**T.C.**

**TİCARET BAKANLIĞI**

**Reklam Kurulu Başkanlığı**

**BASIN BÜLTENİ**

**Toplantı Tarihi :** 09 Kasım 2021

**Toplantı Sayısı :** 315

**İLETİŞİM HİZMETLERİ**

**1)**

**Dosya No: 2021/78**

**Şikayet Edilen: TTNET A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam/HTU:** TTNET A.Ş. tarafından sunulan internet hizmetine ilişkin faturalarda yer alan indirim oranının gerçeği yansıtmadığı iddiasına yönelik ticari uygulamalar

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

**Yayınlandığı Mecra:** Diğer (Fatura)

**Tespitler:** Ticari uygulamada bulunan firma tarafından, S\*\*\*\*\* Y\*\*\*\* isimli tüketiciye kesilen "16 MBPS'ye Kadar Full Limitsiz” başlıklı ADSL altyapılı internet hizmetine ilişkin faturada *“Son Ödeme Tarihi 18/01/2021 Ödenecek Tutar: 88,00 TL Hesap Numarası (…) İnternet - Tutar 255,01 TL İndirim 190,11 TL Toplam 64,90 TL, Telefon – Tutar 20,00 TL İndirim 8,00 TL Toplam 12,00 TL, Paket Ücreti Tutar 275,01 TL İndirim 198,11 TL Toplam 76,90 TL, Yuvarlama Farkı -0,01 TL, Toplam Fatura Tutarı 76,89 TL, Taksitler Toplamı 11,00 TL, Önceki Aydan Devir 0,12 TL, Gelecek Aya Devir - 0,01 TL, Ödenecek Toplam 88,00 TL”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, S\*\*\*\*\* Y\*\*\*\* isimli tüketiciye sunulan "16 MBPS'ye Kadar Full Limitsiz” başlıklı internet hizmetine ilişkin 31.12.2020 tarihli faturada, indirimsiz bedeli 255,01 TL olan internet hizmetinin 190,11 TL indirimle taahhüt karşılığında 64,90 TL’ye satışa sunulduğunun belirtildiği, ancak ticari uygulamada bulunan firma tarafından söz konusu hizmetin indirimsiz tutardan tüketicilere satışının yapıldığını gösterir nitelikte bir imzalı fatura örneğinin sunulamadığı göz önünde bulundurularak bahsi geçen indirim oranının gerçeği yansıttığının ispatlanamadığı,

Diğer taraftan, anılan hizmete ilişkin indirimsiz fiyatlandırmanın taahhütlü olarak sunulan fiyatın yaklaşık dört katı olacak şekilde belirlenmesinin, tüketicileri söz konusu hizmeti taahhütlü şekilde almaya yönlendirdiği, bir diğer deyişle, sözleşmesini taahhüt süresi bitmeden önce sonlandırmak isteyen tüketicilerin indirimsiz fiyatlar esas alınarak belirlenen iptal bedelinin faturalarına yansıtılmasıyla yüksek meblağlar ödemek durumunda kalacağı, bu sebeple tüketicelerin bahsi geçen hizmeti taahhütlü olarak almak durumunda bırakıldığı,

Sonuç olarak, ticari uygulamada bulunan firma tarafından söz konusu işlemlerin haksız ticari uygulama olmadığının ispatlanamadığı, ayrıca anılan ticari uygulamaların tüketicilerin normal şartlar altında taraf olmayacağı bir hukuki işleme taraf olmasına yol açtığı ya da yol açma olasılığı bulundurduğu 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 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, ticari uygulamada bulunan **TTNET A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/13 üncü maddeleri uyarınca **anılan ticari uygulamaları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**2)**

**Dosya No: 2021/889**

**Şikayet Edilen: Hikmet MÜLDÜR (Ege İletişim)**

**Şikayet Edilen Reklam/HTU:** 0212 945 72 73 numaralı hat aracılığıyla "Digitürk Avrupa’nın Yıldızı" adlı paket satışına ilişkin gerçekleştirilen ticari uygulamalar

**Reklam/HTU Yayın Tarihi:** 25.09.2020

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

**Tespitler:** 0212 945 72 73 numaralı hat aracılığıyla O\*\*\*\* E\*\*\* isimli tüketicinin Digitürk paket satışına ilişkin arandığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, 25.09.2020 tarihinde ticari uygulamada bulunan firmaya ait 0212 945 72 73 numaralı telefon hattından O\*\*\*\* E\*\*\* isimli tüketici ile gerçekleşen telefon görüşmesinde, tüketiciye “Digitürk Avrupa’nın Yıldızı Paketi”ne üye olması durumunda Süper Lig maçlarını ek ücret ödemeden izleyebileceğinin vaat edildiği, tüketicinin söz konusu kampanyadan faydalanmak için 588 TL ödeme gerçekleştirdiği, ancak aboneliğin gerçekleşmesinden üç ay sonra Süper Lig maçlarına ait yayının durdurulduğu, dolayısıyla anılan hat üzerinden yapılan arama sonucunda tüketicilerin yanıltıldığı,

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, 30/1 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, ticari uygulamada bulunan **Hikmet MÜLDÜR (Ege İletişim)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/13 üncü maddeleri uyarınca **10.475,-TL. (Onbindörtyüzyetmişbeş Türk Lirası) idari para ve anılan ticari uygulamaları durdurma cezaları** verilmesinekarar verilmiştir.

**3)**

**Dosya No: 2021/1329**

**Şikayet Edilen: Muhammet Emin DOĞRUL**

**Şikayet Edilen Reklam/HTU:** 0850 480 66 36 numaralı hat aracılığıyla "Türk Telekom Grubu" adına yapıldığı iddia edilen aramalar

**Reklam/HTU Yayın Tarihi:** 2021

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

**Tespitler:** 0850 480 66 36numaralı hat aracılığıyla muhtelif sayıda tüketicinin Türk Telekom adına arandığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, 0850 480 66 36 numaralı telefon hattından muhtelif sayıda tüketicinin Türk Telekom adına arandığı ve bu aramalarda "Türk Telekom" hizmetlerine yönelik tanıtımlar yapıldığı, ancak "Türk Telekom" ortak markası ile firmanın herhangi bir bağı bulunmadığı gerçeği altında Türk Telekom firmasının itibarından haksız biçimde yararlanıldığı ve Türk Telekom ismi ile firma lehine haksız kazanç elde edildiği ve bu durumun haksız rekabete yol açtığı,

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

Dolayısıyla inceleme konusu ticari uygulamaların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, ticari uygulamada bulunan **Muhammet Emin DOĞRUL** 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: 2021/1336**

**Şikayet Edilen: Mustafa DURDABAK**

**Şikayet Edilen Reklam/HTU:** 0212 945 08 44 ve 0212 945 73 78 numaralı hat üzerinden "Türk Telekom Grubu" adına yapıldığı iddia edilen aramalar

**Reklam/HTU Yayın Tarihi:** 2020

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

**Tespitler:** 0212 945 08 44 ve 0212 945 73 78 numaralı hatlar aracılığıyla muhtelif sayıda tüketicinin Türk Telekom adına arandığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, 2020 yılında, ticari uygulamada bulunan firmaya ait 0212 945 08 44 numaralı telefon hattından muhtelif tüketicilerin Türk Telekom adına arandığı ve bu aramalarda mevcut internet taahhütleri devam ettiği halde tüketicilere daha avantajlı sözleşmeler hakkında bilgi verilmek istendiği, ayrıca firmaya ait 0212 945 73 78 numaralı telefon hattından muhtelif tüketiciler ile yapılan görüşmelerde *“Türk Telekom’dan arıyoruz, taahhüdünüz bitiyor.”* şeklinde ifadelerin kullanıldığı ve söz konusu aramalarda tüketicilere aldıkları internet hizmetlerine ilişkin tarifleri yenilememeleri durumunda yüksek fiyatlar üzerinden ödeme yapmak durumunda kalacaklarının belirtildiği, bu sebeplerle tüketicilere yeni sözleşme imzalamaları hususunda yönlendirmede bulunulduğu,

Özetle, Türk Telekom ortak markası ile ticari uygulamada bulunan firmanın herhangi bir bağı bulunmadığı gerçeği altında Türk Telekom firmasının itibarından haksız biçimde yararlanıldığı ve Türk Telekom ismi ile anılan firma lehine haksız kazanç elde edildiği ve bu durumun haksız rekabete yol açtığı,

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

Dolayısıyla inceleme konusu ticari uygulamaların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, ticari uygulamada bulunan **Mustafa DURDABAK** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/13 üncü maddeleri uyarınca **10.475,-TL (Onbindörtyüzyetmişbeş Türk Lirası) idari para ve anılan ticari uygulamaları durdurma cezaları** verilmesinekarar verilmiştir.

**5)**

**Dosya No: 2021/1348**

**Şikayet Edilen: Nazlı KAYAALP**

**Şikayet Edilen Reklam/HTU:** 0850 480 06 95 numaralı hat üzerinden "Türk Telekom Grubu" adına gerçekleştirildiği iddia edilen aramalar

**Reklam/HTU Yayın Tarihi:** 2021

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

**Tespitler:** 0850 480 06 95 numaralı hat aracılığıyla Türk Telekom adına aramalar gerçekleştirildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, 0 850 480 06 95 numaralı telefon hattından muhtelif sayıda tüketicinin *"Türk Telekom Çözüm Hattı'ndan arıyorum."* şeklinde ifadeler kullanılarak arandığı, ancak söz konusu görüşmelerde Türk Telekom ortak markası ile ilgili olduğu iddia edilerek sunulan hizmetlere ilişkin vaatlerin gerçeği yansıtmadığı, ayrıca Türk Telekom ortak markası ile ticari uygulamada bulunan şahsın herhangi bir bağı bulunmadığı gerçeği altında Türk Telekom firmasının itibarından haksız biçimde yararlanıldığı ve anılan şahıs lehine haksız kazanç elde edildiği ve bu durumun haksız rekabete yol açtığı,

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

Dolayısıyla inceleme konusu ticari uygulamaların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 28/1, 28/2, 28/4, 29/1, 29/2-b, 29/2-c, 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 **Nazlı KAYAALP** 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.

**6)**

**Dosya No: 2021/1795**

**Şikayet Edilen: Güneydoğu Ulaştırma Dep. Loj. İnş. San. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam/HTU:** 0850 473 05 74 numaralı hat üzerinden "Türk Telekom Grubu" adına yapıldığı iddia edilerek gerçekleştirilen aramalar

**Reklam/HTU Yayın Tarihi:** 31.05.2021

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

**Tespitler**: 0850 473 05 74 numaralı hat aracılığıyla Türk Telekom adına aramalar gerçekleştirildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, 0850 473 05 74 numaralı telefon hattından M\*\*\*\*\* A\*\*\*\* isimli tüketicinin \*\*.\*\*.2021 tarihinde \*\*.\*\*-\*\*.\*\* zaman diliminde mevcut Türk Telekom internet hizmetine ilişkin taahhüdü devam ettiği halde tüketiciye söz konusu taahhüdünün sona erdiği belirtilerek daha avantajlı D-Smart kampanyaları hakkında bilgi verildiği ve yeni abonelik kaydı oluşturulduğu,

Özetle, 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-b, 29/2-c, 30/1 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, ticari uygulamada bulunan **Güneydoğu Ulaştırma Dep. Loj. İnş. San. ve Tic. 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.

**7)**

**Dosya No: 2021/3739**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** Instagram isimli sosyal medya uygulamasında yayınlanan "Online a Özel İndirimler Yepyeni Tarifeler" başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 30.09.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: "Online'a Özel İndirimler Yepyeni Tarifeler" başlıklı reklamlarda "*Online'a özel indirimler yepyeni tarifelerde. Üstelik her ay tarifenize ek +5 GB internet hediyesiyle. 2 Yılda 2 kat çekim noktası (...) 1000 DK + 250 SMS + 3 GB 29 TL/Ay, (...), 1500 DK + 250 SMS + 25 GB 55 TL/Ay. Yeni gelene, 12+12 ay sözüne. İlk 3 ay geçerlidir, sonrasında fiyatlar artacaktır. (...) Ayrıntılar için www.turktelekom.com.tr"* ifadelerinin yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, Instagram isimli sosyal medya uygulamasında yayınlanan "Online'a Özel İndirimler Yepyeni Tarifeler" başlıklı reklamlarda, tarifelere ilişkin fiyat bilgisinin ilk üç ay için geçerli olduğu ve sonrasında bu fiyatların artacağı bilgilerine yer verildiği görülmüştür. Ayrıca, reklam veren firmanın söz konusu kampanya detayları hakkında tüketicilerin reklam veren firmaya ait internet sitesine yönlendirildiği, bahsi geçen bu sayfada tüketicilerin 3 ay sonrası için geçerli olacak fiyat bilgisine ulaşabilecekleri anlaşılmıştır. Bu sebeplerle, bahsi geçen reklamlarda tüketicileri mağdur etmeye sebebiyet verecek bir unsur bulunmadığı değerlendirilmiş olup,

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

**8)**

**Dosya No: 2021/4222**

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

**Şikayet Edilen Reklam/HTU:** İnternet hizmeti iptal işlemlerinde karşılaşıldığı iddia edilen haksız ticari uygulamalar

**Reklam/HTU Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** Diğer

**Tespitler:** A\*\* Ş\*\* G\*\*\* isimli tüketicinin \*\*.\*\*.2021 tarihinde ticari uygulamada bulunan firma tarafından sunulan internet ve TV+ hizmetlerini 24 ay taahhütle satın aldığı, söz konusu hizmetten memnun kalmayan tüketicinin hizmeti iptal talebini ilettiği \*\*.\*\*.2021 tarihli e-postasında bilgi ve belge eksikli olması sebebiyle ticari uygulamada bulunan firma tarafından aynı gün SMS yoluyla bilgilendirildiği, sonuç olarak tüketicinin \*\*.\*\*.2021 tarihinde 0532 532 00 00 numaralı telefon ile aranarak sesli onay yoluyla hizmeti iptal ettirebildiği ve faturasına 977,72 TL tutarında iptal bedelinin yansıtıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, başvuru sahibi tüketicinin 24 ay taahhüt karşılığında 3 Ay Ücretsiz TV+ ile Süper Paket Kampanyası’ndan faydalanmayı kabul ettiği ve kurulum sonrasında söz konusu hizmetten memnun kalmaması üzerine ticari uygulamada bulunan firmaya iptal talebinde bulunduğu görülmüştür. Diğer taraftan, tüketicinin iptal işlemlerine ilişkin evraklarını tamamlamasının ardından ticari uygulamada bulunan firma tarafından ilgili mevzuat uyarınca iptal işleminin süresi içerisinde gerçekleştirildiği anlaşılmıştır. Bu sebeplerle, bahsi geçen uygulamalarda tüketicileri mağdur etmeye sebebiyet verecek bir unsur bulunmadığı değerlendirilmiş olup,

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

**ÖRTÜLÜ REKLAM**

**9)**

**Dosya No: 2021/4573**

**Şikayet Edilen: Merve ÇETİNTÜRK**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Suda Collagen” adlı takviye edici gıda niteliğindeki ürüne ilişkin “uzm.dyt.mervecetinturk” kullanıcı adıyla Instagram üzerinden yapılan paylaşımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 23.11.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.instagram.com/p/CH71YqoD-c7/ URL uzantılı sosyal medya hesabında 23.11.2020 tarihinde yapılan paylaşımda*, “Sizlere yine çok güzel bir çekiliş ile geldim. Cilt sarkmaları/çatlamaları/yaşlanmasını en aza indirmek için 25-30 yaş sonrası kullanılması gereken bir ürün olan KOLAJEN ÇEKİLİŞİ ile karşınızdayım bu sefer. Tek yapmanız gereken @uzm.dyt.mervecetinturk ve @sudacollagen hesaplarını takip etmek...”* şeklinde ifade ve etiketlerin kullanıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, söz konusu paylaşımda tanıtımı yapılan ürün görseline yer verilerek ilgili firmanın sosyal medya hesabına yönlendirme yapıldığı, paylaşımın açıkça reklam olduğunun belirtilmediği, ürünün markası ve görseline açıkça fark edilir biçimde yer verilmek suretiyle tüketicilerin yönlendirildiği ve bu nedenle anılan ürünün örtülü reklamının yapıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu reklamların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**10)**

**Dosya No: 2021/4574**

**Şikayet Edilen: Gizem KESERVURAN**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Suda Collagen” adlı takviye edici gıda niteliğindeki ürüne ilişkin “gizemkeservuran” kullanıcı adıyla Instagram üzerinden yapılan paylaşımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 14.01.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.instagram.com/p/B7TDm3wFAGu/ URL uzantılı sosyal medya hesabında 14.01.2020 tarihinde yapılan paylaşımda, *“Kış formüllü @sudacollagen ile tanışın Eğer siz de soğuyan havalarda kolajen takviyesi kullanmak istiyorsanız, şimdi yepyeni bir alternatifiniz var. Suda Collagen’in kolajenin tüm yararlarına ek olarak sambucus nigra yani karamürver ekstresi içeren kış formülü. Suda Collagen’in kış formülünde ayrıca daha yüksek miktarda, 500 mg C vitamini bulunuyor. Sambucus, yüksek antioksidan değerlerine sahip bir bitkidir. Antioksidanlar ve C vitamini bağışıklık sistemin korunmasında önemli rol oynar. Soğuk havalarda hem cildinizi hem de bağışıklık sisteminizi desteklemek istiyorsanız, Yüksek C vitamini ve sambucus ilaveli Suda Collagen’i mutlaka inceleyin derim. Ürüne ulaşmak için story’ye link bırakıyorum. #gizemkeservuran #collagen #kolajen #beslenme #sağlık #diyet #zayıflama #güzellik #ciltbakımı”* şeklinde ifade ve etiketlerin kullanıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, söz konusu paylaşımda tanıtımı yapılan ürünün sosyal medya hesabına yönlendirme yapıldığı, paylaşımın açıkça reklam olduğunun belirtilmediği, ürünün markası ve görseline açıkça fark edilir biçimde yer verilmek suretiyle tüketicilerin yönlendirildiği ve bu nedenle anılan ürünün örtülü reklamının yapıldığı; öte yandan, inceleme konusu paylaşımda yer alan “Antioksidanlar ve C vitamini bağışıklık sistemin korunmasında önemli rol oynar. Soğuk havalarda hem cildinizi hem de bağışıklık sisteminizi desteklemek istiyorsanız,..” beyanlarının birer sağlık beyanı olduğu, bu tür beyanlarla takviye edici bir gıda niteliğinde olan söz konusu ürünün, cilde ve bağışıklık sistemine olumlu etkisi bulunduğu mesajının verildiği, söz konusu ürünün sanki bir ilaç veya bir beşeri tıbbi ürün gibi tanıtıldığı, yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre takviye edici gıdalar için bu tür sağlık beyanlarının kullanılmasının kesinlikle yasak olduğu, bir ürüne ilişkin olarak her hangi bir sağlık beyanında bulunabilmesi için ilgili idari otoriteden (Sağlık Bakanlığı Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Kurumu) izin alınması gerektiği, kullanılan bu beyanlar için ilgili otoriteden izin alınmadığından söz konusu beyanların doğruluğunun bilimsel olarak ispat edilmiş sayılamayacağı, dolayısıyla doğruluğu bilimsel olarak ispat edilmemiş bu beyanlarla tüketicilerin aldatılıp yanıltıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu reklamların;

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

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**11)**

**Dosya No: 2021/4575**

**Şikayet Edilen: Gökçe KİTİZ**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Suda Collagen” adlı takviye edici gıda niteliğindeki ürüne ilişkin “gokcekitiz” kullanıcı adıyla Instagram üzerinden yapılan paylaşımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 02.07.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.instagram.com/p/CCIrMhAAPbA/ URL uzantılı sosyal medya hesabında 02.07.2020 tarihinde yapılan paylaşımda, “*ÇEKİLİŞ ZAMANI Kolajenin ne olduğunu ve faydalarını bir önceki postta anlattım. Şimdi 2 KİŞİYE herkesin çok ilgisini çeken ve gerçekten vücutta harikalar yaratan SUDA COLLAGEN 30’LU İÇİME HAZIR SIVI FORMUNDAN hediye ediyoruz! Çekilişe katılmak için yapmanız gerekenler, Bu fotoğrafı beğenmek, @gokcekitiz ve @sudacollagen hesaplarını takip etmek, Yoruma 1 arkadaşınızı etiketlemek, Bu kadar basit*” şeklide ifade ve etiketlerin kullanıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, söz konusu paylaşımda tanıtımı yapılan ürün görseline yer verilerek ilgili firmanın sosyal medya hesabına yönlendirme yapıldığı, paylaşımın açıkça reklam olduğunun belirtilmediği, ürünün markası ve görseline açıkça fark edilir biçimde yer verilmek suretiyle tüketicilerin yönlendirildiği ve bu nedenle anılan ürünün örtülü reklamının yapıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu reklamların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**12)**

**Dosya No: 2021/3788**

**Şikayet Edilen: NTV Radyo ve Televizyon Yayıncılığı A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Kuruluş bünyesinde bulunan www.ntv.com.tr adresli haber sitesinde yer alan "Konutta Yeni Trend Şehir Merkezinde Koruya Komşu Olmak" başlıklı yayınlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 18.08.2021, 17.09.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.ntv.com.tr adresli internet sitesinin 18.08.2021 ve 17.09.2021 tarihli görünümünde yer alan, "Koruya ve yeşil alanlara komşu konutlar iki kat daha değerli" başlıklı metinde; *"Park ve koru manzarasına sahip ya da yürüme mesafesinde geniş bir yeşil alanı bulunan gayrimenkul projeleri, gayrimenkul yatırımcılarının yeni gözdesi olmuş durumda. Bu artış potansiyelinin İstanbul’da ise yüzde 200’ü aştığı tahmin ediliyor. DAP Yapı da değişen bu beklentileri iyi analiz ederek, ‘lüksün ötesinde’ tasarladığı yeni konseptini Nişantaşı’na getiriyor.*

*Yapılan araştırmalar, gayrimenkul yatırımcılarının lüksten beklentilerinin tamamen değiştiğini gösteriyor. Yeni lüks kriterleri arasında yer alan orman ve koru manzarası olan evlerde yaşayan insanların yaşam kalitelerinin arttığına dikkat çekiliyor.*

*Üstelik bu artış sadece yaşam kalitesi olarak değil, aynı zamanda ekonomik kazanç olarak da kendini hissettiriyor. Dünya Şehirleri Kültür Forumu’na (World Cities Culture Forum) göre yeşil alan, parklara ve koruya komşu olan dünya metropollerindeki fiyat yükselişi potansiyeli, pandemi döneminde ortalama yüzde 47 değer kazandığı görüldü. Bu artış potansiyelinin İstanbul’da ise yüzde 200’ü aştığı tahmin ediliyor.*

*Uzun süredir etkisini hissettiğimiz pandemi sürecinde, doğaya duyulan özlem en net şekilde gayrimenkul sektöründe kendini hissettirdi. Özellikle yeşil alanlara erişimi bulunan; insanların evlerindeyken de doğayla iç içe olabildiği evlere yönelik talep, son dönemde bahçeli evlerde yüzde 228, balkonlu evlerde yüzde 100’e yakın ölçüde artmış durumda. Sadece İstanbul’da değil, dünyanın önemli metropollerinde de koru içindeki konutlar yatırımcının yeni gözdesi.*

*Dünyanın önde gelen gayrimenkul danışmanlık firmalarından Knight Frank’in ‘Living By Park 2020’ raporuna göre, gayrimenkul yatırımcılarının lüksten beklentileri dünyanın her yerinde değişti. Aynı raporda, yeni lüks kriterlerinde aydınlık, ferah, havası ve orman ve koru manzarası olan yerlerde yaşayan insanların ‘hayatlarının’ zenginleştiği belirtildi. Özetle insanlar, artık “yeni ve lüks” kavramları ile yetinmeyip kendilerine ‘’lüksün ötesinde’’ daha güçlü argümanlar sunulmasını istiyor.*

*Üstelik bu beklenti sadece yaşam kalitesi olarak değil, aynı zamanda ekonomik kazanç olarak da kendini hissettiriyor. Gerek Knight Frank 2020 The Wealth Report, gerekse Dünya Şehirleri Kültür Forumu’na (World Cities Culture Forum) göre yeşil alan, parklara ve koruya komşu olan konutlardaki fiyat yükselişi potansiyeli, kentteki diğer konutlara göre yüzde 47 değer kazandığı görülüyor.*

*DAP YAPI NİŞANTAŞI'NA LÜKSÜN ÖTESİNİ TAŞIYOR.*

*Park ve bahçe özleminin en fazla öne çıktığı şehirlerden biri de İstanbul…Bu artış potansiyelinin İstanbul’da ise yüzde 200’ü aştığı tahmin ediliyor. Park ve koru manzarasına sahip ya da yürüme mesafesinde geniş bir yeşil alanı bulunan gayrimenkul projeleri, gayrimenkul yatırımcılarının yeni gözdesi olmuş durumda. Bu artış potansiyelinin İstanbul’da ise yüzde 200’ü aştığı tahmin ediliyor. DAP Yapı da değişen bu beklentileri iyi analiz ederek, ‘lüksün ötesinde’ tasarladığı yeni konseptini Nişantaşı’na getiriyor. Ön talep toplama döneminin ardından resmi olarak satışına başlanan Nişantaşı Koru projesi, lokasyon olarak Amerikan Hastanesi ile Ihlamur Kasrı arasında konumlanıyor.*

*Sanatın, modanın ve lüksün merkezi konumunda olan Nişantaşı’nda, dev koru alanına komşu bir proje olan Nişantaşı Koru projesi için ‘yeni lüks’ kavramını tanımlamak için oluşturulan 5 kriter şu şekilde sıralanıyor:*

*1. Şehrin merkezinde dünyaca ünlü ve köklü bir semtte yer alması:*

*Nişantaşı Koru projesi, iki kıtayı birbirine bağlayan dünya başkenti İstanbul’un merkezinde, şehir dışından ya da yurtdışında gelenlerin bile mutlaka ziyaret etmeden dönmediği, dünyanın en köklü ve prestijli semtlerinden Nişantaşı’nda yer alıyor. Proje, dünyanın önde gelen lüks ve prestijli markalarının yer aldığı Abdi İpekçi Caddesi’ne 650 metre, City’s Alışveriş Merkezi’ne ise 300 metre mesafede bulunuyor. Bu anlamda Hermes, Louis Vuitton, Prada ve Gucci gibi lüksün zirvesindeki markalara da deyim yerindeyse “kapı komşusu’ konumunda.*

*Uluslararası gayrimenkul firması Cushman&Wakefield’in 65 ülkenin 330 alışveriş caddesini sıraladığı araştırmada ilk 10’da yer alan Nişantaşı Abdi İpekçi Caddesi, San Francisco'daki Union Square ve New York’taki 5. Cadde’yle aynı kategoride yer alıyor.*

*2. Eşine az rastlanır ve sınırlı sayıda bir yapıya sahip olması:*

*Mücevher gibi eşine az rastlanır, sınırlı sayıda kişinin sahibi olabileceği bir proje olan Nişantaşı Koru, 25 dönüm arazi üzerinde koruya komşu sadece 160 seçkin kişiyi ayrıcalıklı bir yaşamla buluşturuyor. Bahçe villa konforunu Nişantaşı’nda şehrin kalbine ilk defa taşıyan projede, dairelere bina girişi ile birlikte bahçeden de girilebilirken, teras villalarda ise mimaride doğanın iyileştirici gücü ön plana çıkarılıyor.*

*3. Lüks tekne mantığıyla tasarlanmış, kişiye özel konut seçenekleri:*

*Lüks beklentilerini yeniden tanımlayan Nişantaşı Koru’nun en önemli ayrıcalıklarından biri yüksek tavanlar, geniş teras ve bahçeler, geniş salonlar, geniş ve konforlu odalar ve mutfaklar…*

*Lüks tekne mantığıyla tasarlanan Nişantaşı Koru’da 6. katta dairenize özel Boğaz manzaralı sonsuzluk havuzları, 8 metreye varan tavan yükseklikleri, bahçe villa ve teras villa konsepti ile daire büyüklüğünde teraslar hayatınızı genişletiyor. Nişantaşı’nın dokusuna uyacak, insanın içini açacak mimari detaylar içeren proje, geniş ve ferah yaşam alanları yanında kişiye özel son derece seçkin hizmetleri lüksle harmanlayarak sunuyor.*

*4. Miras gibi babadan oğula geçecek, bulunduğu şehre değer katacak kıymetli bir sanat eseri niteliğinde olması:*

*Proje geliştirdiği bölgelerin karakteristiğine uygun, yenilikçi projelere imza atan DAP Yapı, her detayın titizlikle düşünüldüğü Nişantaşı Koru projesinde lüksü yeniden tanımlayan ayrıcalıklarıyla, nesilden nesile miras kalacak kadar değerli bir proje sunuyor.*

*5. Son kriter ise elbette ‘’sağlıklı ev’’ kriterleri:*

*DAP Yapı, bütün dünyayı etkisi altına alan pandemi süreciyle birlikte, Çekmeköy’de 58 bin 300 ve Nişantaşı’nda 18 bin kişiden görüş alarak ‘Sağlıklı Ev’ konseptini geliştirdi. Sağlıklı Ev konseptinin ilkini, Çekmeköy Ormanköy projesiyle hayata geçiren DAP Yapı, aynı konsepti şimdi Nişantaşı’na taşıdı. Başta Ihlamur Kasrı olmak üzere komşusu olunan 60 bin metrekare alana sahip adeta küçük bir orman olan koru alanından gelen bol oksijen sayesinde, şehrin merkezinde zinde ve konforlu bir yaşam sunacak.*

*KORUYA VE PARKLARA KOMŞU DAİRELERE TALEP ARTARAK DEVAM EDECEK*

*Mimarisi ve tasarımı ile yıllar boyunca değer kazanacak bir proje geliştirdiklerini belirten DAP Yapı Yönetim Kurulu Başkanı Ziya Yılmaz,*

*“Lüksün ötesinde bir yaşam hayal eden insanlar, her zaman park, yeşil alanlar ve koruya komşu konumda bulunan gayrimenkulleri hem yaşamak hem de nadir bulunan bir daire olduğu için yatırım yapmak için tercih etmişlerdir. Bu nedenle dünyanın hemen hemen her yerinde park ve koruya komşu daireler her zaman mücevher gibi az bulunan kıymetli yatırım ürünleri olmuştur. Pandeminin etkisi ile uzun süre evlerde karantina dönemi geçiren kitleler, artık hayatlarının kıymetini çok daha iyi biliyor ve yeşil bir doğanın içinde yaşama şansı yok ise şehir merkezindeki yeşil alanı bol park ve koru alanlarına yöneliyor. Londra ve New York gibi yıllık konut fiyat artışlarının yüzde 5 yükseldiği dönemler bile yabancı ekonomistler tarafından “sert fiyat artışı” şeklinde yorumlanıyor. New York’da park ve koruya komşu dairelere ilgi yüzde 63 oranında artış gösterirken Londra’da bu oran yüzde 75’e kadar artış gösteriyor. İstanbul’da ise bu artışın bazı bölgelerde yüzde 200’ü aştığı tahmin ediliyor. Tüm bu veriler pandemi sonrası zaten hep ihtiyacımız olan doğaya komşu yaşamanın önemini bir kez daha gözler önüne seriyor.*

