünde; "*Bağışıklık sisteminizi desteklemek sizin elinizde! Möller’s Omega-3 sıvı formları içerisindeki A ve D vitaminleri bağışıklık sisteminin normal fonksiyonunun korunmasına yardımcı olur. Dengeli ve çeşitli beslenme sağlıklı yasam için önemlidir. İlaç değildir. Takviye edici gıdadır*" şeklinde ifadeler ile çocuk ve yetişkin karakterlerin ürünü kullanımının ardından üzerlerinde koruma kalkanı oluştuğuna dair tasvirler kullanıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, anılan beyanlarla takviye edici gıda niteliğinde olan söz konusu ürünün bir ilaç veya beşeri tıbbi ürün gibi tanıtıldığı, yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre takviye edici gıdalar için bu tür sağlık beyanlarının kullanımının yasak olduğu, bir ürüne ilişkin olarak herhangi bir sağlık beyanında bulunulabilmesi için ilgili idari otoriteden (Sağlık Bakanlığı Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Kurumu) izin alınması gerektiği, kullanılan bu beyanlar için ilgili otoriteden izin alınmadığından söz konusu beyanların doğruluğunun bilimsel olarak ispat edilmiş sayılamayacağı, dolayısıyla doğruluğu bilimsel olarak ispat edilmemiş bu beyanlarla tüketicilerin aldatılıp yanıltıldığı,

Diğer taraftan, yukarıda bahsi geçen reklamda yer alan “Norveç’in 1 (bir) numaralı balık yağı” ifadesinin, piyasada bulunan aynı mahiyetteki diğer ürünlere göre üstünlük iddiası içerdiği, üstünlük iddiasının ise karşılaştırmaya ilişkin bir unsur olduğu ve bu bakımdan Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin 8'inci maddesinin üçüncü fıkrasında yer alan “Takviye edici gıdaların karşılaştırmalı reklamı ise hiçbir şekilde yapılamaz.” hükmüne aykırılık teşkil ettiği; ayrıca, üstünlük iddiasının kalite, içerik ve diğer benzer unsurlar açısından sübjektif olarak yorumlanabileceği göz önüne alındığında, söz konusu ifadenin her tüketicinin kendi açısından farklı bir şekilde algılayabileceği ve bu bakımdan somut ve nesnel olmadığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu reklamların;

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

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

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

**109)**

**Dosya No: 2021/4346**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** Şirkete ait "Redoxon" markalı gıda takviyesi ürününün Youtube sosyal medya mecrasında ve bazı ulusal televizyon kanallarında yer alan reklamlarında kullanılan mevzuata aykırı sağlık beyanları.

**Reklam Yayın Tarihi:** 14.05.2021

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon, internet

**Tespitler:** www.youtube.com/watch?v=mTM7UXNVO8Y uzantılı URL adresinde "Bayer Tüketici Sağlığı Türkiye" adlı hesap tarafından paylaşılan ve 14.05.2021 tarihinde Kanal D logolu ulusal televizyon kanalında da yayınlanan "Redoxon 3'lü Etki" ve "Redoxon Kids" markalı takviye edici gıda niteliğinde olan ürünlere yönelik reklam filminde ve https://www.redoxon.com.tr/ adresli web sitesinde, "Redoxon 3'lü Etki C vitaminine ek olarak, D vitamini ve çinko içerir. Redoxon'la ailecek gardınızı alın, gerisi çözülür.” şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; inceleme konusu reklam filminde yer alan ifadelerin sağlık beyanı olarak nitelendirilemeyeceği, “Ailecek gardınızı alın” şeklindeki ifadenin genel geçer bir ifade olup mevzuata aykırı herhangi bir spesifik hususa işaret etmediği, bir bütün olarak değerlendirildiğinde reklamda yer alan ifade ve temsillerin reklamın doğasında var olan ürünü parlatma, övme sınırları içerisinde kaldığı, bu itibarla anılan reklam filminin tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı bir nitelik teşkil etmediği anlaşıldığından; anılan reklamların 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61’inci maddesine **aykırı olmadığına**  karar verilmiştir.

**110)**

**Dosya No: 2021/4351**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** Park TV logosu ile yayın yapan televizyon kanalında yayınlanan "Dr. Cialis Cinsel Performans Artırıcı Set" isimli ürüne ilişkin reklamlarda yer verilen endikasyon belirten ifadeler ile mevzuata aykırı sağlık beyanları.

**Reklam Yayın Tarihi:** 22.02.2021

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** 22.02.2021 tarihinde saat 16:46'da Park TV logosuyla yayın yapan televizyon kanalında yayınlanan ticari reklamda; “*Cinsel performans arttırıcı tablet, hap. Bu bir erkeği ne hale getiriyor, kaç dakika içerisinde etki ediyor, hocam Cialis'i aç mı içecekler tok mu içecekler, Cialis'i nasıl kullanacaklar? Şimdi şöyle söyleyeyim bunun açı toku yok. Ne zaman isterse… Şimdi performans artırıcı ve artı geciktirici krem gönderiyoruz bu çok etkili. İki kutu göndereceğiz bundan. Bayanları azdıran, isteksiz olan bayanları coşturan. İki kutu da bundan gönderiyoruz… Cialis Bayan Azdırıcı Damla nasıl bi hale getiriyor bu bayanı... Şimdi erkeklere biz 100 tablet gönderdik. Dolayısıyla da bunu istediği an kullandığında 20 yaşına dönmüş oluyor erkek. Yani bunu demese bile diline gelmese bile. Ben sana şunu söyleyim beni dinleyenler. Gittin hanımının çayına kahvesine zaten renksiz kokusuz hanımın anlamaz bunu....” ve “Dr. Cialis Cinsel Performans Artırıcı Set, 3 Kutu Cialis Performans Toplam 4 Kutu Bedava 0216 214.., 7 Kutu 99 TL + Kargo”*  şeklinde sözlü ve yazılı ifadelere yer verildiği 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 ürünle tedavi edildiği veya önlendiği izleniminin oluşturulduğu, böylece birçok endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç iddialara yer verilerek söz konusu ürünlerin bir ilaç veya beşeri tıbbi ürün gibi tanıtıldığı,

Bu kapsamda, bir bütün olarak değerlendirildiğinde tanıtımlarda yer alan ifadelerin "sağlık beyanı" niteliğinde olduğu ve yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre herhangi bir ürüne ilişkin olarak sağlık beyanında bulunabilmesi için ilgili idari otoriteden (Sağlık Bakanlığı Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Kurumu) izin alınması gerekirken, kullanılan bu beyanlar için ilgili otoriteden izin alınmadığından söz konusu beyanların doğruluğunun ispat edilmiş sayılamayacağı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu reklamların;

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

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

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

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

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

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

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

**111)**

**Dosya No: 2021/4374**

**Şikayet Edilen: Şu Televizyon ve Yayıncılık A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şu TV logolu televizyon kanalında "Şeyhi Şifa Macunu" adlı ürüne yönelik tanıtımlarda yer verilen endikasyon belirten ifadeler ile mevzuata aykırı sağlık beyanları.

**Reklam Yayın Tarihi:** 13.12.2020

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** 07.12.2020 tarihinde saat 14:22’de, 08.12.2020 tarihinde saat 09:49’da, 09.12.2020 tarihinde saat 12:10’da, 10.12.2020 tarihinde saat 12:14’de, 11.12.2020 tarihinde saat 12:09’da, 12.12.2020 tarihinde saat 10:22’de, 13.12.2020 tarihinde saat 12:05’de Şu TV logosuyla yayın yapan televizyon kanalında yayınlanan ticari reklamda; “*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 mamul 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 Kâbusuna Son"* şeklinde sözlü ve yazılı ifadelere yer verildiği 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 ürünle tedavi edildiği veya önlendiği izleniminin oluşturulduğu, böylece birçok endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç iddialara yer verilerek söz konusu ürünlerin bir ilaç veya beşeri tıbbi ürün gibi tanıtıldığı,

Bu kapsamda, bir bütün olarak değerlendirildiğinde tanıtımlarda yer alan ifadelerin "sağlık beyanı" niteliğinde olduğu ve yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre herhangi bir ürüne ilişkin olarak sağlık beyanında bulunabilmesi için ilgili idari otoriteden (Sağlık Bakanlığı Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Kurumu) izin alınması gerekirken, kullanılan bu beyanlar için ilgili otoriteden izin alınmadığından söz konusu beyanların doğruluğunun ispat edilmiş sayılamayacağı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu reklamların;

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

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

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

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

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

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

Buna göre, mecra kuruluşu **Şu Televizyon ve 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.

**TEKNOLOJİ**

**112)**

**Dosya No: 2021/2108**

**Şikayet Edilen: Apple Teknoloji ve Satış Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** Televizyonda ve firmaya ait “Apple Türkiye" isimli Youtube sosyal medya hesabında yayınlanan “Iphone 12” reklamları.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon, İnternet

**Tespitler:** Firma tarafından pazarlama ve satış faaliyetleri yürütülen "IPhone 12" akıllı cep telefonlarına ilişkin televizyon reklamlarında telefonun üzerine çeşitli içeceklerin döküldüğü görüntüler ile birlikte durağan yazıda*"Küçük sakarlıklara dayanıklı tasarım”* ve “*30 dakikaya kadar maksimum 6 metre derinlikte suya ve sıçramalara dayanıklıdır.",* ifadelerinin, www.apple.com/tr/iphone-12/" adresli internet sitesinde ise;*"...Suya, sıçramalara ve toza dayanıklılık kalıcı değildir ve normal kullanıma bağlı yıpranma sonucunda azalabilir... Sıvı temasına bağlı hasarlar garanti kapsamında değildir."* ifadelerinin yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, söz konusu reklamlarda telefonun üzerine çeşitli içeceklerin döküldüğü görüntüler ile birlikte durağan yazıda*"Küçük sakarlıklara dayanıklı tasarım”* ve “*30 dakikaya kadar maksimum 6 metre derinlikte suya ve sıçramalara dayanıklıdır."* ibarelerine yer verilerek, ürünün kullanım şekli, kullanım ömrü/alanı konularında ve tüketicinin satın alma kararında etkili olan bir özelliğin reklamlarda ana vaat olarak sunulduğu, ancak "www.apple.com/tr/iphone-12/" adresli internet sitesinde, anılan ürüne ilişkin olarak yer verilen; *"...Suya, sıçramalara ve toza dayanıklılık kalıcı değildir ve normal kullanıma bağlı yıpranma sonucunda azalabilir... Sıvı temasına bağlı hasarlar garanti kapsamında değildir."* ifadeleriyle söz konusu özelliğin kullanımından kaynaklanabilecek hasarların kuruluş tarafından hiç bir şekilde garanti altına alınmadığının belirtildiği

Bu itibarla, anılan internet sitesinde yer verilen bilginin inceleme konusu reklamlarda sunulan ana vaadin sağladığı avantajları ve tüketicinin ekonomik davranışlarını etkileyecek nitelikte olduğu ve ana vaadin esaslı unsurlarının reklamın ana mesajında belirtilmesi gerektiği ancak inceleme konusu reklamlarda bu bilgiye yer verilmemesi sebebiyle tüketicilerin yanıltıldığı ve bilgi eksikliklerinin istismar edildiği, tüketicinin algılama düzeyi göz önünde bulundurulduğunda reklamların 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, 18/1, 18/2, 18/6 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Apple Teknoloji ve Satış Limited Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **457.308-TL (Dörtyüzelliyedibinüçyüzsekiz Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**113)**

**Dosya No: 2020/3023**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** “Lenovo İdeapad 3 Notebook” adlı ürünün tanıtımına ilişkin yayınlanan reklamlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 10.09.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, afiş

**Tespitler:** 10.09.2020 tarihinde yayınlanan aktüel ürünler kataloğunda yer alan “Lenovo İdeapad 3 Notebook” adlı ürünün, www.a101.com.tr adresli internet sitesinde ve A101 şubelerinde, 1.999,00-TL satış fiyatı ile tüketicilere sunulduğu; bununla birlikte, söz konusu kampanya kapsamında yayınlanan afişlerde, *"Kampanya 10 Eylül tarihinden itibaren geçerlidir. Bu sayfadaki her bir ürün 10.000 adetle sınırlıdır."* şeklinde stok bilgilerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar**: Yapılan incelemeler sonucunda; 10.09.2020 tarihinde yayınlanan aktüel ürünler kataloğunda yer alan “Lenovo İdeapad 3 Notebook” adlı ürünün, www.a101.com.tr adresli internet sitesinde ve A101 şubelerinde, 1.999,00-TL satış fiyatı ile tüketicilere sunulduğu; bununla birlikte, söz konusu kampanya kapsamında yayınlanan afişlerde, *"Kampanya 10 Eylül tarihinden itibaren geçerlidir. Bu sayfadaki her bir ürün 10.000 adetle sınırlıdır."*şeklinde stok bilgilerine yer verildiği;

Buna göre; inceleme konusu kampanya reklamlarında süre ve stok sınırı bulunmasına rağmen; internet mecrasında yayınlanan mastehead reklamlarında söz konusu kampanya koşullarına yer verilmemesi nedeniyle tüketicilerin eksik bilgilendirildiği;

Diğer taraftan; farklı illerden yapılan çeşitli tüketici başvurularında, bahsi geçen ürünün, online mağazada ve A101 şubelerinde bulunamadığı iddiasına ilişkin şikayet edilen firma tarafından yapılan açıklamalarda “Lenovo İdeapad 3 Notebook”adlı ürünün 10.000 adet stok miktarı ile satışa sunulduğunu ispatlar nitelikte bilgi ve belgelerin yer almadığı; bu nedenle, inceleme konusu reklamlarda yer alan vaadin yerine getirilmemesi nedeniyle tüketicileri yanıltıldığı değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5, 9, 13 ve 28 inci maddeleri ile “Haksız ticari uygulama olarak kabul edilen örnek uygulamalar” Ekinde yer alan “A - Aldatıcı Ticari Uygulamalar” başlıklı maddenin beşinci fıkrası,

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

Buna göre, reklam veren **Yeni Mağazacılık A.Ş.** hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **104.781-TL(Yüzdörtbinyediyüzseksenbir TürkLirası)** **idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**114)**

**Dosya No: 2020/5186**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** “Xiaomi Redmi 8 64 GB” adlı ürünün tanıtımına ilişkin yayınlanan reklamlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 14.05.2020

**Yayınlandığı Mecra:** Afiş

**Tespitler:** 14.05.2020 tarihinde yayınlanan aktüel ürünler kataloğunda yer alan “Xiaomi Redmi 8 64 GB” adlı ürünün, 1.399,00-TL satış fiyatı ile tüketicilere sunulduğu; bununla birlikte, inceleme konusu reklamlarda, *"Kampanya 14 Mayıs tarihinden itibaren geçerlidir. Bu sayfadaki her bir ürün 10.000 adetle sınırlıdır."* şeklinde stok bilgilerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar**: Yapılan incelemeler sonucunda; 14.05.2020 tarihinde yayınlanan aktüel ürünler kataloğunda yer alan “Xiaomi Redmi 8 64 GB” adlı ürünün, 1.399,00-TL satış fiyatı ile tüketicilere sunulduğu; bununla birlikte, inceleme konusu reklamlarda, *"Kampanya 14 Mayıs tarihinden itibaren geçerlidir. Bu sayfadaki her bir ürün 10.000 adetle sınırlıdır."*şeklinde stok bilgilerine yer verildiği;

Buna göre; farklı illerden yapılan çeşitli tüketici başvurularında, bahsi geçen ürünün, A101 şubelerinde bulunamadığı iddiasına ilişkin şikayet edilen firma tarafından yapılan açıklamalarda “Xiaomi Redmi 8 64 GB”adlı ürünün 10.000 adet stok miktarı ile satışa sunulduğunu ispatlar nitelikte bilgi ve belgelerin yer almadığı; dolayısıyla, inceleme konusu reklamlarda yer alan vaadin yerine getirilmemesi nedeniyle tüketicileri yanıltıldığı değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5, 9, 13 ve 28 inci maddeleri ile “Haksız ticari uygulama olarak kabul edilen örnek uygulamalar” Ekinde yer alan “A - Aldatıcı Ticari Uygulamalar” başlıklı maddenin beşinci fıkrası,

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

Buna göre, reklam veren **Yeni Mağazacılık A.Ş.** hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **10.475-TL(Onbindörtyüzyetmişbeş TürkLirası)** **idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**115)**

**Dosya No: 2021/4314**

**Şikayet Edilen: HP Bilgisayar ve Baskı Teknolojileri Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** “HP 1XN46EA” markalı “CND74614FC” model bilgisayara ilişkin tüketicilere yönelik gerçekleştirilen ticari uygulamalar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 09.06.2020

**Yayınlandığı Mecra:** Telefon

**Tespitler:** Başvuru sahibi tüketicinin 09.06.2020 tarihinde şikayet edilen firmaya ait 444 8126 numaralı çağrı merkeziyle gerçekleştirmiş olduğu görüşme kaydında, “HP 1XN46EA” markalı “CND74614FC” model bilgisayarlara ilişkin yetkili servis hizmeti sunan BDH Bilişim Destek Hizmetleri Sanayi ve Tic. A.Ş. adlı firma yerine farklı bir firmaya yönlendirildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; başvuru sahibi tüketici tarafından, şikayet edilen firmaya ait 444 8126 numaralı çağrı merkeziyle 09.06.2020 tarihinde gerçekleştirmiş olduğu görüşme kaydında, “HP 1XN46EA” markalı “CND74614FC” model bilgisayarlara ilişkin yetkili servis hizmeti sunan BDH Bilişim Destek Hizmetleri Sanayi ve Tic. A.Ş. adlı firma yerine farklı bir firmaya yönlendirildiği; buna göre, söz konusu ticari uygulamalar ile tüketicilerin yetkili servis hizmetleri hakkında yanlış bilgilendirilerek yanıltıldığı değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla inceleme konusu ticari uygulamaların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5, 9, 28, 29 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

Buna göre, ticari uygulamada bulunan **HP Bilgisayar ve Baskı Teknolojileri Ltd. Şti.** hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/13 üncü maddeleri uyarınca **anılan ticari uygulamaları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**116)**