*Biz de DAP Yapı olarak bu ihtiyacı görüp, Nişantaşı Koru projesiyle nesilden nesile miras olarak bırakılan, dünyada parmakla gösterilecek ve yıllar boyunca değerini koruyacak bir eser geliştirdik. Proje bittikten sonra Nişantaşı’na gelen insanlar, bu projeyi de gezip görmek isteyecek. DAP Yapı’nın yenilikçi vizyonuyla Emlak Konut güvencesinin birleşimi olan bu proje; iki kıtayı birbirine bağlayan dünya başkenti İstanbul’umuzun gözbebeği Nişantaşı’nda, 50 yıl sonra bile değerine değer katacak mücevher kadar kıymetli bir eser olacak” ifadelerini kullandı.****"***şeklindeki ifadelerle birlikte, bahse konu projeye ilişkin görüntülere yer verildiği,tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, söz konusu tanıtımlarda herhangi bir reklam ibaresi bulunmadan DAP Yapı isimli şirketi övmek ve tüketicileri yönlendirmek suretiyle firmanın ve firmaya ait "Nişantaşı Koru" isimli projenin örtülü reklamının yapıldığı, bu durumun tüketicileri yanıltıcı, aldatıcı ve bilgi eksikliklerini istismar edici nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, mecra kuruluşu **Ntv Radyo ve Televizyon Yayıncılığı Anonim Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**13)**

**Dosya No: 2021/4162**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** Fox Tv logolu televizyon kanalında ve www.fox.com.tr adresli internet sitesinde yayınlanan “Çağla ile Yeni Bir Gün" isimli programa ilişkin yayınlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 24.03.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, Televizyon

**Tespitler:** "*Çağla ile Yeni Bir Gün"* isimli programın, Dr. Emel Damarlı isimli şahsın konuk olarak, Prof. Dr. Sibel Silici isimli şahsın ise uzaktan bağlantı yoluyla katıldığı 347. Bölümünde propolis ve bal ürünlerinden bahsedildiği, bu kapsamda anılan programda;

Prof. Dr Sibel Silici tarafından propolisin ne olduğu ve faydalarının açıklandığı, propolisin oldukça faydalı ve bağışıklık sistemini uyarıcı ve düzenleyici etkilerinin olduğunun ifade edildiği, akabinde sunucu tarafından iletilen ; *"Propolisi alırken ve kullanırken nelere dikkat edelim*" şeklindeki sorusuna Sibel Silici tarafından;*".*

*"Propolis kovandan alındığı ham haliyle kullanılmaz çünkü içerisinde çok miktarda bal mumu vardır bunun mutlaka özütlenmesi gerekir, ayrıca kovan içerisinde yapılan ilaçlamalardan da nasibini alır bu nedenle analizlerinin de yapılması gerekir. Uzun yıllar boyunca propolisin alkol özütü kullanıldı, ama son 10 yıldır bilimsel araştırmalar ve bilim insanları alkolün özellikle çocuklarda kanser, diyabet, karaciğer hastaları gibi risk gruplarında kullanılmaması gerektiğinden yola çıkarak alternatif organik doğal çözücülere yönlendirdiler. su bitkisel yağlar zeytinyağı gibi ve bu özütlerin alkol ekstratı kadar etkili olduğu bulundu. Nitekim bu yapılan çalışmalar bilimsel olarak da ispatlandı. Ayrıca alkolün her şeryi çözmesinin de iyi bir şey olmadığı da ortaya çıktı. bizim burada dikkat edeceğimiz şey ham olarak kullanmamak ve doğru özütleri dozlarına uygun şekilde düzenli şekilde kullanmak."* cevabının verildiği,

Bunun üzerine sunucu tarafından Emel Damarlı'ya yönlendirilen; *"Çocuklarımıza şu anda hangi propolisi tercih etmeliyiz?"* sorusuna Emel Damarlı tarafından; *"...Tubitak destekli bir araştırma projesi yaptık ve bu araştırma projemizde Ar-Ge merkezimizde geliştirdiğimiz özel bir teknolojiyle, etil alkol ve propilen glikol dahil hiç bir alkol içermeyen ve dozu ayarlanmış ve son üründe saf propolis ve sudan oluşan propolis ürününü elde ettik...Elde ettiğimiz bu üründe en önemli nokta şu, ambalajlama tekniğiniz. Çünkü eğer ürün aksioksidan madde, fenolik madde içeriyorsa çok açıp kapatıp kullanılmaması gerekiyor çünkü havanın oksijeniyle temas ettiği noktada bu özelliğini kaybediyor. Onun için ürünü tek kullanımlık hijyenik ve pratik bir ambalajla ambalajladık...ürün oksijenden havadan ışıktan çok etkileniyor bunun için de özel ambalaj malzemeleri kullanmak zorundayız ve dozlarına da dikkat etmek zorundayız..."* cevabı verildiği,

Yine Emel Damarlı tarafından*; "Çocuklar için de şunu söylemek istiyorum yaptığımız bu ürünü tek kullanımlık hijyenik amlalajlarımızdan bahsettim ama burada en önemli şey dozlar. İki farklı ürün yaptık çünkü dünyada yapılan çalışmalarda şunu gördük; propolisin kullanımında belirli bir doz var çocuklar için önerilen doz 100 mg-200mg saf propolis olarak değişmekte... bu nedenle dozu ayarlanmış tek kullanımlık olan propolislerden çocuklar.. ki çocuklarda şu çok önemli, çocuklarda biz propolis bir takviye edici bir gıda olduğu için 4 yaş ve altına asla önermiyoruz çünkü bu sağlık bakanlığının koyduğu genel kural ve tüm dünyada da bu böyle... dolayısıyla dozu ayarlanmış hijyenik ürünlerden günde 1 yada 2 şaseyi güvenle tüketicilerimiz kullanabilirler."* ifade edildiği,

Sunucu tarafından Sibel Silici'ye yöneltilen; *"Peki son dönemlerde ham bal diye bir bal çeşidi konuşuluyor. diğer ballardan farkı ne ham bal sağlığa daha mı faydalı?"* sorusuna cevaben; *"Aslında ham bal 2 şekilde tarif edilebilir. Ya henüz olgunlaşmamış petek içerisindeki bal yada kovandan alındıktan sonra hiç işlenmemiş bal.. ama bal bu haliyle hiç bir analize tabi tutulmuyor çünkü biliyorsunuz kovan içerisinde bütün arı ürünleri faydalı biyolojik etkilere sahip olmakla birlikte kalıntı ve bulaşan da içerebilir dolayısıyla biz bu riske maruz kalırız. Eğer ham bal en iyisi olsaydı, bütün marketlerdeki balları toplamalı sadece arıcılardan bal temin etmemiz gerekirdi bu yüzden analizleri yapamazdık."*

Sunucu tarafından iletilen *"Kovandan çıkan ballar hangi aşamalardan sonra bize geliyor?"* sorusuna Emel Damarlı tarafından; *"Arılıklarda bal süzülürken, üretici arıcılarımız tarafından, içinde çok farklı bulaşılar, kirlilikler, arı parçaları, arının kanadı bacağı bunlar bulaşmakta, dolayısıyla kovandan alındığı haliyle balı kullanmamız gerçekten mümkün değil... arı 5 km yarıçapında uçuyor yani kontrol edebileceğiniz bir büyük veya küçükbaş değil…bu 80 km² çok büyük bir alanı kapsıyor. Bal arısı hangi nektara gitti hangi çiçekten nektar aldı, acaba o çiçekler zirai tarım ilaçlarıyla ilaçlandı mı bunu bilmeniz münkün değil kontrol edebilmeniz de mümkün değildir. Arıcılıkta antibiyotik kullanımı yasaktır bizler ancak hasta olduğumuz zaman antibiyotik kullanırız. Fakat arıcılarımız malesef arıları hasta olmasın diye kovana antibiyotik uygulamaları yapıyor. Bu bizim hasta olduğumuz zaman kullandığımız antibiyotikler. Bal ve petek öyle bir ürün ki tuttuğunu bırakmıyor ve dolayısıyla biz bunları kalıntı olarak nitelendiriyoruz. Siz gerçekten hasta olup antibiyotik ihtiyacınız olduğu zaman ve diyelim ki uzun zamandır antibiyotik kalıntılı ballar tüketiyorsunuz artık aldığımız antibiyotikler doz da yeterli gelmiyor hastalığınız için yeterli etki de göstermiyor. Diyoruz ki sözleşmeli arıcılık, organik bal veya etiketin üzerinde hangi sıfatla bal olursa olsun balın kesinlikle sağlıklı ve doğal olduğunu anlamanın tek yolu analizden geçer. Bunun için de yeterli bir altyapınız olması lazım, yeterli analizleri yapabilecek uzman ekibinizin olması lazım... Bal ve diğer arı ürünleri konusunda ükemizde ilk ve tek ve gıda sektöründe 8. Ar-Ge merkeziyiz... Yaptığımız her ürün bizim için örneğin biz kovandan kaşığa kadar gıda güvenliğini sağlayacak her aşamayı dikkate almak zorundayız ki sizleri sağlıklı ve doğal ballarla buluşturabilelim. Bal dünyada taklit edilmesi en kolay analiz edilmesi en zor ürünlerden birisi, o yüzden açıkta satılan balları, belirli bir markanın güvencesi olmayan balları lütfen tüketmeyin, çocuklarınıza yedirmeyin çünkü açıkta satılan balın sorumluluğunu siz alırsınız ama markalı ballarda sorumluluk markadadır."* cevabının verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu program içeriğinin örtülü reklam niteliği taşımadığı değerlendirilmiş olup, dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin ilgili hükümleri ile 6502 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 ve 62 nci maddelerine **aykırı olmadığına** karar verilmiştir.

**14)**

**Dosya No: 2021/4679**

**Şikayet Edilen: Hikmetullah YETKİN (Van Gazetesi)**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.vangazetesi.com adresli haber sitesinde yer alan içerikler

**Reklam Yayın Tarihi:** 01.09.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.vangazetesi.com adresli internet sitesinin 01.09.2021 tarihli görünümünde;

*"Van'da Alternatif Tıpa İlgi Büyüdükçe Büyüyor. Alternatif tıp uzmanı Karapapaklı Süleyman Moeinzadfarokkhzad,'İnsanları ameliyatla değil doğal yollarla ve doğru besinlerle doğru tedavinin uygulanmasını tavsiye ederim. 'diyerek alternatif tıp hakkında bilgi verdi.*

*VAN HABER - ÖZEL HABER - Alternatif tıp uzmanı Karapapaklı Süleyman Moeinzadfarokkhzad,“Alternatif tıpa göre konuşalım. Alternatif tıpı hayatın gerçeklerinde yaşıyoruz. Yeni tıp insanların tedavisinde yetersiz oluyor. Sayısız yaygın hastalık var ama yeni tıpın gerçek bir ilacı yoktur. Ticari davranıp ağrı kesicilerle bu süreli hastalığın tedavisini uzatırlar. Alternatif tıp deyince, doğal, asıl, doğru ve geçmişi uzun bir tıp olmalıdır.*

*İLAÇ HASTALIĞI UZATMADA MÜKEMMEL BİR ROL OYNAR -Her bir ilaç doğru bir hedefe açıştır. Hastalıkları uzatmada mükemmel bir rol oynuyor. Ben sayısız yatalak hastayı doğru yöntemlerle kaldırdım. Bilirsiniz ki insanlarımız hastalığı kötü bilirler ve başı da ağrır. İlim çok yayılmıyor. Çünkü herkes ilaçlara yöneliyor. Doğru yöntemlere hiç başvurmuyor.*

*Bel fıtığı genellikle insanların kötü yemek alışkanlıklarından kaynaklanır. Bel fıtığı deyince sanıyorlar ki ağır kaldırdıkları için olmuş. Peki, boyun fıtığı neden oluyor? Boynuyla taş mı taşıyorlar ki fıtık oluyor. Bu hastalığı ilk sebebi yemeklerin kötü olmasından, mide ağrısından ve kalp zayıflığından dolayı meydana gelebiliyor.*

*BEL FITIĞININ GENEL SEBEBİ KALP YETMEZLİĞİ OLABİLİR -Tarlamızı iyice sulamayınca farklı yerlerde kuraklık görürsünüz. Haziran ve Temmuz ayında yer güneşten dolayı kurur ve çatlarsa fıtıkta kalp yetmezliğinden öyle bir hale gelir. Siz bunlara dikkat ederseniz kendinizi de nisan ayına dönüştürürsünüz. O bölgeye kan yeterince gider. Bu sorunlar çözülmüş olur.*

*Bilim dünyasında %97 bel fıtığını normal yollarla tedavi ederler. %3’lük kısımda ise bel fıtığı ameliyatı zorunluluğu oluyor. İlaç yollarını ve fizik yollarını uygularsan eğer bu defa daha iyi bir hekime müracaat edeceksin. Olmaz ise beyin cerrahı kalp cerrahı ve fizyoterapistler toplantı yapıp öyle ameliyat ederler. Bir kişinin tek karar vermesi bize göre yanlıştır.*

*“AZDAN BAŞLAYIP ÇOĞA VARACAĞIZ- Meşiet daha güzel netice verebilir. İnsanları ameliyatla değil doğal yollarla ve doğru besinlerle doğru tedavinin uygulanmasını tavsiye ederim. Çok iyi olmadığım için dünyaya tavsiyede bulunamam. Bir kişi dünyanızı değiştirebilir. Bir kişiyi ölümden kurtarırsan, dünyanı kurtarmış olursun. Bizler azdan başlayıp çoğa varacağız..."* şeklindeki ifadelerle birlikte, Süleyman Moeinzadfarokkhzad isimli şahsın iletişim bilgilerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, söz konusu tanıtımlarda herhangi bir reklam ibaresi bulunmadan Süleyman Moeinzadfarokkhzad isimli şahsı övmek ve tüketicileri yönlendirmek suretiyle şahsın örtülü reklamının yapıldığı, bu durumun tüketicileri yanıltıcı, aldatıcı ve bilgi eksikliklerini istismar edici nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, mecra kuruluşu **Hikmetullah YETKİN (Van Gazetesi)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**15)**

**Dosya No: 2021/1897**

**Şikayet Edilen: Havva Selcan YAVUZ**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.instagram.com adresli internet sitesinde “seelcanyvz” kullanıcı adıyla muhtelif tarihlerde yayınlanan paylaşımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 30.06.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com adresli internet sitesinde, “seelcanyvz” kullanıcı adıyla muhtelif tarihlerde "Eylül", "Cilt Bakımı", "Nisan", "Mart" gibi çeşitli başlıklar halinde yayınlanan hikayelerde, www.trendyol.com adresli internet sitesinde “Seelcanyvz Koleksiyonu” adı altında satışı gerçekleştirilen ürünlere ilişkin yönlendirme içeren fotoğraf ve ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, www.instagram.com adresli internet sitesinde, *“seelcanyvz”* kullanıcı adıyla muhtelif tarihlerde *"Eylül", "Cilt Bakımı", "Nisan", "Mart"* gibi çeşitli başlıklar halinde yayınlanan hikayelerde, www.trendyol.com adresli internet sitesinde “Seelcanyvz Koleksiyonu” adı altında satışı gerçekleştirilen ürünlere ilişkin yönlendirme içeren fotoğraf ve ifadelere yer verildiği;

Buna göre, sosyal medya platformunda yayınlanan reklamlarda, tüketicilerin ilk karşılaştıkları anda başka bir şey yapmalarına gerek kalmadan paylaşımın reklam olduğunun anlaşılması; söz konusu paylaşımlar içinde yer verilen etiket ve açıklamaların, kullanılan renklerden ve arka fondan ayırt edilebilir nitelikte ve kolaylıkla okunabilir büyüklükte olması; ayrıca, içeriğin yalnızca kısa süreliğine görülebildiğireklamlarda, paylaşım süresince reklam verene ilişkin ad, marka, ticaret unvanı gibi tanıtıcı bilgilerden herhangi biri ile birlikte Sosyal Medya Etkileyicileri Tarafından Yapılan Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Hakkında Kılavuz’un 9 uncu maddesinde belirtilen etiketlerden ya da açıklamalardan en az birine yer verilmesi gerektiği;

Ancak, inceleme konusu hikayelerde, paylaşım yapılan markalara ait ürünlere ilişkin reklam olduğu açıkça belirtilmeksizin yönlendirme içeren ifadelere yer verildiği ya da paylaşımda kullanılan etiket ve açıklamaların reklam olduğu açıkça anlaşılacak renk, büyüklük, biçim ve konumda sunulmadığı;

Bu nedenle, www.instagram.com adresli internet sitesinde, *“seelcanyvz”* kullanıcı adıyla yapılan paylaşımlarda, tüketicilerin aydınlanma, bilgilendirilme ihtiyacını karşılama ve haber verme amacının dışına çıkılarak www.trendyol.com adresli internet sitesinde farklı satıcılar tarafından satışı gerçekleştirilen marka ve ürünlerin örtülü reklamının yapıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,mecra kuruluşu **Havva Selcan YAVUZ** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**KOZMETİK VE TEMİZLİK ÜRÜNLERİ**

**16)**

**Dosya No: 2021/4668**

**Şikayet Edilen: Eruslu Sağık Ürün. San. Tic. A. Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.n11.com/ adlı internet sitesindeSleepy mağaza adıyla yapılan “Sleepy Sensitive Islak Bebek Havlusu” isimli ürün tanıtımları

**Reklam Yayın Tarihi:** 10.09.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.n11.com/ adresli internet sitesinin mobil uygulamasında Sleepy mağaza adıyla satışa sunulan “Sleepy Islak Bebek Havlusu” isimli ürüne ilişkin 10.09.2021 tarihinde yapılan tanıtımlarda, "*Bugüne Özel İndirimli Ürün 59,90 TL*" ibareli kampanyanın yer aldığı, söz konusu kampanya görselinde; ürünün kampanyasız fiyatının 117,00 TL olarak gösterildiği, indirimli fiyatının 59,90 TL olduğu ve kampanyanın 500 adet stok için geçerli olduğu bilgilerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, www.n11.com/ adresli internet sitesinin mobil uygulamasında “Sleepy” mağaza adıyla satışa sunulan “Sleepy Islak Bebek Havlusu” isimli ürüne ilişkin 10.09.2021 tarihinde yapılan tanıtımlarda, "*Bugüne Özel İndirimli Ürün 59,90 TL*" ibareli kampanyanın yer aldığı, söz konusu kampanya görselinde; ürünün kampanyasız fiyatının 117,00 TL olarak gösterildiği, indirimli fiyatının 59,90 TL olduğu ve kampanyanın 500 adet stok için geçerli olduğu bilgilerine yer verildiği ancak firmanın indirim uygulanmadan bir önceki fiyat olan 117,00 TL ye ürünü sattığına ilişkin kanıtlayıcı bilgi ve belgelerin sunulmadığı, ürüne ilişkin indirim öncesi fiyat bilgisinin tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu, dolayısıyla söz konusu indirimli satışa ilişkin tanıtımlar ile ürünün satış fiyatında gerçekte olduğundan daha fazla indirim yapıldığı izlenimi oluşturularak tüketicilerin aldatıldığı değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Eruslu Sağık Ürün. San. Tic. A. Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 ve 77/13 üncü maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**17)**

**Dosya No: 2021/4669**

**Şikayet Edilen: İsmail ÇAKMAK**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 10.05.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

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

https://www.gittigidiyor.com/kozmetik-kisisel-bakim/irlanda-dan-ithal-penis-xl-krem-orijinal-buyutucu-krem-100-ml-gizli-paket-faturali\_pdp\_660425059 adlı URL adresinde; *İrlanda'dan İthal Penis XL Krem + Orijinal Büyütücü Krem 100 ml. + Gizli Paket + Faturalı isimli ürün tanıtımında "Büyütücü*" şeklinde,

https://www.gittigidiyor.com/kozmetik-kisisel-bakim/ithal-buyutucu-set-powerup-penis pompasi-buyutucu-krem-gizli-paket\_pdp\_656418686 adlı URL adresinde; “*İthal Büyütücü Set Powerup Penis Pompası + Büyütücü Krem isimli ürünün Büyütücü”.* şeklinde;

https://www.gittigidiyor.com/kozmetik-kisisel-bakim/irlanda-dan-ithal-penis-sertlestirici-krem-penixl-orijinal-buyutucu-krem-100-ml-gizli-paketleme\_pdp\_658720804 adlı URL adresinde; *“İrlanda'dan İthal Penis Sertleştirici Krem PeniXL + Orijinal Büyütücü Krem 100 ml. isimli ürünün Sertleştirici, Büyütücü.”* şeklinde,

https://www.gittigidiyor.com/kozmetik-kisisel-bakim/eczanelerde-satilan-penis-buyutucu-set-viagel-krem-penis-pompasi-gizli-kargolama\_pdp\_656836127 adlı URL adresinde; *“Eczanelerde Satılan Penis Büyütücü Set + Viagel Krem + Penis Pompası isimli ürünün Büyütücü.”* şeklinde,

https://www.gittigidiyor.com/kozmetik-kisisel-bakim/eczane-penixl-buyutucu-krem-a-penis-buyutucu-pompa-orijinal-ereksiyon-seti-penis-enlargement\_pdp\_662757354 adlı URL adresinde; *“Eczane Penixl Büyütücü Krem + A+ Penis Büyütücü Pompa + Orijinal Ereksiyon Seti + Penis Enlargement isimli ürünün Büyütücü, Ereksiyon.”* şeklinde,

https://www.gittigidiyor.com/kozmetik-kisisel-bakim/2-adet-penixl-buyutucu-krem-a-penis-buyutucu-pompa-orijinal-ereksiyon-seti-penis-enlargement\_pdp\_662757247 adlı URL adresinde; *“2 Adet Penixl Büyütücü Krem + A+ Penis Büyütücü Pompa + Orijinal Ereksiyon Seti + Penis Enlargement isimli ürünün Büyütücü, Ereksiyon.”* şeklinde;

https://www.gittigidiyor.com/kozmetik-kisisel-bakim/a-ithal-buyutucu-pompa-2-kutu-penixl-buyutucu-krem-orijinal-ereksiyon-seti-penis-enlargement\_pdp\_662757011 adlı URL adresinde; *“A++ İthal Büyütücü Pompa + 2 Kutu Penixl Büyütücü Krem + Orijinal Ereksiyon Seti + Penis Enlargement isimli ürünün Büyütücü, Ereksiyon.”* şeklinde,

https://www.gittigidiyor.com/kozmetik-kisisel-bakim/buyutucu-owerup-penis-pompasi-viagel-buyutucu-krem-gizli-paket\_pdp\_656835691 adlı URL adresinde; *“Büyütücü Owerup Penis Pompası + Viagel Büyütücü Krem + Gizli Paket isimli ürünün 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 Yönetmeliği’nin 4 üncü ve 10 uncu maddeleri,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**18)**

**Dosya No: 2021/581**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** “Oral-B Diş Eti ve Diş Minesi Pro-Onarım” adlı diş macunu ve “Yuvarlak Başlı Oral-B Power” adlı diş fırçasına ilişkin televizyon kanallarında yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 08.01.2021-19.02.2021

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** “Oral-B Diş Eti ve Diş Minesi Pro-Onarım” adlı diş macununa ilişkin reklam filminde *“Diş hekimleri ve milyonlar seçimini yaptı, Oral-B Diş macununu seçti. Türkiye’de diş* *hekimlerinin kullandığı 1 Numaralı Marka”* ve “Yuvarlak Başlı Oral-B Power” adlı diş fırçasına ilişkin reklam filminde; *“Milyonlar seçimini yaptı benzersiz yuvarlak başlıklı Oral-B Power’ı seçti”* ifadelerine,

Bununla birlikte söz konusu reklam filmlerinde *“Diş hekimimin önerisiyle Oral-B diş macunu aldım, muhteşem! Mükemmel temizliyor ve diş etlerime çok iyi geldi. Herkese tavsiye ediyorum. Daha temiz ve sağlıklı dişlerin olması için sende Oral-B kullan farkı gör. Şimdiye kadar dişlerimi fırçalamamışım.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda,“Oral-B Diş Eti ve Diş Minesi Pro-Onarım” adlı diş macunu ve “Yuvarlak Başlı Oral-B Power” adlı diş fırçasına ilişkin televizyon kanallarında yayınlanan reklam filminde yer alan ifadelerin tüketicileri yanıltıcı olmadığı ve Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin “İspat külfeti” başlıklı 9 uncu maddesinde yer alan esaslar çerçevesinde ispatlandığı kanaatine varıldığından inceleme konusu reklamların 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesine **aykırı olmadığına** karar verilmiştir.

**19)**

**Dosya No: 2021/1748**

**Şikayet Edilen: Unilever Sanayi ve Ticaret Türk A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Domestos Hijyen Projesi” kapsamında Domestos isimli ürüne ilişkin çeşitli televizyon kanallarında yayınlanan reklam filmi

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** Domestos isimli ürüne ilişkin çeşitli televizyon kanallarında yer alan reklam filminde; *“…Domestos hijyenini bugüne kadar 4,5 milyon öğrenciye ulaştırdık ve şimdi okulların her köşesine taşıyoruz. İlk kez okullara okulum hijyenik sertifikası veriyoruz. Konu çocuklarımız olunca evde de okulda da domestos durdurulamaz.”* ifadesine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda,“Domestos Hijyen Projesi” kapsamında Domestos isimli ürüne ilişkin çeşitli televizyon kanallarında yayınlanan reklam filmi incelenmiş olup, reklam filminde yer alan ifadelerin 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesine **aykırı olmadığına** karar verilmiştir.

**20)**

**Dosya No: 2021/1885**

**Şikayet Edilen: Prestige Grup Bilişim Kozmetik İthalat İhr. San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.trendyol.com adresli internet sitesinde satışa sunulan "Salkom Cilt Beyazlatıcı & Leke Kremi, Beyazlatma Kremi" isimli ürüne yönelik yayınlanan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 02.09.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.trendyol.com/salkom/clt-beyazlatc-leke-krem-beyazlatma-krem-100 ml-p-4944210? boutqueId=555440&merchantId=153982&flter… URL adresinin 02.09.2021 tarihli görünümünde, tanıtımı yapılan *“Salkom Cilt Beyazlatıcı & Leke Kremi, Beyazlatma Kremi”* isimli kremin ürün isminde “Leke Kremi” ifadesine yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla söz konusu tanıtımların;

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

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmelik’in 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 **Prestige Grup Bilişim Kozmetik İthalat 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.

**21)**

**Dosya No: 2021/1916**

**Şikayet Edilen: Esn Grup Kozmetik ve Bilişim İthalat İhracat Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.trendyol.com adresli internet sitesinde satışa sunulan "Golden Plus Leke Giderici Bakım Kremi" isimli ürüne yönelik yayınlanan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 09.07.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.trendyol.com/goldenplus/golden-plus-leke-gderc-bakm-krem-50-ml-p-57461359 URL adresinin 09.07.2021 tarihli görünümünde, tanıtımı yapılan *“Golden Plus Leke* *Giderici Bakım Kremi 50 ml SARF-92060”* isimli kremin ürün isminde “Leke Giderici” ifadesine, bununla birlikte bahsi geçen tanıtımlarda *“Güneş Lekeleri, Doğum Esnasında Oluşan Lekeler, Akne* *Sivilce Lekeleri, İstenmeyen Lekelere Kesin Çözüm.”* 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 olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla söz konusu tanıtımların;

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

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/1-a, 5/1-b, 5/1-ğ, 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 **Esn Grup Kozmetik ve Bilişim İthalat İhracat 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: 2021/2011**

**Şikayet Edilen: Evly Pharma Kozmetik San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.trendyol.com adresli internet sitesinde satışa sunulan "The Purest Solutions Gözenek, Siyah Nokta Ve Akne (sivilce) Giderici Bakım Serumu" isimli ürüne yönelik yayınlanan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 02.09.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.trendyol.com/the-purest-solutons/gozenek-syah-nokta-ve-akne-svlce-gderc-bakm-serumu-nacnamde-5-znc-pca-1-p-44292035 url adresinin 02.09.2021 tarihli görünümünde, tanıtımı yapılan *“The Purest Solutions Gözenek, Siyah Nokta Ve Akne (sivilce) Giderici Bakım* S*erumu (niacinamide 5% + Zınc Pca 1%) TPS100”* isimli kremin ürün isminde “*Gözenek, Siyah Nokta* *Ve Akne (sivilce) Giderici*”ifadesine yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla söz konusu tanıtımların;

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

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/1-a, 5/1-b, 5/1-ğ, 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 **Evly Pharma Kozmetik San. ve Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**23)**

**Dosya No: 2021/2012**

**Şikayet Edilen: Elca Kozmetik Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.clinique.com.tr adresli internet sitesinde satışa sunulan "Anti-Blemish Sivilce Karşıtı Çözüm Serisi Temizleyici Köpük" isimli ürüne yönelik yayınlanan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 02.09.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya aitwww.clinique.com.tr adresli internet sitesinin 02.09.2021 tarihli görünümünde; “Anti-Blemish Sivilce Karşıtı Çözüm Serisi Temizleyici Köpük” isimli ürün tanıtımlarında *“Hassas, tedavi edici akne karşıtı köpük”* ifadesine yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla söz konusu tanıtımların;

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

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/1-a, 5/1-b, 5/1-ğ, 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 **Elca Kozmetik Limited Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**24)**

**Dosya No: 2021/2258**

**Şikayet Edilen: Minimas Kozmetik Ürünleri İthalat İhracat San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.trendyol.com adresli internet sitesinde satışa sunulan “BIOAQUA Pure Skin Akne Sivilce ve İz Kremi” isimli ürüne yönelik yayınlanan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 13.07.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.trendyol.com/bioaqua/pure-skin-akne-sivilce-ve-iz-kremi-6947790780719-p-2339296 url adresinin 13.07.2021 tarihli görünümünde, tanıtımı yapılan *“BIOAQUA Pure* *Skin Akne Sivilce ve İz Kremi”* isimli kremin ürün isminde *“Akne Sivilce ve İz Kremi”* ifadesine, bununla birlikte bahsi geçen tanıtımlarda *“Akne, sivilce ve yara izi tedavisinde hızlı ve etkili sonuçlar! Stres, yağlı* *ve baharatlı yiyecekler, yetersiz cilt hijyeni, hava kirliliği, dolaşım bozukluğu, ergenlik ve menstruasyon* *nedeniyle oluşan sivilcelerde etkilidir. Uzun süreli düzenli kullanımda, sadece sivilce ve akneleri değil,* *sönen sivilce ve aknelerin izlerini, cilt yüzeyindeki yara izlerini ve lekeleri de giderir. Sivilce ve izler* *nedeniyle sararan, kızaran, koyulaşıp matlaşan cilde yeniden aydınlık bir görünüm kazandırır. Akne ve* *sivilce tedavisinde etkili bitkisel içerikler, jojoba ile desteklenmiştir.”* ifadesine yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla söz konusu tanıtımların;

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

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/1-a, 5/1-b, 5/1-ğ, 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 **Minimas Kozmetik Ürünleri İthalat İhracat 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.