**Dosya No: 2021/4401**

**Şikayet Edilen: Samsung Electronics İstanbul Paz. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Galaxy S9 Plus isimli ürüne ilişkin olarak www.samsung.com/tr adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 25.08.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Galaxy S9 Plus isimli ürüne ilişkin olarak www.samsung.com/tr adresli internet sitesinde https://www.samsung.com/tr/smartphones/galaxy-s9/specs/ linkinde yer alan sayfada, bahsi geçen ürünün "UHD 4K (3840 x 2160)@60 FPS" video kayıt özelliğine sahip olduğunun belirtildiği, bu kalitede video çekiminin belirli bir süreyle sınırlandırıldığına dair herhangi bir ibareye yer verilmediği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar: Yapılan** Yapılan incelemeler sonucunda; UHD 4K (3840 x 2160)@60 FPS video kayıt özelliğinin 5 dakika ile sınırlı olduğunun ve bu bilgiye anılan telefonun teknik özelliklerinin yer aldığı sayfada yer verilmediğinin anlaşıldığı, bu bilginin tüketicinin satın alma kararını etkileyecek nitelikte önemli bir bilgi olduğunun değerlendirildiği, bu çerçevede tüketicilerin eksik bilgilendirildiği kanaatine varıldığı, bu nedenle anılan ürüne ilişkin tanıtımların tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla söz konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 9/1, 30/1 maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

Buna göre, reklam veren **Samsung Electronics İstanbul Paz. ve 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**

**117)**

**Dosya No: 2019/4727**

**Şikayet Edilen** **Kemal ÜNLÜ**

**Şikayet Edilen Reklam:** http://ankarakombiklimaservisi.net/ adresli internet sitesinde "Vaillant" markalı kombi ürünlerine ilişkin yapılan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 31.05.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** http://ankarakombiklimaservisi.net/ adresli internet sitesinin 31.05.2021 tarihli görünümünde yapılan tanıtımlarda, "Vaillant" markasına ait logonun unsurlarına yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar**: Yapılan incelemeler sonucunda; http://ankarakombiklimaservisi.net/ adresli internet sitesinin 31.05.2021 tarihli görünümünde yapılan tanıtımlarda, "Vaillant" markasına ait logonun unsurlarına yer verilmesi nedeniyle, tüketiciler nezdinde bahsi geçen markanın yetkili servisi olarak faaliyette bulunduğunuz izlenimi uyandırıldığı;

Ancak, söz konusu markanın Türk Patent ve Marka Kurumu nezdinde tescil edilmiş markalar 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 Servis" 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 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5, 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 **Kemal ÜNLÜ** hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**118)**

**Dosya No: 2021/921**

**Şikayet Edilen** **Şenol Teknik Servis**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.senolteknikservis.com adresli internet sitesinde "Dometic" markalı soğutma sistemlerine ilişkin yapılan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 12.04.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.senolteknikservis.com adresli internet sitesinin 12.04.2021 tarihli görünümünde yapılan tanıtımlarda, “Dometic” markalı soğutma sistemlerine ilişkin onarım hizmeti sunulduğunun belirtildiği ve "Yetkili Servis" ibaresi ile tanıtımının yapıldığı yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar**: Yapılan incelemeler sonucunda; www.senolteknikservis.com adresli internet sitesinin 12.04.2021 tarihli görünümünde yapılan tanıtımlarda “Dometic” markalı soğutma sistemlerine ilişkin onarım hizmeti sunulduğunun belirtildiği ve "Yetkili Servis" ibaresi ile tanıtımının yapıldığı; ayrıca, bahsi geçen markaya ait logoya yer verildiği;

Ancak, söz konusu markanın Türk Patent ve Marka Kurumu nezdinde tescil edilmiş markalar 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 Servis" 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 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5, 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 **Şenol Teknik Servis** hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**119)**

**Dosya No: 2021/4412**

**Şikayet Edilen: Kadir DABANLAR (Kaya Teknik Servis)**

**Şikayet Edilen Reklam:** kayateknikservisi.com adresli internet sitesinde yapılan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 06.10.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** kayateknikservisi.com adresli internet sitesinin 06.10.2021 tarihli görünümünde yapılan tanıtımlarda “Rainbow” markalı ürünlere ilişkin onarım hizmeti sunulduğunun belirtildiği ve "Yetkili Servis" ibaresi ile tanıtımının yapıldığı; ayrıca, bahsi geçen markaya ait logoya yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; kayateknikservisi.com adresli internet sitesinin 06.10.2021 tarihli görünümünde yapılan tanıtımlarda “Rainbow” markalı ürünlere ilişkin onarım hizmeti sunulduğunun belirtildiği ve "Yetkili Servis" ibaresi ile tanıtımının yapıldığı; ayrıca, bahsi geçen markaya ait logoya yer verildiği,

Ancak, söz konusu markanın Türk Patent ve Marka Kurumu nezdinde tescil edilmiş markalar olduğu ve tescil sahibi veya onun münhasıran yetkilendirdiği şirket ile aranızda yapılmış yetkili servis, bayilik, marka kullanma veya lisans sözleşmesi vb herhangi bir yetkilendirme sözleşmesi olmadan "Yetkili Servis" 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 **Kadir DABANLAR (Kaya Teknik Servis)** hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**120)**

**Dosya No: 2021/4413**

**Şikayet Edilen: Koçtaş Yapı Marketleri Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.koctaş.com.tr adresli internet sitesinde satışı gerçekleştirilen "Beko P-39 Inox Sürgülü Aspiratör" adlı ürüne ilişkin yapılan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 22.03.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.koctaş.com.tr adresli internet sitesinde satışı gerçekleştirilen şikayete konu ürünün “Beko P-39 Inox Sürgülü Aspiratör" şeklinde tanıtımının yapıldığı ve ürünün teknik özelliklerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar**: Yapılan incelemeler sonucunda; www.koctaş.com.tr adresli internet sitesinde satışı gerçekleştirilen şikayete konu ürünün “Beko P-39 Inox Sürgülü Aspiratör" şeklinde tanıtımının yapıldığı; şikayet edilen firma tarafından gönderilen reklam örneklerinden, söz konusu ürüne ilişkin ürün özelliklerinde ürünün tek motor sayısına sahip olduğunun belirtildiği anlaşılmış olup bu nedenle; inceleme konusu reklamların, Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin ilgili hükümleri ile 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 inci maddesine **aykırı olmadığına** karar verilmiştir.

**121)**

**Dosya No: 2021/3841**

**Şikayet Edilen:** **Arçelik A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Hijyen Max” teknolojisine sahip “Beko” markalı bulaşık makinesi ürünlerine yönelik tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 11.08.2021-20.08.2021

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon, İnternet

**Tespitler:** Muhtelif televizyon kanallarında 11.08.2021-20.08.2021 tarihleri arasında yayınlanan ve firmaya ait “Beko Türkiye” isimli Youtube kanalının 16.08.2021 tarihli görünümünde yer alan *“Bugünlerde hijyen çok önemli. Beko ve Finish varsa, hijyen de var tasarruf da!”* başlıklı reklamlarda;

*“Bugünlerde hijyen çok önemli. Peki ya tasarruf? Şimdi maksimum hijyen ve tasarruf için ortak bir çözüm var. Beko Hijyen Max teknolojisi buhar ve ekstra sıcak durulamanın gücü ile virüs ve bakterilerin %99,99’unu yok eder.(…)Beko ve finish varsa hijyen de var tasarruf da”* ifadelerine ve *“Virüs ve bakterilerin %99.99’unu öldürür.”* ibaresi ile birlikte korona virüs görseline yer verildiği,

Alt yazı metninde ise; *“64 dakika süreli Yoğun 70°C/Süper 70°C programının HijyenMax fonksiyonu ile çalıştırılması koşulunda; Escherichia coli, Candida albicans ve Staphylococcus aureus bakterilerininin ve Adenovirus type 5, Murine Norovirus, Poliovirus type 1, Bovine Coronavirus virüslerinin %99,99’unu öldürmektedir*.*”* ifadelerine yer verildiği,

Ayrıca, https://www.beko.com.tr adresli internet sitesinin 16.08.2021 tarihli görünümünde "Hijyen Max" başlığı altında yer alan bulaşık makinesi modellerine ilişkin tanıtımlarda aynı ifadelerin yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** ,“Hijyen Max” teknolojisine sahip “Beko” markalı bulaşık makinesi ürünlerine yönelik tanıtımların, 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 63/1 inci maddesinin *“(1)(...)Kurul tedbiren durdurma kararı verme yetkisini Reklam Kurulu Başkanına devredebilir.”* hükmü ile ReklamKurulu Yönetmeliği’nin 7/3 üncü maddesinin *“(3) Kurul, tedbiren durdurma kararı verme yetkisini Başkana devredebilir. Başkan tarafından reklam veya haksız ticari uygulama ile ilgili olarak verilen tedbiren durdurma kararı, yapılacak ilk toplantıda Kurulun onayına sunulur.”* hükmü çerçevesinde, Reklam Kurulu Başkanlığınca incelemeye alındığı,

Söz konusu reklamlar ile ilgili olarak, anılan firma hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca, **reklamları 3 (üç) ay süre ile tedbiren durdurma cezası** verilmesine karar verildiği, söz konusu ceza kararına ilişkin 17.08.2021 tarihli ve 66426759 sayılı ceza tebligatının firmaya 22.08.2021 tarihinde tebliğ edildiği,

Konu ile ilgili olarak Reklam Kurulu'nun 12.10.2021 tarih ve 314 sayılı toplantısında yapılan görüşme ve değerlendirmeler sonucunda;

Küresel salgın haline gelen Yeni Koronavirüs Hastalığının (COVID-19), söz konusu reklamların yayınlandığı dönemde ülkemizde halen yayılma etkisini devam ettirdiği, salgının ülkemizde yayılmasına karşı alınan tedbirler arasında yer alan vatandaşların kendilerini korumaya yönelik önlemler konusunda doğru bilgilendirilmesi hususunun önem arz ettiği,

Bu bağlamda, tanıtımlarda bahsi geçen *“Bovine Coronavirüs”* virüslerinin sadece hayvanlarda hastalığa neden olduğu ve Sığır Korona Virüsü olarak adlandırıldığı göz önünde alındığında, söz konusu reklamlarda yer alan ve tanıtımı yapılan Hijyen Max teknolojisine sahip “Beko” markalı bulaşık makinesi ürünlerine yönelik ifade ve görüntülerin, tüketiciler nezdinde söz konusu ürünün insanlarda hastalığa sebep olan Korona virüs türlerine etkili olduğu yönünde izlenim uyandırdığı, bu durumun da tüketicileri yanlış yönlendirici ve kamu sağlığını bozucu olacağı,

Diğer taraftan, söz konusu ürünün özel olarak Korona virüsü yok etmeye yönelik bir ürün olduğu algısı yaratılmasının tüketiciler nezdinde yanıltıcı olacağı ve söz konusu ürünün hastalıktan korunma amaçlı aşırı kullanımına yol açacağı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

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

**TÜTÜN VE ALKOL**

**122)**

**Dosya No: 2021/4379**

**Şikayet Edilen: Nurettin AL-Al Tekel**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şahıs tarafından www.instagram.com adresli internet sitesi üzerinden gerçekleştirilen reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Şahsa ait nurettinal59 kullanıcı adı ile ilgili site üzerinden çeşitli alkollü içeceklerin fiyatlarını da içerecek şekilde tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; şahıs tarafından "nurettinal59" kullanıcı adıyla www.instagram.com adresli internet sitesi üzerinden gerçekleştirilen reklam ve tanıtımlarda ilgili mevzuatına aykırı olarak çeşitli alkollü içecek ürünlerine ilişkin tanıtımlara ve fiyat bilgisine yer verildiği değerlendirilmiş olup

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

-Tütün Mamulleri ve Alkollü İçkilerin Satışına ve Sunumuna İlişkin Usul ve Esaslar Hakkında Yönetmeliğin 20 nci maddesi

- 4250 Sayılı İspirto ve İspirtolu İçkiler İnhisarı Kanunu’nun 6 ncı maddesi

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 26; 32/1 maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

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

**123)**

**Dosya No: 2021/3727**

**Şikayet Edilen: Yıldırım Tekel Bayi Ümit Yıldırım**

**Şikayet Edilen Reklam:** Adı geçen işletmenin Instagram ve Facebook sosyal medya hesaplarında yer alan alkollü içecek paylaşımları.

**Reklam Yayın Tarihi:** 02.09.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com/yildirimtekelbufe adresli sosyal medya hesabında muhtelif markalardaki alkol ürünlerinin görselleri ile fiyatlarının bulunduğu paylaşımlar yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, yürürlükteki mevzuat hükümleri uyarınca alkollü içeceklerin herhangi bir mecrada reklam ve tanıtımının yapılmasının yasak olduğu ve söz konusu sosyal medya hesabında muhtelif alkollü içeceklere yönelik fotoğrafların yer almasının ilgili mevzuatı ihlal ettiği, bu itibarla anılan paylaşımların kamu sağlığını bozucu nitelik teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Tütün Mamulleri ve Alkollü İçkilerin Satışına ve Sunumuna İlişkin Usul ve Esaslar Hakkında Yönetmelik’in 20/1, 20/2, 20/9’uncu maddeleri,

- 4250 sayılı İspirto ve İspirtolu İçkiler İnhisarı Kanunu’nun 6/1’inci maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

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

**TURİZM**

**124)**

**Dosya No: 2021/4360**

**Şikayet Edilen: Murat GÜZELGÖZ Le Bazaar D’Orient Ürgüp Hezen Cave Hotel**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait “Hezen Cave Hotel” adlı tesise yönelik reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan inceleme sonucunda, “Hezen Cave Hotel” adlı tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığından “Butik Otel Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi” bulunmadığı, tesisin www.hezenhotel.com adresli internet sitesinde, *“Bölge'de bulunan diğer Butik Otellerden farklı konsepti olan Hezen'in iç tasarımı profesyonel bir çalışma sonucu tanınmış dekoratör Halide Didem tarafından dizayn edilmiştir.”* şeklinde ifadelerle tanıtıldığı, aynı ifadelerin, www.tripadvisor.com.tr, www.trivago.com.tr, www.otelz.com ve www.shopandfly.com.tr adresli internet sitelerinde yer alan tesis tanıtım sayfasında da yayınlandığı, ayrıca www.enuygun.com adresli internet sitesinde tesise ilişkin olarak *“Kapadokya merkezinde Ortahisar Kalesi karşısında harika bir konumda bulunan Hezen Cave Hotel, 15 sigara içilmeyen özel tasarımlı mağara tarzı otel odasıyla hizmet veren bir butik otel.”* şeklinde bir tanıtımın yer aldığı, yine tesisin Instagram'da bulunan "hezenhotel" isimli kurumsal sosyal medya sayfasında yayınlanan paylaşımlarda "#butiquehotel" ibareli etiketlerin kullanıldığı,

Benzer şekilde, “Hezen Cave Hotel” adlı tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan “4 Yıldızlı Otel Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi” bulunmadığı, tesisin www.tripadvisor.com.tr, www.tr.hotels.com, www.hotelscombined.com.tr, www.prontotours.com, www.otelleri.net ve www.tr.halalbooking.com adresli internet sitelerinde yer alan tesis tanıtım sayfasında "4 Yıldız \*\*\*\*" görsellerine yer verilmek suretiyle "4 Yıldızlı Otel" olarak tanıtıldığı, yine www.google.com arama portalında tesis ismiyle yapılan aramalara ilişkin sonuç sayfasında "4 Yıldızlı Otel" tanıtımına yer verildiği, ayrıca www.tatil.com adresli online rezervasyon sitesinde yer alan tanıtım sayfasında, *“Hezen Cave Hotel, Nevşehir (Ortahisar) konaklamanızda, Ortahisar Kalesi ve Göreme Açık Hava Müzesi yakınında sizi bekliyor. Bu 4 yıldızlı otel Vaftizci Yahya Kilisesi ve Zemi Vadisi yakınındadır.”* şeklinde bir ifadenin yer aldığı hususları tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, firmaya ait “Hezen Cave Hotel” adlı tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan “Butik Otel Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi” bulunmamasına karşın tesise ait www.hezenhotel.com adresli internet sitesinde, *“Bölge'de bulunan diğer Butik Otellerden farklı konsepti olan Hezen'in iç tasarımı profesyonel bir çalışma sonucu tanınmış dekoratör Halide Didem tarafından dizayn edilmiştir.”* şeklinde bir ifadeye yer verilerek tesisin "Butik Otel" olduğu izlenimi oluşturulduğu, aynı ifadenin, www.tripadvisor.com.tr, www.trivago.com.tr, www.otelz.com ve www.shopandfly.com.tr adresli internet sitelerinde yer alan tesis tanıtım sayfasında da yayınlandığı, ayrıca www.enuygun.com adresli internet sitesinde tesise ilişkin olarak *“Kapadokya merkezinde Ortahisar Kalesi karşısında harika bir konumda bulunan Hezen Cave Hotel, 15 sigara içilmeyen özel tasarımlı mağara tarzı otel odasıyla hizmet veren bir butik otel.”* şeklinde bir tanıtımın yer aldığı, yine tesisin Instagram'da bulunan "hezenhotel" isimli kurumsal sosyal medya sayfasında yayınlanan paylaşımlarda "#butiquehotel" ibareli etiketlerin kullanıldığı,

Benzer şekilde, “Hezen Cave Hotel” adlı tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan “Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi” bulunmamasına karşın www.tripadvisor.com.tr, www.tr.hotels.com, www.hotelscombined.com.tr, www.prontotours.com, www.otelleri.net ve www.tr.halalbooking.com adresli internet sitelerinde yer alan tesis tanıtım sayfasında "4 Yıldız \*\*\*\*" görsellerine yer verilmek suretiyle "4 Yıldızlı Otel" olarak tanıtıldığı, yine www.google.com arama portalında tesis ismiyle yapılan aramalara ilişkin sonuç sayfasında "4 Yıldızlı Otel" tanıtımına yer verildiği, ayrıca www.tatil.com adresli online rezervasyon sitesinde yer alan tanıtım sayfasında, *“Hezen Cave Hotel, Nevşehir (Ortahisar) konaklamanızda, Ortahisar Kalesi ve Göreme Açık Hava Müzesi yakınında sizi bekliyor. Bu 4 yıldızlı otel Vaftizci Yahya Kilisesi ve Zemi Vadisi yakınındadır.”* şeklinde bir ifadenin yer aldığı,

Bu itibarla, Kültür ve Turizm Bakanlığından belgesiz olan tesise ilişkin olarak belirtilen mecralarda yayınlanan “Butik Otel” ve “4 Yıldızlı Otel” tanıtımlarının tüketicileri aldatıcı-yanıltıcı olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Turizmi Teşvik Kanunu’nun 5/a maddesi,

- Turizm Tesislerinin Niteliklerine İlişkin Yönetmeliğin 16 ncı maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre, reklam veren **Murat GÜZELGÖZ Le Bazaar D’Orient Ürgüp Hezen Cave Hotel** 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.

**125)**

**Dosya No: 2020/731**

**Pegasus Hava Taşımacılığı A.Ş.** tarafından www.flypgs.com adresli internet sitesinde yayınlanan “Dubai Vize İşlemleri” başlıklı reklam ve tanıtımlara ilişkingörüşmelerin **ertelenmesine** karar verilmiştir.

**126)**

**Dosya No: 2020/733**

**Şikayet Edilen: Gulf Sigorta A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından verilen seyahat sigortası hizmetine ilişkin olarak www.turkishairlines.com ve www.flypgs.com adresli internet sitelerinde yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan inceleme sonucunda, https://www.flypgs.com/seyahat-hizmetlerimiz/diger-seyahat-hizmetlerimiz/gulf-seyahat-sigortasi URL adresinde yer alan “Sigorta Ürünleri – Gulf Seyahat Sigortası ile seyahatlerinizi güvence altına alabilirsiniz” başlıklı sayfada, *“Gulf Sigorta Seyahat Sigortası ürünleri, kısa iş seyahatlerinizden uzun aile tatillerine kadar her türlü yolculuğunuzda karşılaşabileceğiniz aksaklıklara karşı sizi güvence altına alır. Gulf Sigorta A.Ş.’nin tedavi masraflarından, amatör spor kazalarına, bagaj kaybından, seyahatin iptaline kadar geniş kapsamlı teminatlarla seyahatlerinizde sizi güvence altına aldığı Seyahat Sigortası ürünleri ile keyifli ve huzurlu bir seyahatin tadına varabilirsiniz. Geniş kapsamlı ve beklentilerinize en uygun şekilde hazırlanmış olan Gulf Sigorta Seyahat Sigortası ürünleri Pegasus Havayolları aracılığı ile siz değerli müşterilerimize sunulmaktadır. Gulf Sigorta A.Ş., T.C. Başbakanlık Hazine Müsteşarlığı’ndan almış olduğu sigorta şirket faaliyet ruhsatı aracılığıyla T.C. içerisinde sigorta ürünleri satma yetkisine sahip bulunmaktadır. Gulf Sigorta A.Ş, T.C. Başbakanlık Hazine Müsteşarlığı Sigortacılık Genel Müdürlüğü tarafından denetlenmektedir. Mersis No: 0871052362300018 Gulf Sigorta A.Ş. Türkiye Sigorta, Reasürans ve Emeklilik Şirketleri Birliği üyesidir. Gulf Sigorta Türkiye Genel Müdürlüğü Saray Mah. Dr. Adnan Büyükdeniz Cad. No:4/2 Kat:4-5 Akkom Ofis Park Cessas Plaza P.K: 3476 Ümraniye, İstanbul adresinde bulunmaktadır. Sunulan Gulf Sigorta Seyahat Sigortası ürünleri aşağıdaki gibidir: …”* şeklinde ifadelere yer verildiği, ayrıca yine aynı sayfada, satın alınan seyahat sigortası paketlerinin her biri için hangi durumların sigorta poliçesi teminat kapsamına girdiğine ilişkin bilgilerin ve teminat limitlerinin yer aldığı listelere yer verildiği, diğer yandan, tanıtım sayfasının sol menüsünde “Poliçe Özel Şartları (Kurallar & Koşullar), Bilgilendirme Metni, Sigorta Hasarları, Gulf Sigorta Asistans / Müşteri Hizmetleri, Sigorta - Sıkça Sorulanlar, Gulf Sigorta Aydınlatma Metni” başlıkları altında firma tarafından sunulan seyahat sigortası hizmetine ilişkin diğer bilgi ve belgelerin paylaşıldığı,

Benzer şekilde, https://www.turkishairlines.com/tr-int/bilgi-edin/seyahat-sigortasi URL adresinde yer alan “Gulf Seyahat Sigortası” başlıklı sayfada, *“Türk Hava Yolları olarak yolcularımıza güvenli ve konforlu bir uçuş deneyimi sunuyoruz. Seyahatleri süresince de yolcularımızı yalnız bırakmıyor, Gulf Sigorta ile yaptığımız işbirliği sayesinde güvence altına alıyoruz. Siz de seyahat sigortası yaptırarak seyahatiniz süresince beklenmedik durumlara karşı önleminizi alabilirsiniz. Gulf Sigorta Seyahat Sigortası - İş ya da tatil amaçlı seyahatlerinizde beklenmedik durumlarla karşılaşabilir, seyahatiniz iptal edilebilir veya acil tıbbi müdahaleye ihtiyaç duyabilirsiniz. Gulf Sigorta Seyahat Sigortası uçuş iptalinden bagaj kaybına, rötarlı uçuşlardan tedavi masraflarına kadar karşılaşabileceğiniz pek çok soruna karşı seyahatinizi teminat altına alır ve 24 saat boyunca asistans (destek) hizmeti sunar.”* şeklinde ifadelere yer verildiği, ayrıca yine aynı sayfada, “Seyahat Sigortaları ve Teminatlar” başlığı altında satın alınan seyahat sigortası paketlerinin her biri için hangi durumların sigorta poliçesi teminat kapsamına girdiğine ilişkin bilgilerin ve teminat limitlerinin yer aldığı listelere yer verildiği, “Seyahat sigortası tazminat taleplerinde yapılması gerekenler” başlığı altında, sigorta hizmetinin kullanımına ilişkin diğer koşullara, bilgi ve açıklamalara yer verildiği, diğer yandan, tanıtım sayfasının sağ menüsünde *“Seyahat sigortanızı buradan satın alabilirsiniz… Bu sayfada yer alan bilgiler Avrupa için 6 ay-80 yaş, diğer güzergâhlar için 6 ay-75 yaş aralığındaki yolcularımız için geçerlidir. 70 yaş üzeri sigortalı yolcularımız için yaş sürprimi ve muafiyetler uygulanır. Lütfen sigorta poliçesi özel şartlarını dikkatle inceleyin… Poliçe Özel Şartları'nı görüntülemek için tıklayın… Aydınlatma Metni’ni görüntülemek için tıklayın…”* başlıkları altında firma tarafından sunulan seyahat sigortası hizmetine ilişkin diğer bilgi ve belgelerin paylaşıldığı,

Bu hususlara ek olarak, gerek www.flypgs.com adresli internet sitesinden gerekse de www.turkishairlines.com adresli internet sitesinden Gulf Sigorta A.Ş. tarafından sunulan seyahat sigortası paketlerinden birini satın alan tüketicilerin, ödeme sayfasında, *“Seyahat Sigortası Genel Şartları ve Poliçe Özel Şartlarını okudum, kabul ediyorum, Aydınlatma Metni’ni okudum, anladım. Poliçe Özel Şartları ve Genel Şartlar için buraya, Aydınlatma Metni için lütfen buraya tıklayınız.”* ve *“Poliçe Genel / Özel Şartları ile Aydınlatma Metnini okudum, kabul ediyorum. Gulf Sigorta Seyahat Sigortası satın almak istiyorum.”* seçeneklerini işaretlemeden satın alma işlemini gerçekleştiremedikleri hususları tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, firma tarafından verilen seyahat sigortası hizmetine ilişkin olarak www.turkishairlines.com (https://www.turkishairlines.com/tr-int/bilgi-edin/seyahat-sigortasi) ve www.flypgs.com (https://www.flypgs.com/seyahat-hizmetlerimiz/diger-seyahat-hizmetlerimiz/gulf-seyahat-sigortasi/police-ozel-sartlari-kurallar-kosullar) adresli internet sitelerinde yayınlanan reklamlarda tanıtımı yapılan sigortanın, uçuşun tüketiciden kaynaklanan sorunlar sebebiyle iptal edilmesi durumunda geçerli olduğu, ancak firma kaynaklı uçuş iptallerini kapsamadığı, inceleme konusu reklamlarda ise tüketicinin satın alma kararını etkileyecek nitelikteki bu bilgiye yer verilmeyerek tüketicilerin eksik bilgilendirmek suretiyle yanıltıldığı, diğer yandan, firma tarafından yapılan açıklamalarda, www.turkishairlines.com ve www.flypgs.com adresli internet sitelerinde yayınlanan reklamlarda yer verilen "Bilgilendirme Metni" ve "Poliçe Özel Şartları & Koşulları" sayfalarında seyahat iptalinin hangi durumlarda sigorta teminatı kapsamına girdiği hususunda açıklamaların yer aldığı ve tüketicilerin, sigorta poliçesi satın alma aşamasında, "Seyahat Sigortası Poliçe Genel/Özel Şartları" nı okuduğuna ilişkin onayı ilgili alana işaretlemeden sigorta poliçesi satın alamadığı belirtilmekle birlikte, reklamlarda yer alan ana vaadin esaslı unsurlarının açık ve anlaşılır bir biçimde reklamın ana mesajında belirtilmesi gerektiği, bu nedenle, söz konusu reklamların bu haliyle tüketiciyi aldatıcı ve tüketici mağduriyetine yol açıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

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

**127)**

**Dosya No: 2020/1172**

**Şikayet Edilen: Anemon Turizm ve İnşaat Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait “Anemon Samsun Hotel” isimli tesise ilişkin olarak www.etstur.com ve www.enuygun.com adresli internet sitelerinde yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan inceleme sonucunda, tüketicinin firmaya ait "Anemon Samsun Otel" adlı tesise ilişkin olarak www.etstur.com adresli internet sitesinden 24.07.2020-25.07.2020 tarihlerinde bir gece konaklamalı olacak şekilde rezervasyon yaptırdığı ve bu tarihlerde konaklamasını gerçekleştirdiği,

Bahsi geçen tesise ilişkin olarak www.etstur.com adresli internet sitesinde yer alan tanıtım sayfasında *“Güvenli Turizm Sertifikalı Otel”* ibaresinin, www.enuygun.com adresli internet sitesinde ise *“Tesis Güvenli Turizm Sertifikasına Sahip”* şeklinde bir tanıtımın yer aldığı,

Firma tarafından sunulun bilgi ve belgelerin incelenmesinden, Anemon Samsun Hotel'in "Güvenli Turizm Sertifikası" ile sertifikalandırıldığı ilk tarihin 07.08.2020 olduğu hususları tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, Bakanlığımıza iletilen tüketici şikayetinin incelenmesinden; tüketicinin firmaya ait "Anemon Samsun Otel" adlı tesise ilişkin olarak www.etstur.com adresli internet sitesinde yer alan "Güvenli Turizm Sertifikalı Otel" ibareli reklamlara güvenerek 24.07.2020-25.07.2020 tarihlerinde bir gece konaklamalı olacak şekilde rezervasyon yaptırdığı, tesisteki konaklamasının ardından tesisin "Güvenli Turizm Sertifikası" na sahip olmadığını öğrenen tüketicinin yanıltıcı reklam şikayetiyle başvuruda bulunduğu, firma tarafından konuya ilişkin olarak yapılan açıklamalar ile Bakanlığımıza sunulan bilgi ve belgelerin incelenmesinden ise; Anemon Samsun Hotel'in "Güvenli Turizm Sertifikası" ile sertifikalandırıldığı ilk tarihin 07.08.2020 olduğunun anlaşıldığı,

Bu itibarla, firmaya ait olup, şikayetçi tüketicinin rezervasyon yaptırdığı ve konakladığı tarihte, Güvenli Turizm Sertifikasyon Programı çerçevesinde yayımlanan *“Konaklama Tesisleri ve Tesisler Bünyesinde Yer Alan Yeme & İçme Ünitelerinde Pandemi Süresince Uygulanacak COVID-19 ve Hijyen Uygulamaları Değerlendirme Kriterleri”* kapsamında ilgili kurum ve kuruluşlardan alınmış Güvenli Turizm Sertifikası bulunmayan “Anemon Samsun Hotel” isimli tesise ilişkin olarak www.etstur.com ve www.enuygun.com adresli internet sitelerinde yayınlanan reklamlarda “Güvenli Turizm Sertifikalı Otel” ve “Tesis Güvenli Turizm Sertifikası'na Sahip” şeklinde ibarelere yer verilmek suretiyle tesisin Güvenli Turizm Sertifikasına sahip olduğu yönünde reklam ve tanıtımının yapılmasının tüketiciyi aldatıcı, yanıltıcı ve haksız rekabete yol açıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

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

**128)**

**Dosya No: 2020/1199**

**Şikayet Edilen: Ayaş İçmece ve Kaplıcaları İşletmesi Fizik Tedavi ve Rehabilitasyon Hizmeti A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından www.ayasicmeceleri.com adresli internet sitesinde yayınlanan “Sağlık ve Tatil Yeniden Başlıyor” başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan inceleme sonucunda, firma tarafından www.ayasicmeceleri.com adresli internet sitesinde yayınlanan reklamlarda, *“DUYURU Sağlık ve Tatil Yeniden Başlıyor”, “Sağlığınız için Pandemi döneminde ara vermiş olduğumuz içmece ve kaplıca hizmetlerimize üst düzey hijyen önlemleri doğrultusunda, tüm kontroller eşliğinde 01 Ağustos günü tesisimiz sizlere yeniden hizmet vermeye başlayacaktır.”* şeklinde ifadelere yer verildiği, tüketici tarafından başvuru ekinde sunulan belgelerin incelenmesinden, tüketicinin 01.08.2020 tarihinde tesise giriş için 60 TL tutarında ödeme yaptığı hususları tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, firma tarafından www.ayasicmeceleri.com adresli internet sitesinde yayınlanan reklamlarda, *“DUYURU Sağlık ve Tatil Yeniden Başlıyor” , “Sağlığınız için Pandemi döneminde ara vermiş olduğumuz içmece ve kaplıca hizmetlerimize üst düzey hijyen önlemleri doğrultusunda, tüm kontroller eşliğinde 01 Ağustos günü tesisimiz sizlere yeniden hizmet vermeye başlayacaktır.”* şeklinde ifadelere yer verilmesine karşın, inceleme konusu duyuruya binaen söz konusu tarihte tesise giderek 2 kişilik ücret ödeyen başvuru sahibi tüketicinin, kaplıca havuzunun kapalı olması sebebiyle tesisten faydalanamadığı ve tanıtımlarda vaat edilen hizmeti alamadığı, dolayısıyla inceleme konusu duyuruda yer alan ifadelerin gerçeği yansıtmadığı, tüketicileri yanıltıcı ve tüketici mağduriyetine yol açıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre, reklam veren **Ayaş İçmece ve Kaplıcaları İşletmesi Fizik Tedavi ve Rehabilitasyon Hizmeti A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**129)**

**Dosya No: 2021/716**

Pegasus Hava Taşımacılığı A.Ş. tarafından www.flypgs.com adresli internet sitesinde yayınlanan “Tüm Yurt İçi ve Yurt Dışı Uçuşlarda Cezasız Değişiklik Hakkı” başlıklı reklam ve tanıtımlara ilişkingörüşmelerin **ertelenmesine** karar verilmiştir.

**130)**

**Dosya No: 2021/856**

Pegasus Hava Taşımacılığı A.Ş. tarafından www.flypgs.com adresli internet sitesinde yayınlanan “1 Alana 1 Bedava” başlıklı reklam ve tanıtımlara ilişkingörüşmelerin **ertelenmesine** karar verilmiştir.

**131)**

**Dosya No: 2021/1301**

**Şikayet Edilen: Alesta Turizm Otelcilik ve İnş. San. Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait “Alesta Otel” isimli tesise ilişkin olarak www.alestabutikotel.com adresli internet sitesinde yayınlanan reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan inceleme sonucunda, firmaya ait olup Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi bulunmayan “Alesta Otel” isimli tesisin, www.alestabutikotel.com adresli internet sitesinde yayınlanan reklamlarda “Alesta Butik Otel” ibaresine yer verilerek tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, firmaya ait olup Kültür ve Turizm Bakanlığından Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi bulunmayan “Alesta Otel” isimli tesisin, www.alestabutikotel.com adresli internet sitesinde yayınlanan reklamlarda “Alesta Butik Otel” ibaresine yer verilmek suretiyle “Butik Otel” şeklinde tanıtımının yapılmasının tüketiciyi aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Turizmi Teşvik Kanunu’nun 5/a maddesi,

- Turizm Tesislerinin Niteliklerine İlişkin Yönetmeliğin 16 ncı maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre, reklam veren **Alesta Turizm Otelcilik ve İnş. San. Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **114.326 TL (Yüzondörtbinüçyüzyirmialtı Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**132)**

**Dosya No: 2021/1303**

**CM Vip Oto Turizm Taşımacılığı Organizasyon Tic. Ltd. Şti.** unvanlı firma tarafından www.bodrumkorsan.com adresli internet sitesinde yayınlanan hakkında yapılan görüşmeler neticesinde, konu ile ilgili olarak ilave incelemeler yürütülmesinin ardından dosyanın yeniden gündeme alınmasına ve dolayısıyla **2021/1303** numaralı dosyanın görüşülmesinin **ertelenmesine** karar verilmiştir.

**133)**

**Dosya No: 2021/1305**

**Şikayet Edilen: ETS Ersoy Turistik Servisleri A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam/HTU:** Firmaya ait www.etstur.com adresli internet sitesi üzerinden gerçekleştirilen ticari uygulamalar.