**25)**

**Dosya No:** **2021/1542**

**Şikayet Edilen: Ena Farma Sağlık Ürünleri İmalat ve Dış Ticaret Anonim Şirketi**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 17.03.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.enafarma.com.tr adresli internet sitesinde yer alan “Cold Mix” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Covid-19'dan korkma, burnunu açarken virüsü burnunda yakala. Maske, mesafe cold mixle! Sadece yakana 5 damla! Covid 19 karşısındaki etkinliği test edilen cold mix inhaler damlanın virüsleri 5.dakikada %79,89, devam eden 30.dakikada %93.23 oranında yok ettiği kanıtlanmıştır.”* ifadelerine yer verildiğitespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, www.enafarma.com.tr adresli internet sitesinde yer alan “Cold Mix” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda*; “Covid-19'dan korkma, burnunu açarken virüsü burnunda yakala. Maske, mesafe cold mixle! Sadece yakana 5 damla! Covid 19 karşısındaki etkinliği test edilen cold mix inhaler damlanın virüsleri 5.dakikada %79,89, devam eden 30.dakikada %93.23 oranında yok ettiği kanıtlanmıştır.”* ifadelerine yer verildiği ancak söz konusu ürün kullanılsa dahi hasta bireylerin damlacık yolu ile koronavirüs bulaştırma riskinin devam ettiği göz önüne alındığında, söz konusu tanıtımlarda ürünün yakada kullanımının koronavirüsü durduracağına yönelik ifade ve görüntülerin, tüketiciler nezdinde söz konusu ürünün kullanıldığı sürece tekrar virüs bulaşının olmayacağı yönünde izlenim uyandırıldığı, bu durumun tüketicileri yanlış yönlendirici ve kamu sağlığını bozucu olacağı 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 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**26)**

**Dosya No: 2021/4670**

**Şikayet Edilen: Naos İstanbul Kozmetik San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Bioderma” markalı muhtelif ürünlere ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 17.05.2021, 19.05.2021, 04.06.2021, 14.06.2021

**Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj, İnternet

**Tespitler:** Firmaya ait “Sebium Global” ve “Sebium Foaming Gel” ürünlerinin birlikte satıldığı ürün kitinde *“Akneli Cildin Tüm Problemlerine Tek Çözüm”*ifadesine,

Firmaya ait Sebium Hydra ve Atoderm Lip Balm ürünlerinden oluşan Sebium İzokit paketi üzerinde *“Kurutucu Medikal Akne Tedavilerine Destek Bakım Kiti”* ifadesine,

www.bioderma.com.tr adresli internet sitesinin 17.05.2021 tarihli görünümünde yer alan “Sébium Global Cover” isimli ürün tanıtımlarında; *“Yoğun saflaştırıcı bakım, akneye yatkın cilt bakımı”*, *“Akne eğilimli ciltler için sivilce karşıtı etki sunarak cilt pürüzlerinin oluşumunun engellenmesine destek olan ve kapatıcılık etkisi sunan renkli bakım kremi”* “*Sébium Global Cover cilt pürüzlerinin azaltılmasına destek* *olur.”, “Akne eğilimli ciltler”, “İçerdiği SeboRestore Teknolojisi sayesinde sebum yapısındaki bozulmayı gidermeye, sebumun doğal koruyucu işlevlerini geri kazandırmaya ve sivilce karşıtı etki sunmaya yardımcı olur.”, “Sébium Global Cover, FluidactivTM patenti sayesinde sebum kalitesini yeniden düzenler, cilt pürüzlerinin oluşmasına sebep olan gözeneklerin tıkanmasını önler.”, “Sébium Global Cover cilt pürüzlerinin azaltılmasına destek olur.”, “Aktif bileşenler sayesinde– AHA esterleri ve salisilik asit– gözenekleri arındırmaya ve cildi pürüzsüzleştirmeye yardımcı olur.”, “Enoksolon cildi yatıştırır ve kızarıklığı azaltmaya destek olur.”, “Sébium Global Cover, Seborestore etkin teknolojisi sayesinde inatçı cilt pürüzlerine karşı savaşmayı hedefleyen renkli bakım kremidir. Sebum yapısındaki bozulmayı gidermeye, sebumun doğal koruyucu işlevlerini geri kazandırmaya ve yeni cilt pürüzlerinin oluşmasını önlemeye yardımcı olur.”* şeklinde ifadelere,

https://shop.naosstars.com adresli internet sitesinin 04.06.2021 tarihli görünümünde yer alan “Sébium Global Cover” isimli ürün tanıtımlarında; *“Akne eğilimli ciltler için sivilce karşıtı etki sunarak cilt pürüzlerinin oluşmasını önlemeye yardımcı renkli bakım kremi”, “Hangi Endişe / İhtiyaç için Önerilir? Cilt Tonu Eşitsizliği, Akne Karşıtı”, “İnatçı cilt pürüzlerinin giderilmesine destek olur.”*, “*Cildin yatıştırılmasına ve nemlendirilmesine yardımcı olur*.”, “ *İçerdiği aktif bileşenler sayesinde sebum kalitesinin ve dengesinin korunmasına yardımcı olur.*”, *“İçerdiği aktif bileşenler sayesinde kızarıklık görünümün yatıştırılmasına destek olur.”* şeklinde ifadelere,

www.bioderma.com.tr adresli internet sitesinin 14.06.2021 tarihli görünümünde yer alan “Sébium Global” isimli ürün sayfasının başlık kısmında; “*Sébium Global | Yüz için akne kremi, akne izi ve leke* *geçirmeye yardımcı krem*” şeklinde, ürün tanıtımlarında; *“Akne eğilimli ciltler”, “İçerdiği SeboRestore Teknolojisi sayesinde sebum yapısındaki bozulmayı gidermeye ve sebumun doğal koruyucu işlevlerini geri kazandırmaya destek olur.”, “Sivilce karşıtı etki sunarak cilt pürüzlerinin oluşmasını engelleme yardımcı olur.”, “Sébium Global akne eğilimli ciltler için özel olarak geliştirilmiştir.”, “Bakuchiol kompleksi ve Fluidactiv™ patentini içeren Seborestore Teknolojisi sayesinde sebum yapısındaki bozulmayı dengelemeye destek olur.”, “İçerdiği enoksolon ile cildin yatışmasına ve* *kızarıkların azalmasına destek olur”* şeklinde ifadelere,

www.bioderma.com.tr adresli internet sitesinin 17.05.2021 tarihli görünümünde yer alan “Sebium” ürünlerine yönelik genel tanıtımda; “ *Sébium –* *Geniş ve belirgin gözenekler, bölgesel ya da tüm yüzde olabilen yağlanma, inatçı cilt pürüzleri ve* *inatçı cilt pürüzlerinin**sebep olduğu izler karma, yağlı ve akne eğimli cildin en önemli belirtileri* *arasındadır.* *BIODERMA’nın çözümü: Karma, yağlı ve akne eğilimli ciltler için özel olarak geliştirilen Sébium serisi karşında!* *Karma ve yağlı cildin için geliştirilen Sébium serisinde, cildindeki fazla sebum/yağ üretimini düzenlemeye yardımcı olan temizleme, nemlendirici ve tamamlayıcı bakım ürünlerini bulabilirsin. Tüm bu ürünler, en çok yaşadığın gözenek ve parlama problemi ile beraber inatçı cilt pürüzleri**için de özel olarak geliştirildi! Cildin için en uygun ve en doğru cilt bakım rutinini seçmeye hazırsan başlayalım!*”şeklinde ifadelere,

Instagram sosyal medya platformunun “biodermaturkiye” isimli hesabının 17.05.2021 tarihli görünümünde; “*Akne eğilimli cilde sahip olanların vazgeçilmez ikilisi Sébium Foaming Gel ve Sébium Global ile cilt bakım rutini başlasın! Sébium Foaming Gel ile cildini kurutmadan temizlerken, akne karşıtı etkiye sahip Sébium Global ile cilt pürüzlerini azaltmaya destek ol!”,* şeklinde ifadelere,

https://shop.naosstars.com adresli internet sitesinin 19.05.2021 tarihli görünümünde yer alan “Photoderm Nude SPF 50+ Natural 40 ml”, “Photoderm Nude SPF 50+ Light 40 ml”, “Photoderm Cover Touch SPF 50+ 40 ml” ve “Photoderm AKN Mat SPF 30 40 ml” isimli ürünlerin tanıtımlarında; *“Hangi Endişe / İhtiyaç için Önerilir? Yağlanma & Parlama, Akne Karşıtı”, “UVA ve UVB ışınlarına karşı hücreden başlayan koruma sağlar.”, “ Ürün cilde uygulandıktan kısa bir süre sonra sıvı kısmı buharlaşır ve ciltte sadece pudra kısmı kalır. Cilde matlaştırıcı etki sunar ve yağlanma probleminin azalmasına destek olur.”, “ Ek olarak içerdiği Fluidactiv TM patenti sayesinde ciltteki sebum miktarını ve kalitesini düzenlemeye yardımcı olur/destek olur.”, “İnatçı cilt pürüzleri olan karma ve yağlı ciltler için uzun süreli matlaştırıcı etkiye sahip güneş koruyucu”, “Cilt pürüzlerinin azalmasına destek olur/İnatçı cilt pürüzlerinin oluşmasını önlemeye yardımcı olur.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda,Kozmetik Mevzuatına tabi bulunan tüm kozmetik ürünlerin, insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve etkileri geçici olan ürünler olması gerektiği; bu bağlamda, inceleme konusu “Sebium Global” ve “Sebium Foaming Gel” ürünlerinin birlikte satıldığı ürün kitinde yer alan; *“Akneli Cildin Tüm Problemlerine Tek Çözüm”* şeklinde ve www.bioderma.com.tr adresli internet sitesinin 14.06.2021 tarihli görünümünde “Sébium Global” isimli ürün sayfasının başlık kısmında yer alan; “*Sébium Global | Yüz için akne kremi, akne izi ve leke* *geçirmeye yardımcı krem*” şeklinde sağlık beyanı içeren ve endikasyon belirten ifadelerin ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

- Sağlık Beyanları ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmelik’in 4/c, 5 inci, 7 nci maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Naos İstanbul Kozmetik San. ve Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı

Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**27)**

**Dosya No: 2021/1310**

**Şikayet Edilen:** **Unilever Sanayi ve Ticaret Türk A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Yumoş Deterjan” isimli deterjan ürünlerine ait ambalaj ile mağaza içi tanıtımlarda yer alan ve muhtelif televizyon kanallarında yayınlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj, Televizyon, Diğer

**Tespitler:** “Yumoş Deterjan”isimli deterjan ürünlerine ilişkin tanıtımlarda;

*“*Yumoş Deterjan Doku Koruma ve Onarma Renk Yenileme-Renkli Giysiler İçin*”* isimli ürün ambalajında; *“Pro-Fibre Teknolojisi”* ile*“\*Renkliler için önerilen diğer sıvı deterjan ürünlerine karşı yapılan renk koruma performans testi sonuçlarına göre”* açıklaması ile yer verilen *“Renk Korumada Daha İyisi Yok\*”* ifadesinin yer aldığı,

*“*Yumoş Deterjan Tüylenme Karşıtı İpeksi Dokunuş-Hassas Giysiler İçin*”* isimli ürün ambalajında; *“Micellar Teknolojisi”* ile *“\*Narinler için önerilen diğer sıvı deterjanlar ürünlerine karşı yapılan tüylenme testi sonuçlarına göre”* açıklaması ile yer verilen *“Tüylenme Karşıtı Bakımda Daha İyisi Yok\*”* ifadesinin yer aldığı,

*“*Yumoş Deterjan Doku Koruma ve Onarma Renk Yenileme-Siyah ve Koyu Renkli Giysiler İçin*”* isimli ürün ambalajında; *“Pro-Fibre Teknolojisi”* ile *“\*Siyahlar için önerilen diğer sıvı deterjan ürünlerine karşı yapılan renk koruma performans testi sonuçlarına göre”* açıklamasıyla yer verilen *“Siyah Renkleri Korumada Daha İyisi Yok\*”* ifadesinin yer aldığı,

Söz konusu ürünlerin mağaza içi tanıtım malzemelerinde, *“Yumoş Deterjan Çok İyi Çıktı! Daha iyisi yok!\*. \*Her ürün özelindeki faydaya ilişkindir.”* ifadelerinin yer aldığı,

Muhtelif televizyon kanallarında 28.01.2021-03.09.2021 yayınlanan reklam filminde; *“Yumoş Deterjan çok iyi çıktı. Profiber teknolojisi ile dokuları ve renkleri korur. Derinlemesine temizlenen giysilerin uzun süre seninle kalır. Daha iyisi yok\*”* ifadeleri ile altyazı metninde*“\*Her ürün özelindeki faydaya ilişkindir”* açıklamasına yer verildiği,

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; söz konusu tanıtımlarda yer alan *“Yumoş Deterjan Çok İyi Çıktı! Daha iyisi yok!”* şeklindeiddiaların Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin “İspat külfeti” başlıklı 9 uncu maddesinde yer alan esaslar çerçevesinde ispatlandığı ve 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: 2021/3799**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** “Sleepy Bio Natural Bebek Bezi” isimli ürün tanıtımları

**Reklam Yayın Tarihi:** 09.01.2021, 14.01.2021, 05.08.2021, 26.08.2021

**Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj, İnternet, Televizyon

**Tespitler:** İnceleme konusu “Sleepy Bio Natural Bebek Bezi” isimli ürüne ilişkin olarak;

Muhtelif televizyon kanallarında 09.01.2021 tarihinde yayınlanan reklamlarda; *“Aldığı her nefes dünyaya değer. Sleepy bebeklerimizin bugün olduğu gibi gelecekte de rahat bir nefes alabilmeleri için yepyeni ve benzersiz bir bebek bezi üretti. Bio Natural. Doğadan karbondioksit alıp oksijen üreten şeker kamışından elde edilmiş biyopolimerler Sleepy Bio Natural’de. Biyopolimerler ağırlıklarının 4 katı kadar karbondioksitin salınımını engelliyor. Bebeklerin hassas ciltleri için emici yüzey üzerindeki kumaş tabaka badem sütü proteini ile kaplanmış. Sleepy’nin saf su ile dokunmuş yumuşacık lifleri, emiciliği hızlandıran doğal bambu lifleri ve kuruluğu arttıran organik pamuk lifleri de var. Bebeklerimize daha temiz bir dünya bırakabilmek için Sleepy Bio Natural. Dünyada benzeri yok.”* ifadeleri ile birlikte “Saf Su”, “Doğal Bambu”, “Organik Pamuk”, “Badem Sütü Proteini”, “Daha Temiz Bir Dünya” ve “Dünyada Bir İlk” ibarelerine yer verildiği,

14.01.2021 tarihinde yayınlanan reklamlarda; *“Sleepy ailesinin en hassas, en yumuşak, en emici ve en çevreci premium ötesi bebek bezi serisi”* ifadeleri ile birlikte “Badem sütü proteini”, “Saf Su”, Doğal Bambu”, “Organik Pamuk”, “Fotosentez” ve “Dünyada bir ilk” ibarelerine yer verildiği,

Söz konusu reklamların ayrıca firmaya ait Youtube kanalında “Sleepy Bio Natural premium ötesi bebek bezi” ve “Sleepy'den premium ötesi bir seri” başlıkları ile yayınlandığı,

İnceleme konusu ürün ambalajlarında;

*“\*Dünyada bir ilk olarak bebek bezi kategorisinde Biyopolimer Süt Proteini, Saf Su, Doğal Bambu ve Organik Pamuk ile birlikte aynı üründe kullanılmıştır.”* açıklaması ile birlikte *“Dünya’da Bir İlk”* ibaresine,

“Testler” ibaresi altında yeşil renkli tik işareti ile birlikte *“Doğal Bambu-Doğal Şeker Kamışı-Hassas Cilt Uyumu-Helal-Hipoalerjenik-Saf Su-Organik Pamuk-Vegan-Yenilenebilir”* ifadelerine, kırmızı renkli çarpı işareti ile birlikte *“Alkol-Boya-Bpa-Fitalatlar-GDO-Gluten-Klor-Lateks -Losyon-Naylon-Nonifenol-Paraben-Parfüm-SLES-SLS-Oganotin”* ifadelerine,

Ayrıca, *“Bebeğiniz için daha temiz bir dünya. Biyopolimer kaynağı şeker kamışı doğadan karbondioksit (CO2) alıp oksijen (O2) üretir. Böylece atmosferimizi gelecek nesiller için temizler”* ifadelerine yer verildiği,

https://www.instagram.com/sleepybebeklerkulubu/ adresli internet sitesinin 26.08.2021 tarihli görünümünde; *“Sleepy Bio Natural, doğadan karbondioksit alıp oksijen veren şeker kamışından elde edilmiş biyopolimerlerle kaplı film yüzeyi ile bebekler gelecekte de rahat bir nefes alacak. (…)#bionatural #çevreci#çevrecibebekbezi #bebekbezi (…)#çevredostu #doğadostu(…)#çevreci# çevrecibebekbezi”* 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 ifadeler ile birlikte “Saf Su”, “Doğal Bambu”, “Organik Pamuk”, “Biyopolimer” ve “Süt Proteini” ibarelerine yer verildiği,

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, “Sleepy Bio Natural Bebek Bezi” isimli ürün ambalajlarında “Testler” ibaresi altında kırmızı renkli çarpı işareti ile birlikte *“(...)Boya”* ifadesine yer verildiği, ancak bebek bezi üzerinde yer alan figürlerin renkli bir biçimde kullanılmış olması nedeni ile söz konusu ürünün ara katmanında boya bulunduğunun anlaşıldığı, dolayısıyla ürünün tamamının boya içermediğine ilişkin bilgilendirmenin tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu,

Bununla birlikte, “Testler” ibaresi altında yeşil renkli tik işareti ile birlikte *“(...)Yenilenebilir”* ifadesine yer verilerek tanıtımı yapılan bebek bezinin tümüyle yenilenebilir bir ürün olduğu algısı yaratıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**29)**

**Dosya No: 2021/3858**

**Şikayet Edilen:** **Seba Kimya Sanayi ve Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Sır Püskürt Sil Hijyen Spreyi” isimli ürün tanıtımları

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj

**Tespitler:** “Sır Püskürt Sil Hijyen Spreyi” isimli ürün ambalajlarında *“%99,9 Hijyen Sağlar”* iddiasının yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, “Sır Püskürt Sil Hijyen Spreyi” isimli ürün ambalajlarında yer alan *“%99,9 Hijyen Sağlar”* iddiasının ispatına ilişkin olarak Yeditepe Üniversitesi Ar-Ge ve Analiz Merkez Laboratuvarı’nda gerçekleştirilen 2016 tarihli analiz raporunun sunulduğu,

Ancak, anılan raporun değerlendirilmesinde kullanılan TS EN 1276:2010-03 standardının iptal edildiği ve güncellenen TS EN 1276:2019-09 standardında test edilen mevcut deney mikroorganizmalarına iki bakteri türünün ilave edildiği, dolayısıyla mezkur test raporunun tarihinin, ilgili standartların güncelliği ile paralel olarak güncelliğini yitirdiği,

Diğer taraftan, “Hijyen” ifadesi mikrobiyolojik olarak geniş bir tanıma sahip olduğundan, mevcut raporda verilen analiz sonuçlarının sadece bir grup koliform bakterilerini kapsaması nedeniyle, söz konusu raporun “%99,9 Hijyen Sağlar” iddiasını desteklemede yetersiz kaldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**SAĞLIK**

**30)**

**Dosya No: 2021/4676**

**Şikayet Edilen: Hürkan AKKUZU**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şahsa ait www.youtube.com/c/FizyoterapistHÜRKANAKKUZU ve www.instagram.com/hurkanakkuzu adresli sosyal medya hesaplarında yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 23.09.2021, 29.09.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.youtube.com/c/FizyoterapistHÜRKANAKKUZU adresli sosyal medya hesabının 23.09.2021 ve 29.09.2021 tarihli görünümünde örnek olarak;

*"Boyun kütletme. Boyun fıtığı ağrısına fizyoterapist Hürkan Akkuzu ile son. Türkiye'nin en başarılı omurga ve nörolojik hastalıkları fizyoterapistlerinden, fizyoterapist Hürkan Akkuzu ile yaşamına hareket kat. Fizyoterapist Hürkan Akkuzu ile bel fıtığı ağrısına son, boyun fıtığı ağrısına son, sırt ağrısına son, bel ve boyun düzleşmesine son, bel ve boyun ağrısına son, kuyruk sokumu ağrısına son... Siyatik bel fıtığı ağrısına son. Bel kütletme. Bel fıtığına manuel terapi. Fizyoterapist Hürkan Akkuzu ile bel düzleşmesi, bel fıtığı ağrısı, bel kanal daralması ağrısı, sırt ağrısı, siyatik bel fıtığı ağrısı, kalça ağrısına son... Tek bir dokunuş ile boyun fıtığı ağrısı ve boyun düzleşmesi ağrısına son... Fizyoterapist hürkan akkuzu ile bel fıtığı ağrısına son boyun fıtığı ağrısına son, sırt ağrısına son, bel ve boyun düzleşmesine son, bel ve boyun ağrısına son, kuyruk sokumu ağrısına son, kamburluğa son, skolyoza son, kalça, diz ve ayak bileği eklem ağrılarına son, omuz , dirsek ve el bileği ağrılarına son... Felç tedavisi. Felçli hastaya fizik tedavi. Fizyoterapist Hürkan Akkuzu. Felçli hastaya fizik tedavi. İnme rehabilitasyonu. Sağ kısmi felç tedavisi. Sağ tarafından üst üste iki defa felç geçirip yatalak kalan ve sağ kol, sağ bacağı tamamen felç olup, konuşma bozukluğu olan hastamız, fizyoterapist Hürkan Akkuzu'nun uyguladığı fizik tedavi ve rehabilitasyon ile sağ kol ve sağ bacağını tamamen kullanır aynı zamanda da kendi kendine yürür, konuşup kendini ifade edebilir bir halde ailesine ve sevdiklerine kavuşturduk. Türkiyenin en başarılı nörolojik hastalıkları fizyoterapsitlerinden fizyoterapist Hürkan Akkuzu ile yatalak ve felçli olan hastalara fizik tedavi... Fizyoterapist Hürkan Akkuzu ile Felçli ve yatalak hastalara fizik tedavi; Türkiyenin en başarılı nörolojik hastalıkları fizyoterapistlerinden, fizyoterapist hürkan akkuzu ile yatalak ve felçli kalmaya son... FizyoterapistHürkan Akkuzu ile; inme felci rehabilitasyonu, sağ inme felci rehabilitasyonu, sol inme felci rehabilitasyonu, hipoksik hastalıkları rehabilitasyonu, hemipleji inme rehabilitasyonu, omurilik felci rehabilitasyonu, parapleji rehabilitasyonu, tetrapileji rehabilitasyonu, quadripleji rehabilitasyonu, gullianbare hastalığı rehabilitasyonu, als hastalığı rehabilitasyonu, nöropati ve polionöropatiye rehabilitasyonu...",*

**-**www.instagram.com/hurkanakkuzu adresli sosyal medya hesabının 23.09.2021 tarihli görünümünde örnek olarak;

*"İki adet boyun fıtığı, boyun düzleşmesi ve boyun tutulması olan hastamızın, fizyoterapist Hürkan Akkuzu ile olan tedavi aşaması sizlerle… Fizyoterapist Hürkan Akkuzu ile boyun düzleşmesi, boyun fıtığı ağrısı, boyun kanal daralması ağrısı, sırt ağrısı, bel fıtığı ağrısı, bel ağrısına son... Türkı̇yenı̇n en başarılı omurga ve nörolojı̇k hastalıkları fizyoterapistlerinden, fı̇zyoterapı̇st Hürkan Akkuzu ı̇le yaşamına hareket kat... Tek bir dokunuş ile boyun, sırt ve bel ağrılarına son. Boyun fıtığı ağrısı, bel fıtığı ağrısı ve sırt ağrısına fizyoterapist Hürkan Akkuzu ile son… Fizyoterapist Hürkan Akkuzu ile bel fıtığı ağrısına son, boyun fıtığı ağrısına son, sırt ağrısına son, bel ve boyun düzleşmesı̇ne son, bel ve boyun ağrısına son, kuyruk sokumu ağrısına son, kamburluğa son, skolyoza son, kalça, dı̇z ve ayak bı̇leğı̇ eklem ağrılarına son..."*

şeklinde çeşitli hastalık isimlerine ve bu hastalıkların tedavisine ilişkin ifade ve görüntülere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu paylaşımlarda yer alan hastalıkların tanı, tedavi ve bilgilendirmesinin ilgili alanda uzman tabiplerce ve yetkili sağlık kuruluşlarınca yapılması gerektiği, şahsın hekim olmaması ve bu alanda bir yetkisinin bulunmamasına karşın bu tür ifade ve görüntülere yer verilmesinin ilgili mevzuata aykırı, tüketicileri yanıltıcı, aldatıcı nitelikte olduğu,

Diğer taraftan, inceleme konusu tanıtımların çeşitli hastalıkların tedavisine yönelik olduğu, her türlü sağlık hizmetinin reklamının yapılmasının ise ilgili mevzuata aykırı olduğu; bu tanıtımların ilgili mevzuatta sağlık hizmetlerine ilişkin izin verilen bilgilendirme ve tanıtım faaliyetleri kapsamını aşan, talep yaratıcı ve diğer sağlık kuruluşları aleyhine haksız rekabete yol açıcı nitelikte olduğu, reklamların mevzuata aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**31)**

**Dosya No: 2020/1630**

**Şikayet Edilen:** **Elsie Genetic (Aysu ŞELİMEN)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 22.01.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Kuruluşa ait www.elsiegenetic.com adresli internet sitesinin 22.01.2021 tarihli görünümünde örnek olarak; *"...Elsie Genetik, moleküler biyoloji, insan genetiği, genomik, transkriptomik, metilomik, istatistik ve biyoinformatik alanlarında bilgi ve deneyime sahip, dünya çapında uzman bilim insanlarından oluşan, yetenekli ve disiplinli NIPD Genetics firmasının temsilci partneridir. NIPD Genetics, non-invaziv genetik testlerin tasarlanması, geliştirilmesi ve üretilmesi alanında faaliyet gösteren yenilikçi bir biyoteknoloji şirketidir. Laboratuvarları uluslararası düzeyde hassas, güvenilir, doğru sonuçlar veren, son teknoloji ile desteklenmiş non-invaziv test hizmetleri sunmaktadır...PRENATAL Testler İçin Neden Bizi Tercih Etmelisiniz? VERACITY - GENEL BAKIŞ VERACITY fetal anöploidilerin tespiti için yeni nesil, non-invaziv prenatal test(NIPT)’tir. 2 çok-merkezli çalışma ve binlerce örnekle valide edilmiştir. Piyasadaki en gelişmiş, doğruluk oranı en yüksek ve fiyat performansı en iyi testlerden biri. Birçok eski teknolojinin aksine, yeni geliştirilen çok katlı metodoloji ve tescilli biyoinformatik hatlar kullanarak anomalileri tespit eder. Fetal trizomileri tespit etmede %99.9’dan daha yüksek hassaslık(sensitivite) ve anlamlılık(spesifite). Fetal fraksiyon objektif olarak ölçülür ve yüksek doğrulukla rapor edilir. İkiz gebelik, ikizi kaybolan gebelik, gamet bağışıyla oluşan gebelik ve taşıyıcı gebelik gibi kompleks gebeliklerde anöploidi tespiti yapılmasını sağlar. Birçok gebelikte uygulanabilir. VERACITY'NİN AVANTAJLARI EBEVEYNLER İÇİN YARARLARI: Non-Invaziv Prenatal Test Tarama Testi Anne adayının kolundan kan alımı Hamileliğin erken evresi (10. Haftadan itibaren) Güvenli – Fetüs ya da anne adayı için risk yok Doğruluğu yüksek İnvaziv prosedür sayısını azaltır Hızlı sonuçlar...ONKOLOJİ Testler İçin Neden Bizi Tercih Etmelisiniz? PreSENTIA KLİNİSYENLER İÇİN AVANTAJLARI: Hedef Yakalama ve Zenginleştirme Teknolojisi önceki teknolojilerin limitasyonlarını aşmak; teşhis verimini, hassasiyeti (sensitivite) ve spesifiteyi artırıp bayası azaltmak için dizayn edilmiştir. Tescilli problar kalıtsal kanserle ilişkilendirilmiş ekzonları, ekzon-intron sınırlarını ve genlerin transle olmayan bölgelerini(UTR) hedef alır. Benzersiz prob dizaynı ve tescilli biyoinformatik algoritmaları yüksek hassaslığı ve doğruluğu sağlar. Yüksek okuma derinliği, klinik olarak harekete geçilen varyantların düşük frekansta tespit edilmesini sağlayarak analizin istatistiksel doğruluğunu artırırken sensitivitesini ve spesifitesini de artırır. Tescilli çoklu motor analiz hattımız (multi-engine analysis pipeline) varyansları düşürür, yanlış pozitif ve yanlış negative sonuçlardan korur. NEDEN PreSENTIA?: Kanser hastalarının erken teşhisinde yardımcı olur...Kanser izlemi, gözetleme ve erken müdahaleyi sağlar. Kalıtsal kanserlerde yaşama oranını geliştirir. Gerekli olması durumunda genetik danışmanlık için bir referans Sonuçlar için SON DERECE KISA ZAMAN: 2-3 hafta..."* gibi ifadelere yer verildiği;

www.instagram.com ile www.facebook.com adresli sosyal paylaşım sitelerinin 22.01.2021 tarihli görünümünde kuruluşa ait *"ELSIE"* ve *"elsie.veracity"* kullanıcı isimli sayfalarda yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak*; "...Bizi tercih eden kıymetli anne adaylarından Elsie-Veracity deneyimlerini onların izniyle paylaşmaktan mutluluk duyuyoruz...Gasturulasyon aşamasında oluşmuş olan endoderm, mezoderm ve ektoderm katmanları(germ layers) farklı hücre tiplerine ve dokulara dönüşerek organizmayı oluştururlar.Ektoderm en dış katmandır. Deriyi, beyini, sinir sistemini ve diğer dış sistemleri oluşturmakla görevlidir. Mezoderm ise ortanca katmandır. Kasları, iskelet sistemini ve dolaşım sistemini oluşturur. Endoderm de en iç katmandır. Bu katman sindirim sistemi ve iç organları oluşturur...Bebeğinizin gelişiminin 7. haftasında sinir sistemi gelişmeye devam ederken duyu organları da oluşmaya başlayacak. Bu hafta burun dokusu ve koku duyusunu oluşturacak sinirler oluşmaktadır. İç kulak gelişimi başlamıştır. Ancak dış kulak henüz görünür değildir, onu görmek için biraz daha beklemeniz gerekmekte. Gözleri konusunda ise, hala gelişiminin çok başında olsa da, göz küreleri ayırt edilebilir durumda. Karaciğeri kırmızı kan hücrelerini üretme görevini bebeğinizin kemik iliği oluşup işlevsel hale gelene kadar yerine getirecek...Gebelikte ne kadar erken VERACITY Testi yaptırılabilir? VERACITY'nin avantajlarından biri, gebeliğin 10. Haftası gibi erken bir dönemde yaptırabilinir olmasıdır. Kısa sürede sonuç veren VERACITY ile erken ve doğru sonuç elde edebilirsiniz..Veracity yeni nesil noninvaziv (girişimsel olmayan) prenatal testtir. Fetal genetik bozuklukları tespit etmek için annenin kanından elde edilen hücresiz DNA’yı analiz ederek, bebek için düşük riski yaratmadan anomalileri yüksek doğrulukta, hassasiyette ve güvenirlilikte tespit..Bebeğiniz gelişiminin 8. haftasında temel organlarının hepsini oluşturmuş olacak. İç organları büyür ve gelişirken vücudu da gelişiyor. Artık uzuvları ve parmakları ayırt edilebilir şekilde. El ve ayak parmaklarını siz henüz göremeseniz de oradalar. Tam anlamıyla bir bebek görüntüsüne gelmeye başladı..."* gibi ifadelere ve hasta yorumlarına yer verildiği;

Bununla birlikte; inceleme konusu internet sitelerinde; kuruluş isminin “Elsie Genetic" 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; dolayısıyla, inceleme konusu internet sitelerinde, aracılık faaliyetinde bulunduğu tıbbi işlemler 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 Kanunu’nun 64 üncü maddesi,

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

- Özel Hastaneler Yönetmeliği’nin 60 ıncı 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-b, 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 **Elsie Genetic (Aysu ŞELİMEN)** 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.