**Reklam/HTU Yayın Tarihi:** 2020

**Yayınlandığı Mecra:** Haksız Ticari Uygulama

**Tespitler:** Yapılan inceleme sonucunda, şikayetçi tüketici tarafından 15.12.2020 ve 16.12.2020 tarihlerinde www.etstur.com adresli internet sitesi üzerinden “Maxx Royal Belek Golf Resort” adlı tesisten 2 ayrı rezervasyon satın alındığı, her iki rezervasyonun da 6 yetişkin, “Royal Suit 2 Yatak Odalı Oda” tipi için ve ultra her şey dahil konseptinde olduğu, 15.12.2020 tarihinde satın alınan ve 4 gece konaklamalı rezervasyonun 31.12.2020-04.01.2021 tarih aralığını, 16.12.2020 tarihinde satın alınan ve 6 gece konaklamalı rezervasyonun ise 04.01.2021-10.01.2021 tarihlerini kapsadığı, söz konusu rezervasyonların toplam bedelinin 12.787,27-TL olduğu ve bu bedelin tüketiciden tahsil edildiği,

Firma tarafından yapılan açıklamalardan, sistemsel bir hatadan kaynaklı olarak tüketicinin satın aldığı odaların gecelik konaklama fiyatının sisteme yanlış girildiği ve şikayetçi tüketiciye ait 2 rezervasyonun ilgili rezervasyon tarihlerindeki toplam bedelinin gerçekte 133.380-TL olduğu, bu durumun tüketicinin 16.12.2020 tarihli rezervasyonu akabinde anlaşıldığı ve aynı gün tüketiciye telefonla konu hakkında bilgilendirme yapılarak 12.787,27-TL’lik ücretin bir hata sonucu yansıdığı, gerçek rezervasyon bedelinin tamamlanması gerektiği, aksi halde konaklama yapılacak tesisin gerçek fiyatının 1/10’u üzerinden hizmet vermesi beklenemeyeceğinden misafir girişini kabul etmeyeceğinin belirtildiğinin anlaşıldığı,

17.12.2020 tarihinde tüketiciye gönderilen e-postada ise; *“Tahsil edilen rezervasyon bedeli ile tahsil edilmesi gereken toplam rezervasyon bedeli arasında 120592,73 TL fark bulunduğu, tahsil edilmesi gereken bedelin tahsil edilen bedelin yaklaşık 10 katı tutarında olduğu, 6502 sayılı Kanun’a göre, haklı bir sebebin varlığı halinde hizmetin sunulmasından kaçınılmasının mümkün olduğu, hizmeti sunacak tesisin rezervasyon bedelinin yaklaşık 1/10'una tekabül eden tutar üzerinden hizmet vermesinin kendisinden beklenemeyeceği, rezervasyonlara ilişkin hatalı bir işlem söz konusu olup, tarafların birbirlerinin hatalı veya yanlış işlemlerinden faydalanmasının veya hakkın açıkça kötüye kullanılmasının hukuk düzeni tarafından korunmasının mümkün olmadığı, tahsil edilen rezervasyon bedeli ile tahsil edilmesi gereken toplam rezervasyon bedeli arasındaki 120592,73 TL tutarındaki farkın tamamlanması veya rezervasyonun iptal edilmesi gerektiği, belirtilen bakiye rezervasyon bedelinin 18.12.2020 tarihi saat 16:00 ya kadar tamamlanmadığı takdirde rezervasyonların ETS Tur tarafından iptal edileceği”* şeklinde beyanlara yer verildiği, 18.12.2020 tarihinde tüketicinin yapmış olduğu rezervasyonlar ilgili seyahat acentesi tarafından iptal edilerek tüketicinin ödediği bedelin kendisine iade edildiği hususları tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, başvuru sahibi tüketici tarafından firmaya ait www.etstur.com adresli internet sitesi üzerinden "Maxx Royal Belek Golf Resort" adlı tesisten iki adet rezervasyon gerçekleştirildiği, tüketici tarafından ödemenin yapılması üzerine rezervasyonların firma tarafından onaylandığı ve rezervasyonlara ilişkin voucher belgelerinin e-posta yoluyla tüketiciye iletildiği, ancak daha sonra başvuru sahibi tüketici aranarak tüketicinin satın aldığı oda tipine ait gecelik konaklama fiyatının maddi bir hata sonucu yanlış listelendiği, hatalı fiyat bilgileri sebebi ile eksik ödeme yapıldığı, kalan bakiye ücret tüketici tarafından ödenmez ise rezervasyonların iptal edileceği ifade edilerek, akabinde tüketicinin onayı olmaksızın rezervasyonların iptal edildiği, dolayısıyla firma tarafından gerçekleştirilen şikayet konusu tanıtım ve ticari uygulamaların, 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un “Haksız ticari uygulamalar” başlıklı 62 inci maddesinin *“(1) Bir ticari uygulamanın; mesleki özenin gereklerine uymaması ve ulaştığı ortalama tüketicinin ya da yöneldiği grubun ortalama üyesinin mal veya hizmete ilişkin ekonomik davranış biçimini önemli ölçüde bozması veya önemli ölçüde bozma ihtimalinin olması durumunda haksız olduğu kabul edilir. Özellikle aldatıcı veya saldırgan nitelikte olan uygulamalar ile yönetmelik ekinde yer alan uygulamalar haksız ticari uygulama olarak kabul edilir. Tüketiciye yönelik haksız ticari uygulamalar yasaktır.”* hükmüne aykırı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu ticari uygulamaların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-ç, 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 **ETS Ersoy Turistik Servisleri A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 ile 13 üncü maddeleri uyarınca **anılan haksız ticari uygulamaları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**134)**

**Dosya No: 2021/1387**

**Şikayet Edilen: Türk Hava Yolları A.O.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.anadolujet.com adresli internet sitesinde yayınlanan “Ücretsiz Değişiklik Hakkı – Yeni Seyahat Planlarınız İçin Esnek Bilet Hakları” başlıklı kampanyaya ilişkin reklamlar.

**ReklamYayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan inceleme sonucunda, şikayetçi tüketici tarafından sunulan bilgi ve belgelerin incelenmesinden, www.anadolujet.com adresli internet sitesinin bilet satın alma ekranında *“Değişiklik: Koronavirüs salgını sebebiyle ücretsiz değişiklik hakkınız bulunmaktadır”* ifadelerinin, tüketiciye gönderilen rezervasyon onay e-postasında, benzer şekilde, *“Değişiklik: Koronavirüs salgını sebebiyle ücretsiz değişiklik hakkınız bulunmaktadır”* ifadelerinin, www.turkishairlines.com adresli internet sitesinde yer alan “Koronavirüs duyuruları” başlıklı sayfada ise, *“Değişiklik talepleri: Yeni uçuşunuzun aynı kabinde ve uçuş bölgesinde olması kaydıyla, 31 Mayıs 2021 tarihine kadar olan Türk Hava Yolları ve AnadoluJet uçuşları için değişiklik işlemlerinizi değişiklik ceza ücreti ödemeden gerçekleştirebilirsiniz”* ifadelerinin yer aldığı,

https://www.anadolujet.com/tr/kampanyalar/kacirilmayacak-bahar-firsati-anadolujette URL adresinden duyurulan “Kaçırılmayacak Bahar Fırsatları Anadolu Jet’te” başlıklı kampanyaya ilişkin olarak, kampanya duyuru sayfasında, *“İlkbahar aylarında seyahatin keyfini yaşamak için %30 indirimle AnadoluJet’ten biletinizi alın, tüm yurt içi ve Kuzey Kıbrıs uçuşlarında en uygun fiyatlarla uçma fırsatını yakalayın. İlkbaharın sunduğu güzellikler eşliğinde birbirinden güzel şehirleri AnadoluJet ile keşfedin! Biletinizi 09 - 11 Mart tarihleri arasında alın, %30 indirimli seyahat etme ayrıcalığını kaçırmayın. Üstelik kampanya dahilinde satın alınan biletlerde esnek seyahat avantajları (https://www.anadolujet.com/tr/kurumsal/haberler-ve-duyurular/yeni-seyahat-planlariniz-icin-esnek-bilethaklari) kapsamında cezasız değişiklik hakkından yararlanabilirsiniz.”* şeklinde tanıtımların yer aldığı,

Ayrıca https://www.anadolujet.com/tr/kurumsal/haberler-ve-duyurular/yeni-seyahat-planlariniz-icin-esnek-bilet-haklari URL adresinden duyurulan “Yeni Seyahat Planlarınız İçin Esnek Bilet Hakları” başlıklı kampanya duyurusunda ise, *“Yeni rezervasyon yapmayı planlıyorsanız, seyahat tarihinizi ücretsiz değiştirme ya da biletinizi açığa alma hakları ile kendinizi güvende hissedin, planlarınız değişirse uçuşunuzu da değiştirin. 31 Aralık 2021 (dahil) tarihine kadar AnadoluJet seferlerine yapacağınız biletlemeleriniz için 31 Mayıs 2022(dahil) tarihine kadar bazı haklarınız bulunmaktadır. Belirtilen tarihler arasında düzenlenen biletlerin tarifeli kalkış saatinden önce iptal edilmiş olması kaydıyla aşağıdaki kurallar doğrultusunda işlem yapılabilecektir. Seyahat planlarında değişiklik olan yolcularımız; Seyahat planları belli ise; Biletlerini, 31 Mayıs 2022 tarihine kadar olan seferlere değişiklik ceza bedeli olmaksızın değiştirebileceklerdir. Seyahat planları henüz belli değilse; Biletlerini, 31 Mayıs 2022 tarihine kadar olan herhangi bir tarihte gerçekleşecek uçuşta tekrar kullanmak üzere açığa alabileceklerdir.”* şeklinde ifadelere yer verildiği hususları tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, firma tarafından koronavirüs pandemisi nedeniyle uygulamaya alınan “Yeni Seyahat Planlarınız İçin Esnek Bilet Hakları” başlıklı kampanyaya ilişkin reklamlarda yer verilen “ücretsiz değişiklik hakkı” şeklindeki tanıtımın, satın alınan biletlerin değişiklik ceza ücreti ödenmeden değiştirilebileceği anlamına geldiğinin havacılık sektörü hakkında makul düzeyde bilgiye sahip ortalama tüketiciler tarafından bilindiği, satın alınan bir uçak biletinin daha üst sınıfta ve daha yüksek tutarda bir başka uçak bileti ile değiştirilmek istendiğinde iki bilet arasındaki ücret farkının ödenmesi gerektiği dikkate alındığında, “ücretsiz değişiklik hakkı” ibareli tanıtımlardan, bilet değişiklik işleminin hiçbir ücrete tabi olmadığı şeklinde bir anlam çıkarılamayacağı, 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.

**DİĞER**

**135)**

**Dosya No: 2020/2069**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ilişkin olarak www.flo.com.tr adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ilişkin olarak www.flo.com.tr adresli internet sitesinde *"Peşin fiyatına 6 taksit"*  ifadesine yer verildiği buna istinaden internet sitesinden 2 adet spor ayakkabısı alan tüketicinin 243,98 TL ödeme yapması gerekirken tüketicinin kredi kartından 3 taksitli ödeme işlemi yapıldığı gerekçesiyle 265,94 TL çekim yapıldığıtespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firmaya ilişkin olarak www.flo.com.tr adresli internet sitesinde *"Peşin fiyatına 6 taksit"*  ifadesine yer verildiği buna istinaden internet sitesinden 2 adet spor ayakkabısı alan tüketicinin 243,98 TL ödeme yapması gerekirken tüketicinin kredi kartından 265,94 TL tutarında 3 taksitli ödeme işlemi yapıldığının anlaşıldığı 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 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-ç; 13/1 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**136)**

**Dosya No: 2020/2721**

**Şikayet Edilen: Uslu İthalat- Seyit Ahmet USLU**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ilişkin olarak “led34”isimli satıcı tarafından www.gittigidiyor.com adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ilişkin olarak “led34”isimli satıcı tarafından www.gittigidiyor.com adresli internet sitesinde *“Tek kullanımlık 3 katlı maske(50 adet)”* şeklinde ifadelere yer verilmesine istinaden internet sitesinden alışveriş yapan tüketiciye 75 adet 2 katlı maske gönderildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firmaya ilişkin olarak “led34”isimli satıcı tarafından www.gittigidiyor.com adresli internet sitesinde *“Tek kullanımlık 3 katlı maske(50 adet)”* şeklinde ifadelere yer verilmesine istinaden internet sitesinden alışveriş yapan tüketiciye firma tarafından ulaşılarak 75 adet 2 katlı maske gönderilmesinin teklif edildiği ve tüketicilere hijyen olmayan kalitesiz ürün gönderildiği bu nedenle bahse konu tanıtımların gerçeği yansıtmadığı, dolayısıyla, söz konusu tanıtımların; tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Uslu İthalat- Seyit Ahmet USLU** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**137)**

**Dosya No: 2020/3177**

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

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Yayınlandığı Mecra:** Kısa mesaj

**Tespitler:** Firma tarafından tüketiciye gönderilen kısa mesajda *"Etiketin Yarısı Bedava! Efsane İndirimde Son Gün, Acele Et!"* ifadesine yer verilerek https://bit.ly/34EEWWO adresli internet sitesine yönlendirme yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firma tarafından tüketiciye gönderilen kısa mesajda yer alan ifadeler ile ilgili sunulan bilgi ve belgeler kapsamında şikayet konusu hususta Reklam Mevzuatı hükümlerine aykırı bir unsura rastlanmadığından, anılan reklamların Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin ilgili hükümleri ile 6502 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 ve 62 nci maddelerine **aykırı olmadığına** karar verilmiştir.

**138)**

**Dosya No: 2020/3245**

**Şikayet Edilen: Metehan DİNÇER (Bıcı Bıcı Halı Yıkama)**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait www.bicibicihaliyikama.net adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ait www.bicibicihaliyikama.net adresli internet sitesinde *"Konya'nın en büyük, en modern ve en lüks halı yıkama tesisinde...."* şeklinde ifadelere yer verildiği ve firma tarafından halı yıkama ruhsatının sunulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firmaya ait www.bicibicihaliyikama.net adresli internet sitesinde yer alan *"Konya'nın en büyük, en modern ve en lüks halı yıkama tesisinde...."* şeklindeki ifadelerin ispatlanması gerektiği ancak söz konusu ifadelerin ispatlanamadığı, 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 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b; 9/1 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Metehan DİNÇER (Bıcı Bıcı Halı Yıkama)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**139)**

**Dosya No: 2020/4847**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait mağazalardaki afişlerde yer alan ifadeler.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Yayınlandığı Mecra:** Afiş

**Tespitler:** Firmaya ait mağazalardaki afişlerde ana vaat olarak; *"Tüm ayakkabı ve aksesuarlarda 2. ürüne net %50 indirim"* ifadesine ve ana vaadin altında daha küçük puntolarla *"Spor ayakkabı, sandaletlerde ve terliklerde indirim geçerli değil"* ifadesine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firmaya ait mağazalardaki afişlerde ana vaat olarak; *"Tüm ayakkabı ve aksesuarlarda 2. ürüne net %50 indirim"* ifadesine yer verilerek tüketicilerde söz konusu indirim kampanyasının tüm ayakkabı ve aksesuarlarda geçerli olacağı algısı yaratılmasına rağmen ana vaadin altında daha küçük puntolarla yer alan *"Spor ayakkabı, sandaletlerde ve terliklerde indirim geçerli değil"* ifadesi ile anılan kampanyanın büyük ölçüde sınırlandırıldığı bu nedenle bahse konu tanıtımların tüketicileri eksik bilgilendirici olduğu, 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 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-ç; 18/1, 18/2, 18/4, 18/5, 18/6, 18/7 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**140)**

**Dosya No: 2021/3862**

**Şikayet Edilen: Maber Kırtasiye Oyuncak Elektrik Elektronik İth. İhr. San. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait "*Mabber Sınav Silgisi"* markalı ürünlerin ambalajında yer alan ifadeler.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj

**Tespitler:** Firmaya ait "*Mabber Sınav Silgisi"* markalı ürünlerin ambalajında "Non-Toxic" ifadesine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firmaya ait "*Mabber Sınav Silgisi"* markalı ürünlerin ambalajında yer alan ifadeler ile ilgili sunulan bilgi ve belgeler kapsamında şikayet konusu hususta Reklam Mevzuatı hükümlerine aykırı bir unsura rastlanmadığından, anılan reklamların Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin ilgili hükümleri ile 6502 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 ve 62 nci maddelerine **aykırı olmadığına** karar verilmiştir.

**141)**

**Dosya No: 2021/4337**

**Şikayet Edilen: Hüsnüoğlu Kırtasiye Hırdavat Gıda Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait *"Selco Sınav Silgisi"* isimli ürünün ambalajında yer alan ifadeler.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj

**Tespitler:** Firmaya ait *"Selco Sınav Silgisi"* isimli ürünün ambalajında *"Zehirsiz"* ifadesine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firmaya ait "*Selco Sınav Silgisi"* markalı ürünlerin ambalajında yer alan ifadeler ile ilgili sunulan bilgi ve belgeler kapsamında şikayet konusu hususta Reklam Mevzuatı hükümlerine aykırı bir unsura rastlanmadığından, anılan reklamların Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin ilgili hükümleri ile 6502 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 ve 62 nci maddelerine **aykırı olmadığına** karar verilmiştir.

**142)**

**Dosya No: 2021/4338**

**Şikayet Edilen: Medya Kırtasiye Promosyon San. Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait *"Trix Class"* markalı kırtasiye ürünlerinin ambalajında yer alan ifadeler

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj

**Tespitler:** Firmaya ait *"Trix Class Sınav Silgisi"* isimli ürünlerin ambalajında *"Non-Toxic, Sağlığa zararlı madde içermez."* ifadesine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firmaya ait *"Trix Class"* markalı kırtasiye ürünlerinin ambalajında yer alan ifadeler ile ilgili sunulan bilgi ve belgeler kapsamında şikayet konusu hususta Reklam Mevzuatı hükümlerine aykırı bir unsura rastlanmadığından, ayrıca söz konusu kırtasiye ürünlerinin taklit edildiği iddiasına ilişkin ise mahkemeler nezdinde fikri ve sınai mülkiyet hakları çerçevesinde hak arama yoluna gidilebileceği gerekçesiyle anılan reklamların Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin ilgili hükümleri ile 6502 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 ve 62 nci maddelerine **aykırı olmadığına** karar verilmiştir.

**143)**

**Dosya No: 2021/4355**

**Şikayet Edilen: Erdinler İhtiyaç Mad. Paz. San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait "Osaka" markalı kırtasiye ürünlerinin ambalajında yer alan ifadeler

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj

**Tespitler:** Firmaya ait *"Osaka OP-317 Versatil Kalem"* ve *"Osaka OP-319 Versatil Kalem"* isimliürünlerinambalajında *"Osaka"* ifadesine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firmaya ait *"Osaka"* markalı kırtasiye ürünlerinin ambalajında yer alan ifadeler ile ilgili sunulan bilgi ve belgeler kapsamında şikayet konusu hususta Reklam Mevzuatı hükümlerine aykırı bir unsura rastlanmadığından, ayrıca söz konusu kırtasiye ürünlerinin taklit edildiği iddiasına ilişkin ise mahkemeler nezdinde fikri ve sınai mülkiyet hakları çerçevesinde hak arama yoluna gidilebileceği gerekçesiyle anılan reklamların Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin ilgili hükümleri ile 6502 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 ve 62 nci maddelerine **aykırı olmadığına** karar verilmiştir.

**144)**

**Dosya No: 2021/4356**

**Şikayet Edilen: Erkul Plastik San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait "*Erk İdeal*" markalı kırtasiye ürünlerinin ambalajında yer alan ifadeler

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj

**Tespitler:** Firmaya ait *"Erk İdeal 10 lu Keçeli Kalem"* isimliürünlerinambalajında *"Erk-İdeal"* ifadesine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firmaya ait *"Erk İdeal 10 lu Keçeli Kalem"* markalı ürünlerin ambalajında yer alan ifadeler ile ilgili sunulan bilgi ve belgeler kapsamında şikayet konusu hususta Reklam Mevzuatı hükümlerine aykırı bir unsura rastlanmadığından, ayrıca söz konusu kırtasiye ürünlerinin taklit edildiği iddiasına ilişkin ise mahkemeler nezdinde fikri ve sınai mülkiyet hakları çerçevesinde hak arama yoluna gidilebileceği gerekçesiyle anılan reklamların Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin ilgili hükümleri ile 6502 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 ve 62 nci maddelerine **aykırı olmadığına** karar verilmiştir.

**145)**

**Dosya No: 2020/596**

**Şikayet Edilen: Serracan İNAN**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şahsın "storebyzr" isimli İnstagram sosyal medya hesabında yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com/storebyzr adresli İnstagram sosyal medya hesabı üzerinden yapılan tanıtımlarda, "*Ürünler orijinal ancak ürün etiketinde ZARA yazmaz. Çünkü biz ZARA değiliz, ZARA da kendisi üretmiyor, ürettirip kendi etiketini basıyor, bu yüzden etiketlerde ZARA yazmıyor… satış iptali isteyen tüketicilerden kesinti yapılacağı"* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; şahıs tarafından www.instagram.com/storebyzr adresli instagram hesabı üzerinden satışa sunulan tüm ürünlerin orijinal olduğu bilgisine yer verildiği, ürünlerin "ZARA" markası adı ile satışa sunulduğu ancak tüketici tarafından satın alınan ürün etiketlerinde bu markanın yer almadığı buna ilişkin "storebyzr" adlı hesap üzerinden yapılan açıklamalarda, "*ürünler orijinal ancak ürün etiketinde ZARA yazmaz. Çünkü biz ZARA değiliz, ZARA da kendisi üretmiyor, ürettirip kendi etiketini basıyor, bu yüzden etiketlerde ZARA yazmıyor"* ifadelerine yer verildiği, ayrıca söz konusu İnstagram hesabı üzerinden yapılan diğer paylaşımlarda *"satış iptali isteyen tüketicilerden kesinti yapılacağı"* ifadesinin yer aldığı, instagram hesabı üzerinden yapılan tanıtımlarda yer alan "tüm ürünler orijinaldir" ifadelerinin gerçeği yansıtmadığı ve başkasına ait ticari itibardan haksız yararlanıldığı, ayrıca tüketicilerin yasal hakları konusunda yanıltıldığı, inceleme konusu tanıtımların mevzuata aykırı, yanıltıcı, aldatıcı ve tüketicilerin bilgi eksikliklerini istismar edici nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7/1, 7/2,7/3, 7/4, 7/5, 9, 11, 12 ve 32 nci maddeleri,

-6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 18 ve 61 inci maddeleri.

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**146)**

**Dosya No: 2020/2401**

**Şikayet Edilen: Novatek Mühendislik İnşaat Medikal Hizmetleri San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından www.n11.com adresli e-ticaret platformunda satışa sunulan maske ürününe ilişkin tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 17.06.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firma tarafından www.n11.com adlı internet sitesi üzerinden "NovatekMedikal" mağaza adı ile yapılan "Dezenfektan+3M 9161V Ventilli N95 Maske Virüs Korumalı" adlı ürüne ilişkin tanıtımlarda "Virüs Korumalı" ifadesine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu Dezenfektan+3M 9161V Ventilli N95 Maske Virüs Korumalı" adlı ürüne ilişkin tanıtımlarda "Virüs Korumalı" ifadesine yer verilerek ürünün diğer solunum maskelerinden farklı bir özelliğe sahip olduğu yönünde izlenim oluşturulduğu bu nedenle tanıtımların mevzuata aykırı, tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Novatek Mühendislik İnşaat Medikal Hizmetleri 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.

**147)**

**Dosya No: 2020/2865**

**Şikayet Edilen: Kumsal Yedek Parça Aks. Oto. ve İnş. San. Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Kuruluş tarafından www.trendyol.com adresli e-ticaret platformu üzerinden yapılan "Leader - Fiat Linea 3d Havuzlu Paspas 2007-2018 Arası+Bagaj Havuzu İkili Set" adlı ürüne ilişkin tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 08.09.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Şirket tarafından "Kumsal Yedek Parça Ltd. Şti." mağaza adı ile www.trendyol.com adlı e-ticaret platformu üzerinden "Leader - Fiat Linea 3d Havuzlu Paspas 2007-2018 Arası+Bagaj Havuzu İkili Set" adlı ürüne ilişkin yapılan 08.09.2020 tarihli tanıtımlarda ürünün kampanya öncesi fiyatı olan 355 TL üzerinden %76,1 oranında indirim yapılarak 85 TL'ye, bu indirime ek olarak sepette %5 oranında indirim yapılarak 80,75 TL'ye satışa sunulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu tanıtımlarda söz konusu ürünün indirim öncesindeki son fiyatının 355 TL olmadığı bu nedenle indirimin gerçeği yansıtmadığı ve firmanın yapılan indirimi olduğundan yüksek göstererek tüketicilerin satın alma kararlarını etkilemeyi amaçladığı,

Diğer taraftan ürünün stoklarda görünmesi üzerine ürünü sipariş eden tüketiciye ürünün stokta bulunmaması nedeniyle "3d Havuzlu Paspas"ın teslim edilmediği,

Tüm bu nedenlere bağlı olarak tanıtımların mevzuata aykırı, yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 7/5-c, 7/6, 9, 13, 14, 28, 29 ve 32 nci maddeleri,

- “Haksız Ticari Uygulama Olarak Kabul Edilen Örnek Uygulamaları” gösteren ekinin “A - Aldatıcı Ticari Uygulamalar” başlığının 5 inci maddesi,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Kumsal Yedek Parça Aksesuar Otomotiv ve İnş. San. Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**148)**

**Dosya No: 2021/57**

**Şikayet Edilen: Minimoda Pazarlama Mobilya Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından www.trendyol.com adlı e-ticaret platformu üzerinden yapılan "Bibs Kauçuk Emzik - Vanilla +18 Ay 300245" adlı ürüne ilişkin tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 12.03.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firma tarafından www.trendyol.com adlı e-ticaret platformu üzerinden satışa sunulan "Bibs Kauçuk Emzik - Vanilla +18 Ay 300245" adlı ürüne ilişkin 12.03.2021 tarihli tanıtımlarda söz konusu ürünün "%14,5 indirim ile 69,00 TL yerine 59,00 TL olarak satışa sunulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu tanıtımlarda söz konusu "%14,5” indirim ile 69,00 TL yerine 59,00 TL olarak satışa sunulan ürünün indirim öncesindeki son fiyatının 69,00 TL olmadığı bu nedenle indirimin gerçeği yansıtmadığı, bu durumun mevzuata aykırı, tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 7/5-c, 9, 14, 28, 29 ve 32 nci maddeleri,

-6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 inci

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**149)**

**Dosya No: 2021/820**

**Şikayet Edilen: Lider Hasar Yönetimi ve Danışmanlık Hizmetleri Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait www.liderhasar.com adresli internet sitesi üzerinden yapılan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 22.03.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.liderhasar.com adresli internet sitesinin 22.03.2021 tarihli görünümünde; *"Lider Hasar Yönetimi ve Danışmanlık Hïzmetleri Ltd. Şti., hasar yönetimi ve danışmanlık alanında 2009 Yılından beri faaliyet göstermektedir. Lider Hasar Yönetimi ve Danışmanlık Hïzmetleri Ltd. Şti., Türkiye'nin ilk ve tek kalite belgeli hasar danışmanlık Firmasıdır. Ülkemizde eksikliği büyük ölçüde hissedilen sigorta kapsamındaki kazalarda hak talep etme noktasında danışmanlık görevini üstlenmiştir. Kaza sonrasında ölüm, daimi sakatlık ve yaralanmalarda maddi tazminat haklarınızı inceleyip, poliçedeki tazminatları sorunsuz olarak çözen, sigorta şirketleri nezdinde takip eden bir danışmanlık şirketidir. Hasar tasfiyesi işlemlerini tüm sigorta şirketleri, Türkiye Motorlu Taşıtlar Bürosu, Karayolları Güvence Sigortası nezdinde yürütmektedir."* gibi ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu tanıtımlar vasıtasıyla trafik kazaları başta olmak üzere, tazminat alacağına ilişkin hukuki ihtilaflarda mütalaa vermek, dava etmek ve savunmak, adli işlemleri takip etmek, bu işlere ait bütün evrakı düzenlemek gibi sadece baroda yazılı avukatların yetkisinde olan faaliyetlerin kuruluş tarafından yürütüldüğünün 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 **Lider Hasar Yönetimi ve Danışmanlık Hizmetleri Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**150)**

**Dosya No: 2021/822**

**Şikayet Edilen: Demirli Hasar Danışmanlık ve Çözüm Merkezi Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şirket tarafından www.demirlihasardanismanlik.com adresli internet sitesi üzerinden yapılan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 22.03.2021, 24.03.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.demirlihasardanismanlik.com adresli internet sitesinin 22.03.2021 ve 24.03.2021 tarihli görünümlerinde; *"Şanlıurfa’da faaliyette olan firmamız hasar danışmanlığı konusunda tecrübeli ve profesyonel ekibiyle hizmet vermektedir. Bugüne kadar almış olduğumuz bütün danışmanlık hizmetlerini titiz, hızlı ve güvenilir bir şekilde sonuçlandıran firmamız kaza, hasar gibi yaşanan olumsuzluklardan dolayı mağdur olmuş müşterilerinin menfaatlerini ön planda tutarak müşteri memnuniyetini her zaman ön planda tutmuştur. Sizin de başınızdan öyle bir olay geçmiş ise ya da öye bir yakınınız var ise lütfen bizimle iletişime geçin sizin de mağduriyetinizi bir an önce giderelim...Artık tek taraflı vefatlarda eş ve çocuklar mağdur olmayacak...yaralanmalı ve ölümlü kazalarda 150.000 TL'den 600.000 TL'ye kadar tazminat alma hakkınız olduğunu biliyor muydunuz...Yalnız değilsiniz, trafik kazaları sonucunda oluşan mağduriyetlerinizin giderilmesine alanında uzman hasar danışmanları ve hukukçu kadrosuyla bizler yanınızdayız...tazminat hesaplamanızı yapalım, üstelik hiçbir ücret ödemeden"* şeklindeki ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu tanıtımlar vasıtasıyla trafik kazaları başta olmak üzere, tazminat alacağına ilişkin hukuki ihtilaflarda mütalaa vermek, dava etmek ve savunmak, adli işlemleri takip etmek, bu işlere ait bütün evrakı düzenlemek gibi sadece baroda yazılı avukatların yetkisinde olan faaliyetlerin kuruluş tarafından yürütüldüğünün 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 **Demirli Hasar Danışmanlık ve Çözüm Merkezi Limited Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**151)**

**Dosya No: 2021/4192**

**Şikayet Edilen: Data Kitapevi Kırtasiye Yayın Dağ. Öz. Eğt. Bilg. İnş. Paz. İth. İhr. San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Kuruluşa ait 2021 yılı GYS, AYT, KPSS,EKYS hazırlık kitapların kapaklarında yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj

**Tespitler:** Kuruluşa ait *"GYS 2021 Kültür ve Turizm Bakanlığı Kütüphane Müdürlüğü Soru Bankası, GYS 2021 Milli Savunma Bakanlığı Hazırlık Kitabı, GYS 2021 Ticaret Bakanlığı Tüm Kadrolar için Ortak Konular Hazırlık Kitabı, KPSS-DGS-ALES ÖSYM Tarzı Yeni Nesil Sorular Dizayn Paragraf, AYT 7 Deneme Sınavı, KPSS Yeni Eğitim Bilimleri Tamamı Çözümlü 5 Deneme Sınavı, EGM Meslek İçi Sınavlar Komiser Yardımcılığı ve Misyon Koruma Hazırlık Kitabı 2017, GYS 2021 AFAD Şube Müdürü Soru Bankası, GYS 2021 Adalet Bakanlığı Ceza ve Tevkifevleri İnfaz ve Koruma Başmemurluğu Hazırlık Kitabı,..."* başlıklı kitapların kapaklarında Ticaret Bakanlığı, Milli Savunma Bakanlığı, Kültür ve Turizm Bakanlığı, Emniyet Genel Müdürlüğü, ÖSYM gibi çeşitli kamu kurumlarının logosuna ve *%100 ÖSYM'nin Yeni Tarzı"* ifadesine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, söz konusu kitapların kapaklarında Ticaret Bakanlığı, Milli Savunma Bakanlığı, Kültür ve Turizm Bakanlığı, Emniyet Genel Müdürlüğü, ÖSYM gibi çeşitli kamu kurumlarının logosuna yetkisiz ve izinsiz biçimde yer verildiği, 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 yayınlarda ispata muhtaç biçimde kullanılan; "*%100 ÖSYM'nin Yeni Tarzı"* ifadesinin ispatlanamadığı, söz konusu iddianın tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/5-c, 7/8 9, 11/1-a, 11/1-b, 29 ve 32 nci maddeleri,

-6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 inci

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Data Kitapevi Kırtasiye Yayın Dağ. Öz. Eğt. Bilg. İnş. Paz. İth. İhr. San. ve Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**152)**

**Dosya No: 2021/4203**

**Şikayet Edilen: Klepierre Gayrimenkul Yönetimi ve Yatırım Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şirkete ait Tekira Alışveriş Merkezi'nin girişinde bulunan afiş üzerinden yapılan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 20.10.2020

**Yayınlandığı Mecra:** Afiş

**Tespitler:** Firmaya ait Tekira Alışveriş Merkezinin girişinde bulunan afişler üzerinde *"150 TL Harca 50 TL Kazan 17-23 Ekim 12.00-20.00 Harcadıkça Kazandıran Alışveriş Tekira'da*" ifadelerinin yer aldığı, bazı afişlerin üzerinde buna ek olarak "*Kampanya ilk günde 38 kişiyle toplamda ise 266 kişiyle sınırlıdır...*" ibaresinin yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; inceleme konusu tanıtımlarda "*150 TL Harca 50 TL Kazan 17-23 Ekim 12.00-20.00 Harcadıkça Kazandıran Alışveriş Tekira'da*" şeklinde ifadelere yer verildiği ancak bahse konu kampanyaya ilişkin tüketicinin satın alma kararını etkileyecek ayrıntıların bazı afişlerde bulunmadığı bazılarında ise yer verilen *"Kampanya ilk günde 38 kişiyle toplamda ise 266 kişiyle sınırlıdır..."* ibaresinin metin büyüklüğünün okunabilir büyüklükte olmadığı, bu suretle tüketicilerde söz konusu hediye çekinin tüm 150 TL'lik alışverişlerde geçerli olacağı izlenimi yaratılarak tüketicilerin yanıltıldığı, bu durumun mevzuata aykırı, tüketicileri yanıltıcı, aldatıcı ve bilgi eksikliklerini istismar edici nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 9, 14, 15, 18 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

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

**153)**

**Dosya No: 2021/4205**

**Şikayet Edilen: Hakan YANAK**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şahıs tarafından www.facebook.com/hakan.yanak adresli internet sitesi üzerinden yapılan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: www.facebook.com/hakan.yanak adresli internet sitesi üzerinden yapılan paylaşımda; *"Afyon trafik kazası mağdurlarına yardım derneği olarak ölümlü ve yaralanmalı kaza geçiren tüm vatandaşlarımızın haklarının olduğunu kaza ile ilgili ne sorunları varsa arayın ücretsiz bilgilendirelim 0532 552 29 77 numaralı telefonumuza ulaşın bilgilendirelim... Yakınlarınız ve çevrenizde varsa yönlendirin haklarını anlatalım... Trafik kazalarında tazminat hakkınız var"* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; inceleme konusu tanıtımlar vasıtasıyla trafik ve iş kazaları başta olmak üzere, tazminat alacağına ilişkin hukuki ihtilaflarda mütalaa vermek, dava etmek ve savunmak, adli işlemleri takip etmek, bu işlere ait evrakı düzenlemek gibi sadece baroda yazılı avukatların yetkisinde olan faaliyetlerin kuruluş tarafından yürütüldüğünün ifade edildiği ancak 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 **Hakan YANAK** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**154)**

**Dosya No: 2019/13081**

**Şikayet Edilen: Osman ALPASLAN**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şahıs tarafından afişler üzerinden gerçekleştirilen reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Yayınlandığı Mecra:** Afiş

**Tespitler:** Yürütülen inceleme neticesinde, Osman Alpaslan tarafından 2019 yılı içerisinde İzmir ilinde çeşitli mekanlarda yer verilen afişlerde "Emeklilere kredi çıkartılır, puanı düşük emekliye, dul yetim maaşı alana, icralık emekliye, kömür borcu olanlara kredi çıkartılır kredi kartı da çıkartılır Özgür Finans" ve "dikkat bankaya ve emekliler derneğine kömür borcunuz var ise elinizde para kalmıyorsa borcunuzu kapatalım maaşınıza kavuşturalım Özgür Finans" şeklinde tanıtımlarda bulunulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; şahıs tarafından gerçekleştirilen kredi hizmeti tanıtımlarında tüketicilere yönelik olarak kredi hizmeti sunulduğu yönünde ifadelere yer verildiği, böylece kredi kuruluşu olarak hareket ettiğiniz, bu durumun 5411 sayılı Bankacılık Kanunu’nun; “Tanım ve kısaltmalar” başlıklı 3 üncü maddesinde yer alan; “Bu Kanunun uygulanmasında;(…)Banka: Mevduat bankaları ve katılım bankaları ile kalkınma ve yatırım bankalarını.(…)ifade eder” hükmü ile “Faaliyet Konuları” başlıklı 4 üncü maddesinde yer alan; “Bankalar, diğer kanunlarda öngörülen hükümler saklı kalmak kaydıyla aşağıda belirtilen faaliyetleri gerçekleştirebilirler…c) Nakdî, gayrin nakdî her cins ve surette kredi verme işlemleri…” hükmüne aykırılık teşkil ettiği, dolayısıyla, ilgili mevzuat uyarınca nakit kredi sağlanmasının sadece yetkili kılınan kurumlarca ve belirlenen prosedürlere göre gerçekleştirilmesi öngörüldüğü halde şahıs tarafından mevzuat tarafından yetkili kılınan bir finansal kuruluş gibi kredi verildiği yönünde gerçekleştirilen tanıtımların mevzuata aykırı olduğu 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-b; 9/1; 28/1, 28/4; 29/1; 30/1; 32/1 maddeleri,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin Haksız Ticari Uygulama Olarak Kabul Edilen Örnek Uygulamalar Ekinin 8, 14 üncü maddeleri