**32)**

**Dosya No: 2020/1795**

**Şikayet Edilen:** **Aris Kadıköy Vip Güzellik Salonu**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 09.04.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.ariskadikoyvip.com adresli internet sitesinin 09.04.2021 tarihli görünümünde örnek olarak; *"...En kısa anlatımı ile vücudunuzdaki istenmeyen tüylerden kurtulmanız için kalıcı bir yol sağlayan bir güzellik uygulamasıdır. Güzellik ve estetik merkezlerde yapılan bu uygulamada kıl köklerinin ışın ile yakılması ve işlem sonunda bir daha çıkmaması hedeflenir. Epilasyona başlamadan önce kişinin kıl tipi ve ten rengine göre lazer doz ayarı yapılır. Böylece kıl köklerini etkileyebilecek en doğru dozaj belirlenerek, kişi herhangi bir yan etkiye maruz bırakılmadan kalıcı sonuçlar elde etmek için doğru uygulama planı yapılır. Ayrıca farkı uygulama bölgesine göre doz ayarları ayrı ayrı yapılmaktadır. Seans aralıkları uygulama bölgesine göre 5 dakika ile 2 saat arasında değişmektedir. Buz epilasyon yöntemi ile uygulamanın yapılacağı bölgedeki kıl kökleri yoğun ısı enerjisine maruz bırakılarak imha edilmeye çalışılır. Cihaz Işınlarının hedef aldığı kıl köklerine rengini veren melanin pigmenti bu etkiyi direkt kıl köklerine ileterek, köklerdeki hücrelerin büyüme potansiyelleri tahribe uğratılır. Böylece kılların büyüme evreleri kalıcı olarak etkisiz hale getirilerek, istenmeyen tüy oluşumu engellenir. Aris İstanbul Kadıköy Vip Şubemizde kullanılan cihaz, epilasyon uygulamalarının en acısız, en hızlı ve en son teknolojisi olan, soğuk başlıklı epilasyon yöntemidir. Siz de çok özel yatlara uzman ekibimizce yapılacak güzellik işlemlerinden yararlanmak istiyorsanız, telefon numaralarımızdan bize ulaşabilir ve merkezimizi ziyaret edebilirsiniz. Hizmetlerimiz hakkındaki tüm sorularınız için bizi arayabilir ya da aşağıdaki iletişim formu ile bize mesaj gönderebilirsiniz...."* ifadelerine yer verildiği;

www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinin 09.04.2021 tarihli görünümünde kuruluşa ait "*ariskadikoyvip*" kullanıcı isimli sayfalarda yer alan paylaşımlarda örnek olarak; *"...En zor bölgelerde bile rahatlıkla uygulanabilen buz epilasyon...Medikal Bakım Cildiniz derinlemesine temizlensin, nefes alsın Cilt tipine uygun ürünlerin doğru uygulanmasıyla ciltte;...(Özel günlerde kullanıma uygun altın gibi parlayan cilt bakımı) gibi bakımlarla ciltte güzel bir görünüm sağlamak ve cildin hep sağlıklı ve genç kalmasını sağlamak mümkündür...Buz lazer hakkındaki tüm merak ettikleriniz ve ücretsiz deneme atışları için bizimle iletişime geçebilirsiniz. Son teknoloji buz epilasyon ile hızlı ve kesin sonuç için…Aris İstanbul Kadıköy' e uğrayın, epilasyonun rahatlığını yaşayın! 4 mevsim yapılabilen ve ten rengi farkı gözetmeyen epilasyon cihazımızdan çok memnun kalacaksınız...Sopranoice Son teknoloji buz lazer ile hızlı ve kesin sonuç için Aris Kadıköy Vip'e uğrayın epilasyonun rahatlığını yaşayın...G5 masajı, ritmik bir masaj aleti olan özel bir cihaz yardımıyla uygulanır. Hızlı titreşimler aracılığı ile sıkılaşma sağlayan cihaz, selülit tedavisinde oldukça etklidir. Özellikle selülit tedavisi ve bölgesel zayıflamada kullanılan G5 uygulaması, kaslarda biriken laktik asit ve ödemin atılmasını da sağlar. G5 masajı kan akışını hızlandırır..."* ifadelerine ve hasta öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda,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 5-2 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, 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 **Aris Kadıköy Vip Güzellik Salonu** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **114.326-TL (Yüzondörtbinüçyüzyirmialtı Türk Lirası) idari para ve** **anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**33)**

**Dosya No: 2021/4643**

**Şikayet Edilen:** **İnfogenetik Moleküler Bilgi Hizmetleri A.Ş.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 16.06.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.infogenetik.com adresli internet sitesinin 16.06.2021 tarihli görünümünde örnek olarak; *“Dünyanın öncü kanser gen haritalama testi FoundationOne CDx™, doktorlarla hastaları yenilikçi ve kişiselleştirilmiş tedavi alternatifleriyle buluşturarak, on binlerce umudu gerçeğe taşıyor. Siz de FoundationOne CDx™ ile tanışın, hayatınızda fark yaratın. Kanserle mücadelede, daha iyinin peşinde...FoundationOne CDx™ ile daha fazla seçenek sağlamak kolaylaşacak...FoundationOne CDx™ hangi artılara sahiptir? -Kişiselleştirilmiş tedavi olanağı sağlar: Tam genomik değişiklik tiplerini %99 pozitif öngörme değeri ile tanımlayabilen bir testtir - Kapsamlı bilgi sağlar: FoundationOne CDx™..,kanserle mücadele eden hekimlere, hastaların kapsamlı gen haritası ve bununla bağlantılı kişiye hedefli özel tedavilerden immün tedavilere ve klinik çalışmalara kadar dünyanın dört bir yanındaki tedavi seçeneklerinin geniş bir raporu sunulur - Detaylı Bilgi İçerir: FoundationOne CDx™,...,solid tümörlerde kanserle ilişkili olduğu bilinen 324 geni tarar...Türkiye’de verdiğimiz hizmet kapsamında, kanserli doku ya da periferik kan örneği uygun şartlarda alınıp Amerika’daki FMI laboratuarlarına gönderiliyor. Laboratuvarlarda hibrid yakalama bazlı yeni nesil dizileme teknolojisi (NGS) ile sekanslanan DNA’dan açığa çıkan genomik bilgi, ikinci aşama olan analiz sürecine giriyor. Bu analiz sonucunda, kanser genetiği ile ilişkilendirilmiş tüm değişiklikler ve bu değişiklikleri hedefleyen kişiye özel tedavi seçenekleri kapsamlı bir rapor ile hekime sunuluyor. Kişiselleştirilmiş Kanser Tedavi Haritanız Yüzlerce kanser geni ve her bir gende de birçok olası değişiklik olduğundan, genomik değişikliklerin sayısı ve kombinasyonu her bir kanser vakasını kendine özgü kılar. Foundation Medicine testleri, kanserin büyümesine neden olan genetik değişiklikleri belirler ve olası tüm tedavi alternatifleriyle ilgili doktorunuzu bilgilendiren bir Kişiselleştirilmiş Kanser Tedavi Haritası sunar. Foundation Medicine testleri sonucunda, ortaya çıkan genetik değişiklik bilgisi biyoinformatik ve genetik alanlarında uzmanlaşmış bilim insanlarından oluşan bir ekip tarafından çalışılır. Kanser genomuyla ve klinik açıdan anlamlı tüm değişikliklerle ilgili bu bilgiler, kolay anlaşılır ve açıklayıcı bir rapor aracılığıyla sunulur. Bu rapor, geniş kapsamlı Kişiselleştirilmiş Kanser Tedavi Haritası sunarak genetik değişikliklerin, en güncel ve bilimsel kanıtlara uygun, bilinen seçeneklere ilave, olası tüm hedefe yönelik tedavilerle veya klinik araştırmalarla eşleştirilmesine imkan tanımaktadır.Kişiselleştirilmiş Kanser Tedavi Haritaları’na ulaşabileceğiniz testler: javascript:forSession('onecdx') javascript:forSession('liquid') javascript:forSession('heme').... Umut Dolu Hikayeler: Tüm o kemoterapi ve infüzyon tedavilerinden geçtikten sonra, bir gün geliyor ve doktorunuz size ‘Sana yardımcı olabilecek bir şey bulduk’ diyor. Ve aniden yeni bir umut beliriyor..."* gibi ifadeler ile hasta yorumlarına yer verildiği;

www.facebook.com ile www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitelerinde kuruluşa ait "*infogenetik*" adlı sayfanın 16.06.2021 tarihli görünümünde örnek olarak; *"....Foundation One Liquid CDx, tedavi yönlendirme stratejilerine yardım eden, FDA (Amerikan Gıda ve İlaç Dairesi) onaylı eşlenikçi bir tanı testidir. 324 geni analiz ederek kişiselleştirilmiş tedavi haritasını yönlendirmeye yardımcı olur. Kişiselleştirilmiş kanser tedavi seçenekleri için bu postu kaydedip hekiminize danışınız. Bu paylaşım, yalnızca bilgilendirme amaçlıdır. Tanı veya tedavi için lütfen hekiminize danışınız. #kanseritestet #infogenetik #foundationmedicine #kişiselleştirilmişkansertedavisi #genomikprofilleme Foundation Medicine testlerine hangi aşamada ulaşabilirim? Tümörün tipinden, evresinden veya kaynaklandığı organdan bağımsız olarak, kanser teşhisi alan her hasta, Foundation Medicine testlerine ulaşabilir...Kalın bağırsak kanserinde kapsamlı genomik profilleme, kişiselleştirilmiş tedavi planına ışık tutabilir. Kalın bağırsak veya başka bir kanser teşhisi aldıysanız, FMI testlerinin sizin için uygunluğunu doktorunuza danışabilirsiniz. Daha fazla bilgi için www.infogenetik.com adlı websitemizi ziyaret edebilirsiniz....Jinekolojik kanserli kadınların sağlıkları için kanserlerinin genomik profillerinin daha iyi anlaşılması ve öngörücü biyobelirteçlerin tanımlanması çok önemlidir. Bu biyobelirteçler ve genomik profilleme ile hedefe yönelik tedavi alternatifleri belirlenir. Foundation Medicine testleri, kanserin oluşmasına ve yayılmasına neden olan genetik değişiklikleri belirler ve olası tüm tedavi alternatifleriyle ilgili doktorunuzu bilgilendiren bir kişiselleştirilmiş kanser tedavi haritası sunar. Kişiselleştirilmiş kanser tedavi seçenekleri için bu postu kaydedip hekiminize danışınız...FoundationOne Liquid, FoundationOne Liquid CDx adını alarak, kanserle ilişkili 324 geni inceleyen FDA onaylı en geniş likit biyopsi gen paneli olarak güncellenmiştir. İsminin sonunda yer alan CDx, eşlenikçi tanı testi anlamına gelmektedir. Eşlenikçi tanı testleri bir hastanın spesifik bir tedavi yolu ile eşleşmesine yardım etmek için kullanılan testlerdir...4 Şubat Dünya Kanser Günü'nde her zaman olduğu gibi bizler de İnfogenetik olarak kanser hastalığının farkındalığını yaymaya ve bilimin ışığında kanserle mücadele etmeye kararlıyız ve yapacağız!..."* gibi ifadelere yer verildiği;

www.youtube.com adresli sosyal paylaşım sitelerinde kuruluşa ait "Kanseri Test Et" adlı sayfanın 16.06.2021 tarihli görünümünde örnek olarak*; "Akciğer kanserinde genomik profillemenin önemi nedir? - Akciğer kanserine neden olan birçok yeni mutasyon ile karşı karşıyayız. Son yıllarda immün belirteçlerin de devreye girmesi ile birçok hedeflenebilir mutasyon saptandı. Bu anlamda kapsamlı genomik profillemenin gereği ve önemi artmaktadır. Hastalara kişiye özel tedavi planlayarak kanserin önüne geçmeye çalışıyoruz...Genomik profilleme testi ile hedeflenebilir bir mutasyon tespit edilir mi?Kapsamlı genomik profilleme testi ile her hasta için hedeflenebilir bir mutasyon tespit edilir mi? Evet gerçekten güzel bir soru. Her hastaya baktığımız zaman hedeflenebilir bir mutassyon tespit edememekteyiz. Adeno kanserin yaklaşık 25-30’unda bu tür mutasyonları saptayabilmekteyiz. Skuamöz hücreli akciğer kanserinde ise bu oran %5’in altında kalmaktadır. %25-30’luk dilimi bizim saptayabilmemiz için ve hastaların tedavi şansını bu oranda yakalayabilmesi için mutlaka genomik profilleme yapmamız gerekir..."* gibi ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu internet sitelerinde yapılan tanıtımlar aracılığıyla kuruluşa sağlık alanında faaliyet gösterdiği yönünde bir izlenim kazandırıldığı; dolayısıyla, inceleme konusu internet sitelerinde, aracılık faaliyetinde bulunduğu tıbbi işlemler 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 Kanunu’nun 64 üncü maddesi,

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

- Özel Hastaneler Yönetmeliği’nin 60 ıncı 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-b, 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 **İnfogenetik Moleküler Bilgi Hizmetleri 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.

**34)**

**Dosya No: 2021/4645**

**Şikayet Edilen: Self Sağlık Hiz. Turz. ve Dan. Tic. Ltd. Şti. (Self Hair Clinic)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 25.06.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.selfhairclinic.com/ adresli internet sitesinin 25.06.2021 tarihli görünümünde örnek olarak; *"...Günümüzde en çok tercih edilen saç ekim yöntemi Sapphire Fue yöntemidir. Online Saç Analizi İçin Başvur...Sakal ekiminde en çok tercih edilen yöntem FUE yöntemidir...Neden Self Hair Clinic?Saç ekimi operasyonları 4-6 saat arası sürmektedir. Lokal anestezi altında yapıldığı için her hangi bir ağrı hissetmezsiniz. Yurt dışından gelecek hastalarımız için, havalimanı transferi ve 5 yıldızlı otelde konaklama hizmetimiz saç ekimi paketimize dahildir...Operasyonlarımız JCI sertifikasına sahip Türkiye’nin en büyük hastanesinde saç ekimi alanında uzman doktor ve yardımcı personeller tarafından gerçekleştirilmektedir...Türkiye'ye Varış Türkiye’ye geldiğinizde transfer ekibimiz havalimanında sizi karşılayacak.Konaklama Operasyon gününüze kadar, otelinizde 5 yıldızlı istirahatinizi gerçekleştirebilirsiniz. Hastaneye Giriş Ertesi gün hastanede giriş işlemlerinizin ardından planlamanız ve muayeneniz yapılır. Operasyona Başlama Planlama, fotoğraf çekimi, kan alımı gibi işlemlerden sonra operasyona başlanır. Doku AlımıSağlık uzmanları tarafından gerçekleşen bu işlemde ihtiyacınız olacak kadar greft toplanır. Kanal Açılması Tecrübeli doktorlarımız tarafından yapılan bu işlemde ekilecek greftler için kanallar açılır. Ekim İşlemi Ekilecek greft sayısına göre 2-3 saat arası süren ekim işlemi esnasında her hangi bir acı hissetmezssiniz. Pansuman ve Tavsiyeler Ekim işlemi sonrası pansumanınız yapılır e doktorumuz önümüzdeki süreç hakkında sizi bilgilendirir...Doğal Görünümlü Saçlarınız Olsun Self Hair Clinic olarak operasyon öncesi ve sonrası 7/24 destek veriyoruz. Mükemmel sonuçlar ve hasta memnuniyeti için çalışıyoruz. Saç Ekimi Riskli Midir? Uygulamanın yapılışı ve sonrasında dikkat edilmesi gerekenler, komplikasyonları önleme açısından önemlidir. İşlem sürecini bu nedenle tamamen steril bir ortamda yapmaktayız. Sonrasında ise size uyulması gereken kuralları belirtmekteyiz. Bu şekilde herhangi bir sorunun yaşanması olanaksızdır...Dünya standartlarında sunduğumuz saç ekimi işlemlerini 11 yıllık tecrübe ile konusunda uzman sağlık personelimiz ve doktorlarımız tarafından profesyonel sağlıyoruz. Operasyon sonrası ve öncesi sizlere kafanıza takılan tüm konularda yardımcı oluyoruz...Safir, yeryüzünde bulunan sağlam, keskin ve pürüzsüz yapısıyla özel bir elementtir. Saç kanallarının açılmasında özel işlenmiş safir bıçakların kullanılmasıyla Sapphire bıçak FUE tekniğinde uygulanmaya başlandı. FUE yönteminin en önemli aşaması olan kanal açma bölümünde kullanılan bu özel ürünler, artıları ile kısa sürede popüler oldu. Kliniğimizde de FUE yönteminde bu ürünlerin kullanılmasına karar verildi ve uzun yıllardan beri kullanılmaktadır. Bu şekilde iyileşme süreçleri kısalarak, uygulama yapılan hastalarımızın memnuniyeti de artığı gözlenmiştir..DHI yönteminin sunduğu bazı avantajlar vardır: Toplanan dönor saçlar birkaç dakika içinde dikildiği için, dokunun dışarda kalış süresi minimum seviyede olur. Yapılan işlemde saç köklerinin sağ kalmaları yüksek orandadır. Kesi işlemi daha az uygulandığından, kanama ve iyileşme süreci de az olacaktır. Ekim işleminden sonra ki iyileşme süreci, diğer yöntemlere göre daha hızlı olur...SELF HAİR CLİNİC SAÇ EKİMİNDE 11 YILLIK TECRÜBE…Saç ekim merkezinizi dikkatlice seçmeniz çok önemlidir, çünkü sonuçlarınız ömür boyu sürecek. Kliniğimize girdiğiniz andan itibaren farkı hissedeceksiniz. Saç ekim ameliyatınız için bizi seçmek için başlıca nedenler; ISHRS sertifikalı doktorlar tarafından ve alanında tecrübeli saç ekimi personelleri ile operasyonlarınızı gerçekleştiriyoruz..."* gibi ifadeler ile hasta öncesi ve sonrası görsellerine yer verildiği;

Ayrıca*,"Saç ekimi çok fazla araşrtırma yapıp karar verdiğim bir merkez, ekibin tecrübesi hastanenin kalitesi muazzam. Saç ektirecek herkese tavsiye ediyorum. Ben sonuçlardan çok memnun kaldım."* şeklinde hasta yorumlarına yer verildiği;

Diğer taraftan, www.facebook.com ile www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitelerinin 25.06.2021 tarihli görünümünde kuruluşa ait “hairselfclinics” ve "selfhairclinic" kullanıcı isimli sayfalarda örnek olarak; *"...Dünya Sağlık Örgütü tarafından önerilen bir yöntem olan mezoterapi saç ekimi yaptırmış hastalar içinde etkili bir tedavi biçimidir. Saç köklerinin bulunduğu deri tabakasına enjekte edilen çeşitli ilaçlar ile etki elde edilmektedir. Üç tür mezoterapi vardır...Dönüşüme hazırmısınız? sizi de Self Hair Clinic Ailesine bekliyoruz...Saç ekimi operasyonu için yurt dışından gelen hastalarımız anlaşmalı olduğumuz 5 yıldızlı otelde 3 gece konaklama yapmaktadırlar. Operasyon ve havalimanı transferleriniz tarafımızca yapılmaktadır...FUE saç ekimi ile %100 doğal sonuçlar, En kaliteli hizmet,İğnesiz anestezi sayesinde acı veya ağrı hissetmezsiniz...Resimde belirtildiği şekilde bize fotoğraflarınızı gönderin. Saç ekimi konusunda tecrübeli doktorlarımız tarafından detaylı saç analiziniz yapılsın...Çeşitli nedenlerle doku hasarına uğramış bölgelere de saç ve sakal ekimi yapılabilmektedir. Yanık izleri üzerine gerçekleştirdiğimiz saç ve sakal ekimiyle bir has...Saç mezoterapisinin içeriğindeki vitamin, mineral ve oligo elementler direkt saç hücresine ulaşarak bu beslenme ve dolaşım bozukluğunu onarır ve dökülmenin durmasını sağlarlar. Bu dökülme durması ortalama olarak yüzde 95 oranında başarılı bir etkidir...Saç ekimi için bizi tercih eden hastamızın operasyon sonrası görüşlerini aldık, hastamızın mutluluğu bizim motivasyonumuzdur.Hastalarımızın en çok sorduğu sorulardan birisi de saç ekimi yaptırdıktan sonra görünümüm nasıl olucakdır! Paylaştığımız görselde saç ekimi yaptırdıktan 10 gün sonra ki durumu görmektesiniz...Başarılı geçen Saç ekimi işlemi sonrası, Mutlu Ekip Mutlu hasta!..Saç ekimini İstanbul’un eşsiz güzelliğiyle birleştirin..Almanya’ dan gelen Hastamızın mükemmel değişimine sizde tanık olun.."* gibi ifadeler ile hasta öncesi ve sonrası görsellerine yer verildiği;

Son olarak, www.youtube.com adresli sosyal paylaşım sitesinin 25.06.2021 tarihli görünümünde kuruluşa ait “*Self Hair Clinic”* kullanıcı isimli sayfada yer alan videolarda hastaların öncesi sonrası görsellerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu internet sitelerinde yapılan tanıtımlar aracılığıyla kuruluşa sağlık alanında faaliyet gösterdiği yönünde bir izlenim kazandırıldığı; ancak inceleme konusu internet sitelerinde kuruluşun saç ekimi uygulamasında belirli sağlık kuruluşlarına yönelik aracılık faaliyetinde bulunduğu; mezkûr hastaneler ve sağlık meslek mensupları lehine talep yaratmaya yönelik tanıtım yapılmasının ise 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 Kanun’un64 üncü maddesi,

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

- 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanun’un 24 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 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-b, 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 **Self Sağlık Hiz. Turz. ve Dan. Tic. Ltd. Şti. (Self Hair Clinic)** 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.

**35)**

**Dosya No: 2020/4646**

**Şikayet Edilen:** **Emine AKTUNÇ DEMİRBAŞ**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 07.07.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.spirituallifeschool.com/ adresli sosyal paylaşım sitesinin 07.07.2021 tarihli görünümünde örnek olarak; *"...Bireysel danışmanlık almak için randevu alınız.Bireysel danışmanlıklar telefon aracılığıyla yapılmaktadır...EMİNE AKTUNÇ DEMİRBAŞ, PH.D...Thetahealing bilinçaltı tekniği, online ve yüz yüze uygulanabilmekte ve öğretilebilmektedir…Kendi gerçeğini fark etmek ve dönüştürmek isteyen herkes bu bilinçaltı tekniğini öğrenebilir. Bu eğitimlerde Yedinci Varoluş Seviyesinden nasıl şifa çalışması yapıldığı öğrenilmektedir. Eğitim sonrasında katılımcılara Thetahealing Uluslararası Uygulayıcılık sertifikası verilmektedir. Bu sertifika ile kişi bu yöntemi başkalarına uygulama hakkı elde etmektedir... ”* gibi uygulamaya yetkili olmadığınız ve sadece yetkili hekimler, psikolog ve psikiyatrist hekimler tarafından uygulanabilen tıbbi işlemler hakkında tanıtımlara ve bilgilendirmelere yer verildiği;

www.facebook.com adresli sosyal paylaşım sitesinin 07.07.2021 tarihli görünümünde şahsa ait "*Emine Aktunç Demirbaş*" ile "*emineademirbas*" kullanıcı isimli sayfalarda yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak*; "...Fibromiyalji olası bilinçaltı inançlar "Ben Köleyim" İnancı..."Vertigo/Baş Dönmesi" olası bilinçaltı nedenler...Diyabet olası bilinçaltı nedenler...Kontrolde Aşırılık! Yenildim İnancı! Yenilme Kokrusu! Yaşamaktan Sıkıldım İnancı...ŞİFA ATÖLYESİ KORKU, KAYGI, ENDİŞE, KIZGINLIK, ÖFKE...ŞİFASI VİSÜR, BAKTERİ,MAYA,MANTAR,PARAZİT...ŞİFASI...1.Haziran.2020 Şifa Çalışması Çalışma ücretlidir!1. Tüm hücrelerin şifası2. Sağve sol beynin dengelenmesi3. Beyin kimyasallarımın özellikle seratonin, noadrenalin, endorfin, oksitosin, dopamin, asetilkolin, gaba, TSH,T3,T4, östrojen, testesteron, prolaktin, progesteron ve somatotropin hormonlarının dengelenmesi4. Tüm beyin hücrelerinin (nöronlarımın) ve tüm sinir hücrelerinin temizlenmesi.5. mikroplazma (değersizlik ve suçluluk) parazitlerin..."Haşimato" olası bilinçaltı nedenler...MS İÇİN HİS YÜKLEMESİ İSTEYENLER "EVET" YAZSINLAR! His yüklemesi ile hayatınıza hangi hissin hakim olmasına siz karar verebilirsiniz.. Kişinin hayatında hakim olarak yaşadığı HİSLER onun aslında HAYATINA hakim olur! Kişi hangi hisleri, duyguları yoğun olarak yaşıyorsa, uyurken bile o hislerle uyuyup o hislerle uyanıyorsa hayatında başka hiçbir şeye yer kalmaz!..."* gibi ifadelere yer verildiği;

www.youtube.com adresli sosyal paylaşım sitesinin 07.07.2021 tarihli görünümünde şahsa ait “*Emine Aktunç Demirbaş*” kullanıcı isimli sayfada yer alan *"KORKU-KAYGI ANKSİYETE ve PANİK ATAK!"* isimli videoda bilgilendirmelere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Geleneksel ve Tamamlayıcı Tıp Uygulamaları Yönetmeliğinin; “Tanımlar” başlıklı 4 üncü maddesinde; “ğ) Uygulama merkezi”, *“İlgili alanda sertifikası bulunan tabip ve/veya diş tabibi sorumluluğunda ve bu Yönetmelikte belirlenen uygulamaları yapmak üzere eğitim ve araştırma hastanesi ve tıp fakültesi veya diş hekimliği fakültesi sağlık uygulama ve araştırma merkezi bünyesinde kurulan ve Bakanlıkça yetkilendirilmesi halinde eğitim verilebilecek merkez”* olarak tanımlandığı,

“Uygulamaların yapılabileceği yerler ve yetkili kişiler” başlıklı 9 uncu maddesinde; *“(1) Uygulamalar, Bakanlıkça yetkilendirilmiş ünite ile uygulama merkezlerinde ve ilgili alanda ‘uygulama sertifikası’ bulunan tabip ve sadece diş hekimliği alanında olmak üzere diş tabibi tarafından yapılabilir. Uygulama alanında temel eğitimi bulunan sağlık meslek mensupları merkez ve ünitelerde sertifikalı tabiplere uygulamada yardımcı olabilirler…”* hükmü ile geleneksel ve tamamlayıcı tıp uygulamalarının kimler tarafından ve nerelerde yapılabileceğinin belirlendiği,

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

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

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

Diğer taraftan şayet şahıs hekim olsa dahi, sitede yer alan ifadelerin sağlık mevzuatında izin verilen bilgilendirme sınırını aştığı ve “reklam” niteliği taşıdığı, sağlık alanında reklam yapılmasının ilgili mevzuata aykırı olduğu, sağlık alanında çalışıyor görünen şahsın faaliyetlerine ticari bir görünüm vererek, talep oluşturduğu ve bu suretle diğer hekimler ve sağlık kuruluşları aleyhine haksız rekabete yol açtığı 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 ve 10 uncu maddeleri,

- Geleneksel ve Tamamlayıcı Tıp Uygulamaları Yönetmeliği’nin 9/1, 12/1, 12/2 maddeleri ile Ek 3 üncü bölümünün 8 inci 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-b, 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 **Emine AKTUNÇ DEMİRBAŞ** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **114.326-TL (Yüzondörtbinüçyüzyirmialtı Türk Lirası) idari para ve** **anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**36)**

**Dosya No: 2020/4647**

**Şikayet Edilen:** **Niyazi ÇETİNKAYA (Çetinkaya Sağlık Kabini)**

**Şikayet Edilen Reklam:** http://www.googinet.com/firmamenu1/saglik-kabini-niyazi-cetinkaya adresli internet adresinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 23.06.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** http://www.googinet.com/firmamenu1/saglik-kabini-niyazi-cetinkaya adresli internet sitesinin 23.06.2021 tarihli görünümlerinde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *"Bugüne kadar 1300 bebeği uykuda olmak üzere yaklaşık 22.000 çocuğu sünnet ettim.”* gibi bilgilendirmelere ve tanıtımlara; hasta öncesi ve sonrası görsellerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu internet sitesinde, tabiplerin yetki alanına giren tıbbi işlemleri yapmaya yetkili olmayan şahsın, tabip tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlere yönelik tanıtım yapmasının ilgili mevzuata aykırılık teşkil ettiği ve benzer alanda faaliyet gösteren hekimler açısından haksız rekabete yol açtığı; dolayısıyla, söz konusu tanıtımların tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu;

Diğer taraftan şayet şahıs hekim olsa dahi, sitede yer alan ifade ve görüntülerin sağlık mevzuatında izin verilen bilgilendirme sınırını aştığı ve “reklam” niteliği taşıdığı, sağlık alanında reklam yapılmasının ilgili mevzuata aykırı olduğu, sağlık alanında çalışıyor görünen şahsın faaliyetlerine ticari bir görünüm vererek, talep oluşturduğu ve bu suretle diğer hekimler ve sağlık kuruluşları aleyhine haksız rekabete yol açtığı 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 ve 10 uncu maddeleri,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**37)**