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

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

**155)**

**Dosya No: 2019/13082**

**Şikayet Edilen: Talat GÜLER**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şahıs tarafından afişler üzerinden gerçekleştirilen reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Yayınlandığı Mecra:** Afiş

**Tespitler:** Yürütülen inceleme neticesinde, Talat GÜLER tarafından 2019 yılı içerisinde İzmir ilinde çeşitli mekanlarda yer verilen afişlerde "*Emeklilere müjde!!! İcralıklara kredi imkanı, varlık borçları kapatılır, icra borçları kapatılır 60 ay vade, borçlarınızı tek bankada topluyoruz Nesrin Finans*" şeklinde tanıtımlarda bulunulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; şahıs tarafından gerçekleştirilen kredi hizmeti tanıtımlarında tüketicilere yönelik olarak kredi hizmeti sunulduğu yönünde ifadelere yer verildiği, böylece kredi kuruluşu olarak hareket ettiğiniz, bu durumun 5411 sayılı Bankacılık Kanunu’nun; “Tanım ve kısaltmalar” başlıklı 3 üncü maddesinde yer alan; “Bu Kanunun uygulanmasında;(…)Banka: Mevduat bankaları ve katılım bankaları ile kalkınma ve yatırım bankalarını.(…)ifade eder” hükmü ile “Faaliyet Konuları” başlıklı 4 üncü maddesinde yer alan; “Bankalar, diğer kanunlarda öngörülen hükümler saklı kalmak kaydıyla aşağıda belirtilen faaliyetleri gerçekleştirebilirler…c) Nakdî, gayrin nakdî her cins ve surette kredi verme işlemleri…” hükmüne aykırılık teşkil ettiği, dolayısıyla, ilgili mevzuat uyarınca nakit kredi sağlanmasının sadece yetkili kılınan kurumlarca ve belirlenen prosedürlere göre gerçekleştirilmesi öngörüldüğü halde şahıs tarafından mevzuat tarafından yetkili kılınan bir finansal kuruluş gibi kredi verildiği yönünde gerçekleştirilen tanıtımların mevzuata aykırı olduğu 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-b; 9/1; 28/1, 28/4; 29/1; 30/1; 32/1 maddeleri,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin Haksız Ticari Uygulama Olarak Kabul Edilen Örnek Uygulamalar Ekinin 8, 14 üncü maddeleri

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

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

**156)**

**Dosya No: 2020/6015**

**Şikayet Edilen: El Ayakkabı İmalat San. Ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait mağazada gerçekleştirilen tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 11.03.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ait mağazada “Son İndirim” şeklinde tanıtımlara yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firma tarafından gerçekleştirilen tanıtımlarda genel olarak "Son İndirim" duyurusunda bulunulduğu, bu çerçevede, hangi mal veya hizmetlerin indirimli satışa konu edileceği konusunda anlam karışıklığına yol açılmaması, dolayısıyla doğru bilgi verilmesi yükümlülüğü ile indirimli satış başlangıç ve bitiş tarihlerinin belirtilmesi şeklindeki Reklam Mevzuatında indirimli satışlara ilişkin olarak belirlenen hükümlerin ihlal edildiği değerlendirilmiş olup

Dolayısıyla, inceleme konusu reklamların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre,reklam veren **El Ayakkabı İmalat 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

**157)**

**Dosya No: 2020/6016**

**Şikayet Edilen: Tchibo Kahve Mamülleri Dağ. ve Paz. Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait mağazada gerçekleştirilen tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 10.03.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ait mağazada “Kış İndirimi” şeklinde tanıtımlara yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firma tarafından gerçekleştirilen tanıtımlarda genel olarak “Kış İndirimi” duyurusunda bulunulduğu, bu çerçevede, hangi mal veya hizmetlerin indirimli satışa konu edileceği konusunda anlam karışıklığına yol açılmaması, dolayısıyla doğru bilgi verilmesi yükümlülüğü ile indirimli satış başlangıç ve bitiş tarihlerinin belirtilmesi şeklindeki Reklam Mevzuatında indirimli satışlara ilişkin olarak belirlenen hükümlerin ihlal edildiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre,reklam veren **Tchibo Kahve Mamülleri Dağ. ve Paz. Tic. Ltd. Şti.** hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir

**158)**

**Dosya No: 2020/6017**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait mağazada gerçekleştirilen tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 11.03.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ait mağazada “İndirim” şeklinde tanıtımlara yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firma tarafından gerçekleştirilen tanıtımlarda genel olarak “İndirim” duyurusunda bulunulduğu, bu çerçevede, hangi mal veya hizmetlerin indirimli satışa konu edileceği konusunda anlam karışıklığına yol açılmaması, dolayısıyla doğru bilgi verilmesi yükümlülüğü ile indirimli satış başlangıç ve bitiş tarihlerinin belirtilmesi şeklindeki Reklam Mevzuatında indirimli satışlara ilişkin olarak belirlenen hükümlerin ihlal edildiği değerlendirilmiş olup

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre,reklam veren **Toka 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

**159)**

**Dosya No: 2020/6018**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait mağazada gerçekleştirilen tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 11.03.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ait mağazada “Son İndirim” şeklinde tanıtımlara yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firma tarafından gerçekleştirilen tanıtımlarda genel olarak “Son İndirim” duyurusunda bulunulduğu, bu çerçevede, hangi mal veya hizmetlerin indirimli satışa konu edileceği konusunda anlam karışıklığına yol açılmaması, dolayısıyla doğru bilgi verilmesi yükümlülüğü ile indirimli satış başlangıç ve bitiş tarihlerinin belirtilmesi şeklindeki Reklam Mevzuatında indirimli satışlara ilişkin olarak belirlenen hükümlerin ihlal edildiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu reklamların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

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

**160)**

**Dosya No: 2021/4169**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait www.hepsiburada.com adresli internet sitesinde gerçekleştirilen tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 24.08.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.hepsiburada.com adresli internet sitesinde Reeder M10 Blue Max 64 GB 4G LTE" adlı ürünün 2.299 TL üzerinden yapılan indirimle 1.199.89 TL bedelle satışa sunulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firma tarafından gerçekleştirilen tanıtımlarda piyasa fiyatı indirimli bir şekilde satışa sunulan ürünün bir önceki fiyatına ilişkin kanıtlayıcı bilgilerin firma tarafından Bakanlığa sunulamadığı, söz konusu uygulama ile "Yapılan indirimin miktarı veya oranı hesaplanırken, indirimli fiyattan bir önceki fiyat esas alınır" şeklindeki yükümlülük başta olmak üzere indirimli satış başlangıç ve bitiş tarihleri ile ürünlere ilişkin stok bilgilerinin verilmesi şeklindeki Reklam Mevzuatında indirimli satışlara ilişkin olarak belirlenen hükümlerin ihlal edildiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu reklamların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre,reklam veren **D-Market Elektronik Hizm. 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.

**161)**

**Dosya No: 2021/4376**

**Şikayet Edilen: Polisan Kansai Boya San. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından çeşitli mecralarda yayınlatılan reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 14.09.2021

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon, internet

**Tespitler:** Firma tarafından yayınlanan tanıtımlarda “Polisan Elegans Extra Soft Anti-Covid" adlı ürüne ilişkin olarak çeşitli televizyon kanallarında ve firma youtube adresi ile diğer mevcralarda yer verilen tanıtımlarda Anti-Covid ifadesiyle birlikte virüs görsellerine ve "*Boyandığı yüzeye temas eden Covid 19'u %99.99 yok eder", "Covid 19'u %99.99 yok eden ilk iç cephe boyası", "Küf ve mantar önleyici", "Polisanla gülümse sağlığa", "Duvarlarınıza sağlık", "Etkisi onaylıdır"* vb. ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; kamuoyunda koronavirüs olarak bilinen Covid 19 virüsü kaynaklı hastalığın esas olarak damlacık yoluyla bulaştığı, bu hastalığı geçiren bireylerin öksürme, hapşırma yoluyla ortaya saçtıkları damlacıklara diğer kişilerin elleri ile temas etmesi sonrasında ellerini ağız, burun veya göz mukozasına götürmesi ve temas etmesi ile bulaşmanın da söz konusu olmasına karşın bu durumun iç mekanda bulunan tüm eşyalar için geçerli olduğu hususları birlikte değerlendirildiğinde, "Polisan Elegans Extra Soft Anti-Covid" adlı ürünün gerek ürün ismi gerekse tanıtımları vasıtasıyla ürünün temel bulaşı yolundan ziyade çeşitli koşullara bağlı olan temasa vurgu yapılarak gündelik kullanımda diğer iç mekan eşyalarına oranla temas edilme ihtimali oldukça oldukça düşük olan duvarların boyanması yoluyla tüketicilerde virüsün yok edileceği/öldürüleceği, dolayısıyla ürünün kullanımı neticesinde tekrar virüs bulaşısının olmayacağı yönünde bir algı oluşturulduğu, kamu sağlığını bozucu nitelikteki bu durumun ürünün yanlış ve aşırı kullanımına da neden olabilecek şekilde tüketicileri yanlış yönlendirdiği,

Diğer taraftan, ilgili tanıtımlarda yer verilen “Etkisi onaylı” ifadesi ile ürünün firma youtube adresinde halihazırda devam eden tanıtımlarında bulunan "Sağlık Bakanlığı Onaylı..." ifadesinin, söz konusu ürünün biyosidal bir ürün olması ve piyasaya arz edilebilmesinin ön koşulu olarak da Sağlık Bakanlığı tarafından ruhsatlandırılması veya tescil edilmesi gerekliliği bulunması nedeniyle tüketiciler nezdinde reklamı yapılan ürüne özel bir onay verildiği ve bu ürünün diğerlerinden farklı ya da daha üstün olduğu algısı yarattığı,

Bu durumların da tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 6/1-g, 6/1-h; 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/6, 7/8-b,, 7/8-c, 7/8-ç; 9/1; 28/1, 28/2, 28/4; 29/1, 29/2-a, 29/2-b, 29/2-ç; 32/1 maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre,reklam veren **Polisan Kansai Boya 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

**162)**

**Dosya No: 2021/4377**

**Şikayet Edilen: DYO Boya Fabrikaları San. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından çeşitli mecralarda yayınlatılan reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 22.09.2021

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon, internet

**Tespitler:** Firma tarafından yayınlanan tanıtımlarda "Teknoplast Anti-Covid" adlı ürüne ilişkin olarak çeşitli televizyon kanallarında ve firma youtube ve internet adresi ile çeşitli mecralarda yayınlanan tanıtımlarda Anti-Covid ifadesiyle birlikte virüs görsellerine ve *"Covid 19 hastalığına neden olan SARS-CoV-2 virüsünü %99,99 oranında yok eder.", "Koronavirüs salgını ile birlikte hayat da devam ediyor, işte bu yüzden Dyo Teknoplastı geliştirdik" "Özel geliştirilen formülü ile duvarınıza temas eden Koronovirüsü 30 dakikada yok etmeye başlar 24 saatte %99.99 etkilidir" "Sağlık Bakanlığı tarafından etkisi onaylanan...*" vb. ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; kamuoyunda koronavirüs olarak bilinen Covid 19 virüsü kaynaklı hastalığın esas olarak damlacık yoluyla bulaştığı, bu hastalığı geçiren bireylerin öksürme, hapşırma yoluyla ortaya saçtıkları damlacıklara diğer kişilerin elleri ile temas etmesi sonrasında ellerini ağız, burun veya göz mukozasına götürmesi ve temas etmesi ile bulaşmanın da söz konusu olmasına karşın bu durumun iç mekanda bulunan tüm eşyalar için geçerli olduğu hususları birlikte değerlendirildiğinde, "Teknoplast Anti-Covid" adlı ürünün gerek ürün ismi gerekse tanıtımları vasıtasıyla ürünün temel bulaşı yolundan ziyade çeşitli koşullara bağlı olan temasa vurgu yapılarak gündelik kullanımda diğer iç mekan eşyalarına oranla temas edilme ihtimali oldukça oldukça düşük olan duvarların boyanması yoluyla tüketicilerde virüsün yok edileceği/öldürüleceği, dolayısıyla ürünün kullanımı neticesinde tekrar virüs bulaşının olmayacağı yönünde bir algı oluşturulduğu, kamu sağlığını bozucu nitelikteki bu durumun ürünün yanlış ve aşırı kullanımına da neden olabilecek şekilde tüketicileri yanlış yönlendirdiği,

Diğer taraftan, anılan tanıtımlarda “*Sağlık Bakanlığı tarafından etkisi onaylanan..”* ifadelerine yer verilmesinin, söz konusu ürünün biyosidal bir ürün olması ve piyasaya arz edilebilmesinin ön koşulu olarak da Sağlık Bakanlığı tarafından ruhsatlandırılması veya tescil edilmesi gerekliliği bulunması nedeniyle tüketiciler nezdinde reklamı yapılan ürüne özel bir onay verildiği ve bu ürünün diğerlerinden farklı ya da daha üstün olduğu algısı yarattığı,

Bu durumların da tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu reklamların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 6/1-g, 6/1-h; 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/6, 7/8-b,, 7/8-c, 7/8-ç; 9/1; 28/1, 28/2, 28/4; 29/1, 29/2-a, 29/2-b, 29/2-ç; 32/1 maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre,reklam veren **DYO Boya Fabrikaları 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.

**163)**

**Dosya No: 2021/4378**

**Şikayet Edilen: Vestel Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından çeşitli mecralarda yayınlatılan reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 05.10.2021

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon, internet

**Tespitler:** Firma tarafından yayınlanan tanıtımlarda "Gün Işığı Pro Teknolojisi ile Üstün Hijyen" adlı tanıtımlara ilişkin olarak çeşitli televizyon kanallarında yayınlanan, firma youtube adresinde yer verilen tanıtımlarda; "*Vestel Gün Işığı Pro teknolojisi niçin var: her gün keyifle, güvenle, sağlıkla bir arada olmak için" e "Vestel'den Covid 19'a karşı etkisi kanıtlanmış, belirli virüs ve bakterileri %99,99 oranında yok eden Gun Işığı Pro Teknolojisi", ve Covid-19 dahil virüsleri %99,99, bakteri ve mantarları %99,9999 yok eder vb. görseller ile birlikte "Gıdalar için tüm bölmelerde üstün hijyenle tazelik sağlayan"i "Giyisilerde ekstra hijyen sağlayan çamaşır ve kurutma makineleri", "Mutfağınızda bulaşıklarınızda maksimum hijyen için bulaşık makineleri", "Evinizin havasını değiştirerek rahat bir nefes almanızı sağlayan klimalar, sağlıklı ve temiz ortam havası", "Gün ışığı Pro teknolojisi ile"* ifadelerine;

Firmaya ait www.vestel.com.tr adresli internet sitesinin 05.10.2021 tarihli görünümünde;

Buzdolabı başlığı altında "*Gıdalar için Buzdolabı içerisine yerleştirilen Gün Işığı Pro Teknolojisi; içerisine yerleştirilen UVC ışınları sayesinde size ve gıdalarınıza direkt temas etmeden filtre yüzeyindeki bakteri\* ve fungusitlerin\*\* %99.999 'unu, virüslerin\*\*\* %99.99 'unu öldürerek etkisiz hale getirir. Aynı zamanda değişim gerektirmeyen filtresi ile kötü koku oluşumunu azaltıp, gıdaların temas ettiği hava kalitesini artırarak maksimum hijyen sağlar. Bu sayede gıdaların daha uzun süre tazeliğini korumasına yardımcı olur. (058 bildirim kayıtlı teknolojinin, bakteri ve virüsler üzerine etkisi T.C. Sağlık Bakanlığı onaylıdır.) \* Etkili olunan bakteriler: Escherichia coli, Staphylococcus aureus, Pseudomonas aeruginosa, Enterococcus hirae \*\* Etkili olunan fungusitler: Candida albicans, Aspergillus brasiliensis (ex A. niger) \*\*\* Etkili olunan virüsler: SARS-CoV-2 (COVID-19), Adenovirus, Murine Norovirus, Poliovirus Type 1, Human Coronavirus, Bovine Coronavirus"*

Bulaşık makinesi başlığı altında "*Gün Işığı Pro Teknolojisi; içerisine yerleştirilen UVC ışınları sayesinde size direkt temas etmeden bulaşıklarınızın üzerindeki bakterilerin\* %99.9999 'unu ve virüslerin\* %99.99 'unu öldürerek etkisiz hale getirir. Bu sayede bulaşıklarınızda maksimum hijyen sağlanır. (058 numaralı bildirim kaydı ile ilgili teknolojinin bakteri ve virüsler üzerindeki etkisi T.C. Sağlık Bakanlığı onaylıdır.)\*Gün Işığı Pro Opsiyonu, Süper 50’ Programı ve Ekstra Hijyen Opsiyonu birlikte çalıştırıldığında, Staphylococcus Aureus, Enterococcus Faecium, Bacillus Cereus, Aspergillus Niger bakterilerine ve Human Adenovirus Type 5, Murine Norovirus, Poliovirus Type 1, Human Coronavirus, Bovine Coronavirus, Sars-Cov-2 (Covid-19) virüslerine karşı etkilidir."*

Çamaşır makinesi başlığı altında "*Vestel’in gün ışığının doğal koruyuculuğundan ilham alarak geliştirdiği özel Gün Işığı Teknolojisi ile artık çamaşırlar daha hijyenik yıkanarak, derinlemesine temizlik her eve sağlık ve hayat katmaktadır. Çamaşır makinesi kapısına yerleştirilmiş hazneden çamaşırlar üzerine özel ışık vererek ekstra hijyenik bir yıkama gerçekleştiren bu teknoloji sayesinde, ek kimyasal dezenfektanlar kullanılmadan çamaşırlarda yüksek düzeyde hijyen sağlamaktadır. Farklı programları sayesinde her türlü çamaşır tipinde kullanılarak, çamaşır dışında kazan hijyenini de sağlamaktadır.*