**Dosya No: 2021/4662**

**Şikayet Edilen:** **OCG Biotechnology Sağlık İlaç ve San. Tic. Ltd. Şti.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 27.08.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.ocg.com.tr adresli internet sitesinin 27.08.2021 tarihli görünümünde örnek olarak; *"....OCG BIOTECHNOLOGY SAĞLIK İLAÇ VE SAN. TİC. LTD.ŞTİ, PCR, Antijen ve Antikor Test Hizmetlerinin yapılabilmesi amacıyla tarama, analiz, sonuçların incelenmesi, yorumlanması ve sisteme girilmesi için gerekecek olan tüm teknik ve klinik nitelikteki sağlık danışmanlık hizmetlerini dünya çapındaki uzman ekipleriyle gerçekleştirmektedir. Aynı zamanda Yıldız Üniversitesi İle birlikte, hava ve yüzey ortamında bulunan mikroorganizmaların yol açtığı bilinen enfeksiyonların önlenmesine yönelik cihaz geliştirme çalışmaları da tarafımızca yürütülmektedir. Bu çalışmalar kapsamında ortamda bulunan virüs – bakteri – maya – küf oluşumuna sebebiyet veren mikroorganizmaların engellenmesi için cihazlar geliştirilmektedir. Ayrıca OCG olarak, Araştırma projeleri için Ar-Ge tesisleri, bitmiş ürünler için temiz oda üretim tesisleri, yenilikçi tanı kitleri, yeni teşhis ürünleri, Otomatik Nükleik Asit Ekstraksiyonu, Gerçek Zamanlı PCR, Termal Döngüleyici ve DNA Dizileme Cihazları ve satılmaya hazır ürünler için dünya çapında pazarlama ağı oluşturulmaktadır...COVID-19 PCR, ANTİJEN VE ANTİKOR Testinizi Oldunuz mu? Profesyonel Ekibimiz ile Ev ve İş Yerlerine 7/24 Hizmet verilmektedir. Testlerimiz Sağlık Bakanlığı tarafından onaylanmış ve %99 güvenirlik ile çalışmaktadır...Covid 19 Testi Yaptırmak İster misiniz? Antikor testi kişinin bu hastalığı geçirip geçirmediğini gösteren ve bağışıklık sisteminin durumunun izlenmesini sağlayan testlerdir. Anlık olarak hastalığın vücuda etki edip etmediğini görmek için mutlaka antijen testi yapmak gerekir...neler mi yapıyoruz?sizin için çalışıyoruz sağlığınıza önem veriyoruz…Covid-19 PCR Testi Manuel Yöntemlerle 1 günü aşan işlemler Dijital Robotlarımızla test sonucu İle birlikte personel kaydı müdahalesi gerektirmeksizin birlikte anında sisteme girilmektedir. Uluslararası Uçuş PCR Testi: Günlük 3000-4000 arası test yapan öncelikli laboratuvarlardan biri olmakla birlikte, günlük 12.000 test kapasitesine sahip tek laboratuvarız.. Covid-19 Antijen Testi: Pozitif anlamlı tek sarmallı RNA (+ ssRNA) virüsüdür. Diğer koronavirüsler, soğuk algınlığından Orta Doğu solunum sendromu (MERS) gibi daha şiddetli hastalıklara kadar çeşitli rahatsızlıklara neden olabilir. Covid-19 Antikor Testi: Covid-19 Antikor Testi sırasında kişide virüse karşı oluşan antikor cevabını (IgM ve IgG antikorlarını) araştırmak için yapılan testlerdir...hizmetlerimiz ile ilgili bazı Hasta yorumları: Hem ofis ziyaretlerinde hem de takip işlemlerinde çok kapsamlı hizmet aldım. OCG Health’ı tüm arkadaşlarıma ve aileme tavsiye ettim (Dilek Mantarcı) Covid-19 ile ilgili sorunlarım çoktu ve her an acaba bende hastalanmış olabilirmiyim diye şüphedeydim. Hızlı tanı testleri ile sonucu hemen öğrendim. Teşekkürler OCG Health (Ali Koyuncu) Saatlerce ve uzun süre beklemek zorunda kalmadan testlerimi yaptılar. Ayrıca ofisiniz hakkında sevdiğim şey, en son teknoloji ekipmanlarla güncel olmanız (Güzide Alaca)..."* şeklinde ifadeler ile olumlu hasta yorumlarına yer verildiği;

www.instagram.com, www.facebook.com ve www.twitter.com adresli sosyal paylaşım sitelerinin 27.08.2021 tarihli görünümünde kuruluşa ait "*ocgbiotechnology*" ve *"OCG Health"* kullanıcı isimli sayfalarda yer alan paylaşımlarda örnek olarak; *"...COVID 19 ANTİJEN TESTİNİZİ YAPTIRDINIZ MI? Pozitif anlamlı tek sarmallı RNA (+ ssRNA) virüsüdür. Diğer koronavirüsler, soğuk algınlığından Orta Doğu solunum sendromu (MERS) gibi daha şiddetli hastalıklara kadar çeşitli rahatsızlıklara neden olabilir...COVID 19 TESTİNİZİ YAPTIRMAK İSTER MİSİNİZ? ARAYIN BİZ SİZE GELELİM. Covid-19 Testinizi Yaptırmak İster Misiniz? Arayın Biz Size Gelelim…COVID 19 UÇUŞ PCR TESTİNİZİ YAPTIRDINIZ MI? Günlük 3000-4000 arası test yapan öncelikli laboratuvarlardan biri olmakla birlikte, günlük 12.000 test kapasitesine sahip tek laboratuvarız...OCG HEALTH SİZİN İÇİN ÇALIŞIYORUZ SAĞLIĞINIZA ÖNEM VERİYORUZ Sizin için çalışıyoruz, sağlığınıza önem veriyoruz..Hızlı Tanı Antijen Testlerimiz ile Hızlı Tanıya Varıyoruz. Antijen testleri kişinin o anda hasta olup olmadığını gösteren testlerdir. Bu sebeple test sonucuna göre kişinin hastalık durumu hakkında net bir bilgiye sahip olmak mümkündür..Antikor testi kişinin bu hastalığı geçirip geçirmediğini gösteren ve bağışıklık sisteminin durumunun izlenmesini sağlayan testlerdir. Anlık olarak hastalığın vücuda etki edip etmediğini görmek için mutlaka antijen testi yapmak gerekir. Covid-19 testi yaptırmak ister misiniz?...Evinizden yada işyerinizden çıkmadan Covid-19 PCR testimizi yapadlım..100 Yerli üretimimiz olan hızlı tanı testlerimiz #antijen ve #antikor ile 15 dakikada koronavirüs sonucunuzu öğrenin. Evinizden yada işyerinizden çıkmadan Covid-19 PCR testimizi yapalım..Her İl'de 1 hastane sloganıyla çıktığımız bu yolda, 100 Yerli üretimimiz olan hizli tanı testlerimiz #antijen ve #antikor ile 15 dakikada koronavirüs sonucunuzu öğrenin. Evinizden yada işyerinizden çıkmadan Covid-19 PCR testimizi yapalım...%100 Yerli üretimimiz Covid-19 PCR Testlerimiz ile hizmetinizdeyiz...Gücün ve mutluluğun temeli sağlıktır.%100 yerli üretimimiz #antijentesti ve #antikortesti ile sağlığınızı önemsiyoruz...Antikor testi kişinin bu hastalığı geçirip geçirmediğini gösteren ve bağışıklık sisteminin durumunun izlenmesini sağlayan testlerdir. Anlık olarak hastalığın vücuda etki edip etmediğini görmek için mutlaka antijen testi yapmak gerekir.Covid-19 testi yaptırmak ister misiniz?... "* gibi ifadelere yer verildiği,

Bununla birlikte, Pcr testinin yalnızca Sağlık Bakanlığı tarafından yetki verilmiş sağlık kurum ve kuruluşlarında yapılabilmesi mümkün iken, kuruluşun Pcr testi alanında hizmet sunabilmek için Sağlık Bakanlığı tarafından düzenlenmiş herhangi bir yetki/izin belgesine sahip olmamasına rağmen, bu alanda hizmet sunduğuna ilişkin tanıtımlarda bulunduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, Sağlık Bakanlığı tarafından düzenlenmiş bir ruhsata sahip olmayan dolayısıyla sağlık alanında faaliyet göstermeye yetkili olmayan kuruluşun, inceleme konusu internet sitelerinde yer alan tanıtımlar aracılğıyla sağlık alanında faaliyet gösterdiği yönünde bilgi algı oluşturduğu; dolayısıyla söz konusu tanıtımların ilgili mevzuata aykırı, tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu, ayrıca benzer alanda faaliyet gösteren kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açtığı 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,

- 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 **OCG Biotechnology Sağlık İlaç ve 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.

**38)**

**Dosya No: 2021/4663**

**Şikayet Edilen:** **Estetik City - Özlem ÖZÖNDER**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 31.08.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinin 31.08.2021 tarihli görünümünde kuruluşa ait "*estetikcity*" kullanıcı isimli sayfalarda yer alan paylaşımlarda örnek olarak; *"...Hala lazer işini bitirmeyen kaldı mı ya da sırası yeni gelenleri görelim Olmazsa olmazınızı ertelemeyin hibrit lazerin buz başlığı ile acı minimum seviyede olmakla birlikte çift dalga boyu olan tek lazer epilasyon olarak görmeyeceği tüy ve cilt yapısı yok diyebiliriz AWT cilt, cilt altı yağ doku, bağ doku, dolaşım sistemi kaslar ve metabolik sistemi düzenleyen tam kat doku aktivasyon uygulamasıdır. Buna bağlı olarak cildi sıkılaştırır, kan dolaşımını düzenler, lipoliz etkisi oluşturur. Selüliti tedavi eder ve oluşumunu engeller...Göz kapağı görünümünü iyileştirmek, var olan sarkıklık ve şişlikleri gidermek amacıyla uygulanan Göz kapağı estetiği için uygun bir aday mısınız?...Doktor kontrolünde “Lazer Epilasyon” konforu ile pürüzsüz bir ten ve rahatlığa kavuşmanın tam zamanı! Vücut ile uyumlu protezlerle tamamlanan göğüs büyütme işlemleriyle daha büyük, daha dik ve diri göğüslere kavuşabilirsiniz...Genç ve sağlıklı bakışlara sahip olmak hiç de zor değil! Göz çevresinde sarkan fazlalıkların lokal anesteziyle alındığı göz kapağı estetiği operasyonlarında, uygulamadan çok kısa bir süre sonra günlük yaşantınıza dönebilirsiniz...İdeal ölçülerle kendinizle barışmanızı sağlayacak yüz güldürücü sonuçlar için bizimle iletişime geçin!...Botoks ile Kırışıklarınıza Veda Edin! Botoks tedavi yöntemimiz ile aynalarla barışın...Hollywood Yanağı ile hem güzelliğiniz hem özgüveniniz katlanır. Yanaktan çıkarılan yağ yastıkçıkları ile yüzdeki asimetri problemi de giderilebilir. İfade canlanır, elmacık kemikleri belirginleşir. Sadece 45 dk’da yepyeni bir siz olabilirsiniz..."* gibi ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, 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 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, sağlık alanında faaliyet yetkisi bulunmayan şahsın ve faaliyet gösterdiği kuruluşun tabip tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlere yönelik tanıtım yapmasının ilgili mevzuata aykırılık teşkil ettiği ve benzer alanda faaliyet gösteren meslektaşlarınız açısından haksız rekabete yol açtığı; dolayısıyla, söz konusu tanıtımların tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu;

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; ayrıca, kuruluş isminde güzellik hizmetleri ve diş uygulamalarına ilişkin bambaşka hizmet türlerine bir arada yer verildiği bu nedenle, tüketicinin yanıltıldığı ve tam bilgi sahibi yapılmadığı 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 5-2 inci maddesi,

- İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmelik’in 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, 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 **Estetik City - Özlem ÖZÖNDER** 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: 2021/4665**

**Şikayet Edilen:** **Bakırköy Renkli Ultrason Görüntüleme Merkezi (Ersen Alp ÖZBALCI ve Ayşe Ahsen BAKAN)**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.gebeliktezekatesti.com/ ile https://www.bakirkoyrenkliultrason.com/ adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 10.09.2021, 13.09.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.gebeliktezekatesti.com/ ile https://www.bakirkoyrenkliultrason.com/ adresli internet sitelerinin 10.09.2021 ile 13.09.2021 tarihli görünümlerinde örnek olarak; *"... boyutlu renkli ultrason ücreti ne kadar? Hangi hastanelerde yapılıyor? 4 boyutlu ultrason fiyatı ne kadar? FİYATI NE KADAR? Finansbank Kredi Kartına Taksit seçeneği mevcuttur. Bu tarz görüntülerin alınabilmesi için en son teknoloji ultrasonografi cihazlarının kullanılması gerekmektedir. Cihazın iyi olması görüntülerin kaliteli olma garantisini getirmemektedir. Anne karnındaki bebeğin uygun pozisyonda durması kaliteli görüntü elde edebilmek için şarttır.http://www.bakirkoygoruntulememerkezi.com/' nde sadece 4 boyutlu renkli görüntüler için başvuran hastalara önce tetkik yapılmaktadır. Eğer aileyi ve hekimi tatmin eden kalitede görüntüler elde edilebilirse 250 tl ücret alınmaktadır. Bebeğin pozisyonu uygun olmadığı için iyi görüntü elde edilemezse herhangi bir ücret talep edilmemektedir. Bu tetkik ile 20-24 hafta arasında yapılan detaylı 2. Düzey ultrasonografi aynı tetkikler değildir. Detaylı inceleme esnasında eğer bebeğin pozisyonu uygun ise 4 boyutlu görüntüler de elde edilmektedir ve bunun*

*için ayrı ücret talep edilmemektedir...Bakırköy Renkli Ultrason Merkezinde 11-14 hafta ultrasonografisi, Toshiba Aplio 400 marka cihazda özel gebelik probu ile konusunda son derece tecrübeli olan http://www.ersenalpozbalci.dr.tr/ tarafından yapılmaktadır. Sağlığınızı bize emanet ettiğiniz için teşekkürü bir borç biliriz...Noninvaziv prenatal tanı testi, cffDNA, fetal DNA testi EN DÜŞÜK FİYATLAR BİZDE. https://www.gebeliktezekatesti.com//https://www.gebeliktezekatesti.com/fmfsertifikali-hekimler/Dr. Ayşe Ahsen BAKAN: Dr. Ayşe Ahsen BAKAN Radyoloji uzmanıdır. Tüm radyolojik incelemelerde deneyim sahibi olup TRD (Türk Radyoloji Derneği) Yeterlik belgesi sahibidir. Obstetrik ultrasonografi konusunda son derece deneyimli olup FMF sertifikalarına sahiptir. Pediatrik radyoloji konusunda Amerika' da eğitim almıştır...Dr. Ersen Alp ÖZBALCI http://www.ersenalpozbalci.dr.tr/ Radyoloji Uzmanıdır. Gebelik ultrasonografi konusunda son derece deneyimlidir. İngiltere' de yerleşik Fetal Tıp Vakfından(Fetal Medicine Foundation) sertifika alıp Türkiye' den uluslararası NT uzmanı payesi almış ilk Radyoloji uzmanıdır. Gebelik ultrasonografisi özel ilgi alanıdır. Özel muayenehanesinde her türlü ultrasonografi ve renkli Doppler, biyopsi işlemlerinin yanında gebelik ultrasonografisini de özel ilgi ve alaka ile yeterli vakti ayırarak yapmaktadır. FMF sertifikalarının yanında Türk Radyoloji Derneği Yeterlilik Belgesine ve Avrupa Radyoloji Diplomasına da sahiptir.  Türk Radyoloji Dermeği yeterlilik Belgesi isteği bağlı olarak alınan bir belgedir. Kişisel gelişim ve öz denetim için faydalı bir sertifikadır. Bu belgeye sahip olan hekimlerin daha iyi hekim olduklarını düşünmek hatalı olabilir. Avrupa Radyoloji Diploması isteğe bağlı olarak alınan bir belgedir. Avrupa Radyoloji Birliği tarafından düzenlenen bir sınavla alınabilmektedir...Ultrason Ciddi Bir İştir. Tüm ultrason ve renkli Doppler ultrason incelemeleri hayati önem taşıyan incelemelerdir. Özenle, gerekli vakti ayırarak yapılmalıdır. Tüm incelemeleri Radyoloji uzmanları yapmalı, ayrıntılı, anlaşılır rapor yazmalıdır. Hasta tetkik hakkında, bulgular hakkında açıkça bilgilendirilmelidir. Rapor sonuçlarında muğlak ifadeler bulunmamalıdır.  Özel ultrason merkezi sadece ultrasonografiyle ilgilenmelidir. Birçok merkezde olduğu gibi bir Radyoloji uzmanının tüm Radyolojik tetkikleri yapması beklenmemelidir. Bir Radyoloji uzmanının tüm tetkikleri çok iyi yapmasını beklemek bir cerrahın bütün ameliyatları iyi yapmasını beklemekten bir farkı yoktur...Beklemeden Randevu Beklemeden randevu, aynı gün sonuç. Bakırköy Renkli Ultrason' da hastalarımıza aynı gün içerisinde bakıyoruz. Dr Ersen Alp ÖZBALCI ve Dr. Ayşe Ahsen BAKAN aynı adreste kendi odalarında hastalarını görüyorlar. Kişi başı en çok 20 hasta kabul ediyoruz. Özel ultrason merkezi olarak sadece ultrason ve Doppler incelemelerini yapmaktayız. Tüm ultrasonografi tetkiklerinin kişilerin yaşamını etkilediğini bilmekte ve bu nedenle gereken özeni fazlasıyla göstermekteyiz. Aynı gün beklemeden randevu vermek. en çok özen gösterdiğimiz konulardan biridir...Bakırköy Renkli Ultrason' da hastaların talepleri doğrultusunda hem bay hem de bayan Radyoloji Uzmanı birlikte çalışmaktadırlar. Bazı özel tetkiklerde kişiler haklı olarak Bay Radyoloji Uzmanı ya da Bayan Radyoloji Uzmanı talep edebilmektedirler. Bayan Radyoloji Uzmanı' nın en çok talep edildiği tetkikler Meme Ultrasonografisi, Transvajinal Ultrasonografi gibi tetkiklerdir... Rapor sonunda nodüllere biyopsi yapılıp yapılmaması gerektiğini net olarak yazmalıdır. Gereksiz yapılan biyopsiler gereksiz ameliyatlara yol açabilir. İyi yapılmış bir tiroid ultrasonografisi en az 15 dakika sürmelidir. Tetkikinizi yaptırırken bunu göz önünde bulundurmalısınız..."* gibi ifadelere ve “*Bakırköy Renkli Ultrason Görüntüleme Merkezi”* ismine 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 mezkur merkez adı altında bir sağlık kuruluşu olmadığı halde Uzm. Dr. Ersen Alp ÖZBALCI ve Dr. Ayşe Ahsen BAKAN hekimlerinin ismi ve ilgili hekimlere ait müşterek muayenehane adresi bilgileri yer aldığı; böylece tüketicilerin yanıltıldığı; ayrıca, kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı, talep yaratıcı nitelikte olduğu ve 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 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 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-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 **Bakırköy Renkli Ultrason Görüntüleme Merkezi (Ersen Alp ÖZBALCI ve Ayşe Ahsen BAKAN)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**40)**

**Dosya No: 2020/3865**

**Şikayet Edilen: Fırsat Bu Fırsat İnternet Hizmetleri Reklam Turizm Org. Paz. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.firsatbufirsat.com adresli internet sitesinde yayınlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 17.08.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu internet sitesinde, *"Özel Avcılar Hospital'dan Uzman Diyetisyenler Gözetiminde 6 ve 8 Haftalık Zayıflama Paketi", "Hastaneye Gitmek İçin Hasta Olmayı Beklemeyin! Avcılar Hospital'dan Standart Check-Up & Ayrıntılı Check-Up"* ve *"Julya Estetik'te Plazmapen Uygulaması "* gibi ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, sağlık alanında yürürlükte bulunan mevzuat gereği, ülkemizde hekimlik uygulamalarının esaslarını belirleyen temel yasa olan 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı San’atlarının Tarzı İcrasına Dair Kanun’un 24 üncü maddesinin; *“İcrayı sanat eden tabipler hasta kabul ettikleri mahal ile muayene saatlerini ve ihtisaslarını bildiren ilanlar tertibine mezun olup diğer suretlerle ilan, reklam ve saire yapmaları memnudur.”* hükmü uyarınca, hekimlerin, adlarını, Tıpta Uzmanlık Tüzüğü’ne göre kabul edilmiş olan ihtisaslarını, akademik unvanlarını, hasta kabul ettikleri mahal ile muayene saatlerini bildiren ilanlar verebilmelerinin mümkün olduğu, ancak diğer suretlerle reklam ve ilan vermelerinin kesin bir şekilde yasaklandığı;

Yine sağlık alanında faaliyet gösteren özel hastane, tıp merkezi, poliklinik, muayenehane gibi sağlık kuruluşlarının, tabi oldukları mevzuata uygun biçimde tanıtım ve bilgilendirme faaliyetlerinde bulunabilecekleri, ancak, söz konusu kuruluşların tıbbi uygulamalara yönelik talep yaratıcı tanıtımlar yayınlamalarının ve reklam yapmalarının yasak olduğu,

Bununla birlikte, 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,

Dolayısıyla, sağlık alanında ruhsatlandırılmış kişi ve kuruluşların tabi olduğu mevzuat gereği, sağlık hizmetleriyle ilgili reklam yapılması yasak iken, sağlık alanında hizmet vermeye yetkili olmayan kişi ve kuruluşların tıbbi hizmetlere ilişkin tanıtımlar yapmasının mevzuata her halükarda aykırılık teşkil edeceği;

Bu bağlamda, inceleme konusu internet sitesinin 17.08.2021 tarihli görünümünde yer alan *"Özel Avcılar Hospital'dan Uzman Diyetisyenler Gözetiminde 6 ve 8 Haftalık Zayıflama Paketi", "Hastaneye Gitmek İçin Hasta Olmayı Beklemeyin! Avcılar Hospital'dan Standart Check-Up & Ayrıntılı Check-Up"* ve *"Julya Estetik'te Plazmapen Uygulaması "* gibi tıbbi işlemlere yönelik talep yaratıcı kampanya reklamları ile sağlık hizmetlerine yönelik aracılık faaliyetinde bulunulduğu ve söz konusu tanıtımların mevzuata aykırılık oluşturduğu 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 Nizamnamesi’nin 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 ve Geçici 5 inci maddesinin 2 inci fıkrası,

- Özel Hastaneler Yönetmeliği'nin 60 ıncı maddesi,

- İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmelik’in 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 **Fırsat Bu Fırsat İnternet Hizmetleri Reklam Turizm Org. Paz. ve Tic. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **114.326,TL. (Yüzondörtbinüçyüzyirmialtı Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesinekarar verilmiştir.

**41)**

**Dosya No: 2020/5959**

**Şikayet Edilen: Burcu AVCI - Agen Biyoteknoloji Genetik Danışmanlık Medikal Sağlık Hizmetleri**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.babaliktestidna.com adresli internet sitesinde yayınlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 17.08.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu tanıtımların 17.08.2021 tarihli görünümünde, *"Özellikle babalık ve akrabalık testlerinde göstermiş olduğumuz çalışmalarla birçok farklı örneklerden sonuçlara ulaşabilmemize ve sektörde öncü bir laboratuvar haline gelmemize yardımcı olmuştur. Merkezimiz Türkiye ve KKTC nin yanı sıra tüm dünya ülkelerine hizmet vermeyi amaçlamaktadır. Dünyanın 25 farklı ülkesinde anlaşmalı olduğumuz partner laboratuvarlar bulunmakta olup merkezimizde yapılan tüm testler yurt dışı veya yurtiçinde bulunan uzman doktorlarımızın onayından geçtikten sonra raporlanmaktadır öncelikli olarak hedefimiz vakalarımızın ihtiyacını karşılayacak en uygun olan testi tespit edip en kısa sürede sonuca gitmektir. Vakalarımıza kendilerini güvende ve huzurlu hissetmelerini bunun içinde gizliği ve kişisel hakların korunmasını ilke edinmiştir. Alanında eğitimli sağlık personelimiz ve güler yüzlü ekibimiz ile test hizmetlerini son derece hızlı ve gizli bir şekilde sunan ve tüm**işlemler boyunca kesintisiz sağlık hizmeti anlayışı ile devam eden Merkezimiz, 13 yıldır İngiltere ve diğer ülkelerde hizmet vermektedir. fiziki şartların her geçen gün değişmesine rağmen, en son teknolojileri takip eden laboratuvarlarımız Next-Generation Sequencing (yeni nesil sekans ) kullanarak bugün piyasada bulunan en doğru test sonuçlarını elde etmeye çalışmaktadır."*  şeklinde ifadelere yer verildiği ve "babalık testi, annelik testi, meme kanseri testi" gibi hizmetlere yönelik tanıtımlar yaptığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, kuruluşun bir tıbbi cihaz satış merkezi olarak ruhsatlandırıldığı halde inceleme konusu internet sitesinde yer alan tanıtımların 17.08.2021 tarihli görünümünde yer alan ifadeler aracılığıyla kuruluşun faaliyet alanının dışında, ruhsatlandırılmadığı halde laboratuvarlık hizmeti veren ve "babalık testi, annelik testi, meme kanseri testi" gibi hizmetler sunan bir kuruluş olduğu yönünde tanıtımlar yayınlandığı, tüm bu tanıtımların tüketicileri yanıltıcı, aldatıcı olduğu ve ilgili mevzuata aykırı olduğu 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 1, 8, 15 ve Ek-13 üncü maddeleri,

**-** Tıbbi Laboratuvarlar Yönetmeliği’nin 34 ve 35/ç maddeleri,

**-** Genetik Hastalıklar Değerlendirme Merkezleri Yönetmeliği’nin 18, 23 ve 25/1, 25/2 nci maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Burcu AVCI - Agen Biyoteknoloji Genetik Danışmanlık Medikal Sağlık Hizmetleri** 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.

**42)**

**Dosya No: 2021/2200**

**Şikayet Edilen: Osman ARSLAN (Elis Kozmetik)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 22.06.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait 'eliskozmetik\_mardin' kullanıcı isimli sayfanın 22.06.2021 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘…Metalik ve parlak tonlarla tasarlanmış 3-Tone Sterling Grey. Açık gri renk yumuşak bir etki, metalik gri ise göz alıcı bir çekicilik katacaktır. Siyah limbal halka ile kombine edilerek gözlerinize derinlik kazandırır. Bu renkli kontakt lens hem gündelik hem de özel günler için idealdir…Gri renkli kontaklar gri, kahverengi ve altın tonlarını harmanlıyor, bu tasarımla yüzünüze parlaklık katacağından emin olabilirsiniz. Ayrıca bu hoş renk kombinasyonunun tadını çıkarabilecek hem erkekler hem de kadınlar için en iyi seçim… Brilliant Blue kontakların benzersiz tasarımı, onları her iris rengi, göz şekli veya cilt tonunda çekici kılar. Güzel gözlerin ince, doğal derinliğini oluşturmak için üç rengi tek renkte harmanlayan benzersiz bir 3'ü 1 arada teknoloji sağlarlar… Kahverengi ile yeşilin arasında oturan ela, en çok arzu edilen göz renklerinden biridir. Ela temaslarla egzotik ama doğal görünen güzelliğinizi gösterin. Saf ela kontakt lensler, en popüler kozmetik lens türlerinden biridir…’* gibi ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, Tıbbi Cihaz Satış, Reklam ve Tanıtım Yönetmeliği'ne göre yalnızca işitme cihazı merkezlerinde, ısmarlama protez ve ortez merkezlerinde veya optisyenlik müesseselerinde ya da diş protez laboratuvarlarında satışı, uyarlaması veya uygulaması yapılan cihazlar ile münhasıran sağlık meslek mensupları tarafından kullanılması veya uygulanması gereken cihazların reklamının yapılamadığı, bunların dışında kalan cihazların ise Ek-3 listesinde yer alan ürünler istisna olmak kaydıyla yalnızca cihazın satışının yapıldığı internet ortamında reklamına izin verildiği; dolayısıyla, numaralı kontak lensler, numaralı gözlük camları ve numaralı gözlük çerçeveleri gibi tıbbi cihazların reklam ve tanıtımlarının Tıbbi Cihaz Satış, Reklam ve Tanıtım Yönetmeliği hükümleri doğrultusunda yapıldığı,

Bu bağlamda; inceleme konusu internet sitesinde tanıtımı yapılan ve tıbbi cihaz kapsamında olan kontakt lenslerin ilgili mevzuat gereği reklamının yapılmasının yasak olduğu; dolayısıyla, söz konusu tanıtımların mevzuata aykırı olduğu ve benzer kuruluşlar arasında haksız rekabete yol açtığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

-Tıbbi Cihaz Satış, Reklam ve Tanıtım Yönetmeliği’nin 15 inci 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 **Osman ARSLAN (Elis Kozmetik)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**43)**

**Dosya No:** **2021/1231**

**Şikayet Edilen: Salih GÜNDOĞDU**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://hurmetevdebakim.com/vehttps://www.instagram.com/hurmet\_evdebakim/adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 17.08.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://hurmetevdebakim.com/ adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda; *“2021 yılında kurulan evde bakım ve sağlık hizmetleri sunan firmamız verdiği hizmetleri ihtiyaçlarınız doğrultusunda en modern imkanlar ve tekniklerle hasta menfaatlerini maksimum seviyede gözeterek tamamı eğitimli ve sertifikalı personellerle hastanın kendi yaşam alanında; doktor muayenesi, hemşirelik hizmetleri, yardımcı sağlık personeli, hasta bakım görevlisi desteği, laboratuvar tetkikleri, fizik tedavi ve radyoloji tetkikleri gibi alanında yetkin personellerin elinden hastane koşullarında alınan hizmetlerin tamamını enfeksiyon ve bulaş riskini minimize ederek hastanın kendi evinin konforunda ve mahremiyetinde almasını sağlamaktadır. Amacımız paydaşlarınızdan gelen geri bildirimleri değerlendirerek hastanın en modern ve teknik açıdan gelişmiş sağlık ve bakım hizmetini almasını sağlayarak özel evde bakım hizmetlerini markamız altında hastalarımızın hizmetine sunmaktır.”* ifadelerine,

https://www.instagram.com/hurmet\_evdebakim/ adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda; *“İdrar sondası Uygulaması: İdrar sondası hastanın mesanesinin boşaltılması yada steril idrar örneği alınması işlemlerini gerçekleştirmek için kullanılır. İşlem steril olarak gerçekleştirilmelidir. Kullanılacak malzemenin kalitesi, türü ve sağlık personelinin tecrübesi hasta konforunu ciddi ölçüde etkilemektedir. Hürmet Evde Bakım olarak kaliteli medikal malzemelerle, tecrübeli, hasta konforuna ve mahremiyetine önem veren yetkin sağlık personellerimizle evinizin konforunda sonda takım işleminizi gerçekleştiriyoruz.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** https://hurmetevdebakim.com/vehttps://www.instagram.com/hurmet\_evdebakim/adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımların tıbbi işlemlerle ilgili ve talep yaratıcı nitelikte olduğu,

İnceleme konusu internet sitelerinde yer alan ifade ve görüntülerin şahsın yetkisi dahilinde bulunmayan "*Evde Bakım Hizmeti*" ile ilgili talep yaratıcı nitelikte olduğu, Sağlık Bakanlığından ruhsatı bulunmayan şahsa yönlendirme yapıldığı, faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı ve diğer kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açtığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Evde Bakım Hizmetleri Sunumu Hakkında Yönetmelik’in 30 uncu 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 Kanun’un 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**44)**

**Dosya No: 2021/4671**

**Tuba ÇAKIR (Alaçatı Estetik)**’a ait"alaçatı AESTHETIC" ibareli broşürler ile kuruluşun faaliyet gösterdiği binada bulunan "alaçatı AESTHETIC" ibareli tabela ve tanıtımlarla ilgili görüşme ve değerlendirmelerin **ertelenmesine** karar verilmiştir.

**45)**

**Dosya No: 2021/4672**

**Şikayet Edilen: Chiefs Sağlık ve Estetik Hizmetleri Ticaret Limited Şirketi**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 11.06.2021, 08.10.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu tanıtımların yayımlandığı tarihlerde anılan kuruluş adına Sağlık Bakanlığınca sağlık turizmi alanında veya ülkemizde sağlık alanında faaliyet göstermek adına düzenlenmiş bir ruhsat, belge ve yetkilendirme bulunmadığı halde,

İnceleme konusu Instagram sosyal medya platformunun “Hair Chiefs (@hairchiefs)” hesabının 11.06.2021 ve 08.10.2021 tarihli görünümlerinde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *“ (…) 5 ay sonra (…) 8 ay sonra (…) 9 ay sonra (…) 6 ay sonra (…)”* gibi ifadelerle hastaların saç ekimi işlemine ilişkin tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere, *“(…) Ve yine mutlu bir hasta - saç ekimi başarıyla tamamlandı, harika geri dönüşleri için çok teşekkür ederiz! (…) Operasyon için hazırlık (…) Hastamıza saç ekimi yaptık (…) Dünyanın En İyi Saç Merkezi (…) Bize soru sorun: Saç ekimi için uygun olup olmadığımı nasıl anlayabilirim?- Ücretsiz muayeneye gelmeniz uzmanımızın bizzat incelemesi gerekmektedir. (…) Bize soru sorun: Kaç Greft ihtiyaç olduğunu nasıl anlıyorsunuz? – Ense bölgesini ve dökülen alanların analizini yaparak greft sayısı ve ekilecek sayı belirleniyor uzmanlarımız tarafından (…)”* şeklinde ifadeler ile tabip tarafından uygulanması gereken tıbbi bir işlem olan "saç ekimi" uygulamasına yönelik tanıtımlara, *“ (…) Selçuk AKGÜN/Bartın’dan İstanbul’a tavsiye üzerine gidip saç ektirdim 1 yıl oldu yaptırdım çok memnunum %100 sonuç aldım … hairchiefs ailesi olarak Gaziosmanpaşa Medikalpark Hastanesi 6. Kattaki saç ekim merkezine ön görüşmeye gitmelerini ve yerinde görmelerini tavsiye ederim uygun fiyat ve kaliteli tecrübeli ekip … (…) Genco dk. … hijyen güler yüz hepsi bir arada olur mu Olur hepinize çok teşekkürler … bence saç ekiminin tek adresi sizlersiniz (…) ”* şeklinde övücü nitelikte hasta yorumlarına yer verildiği,

İnceleme konusu https://www.hairchiefs.com/ adresli internet sitesinin 11.06.2021 ve 08.10.2021 tarihli görünümlerinde örnek olarak; *“ (…) Hizmetlerimiz - PRP Tedavisi, Saç Ekimi, Kaş Ekimi (…) Hair Chiefs Hairchiefs, uygulamalarımıza ve servislerimize dahil ettiğimiz 7 nitelik; 2008’denberi Hairchiefs sadece saç ekim işlemlerini gerçekleştirmekte ve saç bakımı hizmeti sunmaktadır. Saç ekimi operasyonları, Türkiye’nin en iyi hastanesi konumunda olan ve Türkiye’nin en prestijli hastanesinde gerçekleştiriliyor. Hastalarımıza rahat bir deneyim yaşatmak amacıyla operasyon öncesi ve sonrası danışmanlık hizmetleri ve dinlenme alanı sunuyoruz. Saç ekiminde ve diğer tedavilerde kullanılan tüm tıbbi cihazlar tek kullanımlıktır. Temel politikamız; Hastalarımızın operasyon planlama aşamasında belirtilen ilk alıntı dışında herhangi bir ek ücret uygulamamak. Ameliyat geçiren tüm hastalara garanti belgesi verilir. Hairchiefs ameliyat sonrası iyileşme sürecinin nasıl ilerlediğini takip etmek için düzenli olarak eski hastaların ülkelerine ziyaretler düzenlemektedir. Tüm bu özelliklerle hairchiefs hastaları için özen ve güvence sağlamayı amaçlamaktadır. Biz bu felsefeye inanıyoruz; “Bir hastanın deneyimi, tüm hastalarımızın deneyimidir”. (…) Gözetim Altındayız! Hair Chiefs olarak tüm Saç ekimi ve diğer tüm hizmetlerimiz otoriter kurumlar tarafından denetlenmekte ve kalitemiz tescil edilmektedir.. Sizde garantili hizmet almak istiyor, kaliteden ödün vermeyenlerle çalışmak istiyorsanız bizimle iletişime geçebilirsiniz.(…) Neden Hair Chief`s? HİJYEN VE STERİLİZASYON - Ameliyat sonrası enfeksiyon sonucunda, yeni saç kökleri sert bir şekilde hasar görecektir, bu nedenle sterilizasyon saç nakli operasyonunda büyük bir kavramdır. Hair Chief’s, hastanedeki sterilizasyon kurallarına ve temizliğe uygun hizmet veren güvenilir bir kurumdur…% 98’E KADAR BAŞARI Hair Chiefs , müşteri memnuniyetine dayalı bir anlayışla hizmet vermektedir. Uzman ekip misafirlerimizin kellik problemini değerlendirir ve en uygun tedaviyi uygular. Hair Chief’in başarı oranı% 98. Kalan% 2 hata payı olarak hesaplanır. (…) Her gün dünyanın birçok ülkesinden gelen ve ortak yanları saç dökülmesi ve kellik problemi olan insanlara saç ekimi, PRP tedavisi, saç mezoterapisi gibi birçok hizmeti sunuyoruz ve onların mutlu bir şekilde ayrılmasını sağlıyoruz. Sizde kellik problemi yaşıyor ve bu durumdan kurtulmak istiyorsanız en etkili ve hızlı çözüm olan saç ekimi ve diğer hizmetimizden yararlanmak için bize ulaşabilirsiniz. (…)”* gibi sağlık hizmeti sunumuna ilişkin ifadelere,

*“(…) Saç ekimi “saç dökülmesinin kalıcı çözümü” olarak tanımlanabilir. Saç ekimi işlemi; hastane cerrahi ortamında gerçekleştirilen bir mikrocerrahi prosedürü. ‘Mikrocerrahi operasyon’ kavramı; geleneksel cerrahi işlemden farklı olarak minimal cerrahi müdahale ile saç ekimi işlemidir. Saç ekimi operasyonu, androgenetik alopesi olarak da adlandırılan “erkek tipi kellik” yaşayan bireyler için etkili ve kalıcı bir çözümdür. Bunlardan başka, çeşitli saç hastalıkları nedeniyle yara izleri veya saçlarını kaybeden kişiler de güvenli bir şekilde saç ekim ameliyatı geçirebilirler. … (…) PRP (Platelet Rich Plasma) tedavisi, saç dökülmesini durdurmak veya ince ve zayıf saçların kalitesini uyarmak ve geliştirmek için kullanılan bir yöntemdir. Bu yöntem, hastanın kanı özel olarak işlenir, böylece beyaz kan hücreleri ve trombositler ayrılır ve bölgeye ince veya tüysüz olarak enjekte edilir. Hastadan 10 ml kan alınır ve trombosit bakımından zengin plazmanın kırmızı kan hücreleri yaklaşık 15 dakika santrifüjlenir. Konsantre trombositler 10 dakikalık uygulamada kafa derisine küçük dozlarda enjekte edilir. PRP tedavisi sırasında elde edilen plazma yüksek konsantrasyonlu trombositleri (trombositler) ve lökositleri (beyaz kan hücreleri) içerir. Aktive trombositler ve lökositler büyüme faktörlerini salgılarlar. PRP Saç Tedavisi ile büyüme faktörleri kıl folikülünün yenilenmesini ve büyümesini teşvik eder. Böylece, ciddi şekilde doku yenilenmesini sağlar. PRP Saç Tedavisi’nin amacı, zayıf ve çok ince saçları ve ölmek üzere olan saç köklerini uyararak saç sağlığının korunmasına yardımcı olmaktır. … (...) Fue yöntemiyle çıkartılan tek greftler kirpik ve kaş ekiminde kullanılır. Çift ve üçlü greftler ayrılır ve tek greftler yapılır. Ense alanı donör bölge olarak tercih edilir. Kaş nakli için kaştaki boşluğa göre tek bir kaş için 200 ila 600 kök yeterli olacaktır. İşlem sonrası süreç saç ekimi ile aynıdır. İlk 24 saat boyunca su ile temas edilmemelidir. Nakledilen kıl kökleri 1 ay içinde kaybeder. Kaşların büyüme yönü boyunca masaj uygulamak, 3 ay sonra büyümeye başladıklarında yönlendirme için etkili olacaktır. … (…)”* gibi tıbbi işlemlere ilişkin ifadeler ile tıbbi işlem görüntülerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu internet sitelerinde yer alan söz konusu ifade ve görsellerin; kuruluşun “saç ekimi” alanında yetkilendirilmiş bir kuruluş olduğu algısı oluşturduğu, dolayısıyla, söz konusu tanıtımların tüketicileri yanıltıcı, aldatıcı ve kamu sağlığını bozucu nitelikte olduğu,

Kuruluşun sağlık alanında hizmet sunmaya yetkisinin bulunmadığı ve ruhsatı da bulunmadığı halde, söz konusu tanıtımlarla doktor kontrolünde uygulanması gereken tıbbi işlemlere yönelik talep oluşturulduğu, bu ve benzeri tanıtımların sağlık hizmetlerine ticari bir görünüm yüklediği, kuruluşa ve tanıtımlarda bahsi geçen ve logosuna yer verilen sağlık kuruluşuna yönlendirici nitelikte olduğu,

Ayrıca söz konusu tanıtımlarda yurtdışından gelen hastalara hizmet sunulduğuna dair ifade ve görsellere yer verildiği ancak sağlık alanında aracılık, danışmanlık gibi hizmetlerin sadece sağlık turizmi kapsamında verilebileceği ve kuruluşun bu alanda faaliyette bulunabilmek için sağlık tesisinin ve aracı kuruluşun almasının zorunlu olduğu uluslararası sağlık turizmi yetki belgesini haiz olmadığı,

Diğer taraftan, tabipler tarafından uygulanması gereken söz konusu uygulamalarla ilgili tanıtım yapılmasının yürürlükte bulunan mevzuat çerçevesinde her halükarda yasak olduğu, dolayısıyla inceleme konusu internet sitelerinde sağlık hizmeti sunumuna yönelik bilgilendirme ve tanıtım yapılamayacağı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

- 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanun’un 1, 8 ve 24 üncü 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,

- Uluslararası Sağlık Turizmi ve Turistin Sağlığı Hakkında Yönetmelik’in 5/1, 12/1 ve 12/2 nci maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Chiefs Sağlık ve Estetik Hizmetleri 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.

**GIDA**

**46)**

**Dosya No: 2021/4359**

**Şikayet Edilen: Sinan ASLAN**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.trendyol.com adresli e-ticaret platformunda şahsa ait "SUN TİCARET" isimli mağaza tarafından Nursima markalı çeşitli bitki çaylarına yönelik olarak yayınlanan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 12.04.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan inceleme sonucunda, www.trendyol.com adresli e-ticaret platformunda şahsa ait "SUN TİCARET" isimli mağaza tarafından Nursima markalı çeşitli bitki çaylarına yönelik olarak yayınlanan reklamlarda; Nursima Matchalı Zayıflama Çayı adlı ürünün, *“Matcha çayını genellikle zayıflamak için tercih edenlerin, sabah aç karnına 1 fincan ve akşam yatmadan önce 1 fincan olmak üzere günde 2 fincan tükettikleri bilinmektedir”*;Nursima Kinoalı Bitkisel Karışımlı Çay adlı ürünün, *“FAYDALARI İçermiş olduğu yüksek protein sayesinde, kolesterol seviyesini yükseltmeden tokluk hissini arttırır. Kalsiyum açısından zengin olduğundan metabolizmayı hızlandırır. Gluten içermez, vücutta ödem oluşmasını engellemeye yardımcıdır. İçermiş olduğu magnezyum sayesinde, diyet ile birlikte yoğun spor yapıldığında kas ve kemik yapınızı korur. İÇİNDEKİLER Acı çehre, gojiberry, kinoa tohumu, doğala özdeş kayısı aroması, biberiye, rezene, funda, kırkkilit, hibiskus KULLANIŞI Süzen poşeti çay bardağına daldırıp üzerine kaynamış su ekleyin 3 dakikada demlemeye bırakın, dilerseniz limon sıkabilirsiniz.”*; Nursima Kiraz Saplı Mısır Püsküllü Bitkisel Karışımlı Çay adlı ürünün, *“Faydaları: Bünyesinde a, c, d, e ve k vitaminlerini barındırır. Demir, potasyum, magnzeyum mineralleri açısından son derece zengindir. Antioksidan yönünden oldukça zengindir. Vücudu hastalıklara karşı koruyucu etkisi bulunmaktadır. Tuz dengesini olumsuz etkilemeden vücuttan su atılmasını sağlamaktadır. Vücuttan hem su atar hem de kanı sulandırıcı özelliğe sahiptir. Sakinleştirici etkisi bulunmaktadır. Susuzluğu gidermektedir. Böbreklere oldukça faydalıdır. Idrar söktürücü yararı vardır. Sinir sistemi üzerinde olumlu yönde etkisi olan kiraz sapının, akşamları çayı yapılıp içildiğinde rahat uyumanızı sağlar. Kanı temizleyici yarara sahiptir. Cildi temizleyici özelliği bulunmaktadır. Böbrek taşı oluşumunu önlemektedir. Kolesterolü düşürücü etkiye sahiptir. Karaciğere oldukça faydalıdır. Menepoz dönemindeki bayanlar için oldukça rahatlatıcı etkiye sahiptir. Kilo vermeye yardımcı olmaktadır. İdrar yolu enfeksiyonlarına iyi gelmektedir. Damarlar için oldukça yararlıdır. Kalbin daha rahat çalışmasını sağlamaktadır. Damarların içten yağlanmasına karşı önleyici etkiye sahiptir. Prostat şikayetlerinin ortadan kaldırılmasını sağlamaktadır.”*;Nursima Moringa Çayı adlı ürünün, *“FAYDALARI: Moringa çayı zengin bir vitamin, mineral ve aminoasit kaynağıdır. Önemli miktarda A, C ve E vitamini içerir. Kalsiyum, potasyum ve protein bakımından çok zengindir. Sindirim sisteminin çalışmasını düzenler ve kabızlık probleminin ortadan kaldırılmasına yardım eder. Metabolizmayı hızlandırır ve vücutta yağ depolanmasını engeller. Ayrıca tokluk hissi de verir. Sağlıklı zayıflamaya yardımcıdır.”* ve Nursima Kudret Narlı Bitkisel Karışımlı Çay adlı ürünün, *"Mide ülseri ve gastrit çayı"* şeklinde ifadelerle tanıtım ve satışının yapıldığı hususları tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, Nursima markalı çeşitli bitki çaylarına ilişkin inceleme konusu reklamlarda yer alan "zayıflatma", "tokluk hissini arttırma", "ödem oluşmasını engelleme", "hastalıklara karşı koruyucu", "antioksidan, vücuttan su atma, kan sulandırma", "idrar söktürme, kan temizleme, cilt temizleme", "böbrek taşı oluşumunu önleme, kolesterol düşürme,", "kalbin daha rahat çalışmasını sağlama, damarları yağlama, prostat şikayetlerini ortadan kaldırma" ve "sindirim sistemini düzenleme, kabızlık problemini ortadan kaldırma, mide ülseri ve gastrit" gibi beyanların birer sağlık beyanı olduğu, endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç bu tür beyanlarla bitki çayı adı altında satışı yapılan söz konusu ürünlerin tıp literatüründe hastalık olarak tanımlanan ve hekim kontrolünde tedavi edilmesi gereken bir çok rahatsızlığın veya sağlık sorununun tedavisinde, iyileştirilmesinde veya önlenmesinde etkili olduğu şeklinde tamamen aldatıcı-yanıltıcı bir izlenim oluşturularak anılan ürünlerin sanki bir ilaç veya beşeri tıbbi ürün gibi tanıtıldığı, yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre gıdalar/takviye edici gıdalar için bu tür sağlık beyanlarının kullanılmasının kesinlikle yasak olduğu,

Diğer yandan, reklam veren şahıs tarafından yapılan açıklamalarda, www.trendyol.com adresli internet sitesinden yapılan satışlarda inceleme konusu ürünleri satışa açarken "Trendyol Kataloğundan Ekle" özelliğinin kullanıldığı, belirli bir ürüne ilişkin ürün açıklamaları, ürün görselleri ve diğer bilgilerin katalogda kayıtlı olması nedeniyle bu içeriklere müdahale edilemediği ve inceleme konusu ifade ve reklamların daha önce ürünü ilk defa satışa açan satıcı tarafından kataloğa kaydedilmesi nedeniyle söz konusu tanıtımların reklam vereninin şahıs olmadığı belirtilmekteyse de, yer sağlayıcı olarak faaliyet gösteren www.trendyol.com adresli e-ticaret platformunun sahibi DSM Grup Danışmanlık İletişim ve Satış Tic. A.Ş. unvanlı firmadan alınan cevabi yazıda, "buybox" özelliğini kullanarak satış yapan satıcıların Trendyol Kataloğunda kayıtlı ürün açıklamalarında değişiklikler yapmakta serbest oldukları, satıcıların farklı bir barkod üzerinden satışlarını gerçekleştirmek ya da tespit ettikleri mevzuata aykırılıklarda değişiklik yapma talebini iletmek yerine mevcut açıklamalarla satışa devam etmelerinin de tamamıyla kendi takdirlerinde olduğunun ifade edildiği, bu bilgi ve açıklamalardan hareketle şahsın inceleme konusu reklamların reklam vereni 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 Yönetmelik’in 5/a, 5/b, 5/c, 5/ç ve 5/d maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**47)**

**Dosya No: 2020/2527**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** “beeoariurunleri” kullanıcı adıyla Instagram üzerinden yapılan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 19.02.2019, 26.03.2019, 18.04.2019, 27.04.2019, 11.07.2019, 03.08.2019, 26.10.2019

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.instagram.com/p/B0sV3KzlJ3k/ URL adresinde 03.08.2019 tarihinde Bee’o Propolis Suda Çözünebilir Damla adlı takviye edici gıdaya ilişkin paylaşımda, “*…Sizin için antioksidan bir tarif hazırladık!”*, https://www.instagram.com/p/BzySU0eFDip/ URL adresinde 11.07.2019 tarihinde Bee’o Propolis Suda Çözünebilir Damla adlı takviye edici gıdaya ilişkin paylaşımda, “*Anadolu propolisi, eşsiz Anadolu coğrafyası sayesinde çok zengin bir antioksidan profiline sahiptir.*”, https://www.instagram.com/p/B4En4YnFnkG/ URL adresinde 26.10.2019 tarihinde Bee’o Up+ Propolisli Şurup adlı takviye edici gıdaya ilişkin paylaşımda, “*Ayrıca bu muhteşem ürün Amerika’da gerçekleşen Supplyside West Fuar’ında ‘En İyi Antioksidan’ ödülüne layık görüldü!”*, https://www.instagram.com/p/BuEsEuUHSne/ URL adresinde 19.02.2019 tarihinde Ballı Propolisli Dudak Koruyucu adlı ürüne ilişkin paylaşımda “*Anadolu propolisimizin antioksidan etkisini, ham balın nemlendirici ve kakao yağının yumuşatıcı etkisi ile buluşturduk!”*, https://www.instagram.com/p/BvdmvQrHH9s/ URL adresinde 26.03.2019 tarihinde Bee’o Propolis Ham Bal adlı ürüne ilişkin paylaşımda, “*Bee’o Propolis Ham Bal, düzenli olarak tüketildiğinde içeriğindeki propolis ile antioksidan ihtiyacınızın karşılanmasına yardımcı olur.*”, https://www.instagram.com/p/BwaDPDfHyMw/ URL adresinde 18.04.2019 tarihinde Bee’o Propolis Damla adlı takviye edici gıdaya ilişkin paylaşımda, “*Bee’o Propolis Damla düzenli tüketimde günlük antioksidan ihtiyacınızın karşılanmasına yardımcı olur”*, https://www.instagram.com/p/BwxM-Kvnm1b/ URL adresinde 27.04.2019 tarihinde yapılan paylaşımda, “*...Bu özütleme aşamasında propolisin içerisindeki balmumu ve diğer safsızlıklar uzaklaştırılarak, içerisindeki antioksidan maddeler özütlenir.”* şeklinde ifadelerle tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, paylaşımlarda yer alan antioksidan ifadesinin sağlık beyanı mevzuatına aykırı olmadığı, firmanın 26.10.2019 tarihli paylaşımda iddia edilen 2018 yılı SupplySide Editor’s Choice Ödülleri’nin “Antioksidan” dalında “Bee&You Propolis Ham Bal Öksürük Şurubu” ürünüyle finalistler arasında yer aldığı ancak anılan organizasyonda firmanın ürününün “En İyi Antioksidan” ödülüne layık görüldüğüne ilişkin ispatlayıcı bilgi ve belge sunulamadığı tespit edilmiş 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-a, 7/5-f, 7/5-g, 9/1, 9/5, 11/1-b, 28/1, 28/2, 28/4, 29/1, 29/2-a ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**48)**

**Dosya No: 2021/1722**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** YouTube üzerinden “Getir Büyük” kullanıcı adıyla yayımlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 21.05.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** 21.05.2021 tarihinde https://www.youtube.com/watch?v=\_7PU3z70I18 URL adresinde yayımlanan reklamda, “...6 kilo toz deterjan/marketle aynı fiyat-37.99 TL”, “...32'li tuvalet kâğıdı/bu da aynı fiyat-59.90 TL”, “...Bostan patlıcan 4,5 TL...hani her şey market fiyatınaydı? Bostan patlıcanı daha ucuza buldum”, “...Aslında sepetteki indirimle marketten bile hesaplı oluyor.”, “...kasaptan manava binlerce ürün market fiyatına.” ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu reklamda firma tarafından satışa sunulan ürünlerin fiyatlarının market fiyatlarıyla karşılaştırılmasının yapıldığı, objektif kriterlere dayandırılması gereken fiyat karşılaştırmasını doğrulayacak bilgi ve belgelerin gerek reklam içinde gerek Bakanlığımıza iletilen bilgi ve belgelerde sunulamadığı ve bu nedenle anılan reklamın tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**49)**

**Dosya No: 2021/3742**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** “GetirÇarşı’da ilk siparişinize indirim” başlıklı tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Instagram adlı sosyal medya platformu üzerinden “getircarsi” adıyla yapılan “getirçarşı’da ilk siparişinize indirim!” başlıklı reklamda “% 50 indirim” ifadesinin bulunduğu, kampanya detayları kısmında ise 50 TL’ye kadar % 50 indirim uygulanacağının, kampanyanın maksimum 25 TL indirim sağlayacağının, kampanyadan yararlanmak için promosyonlu sepet tutarının minimum sepet tutarını geçmesi gerektiğinin, kampanyanın bulunulan konuma özel olduğunun ve yalnızca online ödeme seçeneğinde geçerli olduğunun belirtildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, kampanyanın başlangıç ve bitiş tarihlerine yer verilmeyen inceleme konusu reklam üzerinde yalnızca “% 50 indirim” ifadesinin kullanılmasının tüketiciler nezdinde alışveriş tutarıyla sınırlandırılmaksızın vaat edilen indirimin uygulanacağı algısı yarattığı, abartılı, yanlış, muğlak ve eksik bilgi taşıyan söz konusu reklamın ulaştığı ortalama tüketicinin ekonomik davranış biçimini bozma ihtimali olduğu ve bu suretle yapılan tanıtımların tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 7/5-ç, 9/1, 9/5, 13/1, 14/1, 14/2, 18/1, 18/2, 18/6, 18/7, 28/1, 28/2, 28/4, 29/1, 29/2-c ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**50)**

**Dosya No: 2021/3791**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** “GetirÇarşı” adıyla tüketicilere gönderilen kısa mesajda yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** Kısa mesaj

**Tespitler:** Gönderilen kısa mesaj (SMS) içeriğinde *“Getirçarşı’da ilk üç siparişinizin her birine 50 TL, toplamda tamı tamına 150 TL indirim sizi bekliyor!”* vaadine yer verildiği, “GetirÇarşı” uygulamasında yer alan “Promosyon Detay” kısmında “*Size özel indirimle ilk siparişinizi verin! GetirÇarşı’dan vereceğiniz ilk siparişiniz 50 TL indirimli!”* ifadelerinin kullanıldığı, “Kampanya Koşulları” kısmında ise “*kampanyanın ilk GetirÇarşı siparişinde 50 TL indirim sağlayacağının, kampanyadan yararlanmak için sepet tutarının 100 TL'yi geçmesi gerektiğinin ve kampanyanın sadece tek sefer kullanılabilir ve yalnızca online ödemelerde geçerli olduğunun*” belirtildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, gönderilen kısa mesaj içeriğinde yer alan bilgiler ile kampanya detaylarında yer hususlar birlikte değerlendirildiğinde reklamın ana vaadinin esaslı unsurlarının açık ve anlaşılır bir biçimde reklamın ana mesajında belirtilmediği, kampanya koşullarının ana vaadin sağladığı avantajları büyük ölçüde ortadan kaldıracak nitelikte olduğu ve ana vaatle uyumsuzluk içerdiği, reklamda kampanyanın başlangıç ve bitiş tarihlerine yer verilmediği, abartılı, yanlış, muğlak ve eksik bilgi taşıyan söz konusu reklamın ulaştığı ortalama tüketicinin ekonomik davranış biçimini bozma ihtimali olduğu ve bu suretle yapılan tanıtımların tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 7/5-ç, 9/1, 9/5, 13/1, 14/1, 14/2, 18/1, 18/2, 18/6, 18/7, 28/1, 28/2, 28/4, 29/1, 29/2-c ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**51)**

**Dosya No: 2021/3792**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** “Bugün sipariş verin, Cumartesi siparişiniz 1 TL” başlıklı tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 26.05.2021, 27.05.2021, 28.05.2021, 29.05.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Instagram adlı sosyal medya platformu üzerinden “getiryemek” adıyla yapılan reklamda “*Bugün sipariş verin, Cumartesi siparişiniz 1 TL*” ifadesine yer verildiği, Getir Yemek uygulamasına yer alan duyuru detayı kısmında ise “*GetirYemek’ten çarşamba, perşembe ve cuma günleri içerisinde verilen siparişe cumartesi günü seçili restoranlarda siparişin 1 TL olacağının ve kampanyanın maksimum 30 TL indirim uygulayacağının*” belirtildiği, kampanyanın yalnızca seçili restoranlarda, restoran getirsin teslim seçeneğinde ve online ödemelerde geçerli kılındığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, maksimum 30 TL’lik indirim sağlayan bir kampanyanın “*Cumartesi siparişiniz 1 TL*” ifadesi kullanılması suretiyle tüketicilerde toplam sipariş tutarına bağlı olmaksızın cumartesi günü verilecek herhangi bir sipariş için yalnızca 1 TL ödeneceği algısı oluşturduğu, kampanya koşulları kısmında sunulan istisnai şartların ana vaat ile uyumsuzluk içerdiği, tüketicilerin tüm şartları sağladığı düşünülse dahi cumartesi günü verilecek siparişlerde maksimum 30 TL’lik indirim sunulduğundan 1 TL ifadesinin her halükarda abartılı ve muğlak olduğu, dolayısıyla ulaştığı ortalama tüketicinin ekonomik davranış biçimini bozma ihtimali olan söz konusu reklamın tüketicileri aldatıcı 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-ç, 9/1, 9/5, 13/1, 14/1, 14/2, 18/1, 18/2, 18/6, 18/7, 28/1, 28/2, 28/4, 29/1, 29/2-c ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**52)**

**Dosya No: 2021/3997**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** “Bir sonraki siparişinize %50 indirim!” başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 02.09.2021-04.09.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu reklamda, “Bir sonraki siparişinize % 50 indirim”, “Size özel” ve “Cumartesi günü 30 TL’ye kadar olan siparişinizde %50 indirim uygulanır.” ifadelerinin bulunduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, kampanya reklamında yer alan hususlarda tüketicileri aldatıcı nitelikte herhangi bir durum bulunmadığı ve şikayet dilekçesinde yer alan iddiaların kanıtlandığı değerlendirilmiş olup, dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin ilgili hükümleri ile 6502 sayılı Kanun’un 61 inci maddesine **aykırı olmadığına** karar verilmiştir.

**53)**

**Dosya No: 2021/4270**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** Getir Yemek’te “Her 3 siparişe, 1 sipariş bizden!” başlıklı reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Getir Yemek uygulaması üzerinden yayınlanan reklamda “Her 3 siparişe, 1 sipariş bizden! Müdavim ile yedikçe kazanın!” ifadelerine yer verildiği, uygulamadaki kampanya detaylarında kampanya kapsamında kazanılacak indirim tutarının verilecek üç siparişte ödenecek toplam tutarın ortalaması olduğunun ve bunun da en fazla 40 TL olabileceğinin belirtildiği ve ayrıca kampanyanın yalnızca Restoran Getirsin hizmeti ve online ödeme yöntemi seçilerek yapılan alışverişlerde geçerli kılındığı, 03.09.2021-30.09.2021 tarihleri arasında geçerli olan söz konusu kampanyaya ilişkin tanıtımlara Ekim ve Kasım aylarında da benzer şekilde devam edildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, Getir Yemek uygulaması üzerinden “*Her 3 siparişe, 1 sipariş bizden! Müdavim ile yedikçe kazanın!”* ifadelerine yer verilen reklamda, anılan uygulama üzerinden verilecek üç siparişe bir siparişin hediye edileceği vaadine yer verildiği ancak uygulamadaki kampanya detaylarına girildiğinde ana vaat ile çelişir biçimde, kampanya kapsamında kazanılacak indirim tutarının verilecek üç siparişte ödenecek toplam tutarın ortalaması olduğunun ve bunun da en fazla 40 TL olabileceğinin belirtildiği ve ayrıca kampanyanın yalnızca “Restoran Getirsin” hizmeti ve online ödeme yöntemi seçilerek yapılan alışverişlerde geçerli olduğu, 03.09.2021-30.09.2021 tarihleri arasında geçerli olan söz konusu kampanyaya ilişkin tanıtımlara Ekim ve Kasım aylarında da devam edildiği, kampanyanın ana vaadi ile istisnaları arasında tespit edilen uyumsuzluklara bu tanıtımlarda da devam edildiği, söz konusu reklamın ulaştığı ortalama tüketicinin ekonomik davranış biçimini bozma ihtimali olduğu ve bu suretle yapılan tanıtımların tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/5-ç, 9/1, 9/5, 13/1, 14/1, 14/2, 18/1, 18/2, 18/6, 18/7, 28/1, 28/2, 28/4, 29/1, 29/2-c ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Getir Perakende Lojistik A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **114.326,00-TL** **(Yüzondörtbinüçyüzyirmialtı Türk Lirası)** **idari para ve** **anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**54)**

**Dosya No: 2021/4271**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** “Getir” adıyla tüketicilere gönderilen kısa mesajda yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 04.08.2021

**Yayınlandığı Mecra:** Kısa mesaj

**Tespitler:** Gönderilen cep telefonu bildirimi içeriğinde “Ü*lker çikolatalar tam %50 indirimde! Hemen sepete atın, gününüze tat katın*” ifadesine yer verildiği, Getir uygulamasındaki kampanya detaylarında indirimin, seçili Ülker çikolata ürünlerinde, tek seferlik ve maksimum 2 ürüne uygulanacak şekilde düzenlendiği, aynı zamanda indirimli satış kampanyasının başlangıç ve bitiş tarihleri ile stok miktarına yer verilmediği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, gönderilen cep telefonu bildirimi içeriğinde yer alan ana vaadin kampanya koşullarıyla ile çelişir biçimde olduğu, indirimin yalnızca “seçili” Ülker çikolata ürünlerinde “tek seferlik” ve “maksimum 2 ürüne” uygulanacak şekilde düzenlendiği, aynı zamanda indirimli satış kampanyasının başlangıç ve bitiş tarihleri ile stok miktarına yer verilmediği, abartılı, yanlış, muğlak ve eksik bilgi taşıyan söz konusu reklamın ulaştığı ortalama tüketicinin ekonomik davranış biçimini bozma ihtimali olduğu ve bu suretle yapılan tanıtımların tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/5-ç, 9/1, 9/5, 13/1, 14/1, 14/2, 18/1, 18/2, 18/6, 18/7, 28/1, 28/2, 28/4, 29/1, 29/2-c ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**55)**

**Dosya No: 2021/4272**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** “getir’de size özel 20 TL indirim!” başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Instagram adlı sosyal medya platformu üzerinden “getir” adıyla yapılan reklamda “*getir’de size özel 20 TL indirim!”* ifadesine yer verildiği, Getir uygulamasında yer alan kampanya detaylarında kampanyadan yararlanabilmek için 120 TL’lik minimum sepet tutarının geçilmesi gerektiğinin belirtildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, Instagram adlı sosyal medya platformu üzerinden “getir” adıyla yapılan reklamda “*getir’de size özel 20 TL indirim*!” vaadine yer verildiği ancak Getir uygulaması üzerinden kampanya görüntülendiğinde kampanyadan yararlanabilmek için 120 TL’lik minimum sepet tutarının geçilmesi gerektiğinin belirtildiği, anılan sosyal medya platformu üzerinden yapılan reklamın tüketicileri uygulamaya giriş yapmaya yönlendirdiği, aynı zamanda indirimli satış kampanyasının başlangıç ve bitiş tarihlerine yer verilmediği, eksik bilgi taşıyan söz konusu reklamın ulaştığı ortalama tüketicinin ekonomik davranış biçimini bozma ihtimali olduğu ve bu suretle yapılan tanıtımların tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/5-ç, 9/1, 9/5, 13/1, 14/1, 14/2, 18/1, 18/2, 18/6, 18/7, 28/1, 28/2, 28/4, 29/1, 29/2-c ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**56)**

**Dosya No: 2021/4273**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** “Mahallenizin favorileri getiryemek’te” başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu reklamda, “Mahallenizin favorileri getiryemek’te!” ifadesinin kullanıldığı ve çeşitli gıda ürünlerinin görselleriyle birlikte “10, 15 ve 20 TL indirim” ibarelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, paylaşım içinde kullanılan ifade ve görsellerin tüketicileri aldatıcı nitelikte olmadığı değerlendirilmiş olup, dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin ilgili hükümleri ile 6502 sayılı Kanun’un 61 inci maddesine **aykırı olmadığına** karar verilmiştir.