*(Program çeşitleri: Gün Işığı, Bebek Kıyafeti, Hızlı Gün Işığı ve susuz Gün Işığı)*

*Gün Işığı Programı 60°C ve 269 dakikada Enterococcus faecium bakterisine; Human Adenovirus Type 5, Poliovirus Type 1, Murine norovirus, Bovine Coronavirus, Human Coronavirus virüslerine karşı etkilidir.*

*Bebek Kıyafetleri Programı 60°C ve 200 dakikada Poliovirus Type 1, SARS-COV-2(Covid-19) virüslerine karşı etkilidir. Hızlı Gün Işığı Programı 30°C ve 60 dakikada SARS-COV-2(Covid-19) virüsüne karşı etkilidir.*

*Susuz Gün Işığı Programı 29 dakikada Echerichia Coli bakterisine ve Poliovirüs virüslerine karşı etkilidir.)"*

Kurutma makinesi başlığı altında *"Gün Işığı Pro Teknolojisi; içerisine yerleştirilen UVC ışınları sayesinde size direkt temas etmeden çamaşırlarınız üzerindeki bakterilerin\* ve fungusitlerin\* %99.9999 'unu, virüslerin\* %99.99 'unu öldürerek etkisiz hale getirir. Bu sayede çamaşırlarınızda maksimum hijyen sağlanır. (058 numaralı bildirim kaydı ile ilgili teknolojinin; bakteri, fungusit ve virüsler üzerindeki etkisi T.C. Sağlık Bakanlığı onaylıdır.) \*Gün Işığı Kurutma Programı çalıştırıldığında, Staphylococcus Aureus, Enterococcus Faecium, Escherichia coli bakterilerine, Aspergillus Niger fungusitine ve  Human Adenovirus Type 5, Poliovirus Type 1, Human Coronavirus, Sars-Cov-2 (Covid-19) virüslerine karşı etkilidir."*

Klima başlığı altında *"Vestel Gün Işığı Inverter Klimalar, sahip olduğu ışın teknolojisi sayesinde, ısı değiştirici yüzeyi üzerinden geçen sağlığa zararlı belirli virüs ve bakterileri %99.99 oranında öldürür.*

*\*Belirli virüs ve bakteriler; Staphylococcus Aureus, Murine Norovirüs, Poliovirus Type 1, Sars-Cov-2(covid-19) Aynı zamanda içerdiği çok kademeli filtreleme sistemiyle ter temiz bir ortam havası sunuyor. Gün Işığı Pro Teknolojili ürünlerde kullanılan filtreleme sistemi: Toz Filtresi, CatechinFiltre, ku Giderici Filtre, Gün Işığı Filtre"* vb. ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, **f**irma tarafından üretilen ürünün, Covid-19 virüsüne karşı etkisi kanıtlanmış olsa dahi, hasta bireylerin yüzeylere damlacık yolu ile korona virüs bulaştırma riskinin devam ettiği göz önüne alındığında, koronavirüsü öldüreceğine yönelik ifadeler ile tanıtımının yapılmasının tüketiciler nezdinde ürünün kullanımı neticesinde tekrar virüs bulaşının olmayacağı izlenimi uyandırdığı, bu durumun tüketicileri yanlış yönlendirdiği ve kamu sağlığını bozucu olacağı,

öte yandan, tanıtımlarda, ürünün, Koronavirüsü yok edeceğine yönelik ifadelerde bulunulduğu ve biyosidal etki gösterdiğinin iddia edildiği ancak biyosidal ürünlerin virüs, bakteri, mikrop gibi zararlı organizmaları yok etmek yanında bunları etkisiz hale getirmek veya uzaklaştırmak amacı ile kullanılan ürünler olduğu, diğer taraftan biyosidal ürünlerin insan sağlığına zararlı olabilecek içeriklerinden dolayı ilgili mevzuatları gereği güvenli kullanımına yönelik etiketleme ve tanıtım yapılması gerektiği hususları birlikte değerlendirildiğinde belirtilen ifadeler ile söz konusu ürünün özel olarak Koronavirüsü yok etmeye yönelik bir ürün olduğu algısı yaratılmasının tüketiciler nezdinde yanıltıcı olacağı ve söz konusu ürünün hastalıktan korunma amaçlı aşırı kullanımına yol açacağı,

bununla birlikte, biyosidal ürünlere ilişkin mevzuat kapsamında insan hijyenine yönelik biyosidal ürünler için test organizmaları arasında Koronavirüs suşunun yer almadığı, bu nedenle tüketicide yanlış algı oluşturacak söz konusu iddiaların kullanımının Biyosidal Ürünler Yönetmeliği’nin “Etiketleme” başlıklı 36 ıncı maddesi doğrultusunda uygun olmadığı,

“Sağlık Bakanlığı tarafından etkisi onaylanan..” ifadelerine yer verilmesinin, söz konusu ürünün biyosidal bir ürün olması ve piyasaya arz edilebilmesinin ön koşulu olarak da Sağlık Bakanlığı tarafından ruhsatlandırılması veya tescil edilmesi gerekliliği bulunması nedeniyle tüketiciler nezdinde reklamı yapılan ürüne özel bir onay verildiği ve bu ürünün diğerlerinden farklı ya da daha üstün olduğu algısı yarattığı,

Bu durumların da tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Biyosidal Ürünler Yönetmeliğinin 5/1-b; 36/3; 38/1-a maddeleri,

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 4/c; 5/1-a, b, c, ç, d maddeleri

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 6/1-g, 6/1-h; 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/6, 7/8-b,, 7/8-c, 7/8-ç; 9/1; 26-1; 32/1 maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre,reklam veren **Vestel Tic. A.Ş.** hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları 3 ay tedbiren durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir

**164)**

**Dosya No: 2021/4384**

**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

**Yayınlandığı Mecra:** Afiş

**Tespitler:** Reklam Kurulu’nun 10.08.2021 tarihli ve 312 sayılı toplantısında konuya ilişkin olarak verilen karardan sonra Faturakom Ödeme Sistemleri A.Ş. üzerinden HGS işlemleri yapılma imkanının kaldırıldığı, bu çerçevede şahsın HGS dolumu yapma yetkisinin bulunmadığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; şahsa ait Huzur Dinlenme tesisinde PTTAVM tarafından bireysel kullanım için oluşturulmuş internet sitesi üzerinden işlem gerçekleştirildiği, bu çerçevede Karayolları Genel Müdürlüğü ile Posta ve Telgraf Teşkilatı A.Ş. arasından imzalanan sözleşmeler gereğince Posta ve Telgraf Teşkilatı A.Ş. unvanlı firmaya devredilen ödeme yetkisini kullanacak şekilde ilgili firma ile Murat Temeloğlu arasında imzalanan bir sözleşmenin bulunmadığı, diğer bir ifadeyle Hızlı Geçiş Sistemi'ne (HGS) ilişkin olarak yetkisiz bir biçimde işlem gerçekleştirildiği, dolayısıyla ilgili tarafından HGS sisteminin kullanılabilmesi için gerekli kartların satışının ve dolumunun yapılmasının mümkün olmadığı, bu nedenle ilgili ürünün satışının veya dolumunun 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 tüketicileri yanıltıcı olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- 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.

**165)**

**Dosya No:** **2021/1868**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından, www.a101.com.tr adresli internet sitesinde yayınlanan “2-3 gün içinde kargoya teslimat! 150 TL ve üzeri siparişinize ücretsiz kargo!” başlıklı reklamlar***.***

**Reklam Yayın Tarihi:** Haziran 2021

**Yayınlandığı Mecra**: İnternet

**Tespitler:** Firmaya ait [www.a101.com.tr](http://www.a101.com.tr) adresli internet sitesinde “*2-3 gün içinde kargoya teslimat! 150 TL ve üzeri siparişinize ücretsiz kargo!”* şeklinde ifadelerin bulunduğu ve söz konusu internet sitesinin ana sayfası dahil her sayfasında sol üst köşede *“2-3 gün içinde kargoya teslimat!”* ifadesinin yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firmaya ait www.a101.com.tr adresli internet sitesinde “2-3 gün içinde kargoya teslimat! 150 TL ve üzeri siparişinize ücretsiz kargo!” şeklinde ifadelerin bulunduğu, istisnai durumlar dışında tüketicilerin siparişlerinin 2-3 gün içerisinde kargoya verildiği, şikayet eden tüketicinin vermiş olduğu siparişin de firma tarafından reklamda belirtildiği gibi 2-3 gün içinde kargo şirketine teslim edildiği, ancak anlaşmalı kargo firmasının kota problemi nedeniyle siparişin kargo çıkışının sağlanamadığı, duruma ilişkin kargo firması tarafından firmaya gönderilen ispata ilişkin bilgilendirme e-postasının ve faturanın Bakanlığa iletilen cevap yazısı ekinde yer aldığı, faturada sipariş ve kargo tarihinin bulunduğu ve tüketicinin satın aldığı ürünün de 2- 3 gün içinde kargoya teslim edildiğinin ispatlandığı, reklamlarda yanıltıcı nitelikte olduğu ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil edecek herhangi bir durum bulunmadığı değerlendirilmiş olup,dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların; 6502 sayılı Kanun’un 61 ve 62 nci maddelerine **aykırı olmadığına**karar verilmiştir.

**166)**

**Dosya No: 2021/1927**

**Şikayet Edilen: Aktif Yatırım Bankası A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait internet sitesinde yer alan “N Kolay Ankara kart” başlıklı reklamlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ait internet sitesinde, “N Kolay Kartı nereden alabilirim?” başlığı altında “*N Kolay Ankarakart satış noktalarından N Kolay Ankara tam kartınızı alabilirsiniz, Beytepe, Ümitköy, Kızılay, Dikimevi, AŞTİ, Sıhhiye, Ulus, Akköprü, İvedik, Demetevler, Hastane ve Batıkent metro istasyonları N Kolay Kart Ankara gişelerinden, ayrıca Ankara’daki bir çok N Kolay Ankara Kart bayisinden N Kolay Ankara tam kart alınabilmektedir.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firmaya ait “N Kolay” Ankara “kartının tüketici tarafından kaybedildiği, firmanın müşteri hizmetlerinin aranarak kartın kullanıma kapatıldığı, yapılan görüşmeden hemen sonra kartın tüketici tarafından bulunduğu, kartın kullanıma açılması için tekrar müşteri hizmetlerinin arandığı, ancak kartın kullanıma açılamayacağı bilgisinin verildiği, yeni kart alınması halinde, iptal edilen kart içindeki paranın yeni karta otomatik olarak aktarılacağı bilgisinin verildiği, en yakın N Kolay Kart İşlem merkezi adresinin talep edildiği, verilen adreslerde, N Kolay kart satışının yapılmadığı ve metro içerisinde bulunan N Kolay Kart İşlem Merkezlerinin aylar önce kapatıldığının anlaşıldığı, firmanın müşteri hizmetleri ile yapılan telefon görüşmesinde, kart satış yerlerine ait bilgilerin güncel olduğu, söz konusu kart satış yerlerine ait bilgilere internet üzerinden de ulaşabileceği bilgisinin verildiği, ancak verilen adreslerde de kart satışının yapılmadığı, söz konusu reklamların 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, 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 **Aktif Yatırım Bankası A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**167)**

**Dosya No: 2021/1985**

**Şikayet Edilen: Tankoç Tekstil Elekt. Malz. San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait tek kullanımlık maskelere ilişkin reklamlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj-Diğer/Çeşitli

**Tespitler:** Bakanlıkça gönderilen savunma yazısına firma tarafından cevap verilmediği, söz konusu maske kutusu üzerinde ISO 13485 ve TS 14683 standartlarına yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firma tarafından üretilen tek kullanımlık cerrahi maske kutuları üzerinde, ISO 13485 ve TS 14683 standartlarına yer verildiği, ancak Bakanlıkça gönderilen savunma yazısına firma tarafından cevap verilmediği ve söz konusu standartların ispatlanamadığı, TS 14683 Standardına göre maskelerin içinde katman bulunması gerektiği, ancak maskelerin kesilip içi kontrol edildiği zaman gazlı beze benzeyen çok ince bir katman bulunduğunun anlaşıldığı ve aldatıcı tanıtım yapılarak halk sağlığına zarar verildiği, söz konusu reklamların tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5, 7, 9, 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 **Tankoç Tekstil Elekt. Malz. 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.

**168)**

**Dosya No:** **2021/2008**

**Şikayet Edilen: Sa Ayakkabı Mağazaları San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından tüketicilere gönderilen “Düzce’de bugün açıldık! Terlikler 1 TL, üç çift ayakkabı 150 TL” başlıklı kısa mesaj şeklindeki tanıtımlar ve satış mağazasını dışında yer alan ve “Açılışa özel! Ev terlikleri 1TL” ifadelerini içeren afişler.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:**Afiş-Kısa mesaj

**Tespitler:** Firmaya ait söz konusu reklamlarda, “Düzce’de bugün açıldık! Terlikler 1 TL, üç çift ayakkabı 150 TL” ve “Açılışa özel! Ev terlikleri 1TL” şeklinde ifadelerin yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firmaya ait söz konusu reklamlarda, “Düzce’de bugün açıldık! Terlikler 1 TL, üç çift ayakkabı 150 TL” ve “Açılışa özel! Ev terlikleri 1TL” ve “Açılışa özel! Ev terlikleri 1TL” şeklinde ifadelerin yer aldığı, ancak tüketicilerin mağazaya gittiği zaman 1 TL’ye terlik satılmadığının anlaşıldığı, firma tarafından söz konusu terliklerin bittiğinin söylendiği, dolayısıyla tüketicilerin 1 TL’ye terlik alamadığı,

Düzce Ticaret İl Müdürlüğü tarafından yapılan denetimde, firma tarafından terliklerin 1 TL’ye satıldığına ilişkin ispatlayıcı nitelikte fatura ibraz edilemediği, ayrıca söz konusu reklamlarda indirimli satışın başlangıç ve bitiş tarihlerine ve stok miktarlarına yer verilmediğinin tespit edildiği, söz konusu reklamların 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, 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 **Sa Ayakkabı Mağazaları 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.

**169)**

**Dosya No: 2019/11116**

**Şikayet Edilen: Google Reklamcılık ve Pazarlama Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.google.com adresli internet sitesinin arama çubuğunda "medyum" kelimesi aratıldığında arama sonucu olarak sunulan ve "reklam" olduğu belirtilen medyumlara ilişkin tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020-20.08.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: www.google.com adresli internet sitesinin arama çubuğunda "medyum" kelimesi aratıldığında arama sonucu olarak sunulan ve "reklam" olduğu belirtilen medyumlara ilişkin tanıtımlarda; *"canbar büyüsü-ankara medyum-eniyimedyumubul.com Reklam· https://www.eniyimedyumubul.com/en/iyimedyum 0538 365 29 92 Büyü Bozma hoca, nohut büyüsü, cinci hocalar, büyü bozan hoca hakkında bilgi alın. En etkili medyum hocalar için medyum yorumları sayfamızda ki yorumları inceleyin...gerçek medyum - en iyi medyum, Reklam·https://www.bedirhanhoca.com/ 0535 636 85 23 büyü yapan medyumlar -en etkili medyum hoca...Geri Getirme Büyüsü Yorumları - En iyi medyumun yorumları, Reklam·https://www.medyumaraniyor.net/medyumariyorum/gerçekmedyum 0542 572 65 58 Bağlama ve Aşk Büyüleri uzmanlarının yaptığı işlemler hakkında bilgi alınız.Medyum Hoca. Aşk Büyüsü. Bağlama Büyüsü. Ayırma Büyüsü. Hizmetler: Bağlama Büyüsü, Aşık Etme Büyüsü, Evlilik Büyüsü...En İyi Medyum, İşinin eri Medyum Hocalar, Reklam· https://www.guvenilirmedyumlarbul.com/ 0536 760 02 58 Yorumlarınız admin onayından sonra yayına alınır lütfen yorumları gerçek yazınız. Geri getirme işlemi nedir aşk işlemi nedir kimler yapar Yorumlarımızı inceleyiniz. Geri Getirme İşlemi Nedir. Ayrılık İşlemi Nedir. Evlendirme İşlemi Nedir..."* şeklinde ifadelere yer verildiğitespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, www.google.com adresli internet sitesinin arama çubuğunda "medyum" kelimesi aratıldığında arama sonucu olarak sunulan ve "reklam" olduğu belirtilen medyumlara ilişkin tanıtımlarda yer verilen ifadelerin açıkça Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin "Diğer hususlar" başlıklı 27 nci maddesinde yer alan; *"(3)Falcı, medyum, astrolog ve benzerleri tarafından verilen hizmet reklamları ile yasadışı bahis ve kumar oyunlarının reklamları hiçbir şekilde yapılamaz..."*  hükmüne aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7, 9, 27, 28, 29 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

Buna göre, mecra kuruluşu **Google Reklamcılık ve Pazarlama Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **114.326 TL (Yüzondörtbinüçyüzyirmialtı Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**170)**

**Dosya No: 2021/2319**

**Şikayet Edilen: TV8 TV Yayıncılık A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait TV8 logolu televizyon kanalında yayınlanan PSV-Galatasaray Şampiyonlar Ligi 2. ön eleme turu futbol müsabakası esnasında yasadışı bahis sitelerine ilişkin olarak yapılan dijital reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 21.07.2021

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler**: Söz konusu yayında; 26 dakika boyunca; *"Tempobet, Vdcasino, Medabet, İlbet, Hiperwin, Goldenbonus, Nerobet, T-Bet, Venusbet, Betexper, Turkbet, Tudorbet, Hititbet, Elexbet, Bahsine, Betnano, Betpuan, Extrabet, Superbetin, Pasgol, Betsat..."* ifadelerine yer verildiğitespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, 21.07.2021 tarihinde saat 22:00'den itibaren TV8 Tv Yayıncılık A.Ş. unvanlı firmaya ait TV8 logolu televizyon kanalında yayınlanan PSV-Galatasaray Şampiyonlar 2. ön eleme turu futbol müsabakası esnasında; maçın başlamasından itibaren 26 dakika boyunca; *"Tempobet, Vdcasino, Medabet, İlbet, Hiperwin, Goldenbonus, Nerobet, T-Bet, Venusbet, Betexper, Turkbet, Tudorbet, Hititbet, Elexbet, Bahsine, Betnano, Betpuan, Extrabet, Superbetin, Pasgol, Betsat..."* ifadeleri ile stadyumda saha kenarında ve kale yanlarında yer alan reklam stantlarının üstüne yurt içi ve yurt dışı menşeli yasadışı bahis şirketlerinin reklamının dijital olarak yerleştirildiği ve ekranda sürekli görünür vaziyette olduğu, sonrasında "*Teknik bir arızadan dolayı yayınımız birazdan devam edecektir*" açıklamasından itibaren 5 dakika boyunca maç yayınının durduğu ve tekrar yayınlanmaya başladığında söz konusu dijital reklamların kaldırılmış olduğunun anlaşıldığı, Spor Toto Teşkilat Başkanlığınca bayilik verilen mevcut yasal sanal ortam bayilerinin haricinde Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin 27 nci maddesinde yer alan "*yasadışı bahis ve kumar oyunlarının reklamları hiçbir şekilde yapılamaz."* hükmü kapsamında mecra kuruluşu firma tarafından yer verilen yasadışı bahis sitesi reklamlarının mevzuata göre açıkça yasak olduğu,

Anılan dijital reklamların futbol izleyicisi tüketicilerin merakını uyandıran ve izleyiciyi canlı bahse katılmaya teşvik eden ve kumar oynamaya özendiren içerikte olduğu, bu reklam yayınlarının; izleyicilerin internet ortamında çok yaygın olan illegal bahis sitelerine yönelmesine yol açabilecek nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7, 9, 26, 27 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

Buna göre, reklam veren **TV8 TV Yayıncılık A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **457.308 TL (Dörtyüzelliyedibinüçyüzsekiz Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**HAKSIZ TİCARİ UYGULAMALAR**

**171)**

**Dosya No: 2021/3960**

**Şikayet Edilen: Tamek Grup Gıda Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Tamek Bezelye Konservesi” isimli ürün ambalaj uygulaması.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj/Etiket

**Tespitler:** “Tamek Bezelye Konservesi” isimli ürünün 670 gram ambalaj içerisinde 720 gram fiyat etiketi üzerinden satışa sunulduğu İl Müdürlüğü tarafından tutanak altına alınmıştır.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; “Tamek Bezelye Konservesi”isimli üründe gramaj değişikliği yapılmadığı, başvuru konusu şikayetin satışa sunulan ürünün fiyat etiketi nedeniyle oluştuğu ve söz konusu uygulamanın mer’i 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.

**172)**

**Dosya No: 2021/3961**

**Şikayet Edilen: Tamek Grup Gıda Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Tamek Garnitür Konservesi” isimli ürün ambalaj uygulaması.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj/Etiket

**Tespitler:** “Tamek Garnitür Konservesi” isimli ürünün 550 gram ambalaj içerisinde 580 gram fiyat etiketi üzerinden satışa sunulduğu İl Müdürlüğü tarafından tutanak altına alınmıştır.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; “Tamek Garnitür Konservesi” isimli üründe gramaj değişikliği yapılmadığı, başvuru konusu şikayetin satışa sunulan ürünün fiyat etiketi nedeniyle oluştuğu ve söz konusu uygulamanın mer’i 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.

**173)**

**Dosya No: 2021/3966**

**Şikayet Edilen: Kalaycıoğlu Gıda Pazarlama Sanayi ve Ticaret Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Yakamoz Biberiye Turşusu” isimli ürün ambalaj uygulaması.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj/Etiket

**Tespitler:** “Yakamoz Biberiye Turşusu” isimli ürünün 345 gram ambalaj içerisinde 370 gram fiyat etiketi üzerinden satışa sunulduğu İl Müdürlüğü tarafından tutanak altına alınmıştır.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; “Yakamoz Biberiye Turşusu” isimli üründe gramaj değişikliği yapılmadığı, başvuru konusu şikayetin satışa sunulan ürünün fiyat etiketi nedeniyle oluştuğu ve söz konusu uygulamanın mer’i 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.

**174)**

**Dosya No: 2021/3967**

**Şikayet Edilen: Sütaş Süt Ürünleri Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Sütaş Ayran” isimli ürün ambalaj uygulaması

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj/Etiket

**Tespitler:** “Sütaş Ayran” isimli ürünün 285 mililitre ve 300 mililitre olmak üzere aynı ambalaj içerisinde farklı gramajlarda satışa sunulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; “Sütaş Ayran” isimli üründe gramaj değişikliği yapılmadığı, farklı gramajda iki farklı ürünün piyasaya arz edildiği ve söz konusu uygulamanın mer’i 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.

**175)**

**Dosya No: 2021/4117**

**Şikayet Edilen: Unilever Sanayi ve Ticaret Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Domestos Çamaşır Suyu Çam Ferahlığı” isimli ürün ambalaj uygulamaları.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj/Etiket

**Tespitler:** “Domestos Çamaşır Suyu Çam Ferahlığı” isimli ürünün 3.240 mililitre ve 3.703 mililitre olmak üzere aynı ambalaj içerisinde farklı gramajlarda satışa sunulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; “Domestos Çamaşır Suyu Çam Ferahlığı” isimli üründe gramaj değişikliği yapılmadığı farklı gramajda iki farklı ürünün piyasaya arz edildiği ve söz konusu uygulamanın mer’i 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.

**176)**

**Dosya No: 2021/4180**

**Şikayet Edilen: Binboğa Üretim Pazarlama Sanayi ve Ticaret Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Binboğa Süzme Çiçek Balı” isimli ürün ambalaj uygulaması.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj/Etiket

**Tespitler:** “Binboğa Süzme Çiçek Balı” isimli ürünün 325 gram ambalaj içerisinde 350 gram fiyat etiketi üzerinden satışa sunulduğu İl Müdürlüğü tarafından tutanak altına alınmıştır.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; “Binboğa Süzme Çiçek Balı” isimli üründe gerçekleştirilen gramaj değişikliğinin, Ticari Reklam ve Haksız Ticaret Uygulamaları Yönetmeliği’nde yapılan değişikliğin 01.04.2021 tarihi itibariyle yürürlüğe girmesinden önce Mayıs 2019’da gerçekleştirilmiş olduğu anlaşıldığından, inceleme konusu ticari uygulamanın 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 ve 62 nci maddelerine **aykırı olmadığına** karar verilmiştir.

**177)**

**Dosya No: 2021/4181**

**Şikayet Edilen: Kirazlar Fermantasyon Sanayi ve Ticaret Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Mevsim Salatalık Turşusu” isimli ürün ambalaj uygulaması.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj/Etiket

**Tespitler:** “Mevsim Salatalık Turşusu” isimli ürünün 360 gram ambalaj içerisinde 370 gram fiyat etiketi üzerinden satışa sunulduğu İl Müdürlüğü tarafından tutanak altına alınmıştır.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; “Mevsim Salatalık Turşusu” isimli üründe gramaj değişikliği yapılmadığı, başvuru konusu şikayetin satışa sunulan ürünün fiyat etiketi nedeniyle oluştuğu ve söz konusu uygulamanın mer’i 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.

**178)**

**Dosya No: 2021/4182**

**Şikayet Edilen: Nestle Türkiye Gıda Sanayi Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Nestle Bitter Çikolata” isimli ürün ambalaj uygulaması.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj/Etiket

**Tespitler:** “Nestle Bitter Çikolata” isimli ürünün 30 gram ambalaj içerisinde 35 gram fiyat etiketi üzerinden satışa sunulduğu İl Müdürlüğü tarafından tutanak altına alınmıştır.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; “Nestle Bitter Çikolata” isimli üründe gerçekleştirilen gramaj değişikliğinin, Ticari Reklam ve Haksız Ticaret Uygulamaları Yönetmeliği’nde yapılan değişikliğin 01.04.2021 tarihi itibariyle yürürlüğe girmesinden önce Kasım 2018’de gerçekleştirilmiş olduğu anlaşıldığından, inceleme konusu ticari uygulamanın 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 ve 62 nci maddelerine **aykırı olmadığına** karar verilmiştir.

**179)**

**Dosya No: 2021/4183**

**Şikayet Edilen: Nestle Türkiye Gıda Sanayi Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Nestle Beyaz Çikolata” isimli ürün ambalaj uygulaması.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj/Etiket

**Tespitler:** “Nestle Beyaz Çikolata” isimli ürünün 60 gram ambalaj içerisinde 65 gram fiyat etiketi üzerinden satışa sunulduğu İl Müdürlüğü tarafından tutanak altına alınmıştır.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; “Nestle Beyaz Çikolata” isimli üründe gerçekleştirilen gramaj değişikliğinin, Ticari Reklam ve Haksız Ticaret Uygulamaları Yönetmeliği’nde yapılan değişikliğin 01.04.2021 tarihi itibariyle yürürlüğe girmesinden önce Temmuz 2019’da gerçekleştirilmiş olduğu anlaşıldığından, inceleme konusu ticari uygulamanın 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 ve 62 nci maddelerine **aykırı olmadığına** karar verilmiştir.

**180)**

**Dosya No: 2021/4184**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** “Eti Bitter Karam Çikolata” isimli ürün ambalaj uygulaması.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj/Etiket

**Tespitler: “**Eti Bitter Karam Çikolata” isimli ürünün 17 gram ambalaj içerisinde 20 gram fiyat etiketi üzerinden satışa sunulduğu İl Müdürlüğü tarafından tutanak altına alınmıştır.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; “Eti Bitter Karam Çikolata” isimli üründe gerçekleştirilen gramaj değişikliğinin, Ticari Reklam ve Haksız Ticaret Uygulamaları Yönetmeliği’nde yapılan değişikliğin 01.04.2021 tarihi itibariyle yürürlüğe girmesinden önce Ocak 2021’de gerçekleştirilmiş olduğu anlaşıldığından, inceleme konusu ticari uygulamanın 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 ve 62 nci maddelerine **aykırı olmadığına** karar verilmiştir.

**181)**

**Dosya No: 2021/4185**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** “Eti Hoşbeş Çilek Kremalı Gofret” isimli ürün ambalaj uygulaması.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj/Etiket

**Tespitler:** “Eti Hoşbeş Çilek Kremalı Gofret” isimli ürünün 142 gram ambalaj içerisinde 160 gram fiyat etiketi üzerinden satışa sunulduğu İl Müdürlüğü tarafından tutanak altına alınmıştır.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; “Eti Hoşbeş Çilek Kremalı Gofret” isimli üründe gerçekleştirilen gramaj değişikliğinin, Ticari Reklam ve Haksız Ticaret Uygulamaları Yönetmeliği’nde yapılan değişikliğin 01.04.2021 tarihi itibariyle yürürlüğe girmesinden önce Kasım 2015’te gerçekleştirilmiş olduğu anlaşıldığından, inceleme konusu ticari uygulamanın 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 ve 62 nci maddelerine **aykırı olmadığına** karar verilmiştir.

**182)**

**Dosya No: 2021/4260**

**Şikayet Edilen: Ülker Çikolata Sanayi Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Ülker Fındıklı Baton Çikolata” isimli ürün ambalaj uygulaması.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj/Etiket

**Tespitler:** “Ülker Fındıklı Baton Çikolata” isimli ürünün 30 gram ambalaj içerisinde 32 gram fiyat etiketi üzerinden satışa sunulduğu İl Müdürlüğü tarafından tutanak altına alınmıştır.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; “Ülker Fındıklı Baton Çikolata” isimli üründe gerçekleştirilen gramaj değişikliğinin, Ticari Reklam ve Haksız Ticaret Uygulamaları Yönetmeliği’nde yapılan değişikliğin 01.04.2021 tarihi itibariyle yürürlüğe girmesinden önce Kasım 2020’de gerçekleştirilmiş olduğu anlaşıldığından, inceleme konusu ticari uygulamanın 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 ve 62 nci maddelerine **aykırı olmadığına** karar verilmiştir.

**183)**

**Dosya No:** **2021/1810**

**Şikayet Edilen: Otacı Bitkisel Ürünler San. Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam/HTU:** “Naturway Sarmısaklı Bitki Özlü Saç Kremi” isimli ürüne ilişkin tanıtımlar.

**Reklam/HTU Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınladığı Mecra:**Ambalaj-Diğer/Çeşitli

**Tespitler:** Firmaya ait “Naturway Sarmısaklı Bitki Özlü Saç Kremi”isimli ürünün 500 ml ve 300 ml olarak iki farklı gramajda ve iki farklı kutu ebatında piyasada bulunduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firmaya ait “Naturway Sarmısaklı Bitki Özlü Saç Kremi”isimli ürünün 500 ml ve 300 ml olarak iki farklı gramajda ve iki farklı kutu ebatında piyasada satışının yapıldığı, ancak söz konusu ürünün Nisan 2021 itibariyle 300 ml olarak satılmaya başlandığı, 500 ml ürün üretimin sona erdiği, her iki kutu üzerinde gramajı belirten ibarelerin yer aldığı, ürünlerin boyutlarının ve gramajlarının farklı olduğunun dış ambalajların boyutundan ve Bakanlığa gönderilen yazı ekinde yer alan görsellerden ve kutu örneklerinden açıkça anlaşıldığı, 300 ml olan ürünün dış ambalajının 500 ml olan ürünün dış ambalajına göre daha küçük olduğu ve ürünlerin üzerinde yer alan 500 ml ve 300 ml ibareleri ve dış kutu ebat farklılığı nedeniyle ürünlerin birbirinden farklı olduğunun anlaşıldığı ve ortalama bir tüketicinin olağan bir gözden geçirmeyle iki ürünün farklı gramajda olduğunu kolaylıkla anlayabileceği, reklamlarda yanıltıcı nitelikte ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil edecek herhangi bir durum bulunmadığı değerlendirilmiş olup dolayısıyla anılan tanıtımların 6502 sayılı Kanun’un 61 ve 62 nci maddelerine **aykırı olmadığına**karar verilmiştir.

**4. Diğer Konuların Görüşülmesi**

**4.1)**

**Dosya No: 2021/4009**

**Gökben Kozmetik Elektronik Tekstil Gıda Telekomünikasyon İthalat İhracat Sanayi Ve Ticaret Limited Şirketi** isimli firmaya ait https://www.facebook.com/hakikitorosatomu/ bağlantısındaki kullanıcı hesabının 09.07.2021 tarihli görünümünde yer alan “Hakiki Toros Atomu” isimli gıda ürününe ilişkin tanıtımlar hakkında Reklam Kurulu’nun 14.09.2021 tarih ve 313 sayılı toplantısında bahsi geçen firma hakkında verilen **114.326-TL (Yüzondörtbinüçyüzyirmialtı Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları kararına ilişkin olarak**, reklam veren firma tarafından yapılan itirazın görüşülmesi neticesinde, söz konusu idari işlemin geri alınmasını gerektirecek herhangi bir hususun bulunmadığı kanaatine varıldığından **itirazın reddine**  karar verilmiştir.

**4.2)**

**Dosya No: 2013/45**

Reklam Kurulu’nun 12.03.2013 tarih ve 210 sayılı toplantısında, **Tasfiye Halinde Anc Tarım Ürünleri Matbaacılık Prod. Rekl. Kargo Özel Sağ. İletişim Sanayi Ticaret Ltd. Şti** unvanlı firmaya ait www.coskuntip.com adresli internet sitesinin 23.01.2013 tarihli görünümünde yer alan tanıtımların mevzuata aykırı olduğu gerekçesiyle verilen 87.915.-TL (Seksenyedibindokuzyüzonbeş Türk Lirası) idari para ve durdurma cezalarına karşı Bakanlık aleyhine açılan davada;

Ankara 11. İdare Mahkemesinin 25/12/2015 tarihli ve E:2015/3089, K:2015/1992 sayılı kararı ile davanın reddine karar verilmiş, Danıştay 15. Dairesi’nin 23/05/2018 tarihli ve E:2016/7031, K:2081/5190 sayılı kararıyla ilk derece mahkemesi kararının *“reklamların durdurulmasına ilişkin kısmı yönünden verilen davanın reddine ilişkin kısmının onanmasına, idari para cezası yönünden verilen davanın reddine ilişkin kısmının bozulmasına*” ve bozulan kısım hakkında yeniden bir karar verilmek üzere dosyanın ilk derece mahkemesine gönderilmesine karar verilmiştir.

Ankara 11. İdare Mahkemesi’nin 13/09/2021 tarihli ve E:2021/1646, K:2021/1413 sayılı kararı ile *“4077 sayılı Kanunun 16. Maddesine aykırılığı tespit edilen davacıya uygulanan idari yaptırımın yerinde olduğu ancak, davacıya verilen idari para cezasının 6502 sayılı Kanunun 61. Maddesine aykırılık halinde müeyyideyi düzenleyen 77. Maddesinin 12. fıkrası (e) bendinin davacı lehine uygulanması gerektiği”* gerekçesine dayanılarak *“dava konusu işlemin idari para cezası yönünden iptaline”* karar verilmesi nedeniyle dosyanın yeniden görüşülmesi neticesinde, söz konusu dosya Reklam Kurulu’nun 12.10.2021 tarihli ve 314 sayılı toplantısında tekrar değerlendirilmiş olup; bahsi geçen yanıltıcı reklam ve tanıtımlarla ilgili olarak, davacı lehine olan hüküm uygulanarak **50.000-TL (Elli Bin Türk Lirası) idari para cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**4.3)**

**Dosya No: 2021/2343**

Mustafa GÜNER’e ait https://maxgreen.com.tr/ ve https://www.instagram.com/maxgreen evimde/ adresli internet sitelerinde yer alan “Max Green Clean Bitkisel Bulaşık Makinesi Tableti”isimli ürün tanıtımları ile ilgili olarak, Reklam Kurulu’nun 14.09.2021 tarih ve 313 sayılı toplantısında alınan reklamları durdurma cezası kararına karşı yapılan itiraz başvurusunun Reklam Kurulu'nun 12.10.2021 tarih ve 314 sayılı toplantısında değerlendirilmesi sonucunda, anılan ürünün *“hypoallergenic testi bulunduğu”* ve “*kimyasal içeriklerinin olmadığı”* iddialarının ispatına ilişkin olarak sunulan belgelerin söz konusu iddiaları desteklemede yetersiz olduğu gerekçesiyle, **itirazın reddine** karar verilmiştir.