**57)**

**Dosya No: 2021/4274**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** “Getir” adıyla tüketicilere gönderilen kısa mesajda yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** Kısa mesaj

**Tespitler:** Gönderilen cep telefonu bildirimi içeriğinde “*Kuzeyden damacana hediyesiyle geliyor! Şimdi getirsu’dan vereceğiniz damacana siparişinize Getir’den 15 TL hediye*” ifadesine yer verildiği, kampanya detaylarında 15 TL’lik indirimden yalnızca minimum 65 TL’lik sipariş tutar şartının sağlanması kaydıyla yararlanılabileceğinin belirtildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, gönderilen cep telefonu bildirimi içeriğinde “*Kuzeyden damacana hediyesiyle geliyor! Şimdi getirsu’dan vereceğiniz damacana siparişinize Getir’den 15 TL hediye”* vaadine yer verildiği ancak Getir uygulaması üzerinden kampanya detaylarına girildiğinde ana vaat ile çelişir biçimde 15 TL’lik indirimden yalnızca “*minimum 65 TL’lik sipariş*” tutar şartının sağlanması kaydıyla yararlanılabileceğinin belirtildiği, muğlak ve eksik bilgi taşıyan söz konusu reklamın ulaştığı ortalama tüketicinin ekonomik davranış biçimini bozma ihtimali bulunduğu ve bu suretle yapılan tanıtımların tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/5-ç, 9/1, 9/5, 14/1, 14/2, 18/1, 18/2, 18/6, 18/7, 28/1, 28/2, 28/4, 29/1, 29/2-c ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**58)**

**Dosya No: 2021/4275**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** “İlk iki getirbüyük siparişinize özel toplamda 40 TL’lik Algida hediye!” başlıklı reklam

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu reklamda “İlk siparişinize özel” ifadesiyle birlikte *“İlk iki getirbüyük siparişinize özel toplamda 40 TL’lik Algida hediye!”* ifadesinin kullanıldığı, kampanya detaylarında kampanyadan yararlanmak için 25 TL değerinde Algida ürününün sepete eklenmesi gerektiğinin belirtildiği, kampanyanın sadece seçili Algida ürünlerinde geçerli olduğu, kampanyadan ilk siparişte 25 TL, sonraki siparişte ise 15 TL olacak şekilde yararlanılabildiği, kampanyadan ancak minimum sepet tutarını geçerek ve 25 TL’lik Algida ürününü sepete ekleyerek yararlanılabildiği ve Getir’in her zaman kampanyada değişiklik yapma hakkının saklı olabileceğinin belirtildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, söz konusu reklamda “İlk siparişinize özel” ifadesiyle birlikte “*İlk iki getirbüyük siparişinize özel toplamda 40 TL'lik Algida hediye!”* ifadesinin kullanıldığı, toplamda 40 TL’lik Algida markalı ürünün hediye edileceği vaadine yer verildiği ancak uygulama üzerinden kampanya detaylarına girildiğinde ana vaat ile çelişir biçimde; kampanyadan yararlanmak için “25 TL değerinde Algida ürününün sepete eklenmesi” gerektiğinin belirtildiği, kampanyanın sadece seçili Algida ürünlerinde geçerli olduğu, kampanyadan ilk siparişte 25 TL, sonraki siparişte ise 15 TL olacak şekilde yararlanılabildiği, kampanyadan ancak minimum sepet tutarını geçerek ve 25 TL’lik Algida ürününü sepete ekleyerek yararlanılabildiği, bu şartlar sağlansa dahi Getir’in her zaman kampanyada değişiklik yapma hakkının saklı olabileceğinin belirtildiği ve dolayısıyla söz konusu reklamın ulaştığı ortalama tüketicinin ekonomik davranış biçimini bozma ihtimali olduğu ve bu suretle yapılan tanıtımların tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/5-ç, 9/1, 9/5, 14/1, 14/2, 18/1, 18/2, 18/6, 18/7, 28/1, 28/2, 28/4, 29/1, 29/2-c ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**59)**

**Dosya No: 2021/4276**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** “Pizza Hut’tan ilk siparişinize 10 TL indirim!” başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 17.08.2021-20.09.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Getir Yemek uygulaması üzerinden yayımlanan reklam görselinde *“Pizza Hut’tan ilk siparişinize 10 TL indirim!”* ifadesine yer verildiği; Getir Yemek uygulamasında kampanya koşulları kısmında kampanyanın 40 TL ve üzeri siparişlerde, “Restoran Getirsin” ve online ödeme yöntemiyle yapılan alışverişlerde geçerli kılındığı ve Getir Yemek’in kampanya koşullarında değişiklik yapma hakkına sahip olduğunun belirtildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, söz konusu reklamın ana vaadinin Pizza Hut’tan verilecek ilk siparişe 10 TL indirim uygulanacağı şeklinde olduğu, ancak “Getir Yemek” uygulaması üzerinden kampanya görüntülendiğinde bu vaatle çelişir biçimde kampanyanın 40 TL ve üzeri siparişlerde, Restoran Getirsin ve online ödeme yöntemiyle yapılan alışverişlerde geçerli olmasının tüketicileri yanıltıcı olduğu ve “GetirYemek”in kampanya koşullarında değişiklik yapma hakkına sahip olması nedeniyle belirsizlik içerdiği; dolayısıyla söz konusu reklamın ulaştığı ortalama tüketicinin ekonomik davranış biçimini bozma ihtimali olduğu ve bu suretle yapılan tanıtımların tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 9/1, 9/5, 14/1, 14/2, 18/1, 18/2, 18/6, 18/7, 28/1, 28/2, 28/4, 29/1, 29/2-c ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**60)**

**Dosya No: 2021/4659**

**Şikayet Edilen: Adexilis Yaşam Bil. ve Sağ. Ürün. San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://sagligadestek.com/ adresli internet sayfasında yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 19.10.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://sagligadestek.com/papivir-60-film-tablet-u-285 adresli internet sitesinin 19.10.2021 tarihli görünümünde Papivir adlı ürünün *"Korkularınızla Vedalaşın! HPV, cinsel yolla bulaşan ve en yaygın görülen enfeksiyon türüdür. Genital uçuk, herpes simpleks virüsünün (HSV) neden olduğu ve cinsel yolla bulaşan bir enfeksiyondur."* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; https://sagligadestek.com/papivir-60-film-tablet-u-285 adresli internet sitesinin 19.10.2021 tarihli görünümünde Papivir adlı ürün tanıtımlarında *"Korkularınızla Vedalaşın! HPV, cinsel yolla bulaşan ve en yaygın görülen enfeksiyon türüdür. Genital uçuk, herpes simpleks virüsünün (HSV) neden olduğu ve cinsel yolla bulaşan bir enfeksiyondur."* şeklinde endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç ifadeler kullanılarak mevzuatta izin verilen sağlık beyanlarının dışına çıkan tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği, böylelikle söz konusu ürünlerin insan fizyolojisine ve/veya metabolizmasına etki eden bir “tıbbi ürün” gibi tanıtıldığı, ayrıca şayet anılan ürünler söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda "gıda takviyesi" kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilmesi gereken ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuata uygun olmadığı değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Sağlık Beyanları ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmelik’in 5 inci maddesi,

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Adexilis Yaşam Bil. ve Sağ. Ürün. San. ve Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**61)**

**Dosya No: 2021/4660**

**Şikayet Edilen: Empa İlaç ve Bit. Tar. Ürün. San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.empasupplement.com adresli internet sayfasında yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 11.08.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.empasupplement.com adresli internet sitesinin 11.08.2021 tarihli görünümünde yer alan;

Elber Kids adlı ürünün *"Zihinsel gelişime yardımcı olabilir."* şeklinde,

Dimatix+Plus adlı ürünün *"Otizm de konuşma ve dikkat alanlarında iyileşme sağlayabilir. Öğrenme kabiliyetinde ve dikkati arttırılmasında etkili olabilir. Sınava hazırlananlar çocuklarda ve yetişkinlerde zihinsel aktivite arttırabilir. Göz ve beyin oluşan dolaşım bozukluklarının giderilmesinde yardımcı olabilir. Astenik Sendromunda iyileşme sağlayabilir. Fiziksel enerjiyi arttırabilir, metabolizma hızını arttırabilir. Metilasyon döngüsüsün sağlanmasına yardımcı olabilir. Alzheimer rahatsızlığında zihinsel aktiviteleri arttırabilir. Mental gelişimin iyileşmesini sağlayabilir. Hafızanın geliştirilmesi, güçlendirilmesine yardımcı olabilir…"* şeklinde,

Nanopar adlı ürünün *"İçerisindeki bitki çeşitliliği ile kıl kurdu, kancalı kurt, tenya, candida ve birçok mantarda etkili olabilir. Ayrıca bağırsak florasında bakteri dengesinin düzenlenmesinde yardımcı olabilir. Bağırsakta biriken mukusun atılmasını da yardımcı olabilir. Sindirime yardımcı olabilir ve yoğun sülfür içeriğiyle iyi bir şelatör olabilir ağır metallerin vücuttan atılmasına yardımcı olabilir."* şeklinde,

Krimberq adlı ürünün *"İdrar kaçırma probleminin ortadan kaldırılmasına yardımcı olabilir. Kalem tutma, makas kullanma, fermuar açıp kapama vb. gibi küçük kas becerilerinin geliştirilmesinde yardımcı olabilir. Görme kabiliyetinin iyileştirilmesin de yardımcı olabilir. Okuma yazma algılama gibi becerilerin geliştirilmesinde yardımcı olabilir."* şeklinde,

Sinapsil adlı ürünün *"Sinapsil doğal bir sedatif olup aynı zamanda sakinleştirici olabilir. İçerisindeki doğal sedatif bitkiler sayesinde anksiyete, panik atak, kaygı bozukluğu, uyku bozukluğu gibi durumlarda iyileşme sağlayabilir. Ayrıca çocuklarda Hiperaktivite ve dikkat dağınıklığını iyileştirmede yardımcı olabilir. Odaklanma problemini ortadan kaldırılmasında yardımcı olabilir. Antidepresanları bırakma aşamasında kullanılabilir."* şeklinde,

Brokoli Filizi adlı ürünün *"İçerik: Başta DR klighard olmak üzere yapılan birçok klinik araştırmada Otizm spektrum bozukluğunda sosyal iletişim alanında çok ciddi ilerleme kaydedildiği öngörülmüştür. Ayrıca kanserin önlenmesinde yardımcı olabilir. kemoterapi ve radyo terapi gibi tedavilerin yan etkilerini azaltabilir. Yoğun lif içeriği ile kabızlık tedavisinde çözüm olabilir. Bağırsak onarımı yaptığı için kabızlık için kalıcı çözüm olabilir…"* şeklinde,

Priyas Forte adlı ürünün *"Sakinleştirici sedatif etkisi olabilir. Beyin dolaşımının düzenlenmesine yardımcı olabilir. Beyin faaliyetlerini iyileşmesine yardımcı olabilir. Zihinsel gelişim için yardımcı olabilir. Uyku düzenleyici ve rahatlamaya yardımcı olabilir."* şeklinde,

Bifidion adlı ürünün *"Bağırsak florasının iyileştirilmesinde yardımcı olabilir. İshal kabızlık gibi durumların giderilmesinde yardımcı olabilir. Bağırsak florasına bağlı Duygu durum bozukluklarının ortadan kaldırılmasında yardımcı olabilir. Bağışıklığı güçlendirilmesinde yardımcı olabilir. Uykunun düzenlenmesi ve gaz problemlerinin giderilmesine yardımcı olabilir."* şeklinde,

Binoba Ginko Biloba adlı ürünün *"Kan dolaşımını düzenleyebilir, kan dolaşımını arttırabilir, bu sayede otizmdeki stereotip hareketler dönme, parmak ucunda yüreme, kanat çırma gibi hareketlerde azalma sağlayabilir. Artan kan dolaşımı ile birlikte sinir ve doku onarımı sağlayabilir. Beyinde kan dolaşımını arttırabilir, bu sayede hafıza ve öğrenmeyi destekleyebilir."* şeklinde,

Nascal adlı ürünün *"B3 B8 Fosfor ve Çinko da bağırsak onarımı sağlayabilir. Parazit temizliği esnasında herkshemier sendromunun oluşmasını engelleyebilir. Raşitizm ve kemik erimesi gibi durumlarda etkili olabilir. Kalsiyum D vitamini uyuşmazlığında etkili olabilir. Ayrıca beyinli nöranlarındaki aktiviteyi sağlamak için yardımcı olabilir."* şeklinde,

Mulikan adlı ürünün *"Bağışıklığın güçlendirilmesine yardımcı olabilir. Boğaz enfeksiyonu grip ve benzeri hastalıklar da hastalığın süresi’nin kısaltılması vücudun direnç kazandırılmasına yardımcı olabilirler. İçeriğindeki arjinin sayesinde fiziksel gelişimi destekler çocukların büyümesine yardımcı olabilir. Yine arjinin sayesinde sakinleşmeye yardımcı olabilir."* şeklinde,

Hepotrac Şurup adlı ürünün *"Enflamasyonu gidermede yardımcı olabilir. Kabızlığı gidermede yardımcı olabilir. Bağırsak ve karaciğerdeki toksinleri atmaya yardımcı olabilir. Bağırsak mikrobiotasını iyileştirir, sindirim enzimlerinin oluşmasına yardımcı olabilir."* şeklinde,

Curcumin adlı ürünün *"Ağır metal atımına yardımcı olabilir. Bağırsak onarımı sağlayabilir bağışıklık sistemini güçlendirebilir. Yüksek alerji durumlarında ve sindirim bozukluğu durumlarında etkili olabilir. Kan şekerini dengelemek kolesterolü düşürme gibi özellikleri olabilir."* şeklinde,

Peksan Omega-3 adlı ürünün *"Zihinsel aktivitelerin iyileştirilmesinde yardımcı olabilir. Bağışıklığın güçlenmesine yardımcı olabilir…"* şeklinde,

Blokalin Şurup adlı ürünün *"Beyin dolaşımına düzenleyici etkisi olabilir. Sinir onarımı yardımcı olabilir. Sedatif ve sakinleştirici etkisi olabilir. Nevrozlar, Anksiyete, Depresyon, Uyku bozukluğu, Nourodermit ve Sindirime yardımcı olabilir. Algı ve odaklanmaya yardımcı olabilir."* şeklinde,

Cool Baby Şurup adlı ürünün *"Hazımsızlık gaz kabızlık iştahsızlık gibi problemlerin iyileştirilmesinde yardımcı olabilir. İçerisindeki sedatif ve sindirime yardımcı bitkiler sayesinde uykunun düzenlenmesine yardımcı olabilir."* şeklinde,

Çinko adlı ürünün *"Zihinsel performansın artırılmasında yardımcı olabilir. Saç dökülmesi tırnak kırılması gibi durumların iyileştirilmesinde yardımcı olabilir. Bağırsak sağlığını iyileştirilmesinde yardımcı olabilir. Bağırsak onarımı tedavisinde yardımcı olabilir. Ağır metal atımında yardımcı olabilir. Bağışıklık sisteminin güçlendirilmesine yardımcı olabilir."* şeklinde,

Co Enzim Q10 adlı ürünün *"Faydaları: Kalbin sağlıklı çalışmasına yardım edebilir ve kardiyovasküler hastalıklarda iyileştirici etkiye sahip olabilir Kardiyomiyopati (Kalp kası (Miyokard-mycardium) hastalığı). Aritmi (Düzensiz kalp atışı-kalpte ritm bozukluğu). Yüksek tansiyon (Hipertansiyon): Co Q10, kan akışına olan direnci azaltarak kan basıncını ayarlamaya yardımcı olabilir."* şeklinde,

Glukozamin adlı ürünün *"Kas ve eklem ağrılarının giderilmesine yardımcı olabilir. Aşınan eklemlerin iyileştirilmesinde onarılmasında yardımcı olabilir. Enflamasyona bağlı hastalıkların semptomlarının azalmasına yardımcı olabilir. Bağırsak enfeksiyonu gidererek bağırsaktaki enflamasyon giderilmesine yardımcı olabilir."* şeklinde,

Kedi Otu adlı ürünün *"Faydaları: Anksiyete, depresyon, ajitasyon, uyku bozukluğu, panik atak gibi durumların bitkisel ve ya etkisiz olarak tedavi edilmesini sağlayabilir. Stres, korku ve kaygıyı önlemeye yardımcı olabilir. Anksiyolitik (kaygı ve korku giderici) etkisi olabilir. İstemsiz kas kasılmalarını önleyebilir. Uykusuzluk problemlerine iyi gelebilir. Adet ağrısını ve adet öncesi sendromu hafifletebilir. Kalp sağlığını korumaya yardımcı olabilir."* şeklinde,

Lentavit adlı ürünün *"D vitamini eksikliği raşitizm gibi konularda iyileşme sağlanmasına yardımcı olabilir. Bağırsak onarımına yardımcı olabilir."* şeklinde,

Neuromin Forte adlı ürünün *"Alzheimer, demans ve Parkinson hastalıkların tedavisinde yardımcı olabilir. İçeriğindeki vitaminler zihinsel gelişime faydalı olabilir. Özel içeriği kan dolaşımını düzenlemeye yardımcı olarak beyin, gözler, kulakların daha iyi işlev görmesine yardımcı olabilir."* şeklinde,

Propolis Damla adlı ürünün *"Çocuklarda ve yetişkinlerde zihinsel gelişimi destekleyebilir. Bağışıklığı güçlendirebilir. Özellikle kış dönemlerinde grip ve virüsel enfeksiyonlardan korumaya yardımcı olabilir."* şeklinde,

Unodrops adlı ürünün *"Uyku bozukluğu ve hiperaktivitenin giderilmesinde yardımcı olabilir. Sakinleşme için yardımcı olabilir. Algı ve odaklanmaya artırabilir. Antidepresan ya da antipsikotikler yerine doğal bir takviye olarak yardımcı olabilir. Zihinsel gelişim ve konuşmanın artırılmasına yardımcı olabilir."* şeklinde,

Vitamemor adlı ürünün *"Hafıza ve konsantrasyon bozukluğunda yardımcı olabilir. Kas ve iskelet sisteminin gelişiminde yardımcı olabilir. Besin eksikliklerinin giderilmesinde yardımcı olabilir. Beyinde serebral Bölgesi’nin beslenmesine yardımcı olabilir. Dikkat algı konuşma bozukluğu ve fiziksel gelişimin desteklenmesinde yardımcı olabilir."* şeklinde,

Spirulina adlı ürünün *"Ağır metal atımı tedavisinde (şelasyon) yardımcı olabilir. Kabızlığın giderilmesinde yardımcı olabilir."* şeklinde,

Vitatrop adlı ürünün *"Otizm, Parkinson, Anksiyete spektrumlularının azaltılmasında yardımcı olabilir. Epileptik atakların azaltılmasında yardımcı olabilir. Uyku bozukluğu dikkat dağınıklığının giderilmesine yardımcı olabilir. Gaba reseptörlerinin aktive edilmesinde yardımcı olabilir. Merkezi sinir sistemi sorunlarının giderilmesinde yardımcı olabilir. Mental kapasitenin ve zihinsel yeterliliğin artırılmasında yardımcı olabilir. Dikkat ve odaklanmanın artırılmasına yardımcı olabilir. Kalp ritminin düzenlenmesinde yardımcı olabilir."* şeklinde ifadelere yer verilerek tanıtıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; anılan tanıtımlarda endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç ifadeler kullanılarak mevzuatta izin verilen sağlık beyanlarının dışına çıkan tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği, böylelikle söz konusu ürünlerin insan fizyolojisine ve/veya metabolizmasına etki eden bir “tıbbi ürün” gibi tanıtıldığı, ayrıca şayet anılan ürünler söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda "gıda takviyesi" kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilmesi gereken ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuata uygun olmadığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Sağlık Beyanları ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmelik’in 5 inci maddesi,

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Empa İlaç ve Bit. Tar. Ürün. San. ve Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**62)**

**Dosya No: 2021/4661**

**Şikayet Edilen: Muhammet Bilal CEBECİ**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.instagram.com/udihindi\_yaglari/ adresli internet sayfasında yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 07.09.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com/udihindi\_yaglari/ adresli internet sitesinin 07.09.2021 tarihli görünümünde yer alan "Udi Hindi Yağı” adlı ürün tanıtımlarında "*Safra söktürücüdür. Safra ve böbrek taşlarını eritir. (...) Udi Hindi Yağı vücudun her yerindeki tüm iltihabi rahatsızlıklara şifadır. Kanı sulandırıp damarları esnekleştirir, tansiyonu dengeler, beyin kan dolaşımını geliştirir. Dikkati ve hafızayı güçlendirir, guatr düğümlerini eritir, farenjiti, anjinanın kısa sürede iyileştirir. Pankreas iltihabı (pankreatit) zamanı çok faydalıdır, gut tümörlerini eritir, kurt kovucudur. (...) "* ve benzeri ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; anılan tanıtımlarda endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç ifadeler kullanılarak mevzuatta izin verilen sağlık beyanlarının dışına çıkan tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği, böylelikle söz konusu ürünlerin insan fizyolojisine ve/veya metabolizmasına etki eden bir “tıbbi ürün” gibi tanıtıldığı, ayrıca şayet anılan ürünler söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda "gıda takviyesi" kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilmesi gereken ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuata uygun olmadığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Sağlık Beyanları ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmelik’in 5 inci maddesi,

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**63)**

**Dosya No: 2021/4667**

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

**Şikayet Edilen Reklam:**www.youtube.com adresli internet sayfasında yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 23.09.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.youtube.com/watch?v=RNAqJQsyQ1s URL adresinin 23.09.2021 tarihli görünümünde yer alan "Wellcare Vitamin C + Selenyum” adlı ürün tanıtımlarında "*Bağışıklığa destek*" "*Enerji oluşumuna katkı*” “*Böyle yakın korumalarınız yoksa Wellcare vitamin C, Selenyum katkılı içeriği ile bağışıklık sisteminin fonksiyonunu destekler. Size ve ailenize yakın koruma sağlar."* şeklinde,

 https://www.youtube.com/watch?v=NBtJ8NjbGlY URL adreslerinin 23.09.2021 tarihli görünümünde yer alan "Wellcare Vitamin D3” adlı ürün tanıtımlarında "*Normal hayatta böyle yakın korumalarınız yoksa Wellcare vitamin D3 sprey, katkısız içeriği ile bağışıklık sisteminin fonksiyonunu destekler. Size ve ailenize yakın koruma sağlar.* ” şeklinde ifadelere ve kişilerin etrafını çevreleyen koruma görevlileri görüntülerine, "*Wellcare vitamin D3 sprey, katkısız içeriği ile (...)*" "*Katkı maddesi ve koruyucu içermez*" "*Milyonlarca Wellcare kullanıcısı yanılıyor olamaz*" şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; https://www.youtube.com/watch?v=RNAqJQsyQ1s url adresinin 23.09.2021 tarihli görünümünde yer alan "Wellcare Vitamin C + Selenyum” adlı ürün tanıtımlarında "Bağışıklığa destek" "Enerji oluşumuna katkı" şeklinde ifadelere yer verildiği,

Takviye edici gıdaların tanıtımında, Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği’nde yer alan “Sağlık Beyanları” başlığı altında belirtilen ifadelerin dışına çıkılmasının yasak olduğu, buna göre aynı Yönetmeliğin Ek’inde yer alan hükümler uyarınca C Vitamini içeren gıdaların tanıtımının yalnızca; “C vitamini bağışıklık sisteminin normal fonksiyonuna katkıda bulunur.” "C vitamini normal enerji oluşum metabolizmasına katkıda bulunur.” şeklinde, Selenyum içeren gıdaların tanıtımının yalnızca; “Selenyum bağışıklık sisteminin normal fonksiyonuna katkıda bulunur.” şeklinde yapılabileceği, ancak anılan tanıtımlarda yer alan söz konusu ifadeler ile mevzuatta izin verilen sağlık beyanlarının dışına çıkıldığı,

Öte yandan bahsi geçen tanıtımlarda; “Böyle yakın korumalarınız yoksa Wellcare vitamin C, Selenyum katkılı içeriği ile bağışıklık sisteminin fonksiyonunu destekler. Size ve ailenize yakın koruma sağlar." şeklinde ifadelere yer verilerek adı geçen ürünlerin bağışıklık sistemini tehdit eden dış etmenlere ve hastalıklara karşı koruduğu mesajının verildiği;

https://www.youtube.com/watch?v=NBtJ8NjbGlY url adresinin 23.09.2021 tarihli görünümünde yer alan "Wellcare Vitamin D3” adlı ürün tanıtımlarında olarak "Normal hayatta böyle yakın korumalarınız yoksa Wellcare vitamin D3 sprey, katkısız içeriği ile bağışıklık sisteminin fonksiyonunu destekler. Size ve ailenize yakın koruma sağlar. ” şeklinde ifadelere ve kişilerin etrafını çevreleyen koruma görevlileri görüntüleriyle ürünlerin hastalıklara ve bağışıklık sistemini tehdit eden dış etmenlere karşı koruma altına girilecekmiş izlenimi yarattığı,

Diğer taraftan, "Milyonlarca Wellcare kullanıcısı yanılıyor olamaz" şeklindeki somut iddianın ispatına ilişkin olarak mezkur firma tarafından sunulan IQVIA Türkiye 2016-2020 satış verilerinin söz konusu iddiayı ispatlar nitelikte değerlendirilmediği, IQVIA Türkiye adlı araştırma kuruluşu tarafından yapılan söz konusu araştırmaya ilişkin veri seti incelendiğinde, "IQVIA Türkiye’nin veri topladığı ecza depolarından serbest eczanelere yapılan ilaç satışlarının takip edildiği Turkey Pharmaceutical Index Dataview ve Turkey Consumer Health Dataview veri tabanları kayıtlarına göre 2016-2020 data döneminde belirtilen ürünlere ait kutu satış verisi aşağıda bilginize sunulmuştur." şeklinde bir bilgilendirme metnine yer verildiği, dolayısıyla 2016-2020 yıllarını kapsayan satış verilerinin eczaneler tarafından tüketicilere yapılan satışları değil ecza depolarından serbest eczanelere yapılan satışları kapsadığının görüldüğü, diğer yandan, kutu satış verilerinin tek başına firma iddiasını kanıtlamak için yeterli olmadığı, ilgili araştırma firması tarafından derlenen verilerde eczanelere satılan kutulara ek olarak promosyon, kampanya olarak verilen ve ücret alınmayan kutuların da sayıldığı, kaldı ki bazı tüketicilerin ürünleri düzenli kullanımının söz konusu olabileceği ve düzenli kullanan tüketicilerin doğal olarak ürünleri bir defadan fazla satın aldığı, dolayısıyla yalnızca ecza depolarından eczenelere yapılan satışları gösteren araştırma raporunun her halükarda "Milyonlarca Wellcare kullanıcısı yanılıyor olamaz" şeklinde iddiayı ispatlar nitelikte sayılamayacağı, sonuç olarak, anılan firma tarafından söz konusu araştırma sonuçlarından yapılan alıntılar çarpıtılarak gerçeği yansıtmayan ve tüketicileri aldatıcı iddialarda bulunulduğu,

Bununla birlikte "Wellcare Vitamin D3” ürün tanıtımlarında yer alan "Wellcare vitamin D3 sprey, katkısız içeriği ile (...)" "Katkı maddesi ve koruyucu içermez" şeklindeki ifadeleri ispatlayıcı bilgi ve belge sunulmadığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Sağlık Beyanları ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmelik’in 5 inci maddesi,

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**64)**

**Dosya No: 2021/4804**

**Şikayet Edilen: Uni Organizasyon Danışmanlık Ajans Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.ncmturkey.com adresli internet sitesinin 08.07.2021 tarihli görünümünde yer alan “NCM RCX60 Form” isimli gıda ürünü ile “NCM Mediband”, “NCM Slim Band” ve “NCM Sleep Patch” isimli ürünlere ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 08.07.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan inceleme sonucunda, www.ncmturkey.com adresli internet sitesinin 08.07.2021 tarihli görünümünde yer alan “NCM RCX60 Form” isimli gıda ürününe ilişkin tanıtımlarda; *““NCM RCX60 FORM içerdiği yeşil kahve özü, ahududu ve çinko ile vücudun zinde olmasına yardımcı olurken, metabolizmayı hızlandırarak ve vücudun doğal detoksifikasyon sürecini destekler. Bitki özleriyle zenginleştirilen NCM RCX60 su ile yağları parçalayarak ter veya idrar yoluyla vücuttan atılmasına yardımcı olur.”* ifadelerine,

Diğer taraftan, “Mediband” adlı ürüne ilişkin olarak; *“Doğadan Gelen Şifa Kaynağı: NCM Mediband tamamıyla bitki özleri ve minarellerden oluşan bir karışımdır. Ağrı şikayetinin olduğu bölgelere, içeriğindeki bitki özleri ve minareller sayesinde enerji (ısı) vererek kasların gevşemesine ve şikayetin azalmasına yardımcı olur.”* şeklinde, “Sleep Patch” adlı ürüne ilişkin olarak; *“NCM melatonin sleep patch, içeriğindeki bitki yağları ve melatonin ile huzursuzluk ve kaygı gibi psikolojik etkilerin yanında, yorgunluk gibi fiziksel etkilerden kaynaklanan uykusuzlukların giderilmesine yardımcı olur.”* şeklinde ve “Slim Band” adlı ürüne ilişkin olarak; *“NCM Slimband bölgesel yağlara nüfus ederek, ince ve düzgün bir cilt yapısına kavuşmanıza ve kilo vermenize yardımcı olur. İçeriklerinin etkisi ile metabolizmayı hızlandırmaya yardımcı olur.” şeklinde, “NCM RCX60 Form” adlı ürünün; “NCM RCX60 FORM içerdiği yeşil kahve özü, ahududu ve çinko ile vücudun zinde olmasına yardımcı olurken, metabolizmayı hızlandırarak ve vücudun doğal detoksifikasyon sürecini destekler. Bitki özleriyle zenginleştirilen NCM RCX60 su ile yağları parçalayarak ter veya idrar yoluyla vücuttan atılmasına yardımcı olur.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, reklam veren firmaya ait olduğu tespit edilen www.ncmturkey.com adresli internet sitesinin 08.07.2021 tarihli görünümünde yer alan “NCM RCX60 Form” isimli gıda ürününe ilişkin tanıtımlarda yer verilen; *““NCM RCX60 FORM içerdiği yeşil kahve özü, ahududu ve çinko ile vücudun zinde olmasına yardımcı olurken, metabolizmayı hızlandırarak ve vücudun doğal detoksifikasyon sürecini destekler. Bitki özleriyle zenginleştirilen NCM RCX60 su ile yağları parçalayarak ter veya idrar yoluyla vücuttan atılmasına yardımcı olur.”* ifadelerinin tanıtımı yapılan ürünü sağlıkla ilişkilendiren sağlık beyanları olduğu, böylelikle söz konusu ürünün sanki bir ilaç veya beşeri tıbbi ürün gibi tanıtıldığı,

Diğer taraftan, yine www.ncmturkey.com adresli internet sitesinin 08.07.2021 tarihli görünümünde “Mediband” adlı ürüne ilişkin olarak; *“Doğadan Gelen Şifa Kaynağı: NCM Mediband tamamıyla bitki özleri ve minarellerden oluşan bir karışımdır. Ağrı şikayetinin olduğu bölgelere, içeriğindeki bitki özleri ve minareller sayesinde enerji (ısı) vererek kasların gevşemesine ve şikayetin azalmasına yardımcı olur.”* şeklinde, “Sleep Patch” adlı ürüne ilişkin olarak; *“NCM melatonin sleep patch, içeriğindeki bitki yağları ve melatonin ile huzursuzluk ve kaygı gibi psikolojik etkilerin yanında, yorgunluk gibi fiziksel etkilerden kaynaklanan uykusuzlukların giderilmesine yardımcı olur.”* şeklinde ve “Slim Band” adlı ürüne ilişkin olarak; *“NCM Slimband bölgesel yağlara nüfus ederek, ince ve düzgün bir cilt yapısına kavuşmanıza ve kilo vermenize yardımcı olur. İçeriklerinin etkisi ile metabolizmayı hızlandırmaya yardımcı olur.” şeklinde, “NCM RCX60 Form” adlı ürünün; “NCM RCX60 FORM içerdiği yeşil kahve özü, ahududu ve çinko ile vücudun zinde olmasına yardımcı olurken, metabolizmayı hızlandırarak ve vücudun doğal detoksifikasyon sürecini destekler. Bitki özleriyle zenginleştirilen NCM RCX60 su ile yağları parçalayarak ter veya idrar yoluyla vücuttan atılmasına yardımcı olur.”* şeklinde ifadelere yer verildiği,

Ancak, 07.06.2013 tarih ve 28670 sayılı Resmi Gazetede yayınlanan “Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmelikte *”Sağlık Beyanı; İnsan sağlığına doğrudan veya dolaylı olarak faydalı olduğunu yahut hastalıklara veya belirtilerine karşı etkili olduğunu, koruduğunu, tedavi ettiğini belirten, ileri süren veya ima eden tüm ifadeler”* olarak tanımlandığı, diğer taraftan 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, buna göre 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 ve mevzuata aykırı şekilde yapılan satış ve/veya tanıtımlar ile tüketicilerin aldatılıp yanıltıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmelik’in 5 inci maddesi,

- 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,

- 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, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/8-ç, 9/1, 9/2, 9/3, 9/4, 9/5, 26 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Uni Organizasyon Danışmanlık Ajans Limited Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**65)**

**Dosya No: 2021/4805**

**Şikayet Edilen: Muammer FİDAN**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.instagram.com/aktaramca/ bağlantısındaki kullanıcı hesabının 05.04.2021 tarihli görünümünde yer alan “Organik Zayıflama Kürü/Bitkisel Zayıflama Tozu” isimleri altında satışı yapılan “Form Extra” adlı gıda ürününe ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 05.04.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan inceleme sonucunda, https://www.instagram.com/aktaramca/ bağlantısındaki kullanıcı hesabının 05.04.2021 tarihli görünümünde yer alan “Organik Zayıflama Kürü/Bitkisel Zayıflama Tozu Form Extra” adlı gıda ürününe ilişkin tanıtımlarda; *“Organik zayıflama kürü. Bitkisel zayıflama tozu. Yağ yakıcı. Ödem atıcı. Metabolizma düzenleyici. Sadece 30 güde 8-10 kg zayıflama.”* ifadeleri ile *“4 günde 2.5 kilo verdim…76 kiloydum 69 kilo olmuşum. Ben ürünü kullanalı 8 gün oldu. İki buçuk kilo verdim.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, reklam veren şahsa ait olduğu tespit edilen https://www.instagram.com/aktaramca/ bağlantısındaki kullanıcı hesabının 05.04.2021 tarihli görünümünde yer alan “Organik Zayıflama Kürü/Bitkisel Zayıflama Tozu Form Extra” adlı gıda ürününe ilişkin tanıtımlarda yer verilen; *“Organik zayıflama kürü. Bitkisel zayıflama tozu. Yağ yakıcı. Ödem atıcı. Metabolizma düzenleyici. Sadece 30 güde 8-10 kg zayıflama.”* ifadeleri ile *“4 günde 2.5 kilo verdim…76 kiloydum 69 kilo olmuşum…Ben ürünü kullanalı 8 gün oldu. İki buçuk kilo verdim.”* şeklinde ve benzeri kullanıcı yorumlarının, ayrıca söz konusu kullanıcı hesabında yer alan muhtelif gıda ürünlerine yönelik olarak kullanıldığı anlaşılan *“Kilo verme. Boy uzatma. Cinsel performans.”* ifadelerinin tanıtımı yapılan ürünü sağlıkla ilişkilendiren sağlık beyanları olduğu, böylelikle söz konusu ürünün sanki bir ilaç veya beşeri tıbbi ürün gibi tanıtıldığı, yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre takviye edici gıdalar için bu tür sağlık beyanlarının kullanılmasının kesinlikle yasak olduğu, bir ürüne ilişkin olarak her hangi bir sağlık beyanında bulunabilmesi için ilgili idari otoriteden (Sağlık Bakanlığı Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Kurumu) izin alınması gerektiği, kullanılan bu beyanlar için ilgili otoriteden izin alınmadığından söz konusu beyanların doğruluğunun bilimsel olarak ispat edilmiş sayılamayacağı, dolayısıyla doğruluğu bilimsel olarak ispat edilmemiş bu beyanlarla tüketicilerin aldatılıp yanıltıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**66)**

**Dosya No: 2021/3779**

**Carrefoursa Carrefour Sabancı Ticaret Merkezi A.Ş.** unvanlı firma tarafından gerçekleştirilen “Tariş Naturel Sızma Zeytinyağı 2 lt” isimli ürün tanıtımlarına ilişkin dosya hakkında yapılan görüşmeler neticesinde, konu ile ilgili olarak şikayet edilen firmadan ilave bilgi talep edilmesi istemiyle dosyanın **ertelenmesine** karar verilmiştir.

**67)**

**Dosya No: 2021/4390**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** TV 19 logosu ile yayın yapan televizyon kanalında yayınlanan "Şeyh-i Şifa" isimli ürüne ilişkin reklamlarda kullanılan endikasyon belirten ve mevzuata aykırı sağlık beyanları içeren ifadeler

**Reklam Yayın Tarihi:** 16.02.2021, 17.02.2021, 18.02.2021

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** 16.02.2021 tarihinde saat 11:55'te, 17.02.2021 tarihinde saat 13:13'te, 18.02.2021 tarihinde saat 13:03'te, 20.20.2021 tarihinde saat 11:25'te TV 19 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. Prostat sperm taşıyan sıvıyı salgılar. İdrarı mesaneden dışarı taşıyan kanal olan idrar yolunun çevresini sarar. Prostat yaşlandıkça ve zaman geçtikçe büyür. Bu da tuvaletinizi yaparken yanma, acı ve idrar düzensizliğine yol açar. Günümüzde birçok erkek prostat sebebiyle uzun yolculuklardan kaçınmaktadır. Prostatın acısını yaşayanlar günlük faaliyetlerinin engellenmesinden şikayetçidir. Siz de geceleri sık sık idrara çıkıyorsanız, anlık bir idrar yapma isteği oluyorsa, idrarı yapmaya başlarken zorlanıyorsanız, ağrı ve yanma yaşıyorsanız, mesanenizin tam olarak boşalmadığını hissediyorsanız, damlatma veya kaçırma sorunu varsa, idrar akışınızın zayıf olması sorunuyla karşılaştıysanız, tuvalete sık sık gitme yüzünden uykusuzluk yaşıyorsanız, cinsel hayatınızda sorunlar başladıysa, sandalyede oturduğunuzda bir pinpon topunun üzerinde oturur gibi bir ağrı yaşıyorsanız. İşte tüm bu sorunlar prostatın etkileridir. Sizde veya sevdiklerinizde prostat sorunu varsa buyurun işte size fırsat. Prostattan dolayı acı çekenler, geceleri idrara kalkanlar, bu sebepten sürekli abdesti bozulanlar, karı koca arasındaki evlilik münasebetinde sarsılma yaşayan kardeşlerimiz, abilerimiz. Size şifa olacak prostat setimizi 4 kavanoz olarak değil toplam 6 kavanoz gönderiyoruz. Üstelik aynı fiyata! Herkes alsın diye yapmış olduğumuz bu kampanyadan stoklarımız bitmeden siz de alın, prostat hastalığına veda edin. ...Prostat setimiz daha önce size 4 kavanoz olarak geliyordu. Lakin prostatı ilerleyen hastalarda bu setin devamına ihtiyaç duyulduğundan bir alan bir daha para vermesin tek seferde prostatınızı bitirelim diye size 6 kavanoz prostat macunu gönderiyoruz. Beyfendilerde oluşan prostat hastalığına şifa niyetine ürettiğimiz bu mamul, sizde veya bir dostunuzda oluşan prostat rahatsızlığını Allah'ın izni, keremiyle bitirecektir. Yakıotu ve kudretnarı özüyle bezenmiş Allah'ın şifalı bitkileriyle oluşan bu ürünümüz Lokman Hekim düsturunda ilerleyen bu yola adanmış hocalarımız Allah'ın keremiyle şifa bitkileri harmanlanıp Müslümana Müslüman ilacı olarak yapılmaktadır. Tamamıyla helal ve mübarek olan bu bitkiler bitki uzmanı hocalarımızın özel formülleriyle yıllarca denenerek oluşturuldu. Ve sonunda da kesin çözüme kavuştuğuna dair kanaat getirildi. Siz şifanıza kavuşuyorsunuz. Biz de bu yolda inşallah muvaffak oluruz. Hocamızın bize buyurduğu: Biz bu işi insanlar şifa bulsun diye yapıyoruz, hayır duaları bizim en büyük amacımızdır, hayır duaları bizim en büyük kazancımızdır. Bu seti kullanarak prostat olma riskini en aza indirebilir, ortadan kaldırabilirsiniz. Artık yolculuklarınız çok daha rahat geçecek. Unutmayın bu ürün kimyasal değil prostat önleyici gıda destek setidir."* şeklinde beyanlara yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, mevzuata aykırı sağlık beyanlarına yer verilmek suretiyle ürünün prostat ve prostat kaynaklı cinsel sorunlara iyi geldiği vurgulanarak endikasyon belirten ifadelerle tanıtım ve satışının yapıldığı, 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,

Bu kapsamda, bir bütün olarak değerlendirildiğinde tanıtımlarda yer alan ifadelerin "sağlık beyanı" niteliğinde olduğu ve yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre herhangi bir ürüne ilişkin olarak sağlık beyanında bulunabilmesi için ilgili idari otoriteden (Sağlık Bakanlığı Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Kurumu) izin alınması gerekirken, kullanılan bu beyanlar için ilgili otoriteden izin alınmadığından söz konusu beyanların doğruluğunun ispat edilmiş sayılamayacağı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

- 1262 sayılı İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanunu’nun 19 uncu 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, reklam veren **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.

**68)**

**Dosya No: 2021/4391**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** TV 19 logosu ile yayın yapan televizyon kanalında yayınlanan "Epimedyumlu Playbox" isimli ürüne ilişkin reklamlarda kullanılan endikasyon belirten ve mevzuata aykırı sağlık beyanları içeren ifadeler

**Reklam Yayın Tarihi:** 25.02.2021, 26.02.2021

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** 25.02.2021 tarihinde saat 00:10’da, 26.02.2021 tarihinde saat 00:02’de, 26.02.2021 tarihinde saat 23:55’te TV 19 logosuyla ülke genelinde yayın yapan televizyon kanalında yayınlanan ticari reklamda; “*Performans düşüklüğü yaşayanlar, vajinismus ya da soğukluk sorunu yaşayan bayanlarımız, sizleri de unutmadık. Tüm bu sorunlarınız, tüm bu aile içindeki huzursuzluğa neden olan sıkıntılarınız bu program sayesinde son bulacak. Bitkisel olması çok önemli... Ürünlerin içerisinde en yüksek boyutta olan bu... Çok daha fazla performans arttırıyor… Cinsel yaşamda bizlerin birçok yaşadığı sorunları ortadan kaldıracak şahane bir formülle bizi karşılaştırdı... Performans arttırıcı şahane 30 kapsülümüz var, 30 kapsül tamamıyla bitkisel... Ürünü kullanmayı bitirdim, şu oldu bu oldu, bu eski haline dönecek mi, öyle bir şey yok onun da garantisini veriyorum. Tedavi edici, süreklilik var, devamlılık var. Artı çocuğu olmayan insanların bize geri dönüşleri oluyor, bakın biz test ettik bunu. Sperm sayısını son derece arttırıyor ve kaliteli hale getiriyor. Protein aslında burada çok önemli. Çocuğu olmayan hanımlar için bu çok önemli. ...Sizin işinize yarayacak, çocuk olmasında size destek sağlayacak, yardımcı olacak, o tüp bebeğe kadar gitmenize engel olacak, tüp bebeğe gitmeden önce neler yapabilirsinizi araştırdık. Ve gerçekten de içindeki bu vitamin, mineral, proteinler erkeğin sperm sayısını yükseltiyor ve kalitesini yükseltiyor. Kalite yükseldiği zaman ne oluyor? Siz gebe kalabiliyorsunuz, annelere sesleniyorum. Efendim çocuk sahibi olmak istiyorsanız eğer mutlaka Playbox'u deneyin, kullanın. Erkekler de çok önemli, erkekler bunu kullansın sperm sayısını arttırıyor ve sperm kalitesini yükseltiyor. Ve annelerin, hanımlarımızın gebe kalmasını sağlıyor, çocuk sahibi olmasını sağlıyor. Şeker hastaları, kalp hastaları endişe ediyorlar bu tip ürünleri kullanırken ki haklılar. Ama bunu, bu ürünü, bu formülü gönül rahatlığıyla kullanabilirler. İçerisinde hiçbir kimyasal madde yok, hiçbir sentetik madde yok. Tamamen bitkisel, tamamen doğal. Sonuna kadar da güvenilir ve söylediğimiz her şeyin de arkasındayız. Ben onu bunu bilmem, ben buraya uzmanları getirmişim, uzmanlarla konuşuyorum, uzmanlar cevap veriyor, uzmanlar konuşuyor. Daha ne olsun bizde her şey tıbbi, bilimsel... Kesin, net, garanti çözüm, bilim ışığında, bilim eşliğinde çözüyoruz. ... Bu performans arttırıyor, sperm sayısını arttırıyor, kalitesini arttırıyor, vücudun enerjisini, gücünü arttırıyor... İddia ediyorum hayatınızı kurtarıyor.”, "...-İstek Arttırıcı", "0212 700 18 ..", "99 TL+Kargo", "Cinsel Sorunları Çözen 3'lü Set Epimedyumlu Playbox", "50 TL Değerinde Bayan İstek Arttırıcı Damla Hediye", "Cinsel Sorunlara Kesin Çözüm Epimedyumlu Playbox", "Cinsel Sorunlara Geçici Değil Kalıcı Çözüm Epimedyumlu Playbox", "Cinsel Konularda Mutsuzluk Yaşayan Ekran Başına!", "%100 Para İade Garantili", "Performans Arttırıcı, ...", "Tamamen Doğal ve %100 Bitkiseldir", "Epimedyumlu Playbox Tedavi Edici Formüldür", "Cinsel Problemler Nasıl Ortadan Kalkar! Ekran Başına", "Karı Koca Arasında Soğukluğu Kaldıran Epimedyumlu Playbox"* şeklinde beyanlara yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, ürünün cinsel sorunlara ve kısırlığa çözüm olduğu vurgulanarak, sağlık beyanıyla tanıtım ve satışına yönelik yayın yapıldığı, 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,

Bu kapsamda, bir bütün olarak değerlendirildiğinde tanıtımlarda yer alan ifadelerin "sağlık beyanı" niteliğinde olduğu ve yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre herhangi bir ürüne ilişkin olarak sağlık beyanında bulunabilmesi için ilgili idari otoriteden (Sağlık Bakanlığı Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Kurumu) izin alınması gerekirken, kullanılan bu beyanlar için ilgili otoriteden izin alınmadığından söz konusu beyanların doğruluğunun ispat edilmiş sayılamayacağı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

- 1262 sayılı İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanunu’nun 19 uncu 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, reklam veren **Anadolu Tanıtım ve Medya Hizmetleri A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **22.861-(Yirmiikibinsekizyüzaltmışbir Türk Lirası) idari para ve** **anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**69)**

**Dosya No: 2021/4803**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** Anılan şirkete ait "Supradyn Energy Focus" markalı gıda takviyesi ürününe yönelik voleybol ve basketbol federasyonları ile sponsorluk anlaşması imzalanarak "Yaşam Enerjisi Sponsoru" sloganının kullanılması

**Reklam Yayın Tarihi:** 12.04.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Muhtelif internet siteleri ile sosyal medya mecralarında yer alan tanıtımlarda “Supradyn” markasına yönelik paylaşımlarda "Voleybolun Yaşam Enerjisi Sponsoru" ve "Basketbolun Yaşam Enerjisi Sponsoru" sloganlarının kullanıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan görüşme ve değerlendirmeler sonucunda, inceleme konusu tanıtımlarda yer alan ifadelerin sağlık beyanı olarak nitelendirilemeyeceği, “Voleybolun Yaşam Enerjisi Sponsoru” ve “Basketbolun Yaşam Enerjisi Sponsoru” gibi kalıp ifadeler dışında sağlık beyanı anlamına gelebilecek, endikasyon belirtebilecek herhangi bir slogan kullanılmadığı, bu itibarla anılan reklam görsellerinin 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.

**70)**

**Dosya No: 2020/6044**

**Şikayet Edilen: HHS Sağlık Ürünleri Tur. İnş. Teks. ve Gıda San. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:**  https://www.hhs.com.tr/ ve https://www.hhsbitkisel.com/ adlı internet sitelerinde yer alan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 13.01.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.hhs.com.tr/ ve https://www.hhsbitkisel.com/ adlı internet sitelerinde HHS A+1 Bitkisel Zayıflama Kapsül, HHS Swan Bitkisel Zayıflama Kapsül, HHS Slender HHS Bitkisel Zayıflama, HHS Sinerama WMX-Kilo Aldırıcı isimli ürün tanıtımlarında "Bitkisel Zayıflama" ve "Kilo Aldırıcı" şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, https://www.hhs.com.tr/ ve https://www.hhsbitkisel.com/ adlı internet sitelerinde HHS A+1 Bitkisel Zayıflama Kapsül, HHS Swan Bitkisel Zayıflama Kapsül, HHS Slender HHS Bitkisel Zayıflama, HHS Sinerama WMX-Kilo Aldırıcı isimli ürün tanıtımlarında "Bitkisel Zayıflama" ve "Kilo Aldırıcı" şeklinde endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç ifadeler kullanılarak mevzuatta izin verilen sağlık beyanlarının dışına çıkan tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği, böylelikle söz konusu ürünün insan fizyolojisine ve/veya metabolizmasına etki eden bir “tıbbi ürün” gibi tanıtıldığı, ayrıca şayet anılan ürünlerin söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “gıda ürünü” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilen ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuat gereği yasak olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların,

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmelik’in 4-c, 5-a, 5-b, 5-c, 5-ç, 5-d maddeleri,

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **HHS Sağlık Ürünleri Tur. İnş. Teks. ve Gıda San. ve Tic. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**71)**

**Dosya No: 2020/6050**

**Şikayet Edilen: Erişim İth. ve İnt. Hiz. Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:**  Dr. Phytofarma Kekreyemiş Tozu isimli ürünün https://kekreyemis-tozutr.com/, https://www.kekreyemis-tozutr.com/, https://orijinalkekreyemis.com/, https://www.orijinalkekreyemis.com/ adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 26.07.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://kekreyemis-tozutr.com/,https://www.kekreyemis-tozutr.com/, https://orijinalkekreyemis.com/, https://www.orijinalkekreyemis.com/ adlı alan adlarındaki Dr. Phytofarma Kekreyemiş Tozu isimli ürüne ilişkin; "*Göbek kalırsa paranı al. Ayda 8-10 kg verme garantisi. Sporsuz diyetsiz zayıflayın. 8 kat daha fazla yağ yaktıran flavonid. Dr. Phitofharma Kekreyemiş tozu içerisinde bulunan mikro flavonoidler yağları bir mıknatıs gibi çekerek yağ yakımını 8 kata kadar yükselterek, öğünlerdeki yağ moleküllerini bloklar. Tokluk süresini 3-6 saate kadar yükselterek gereksiz öğünleri engeller. Ultra flavonoid etkisi ile vücut yağ yakımını 8 kata kadar yükseltir. Ödem, toksin ve şişkinliği vücuttan atarak metabolizma hızını yükseltir."* vb. şekilde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, https://kekreyemis-tozutr.com/,https://www.kekreyemistozutr.com/,https://orijinalkekreyemis.com/,https://www.orijinalkekreyemis.com/ adlı alan adlarındaki Dr. Phytofarma Kekreyemiş Tozu isimli ürüne ilişkin; "*Göbek kalırsa paranı al. Ayda 8-10 kg verme garantisi. Sporsuz diyetsiz zayıflayın. 8 kat daha fazla yağ yaktıran flavonid. Dr. Phitofharma Kekreyemiş tozu içerisinde bulunan mikro flavonoidler yağları bir mıknatıs gibi çekerek yağ yakımını 8 kata kadar yükselterek, öğünlerdeki yağ moleküllerini bloklar. Tokluk süresini 3-6 saate kadar yükselterek gereksiz öğünleri engeller. Ultra flavonoid etkisi ile vücut yağ yakımını 8 kata kadar yükseltir. Ödem, toksin ve şişkinliği vücuttan atarak metabolizma hızını yükseltir."* vb. şeklinde endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç ifadeler kullanılarak mevzuatta izin verilen sağlık beyanlarının dışına çıkan tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği, böylelikle söz konusu ürünlerin insan fizyolojisine ve/veya metabolizmasına etki eden bir “tıbbi ürün” gibi tanıtıldığı, ayrıca şayet anılan ürünlerin söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilen ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuat gereği yasak olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmelik’in 4/c, 5/a, 5/b, 5/c, 5/ç, 5/d maddeleri,

- 26.01.2017 tarih ve 29960 mükerrer sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren Türk Gıda Kodeksi Gıda Etiketleme ve Tüketicileri Bilgilendirme Yönetmeliği’nin 7 nci maddesi,

- 26.01.2017 tarih ve 29960 mükerrer sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği’nin 5, 8, 9 ve 13 üncü maddeleri,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Erişim İth. ve İnt. Hiz. Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63’üncü ve 77/12’nci maddeleri uyarınca **104.781-TL (Yüzdörtbinyediyüzseksenbir Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**72)**

**Dosya No: 2021/4715**

**Şikayet Edilen: Diyetisyen Berrin Yiğit DESTAN**

**Şikayet Edilen Reklam:** “diyetisyenberrinyigit” adlı instagram hesabında “Ocean Vitamin D3” markası ürünlerine ilişkin sağlık beyanı içeren reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 09.03.2021, 26.04.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** diyetisyenberrinyigit adlı instagram hesabında; *"Son zamanlarda; Bağışıklık sisteminizin düştüğünü, Grip ve soğuk algınlığı semptomlarınızın arttığını, Kas ve kemik ağrıları, Sindirim sistemi sorunları, Depresyona eğiliminizin arttığını hissediyor musunuz?, Peki hiç D vitamini seviyelerinize baktırdınız mı? D vitamini kemik gelişiminden, kanserin önlenmesine, kalp damar sağlığının korunmasından, bağışıklık sisteminin güçlendirilmesine, diyabet tedavisinden hipertansiyonun düşürülmesine kadar vücudumuzda tüm metabolik reaksiyonlarda görev alır. Ana kaynağı güneştir. Ancak ülkemiz ekim ve nisan ayları arasında D vitamini sentezini destekleyecek şekilde güneş almıyor. Bu nedenle, tüm dünyada olduğu gibi Türkiye'de de yetersizliği oldukça yaygındır. Eksikliği bu kadar yaygınken, siz önlemek için neler yapıyorsunuz? Katkısız içeriği ile Türkiye'nin SarıDestek'i Ocean Vitamin D3'ü öneririm."* vb. şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda diyetisyenberrinyigit adlı instagram hesabında endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç ifadeler kullanılarak mevzuatta izin verilen sağlık beyanlarının dışına çıkan tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği, böylelikle söz konusu ürünün insan fizyolojisine ve/veya metabolizmasına etki eden bir “tıbbi ürün” gibi tanıtıldığı, ayrıca şayet anılan ürünlerin söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “gıda ürünü” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilen ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuat gereği yasak olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmelik’in 4-c, 5-a, 5-b, 5-c, 5-ç, 5-d maddeleri,

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**73)**

**Dosya No: 2021/4716**

**Şikayet Edilen: VİP İnternational Medikal Kozmetik İç ve Dış Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://vipnetwork.com.tr/content/91/gumus-iyonlari ve https://en.calameo.com/read/006339655c1599affafe1 adlı url adreslerinde altın suyu, gümüş suyu isimli ürünlere ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 21.06.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://vipnetwork.com.tr/content/91/gumus-iyonlari ve https://en.calameo.com/read/006339655c1599affafe1 adlı url adreslerinde *"Gümüş iyonu, güçlü ve doğal bir antibiyotiktir ayrıca enfeksiyonlara karşı etkili bir koruyucu görevi de bulunmaktadır. Bir katalizör olarak çalışır, tek hücreli bakterilerin, virüslerin ve mantarların oksijen metabolizmaları için ihtiyaç duydukları enzimi çalışamaz hale getirir. Vücut kimyasına ve enzimlerine hiç zarar vermeden mikro organizmalar yok edilmiş olur. İçten tedavinin en doğal halidir. Gümüş iyonlu ürünler: ciltte oluşan viral enfeksiyonlar yani sivilceler, mantar ve dış etkenlerden kaynaklı toksit maddelerin ciltten arındırılmasında oldukça etkilidir. Ciltte oluşan lekelerin ana sebebi olan güneş, doğum ve sivilcelerin oluşturduğu etkileri gümüş iyonları sayesinde ortadan kaldırmanız mümkün. ciltte melanin pigmentinin düzenli bir şekilde salgılanmasına destek olur. Unutmayınki melanin pigmentinin düzenli salgılanması cilt kanserine yakalanma riskini de minimuma indirir. VİP Kolloidal gümüş suyunu her türlü açık yaralarda, kulak, burun, boğaz, göz enfeksiyonlarında güvenle kullanabilirsiniz. Genital mantarlarda, yumurtalık ve rahim iltihabında, prostat, sorunlarında, çıbanlarda, ülser, gastrit, reflü gibi mide problemlerinde, hazımsızlık, bağırsak rahatsızlıkları, ishal, hepatit, siroz, parazit ve asalakların vücuttan uzaklaştırılmasında, cilt alerjilerinde, kemoterapi sonrası bağışıklık sisteminin güçlendirilmesinde(...)" Kollaidal altın suyu; "VIP Kooloidal altın suyu beyin gelişimi ve vücudumuzdaki kılcal damarların sağlıklı kalması ve tüm vücut fonksiyonlarının canlılık kazanmasında gayet etkili ve kendini kanıtlamış bir üründür. VIP Kolloidal altın suyu beynimizde bulunan frekans algılayan nöronların çalışmasını 100.000 kat artırarak unutkanlık, algılama güçlüğü, farkındalık, uyku düzeni bozukluğu gibi durumların düzelmesinde direkt etkili olur. Ayrıca IQ seviyesini % 30'a kadar arttırdığı bilimsel olarak kanıtlanmıştır.(...)", VIP Kolloidal Magnezyum Suyu; "VIP Kolloidal Magnezyum Suyunun Faydaları: Biyokimyasal tepkimelerde rol oynar, tüm gıdaların kana karışmasında olmazsa olmaz bir üründür. Kanımızda bulunan 3500 enzimin idarecisidir. Tip 2 diyabete karşı koruyucudur.(...)", Çakşır ve Epimedyum; "Epimedyum ekstraktı ile yapılan klinik araştırmalara göre başta erkeke ve bayanlarda cinsel performansı artırdığı, erkeklerde iktidarsızlık, bayanlarda kısırlığa karşı etkili olduğu tespit edilmiştir. " , Power Strips Bant; "Yalnızca ağrıyı azaltmakla kalmayarak, iltihabı da azalttığı, ten rengini güzelleştirdiği, stresi ve tansiyonu düşürdüğü, uykuyu düzenlediği, bağışıklık sisteminizi güçlendirdiği, cinsel dürtünüzü artırdığı, enerjiyi ve ruhsal durumu iyileştirdiği, kas gücünüzü artırdığı...(...), VİP B12 Omega 3Trans Dermal Bant; "B12 vitamini hücre yaşlanmasının önüne geçer. Sinir hücrelerini onarır. Kalp ve damar hastalıklarına karşı vücudu korur...(...), Power Kollajen Bant; "Beyin, kalp ve damar sağlığının gelişmesine, kilonun kontrol edilmesine, saç ve tırnakların sağlıklı kalmasına yardımcı olur...(...)" Genoderma ve Moringa Mix Kahve; "Kan kolesterol düzyini düşürdüğünden kalp hastalıkları ve damar sertliğine karşı koruma sağlar.(...) Bağışıklık sistemini güçlendirir.(...); Fitlife Moringa Kapsül; "Moringa kapsül içeriğindeki antioksidanlar sayesinde vücuda canlılık ve zindelik katmasının yanısıra kansızlık, kolesterol ve tansiyon dengeleme, iltihap giderme, karaciğer, kalp ve kemik sağlığını koruma, diyabet, mide sağlığını koruma, astım hastalığının tedavisinde faydalıdır.(...), Nitro; "Sağlıklı kan dolaşımını desteklediğinden kalbiniz size minettar kalacaktır.(...)"* vb. şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar**: Yapılan incelemeler sonucunda https://vipnetwork.com.tr/content/91/gumus-iyonlari ve https://en.calameo.com/read/006339655c1599affafe1 adlı url adreslerinde altın suyu, gümüş suyu isimli ürünlere ilişkin endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç ifadeler kullanılarak mevzuatta izin verilen sağlık beyanlarının dışına çıkan tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği, böylelikle söz konusu ürünün insan fizyolojisine ve/veya metabolizmasına etki eden bir “tıbbi ürün” gibi tanıtıldığı, ayrıca şayet anılan ürünlerin söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “gıda ürünü” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilen ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuat gereği yasak olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmelik’in 4-c, 5-a, 5-b, 5-c, 5-ç, 5-d maddeleri,

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **VİP İnternational Medikal Kozmetik İç ve Dış Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**TEKNOLOJİ**

**74)**

**Dosya No: 2021/4207**

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

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 27.09.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: Yapılan incelemede, bahse konu internet sitesinde yer alan bazı cep telefonu ürünlerinin “faizsiz kredi” ibaresi ile tanıtımının yapıldığı, ilgili ürünlere ait detay sayfasında alışveriş kredisi seçenekleri sekmesinde yer alan seçeneklerden “Akbank T.A.Ş.” unvanlı banka aracılığı ile kullanılacak krediler yönünden faizsiz kredi ile satış seçeneğinin mevcut olduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, “faizsiz kredi” ibaresi ile satışa sunulan ürünlere ilişkin tanıtımların yer aldığı internet sayfalarında bulunan “alışveriş kredisi seçeneği” sekmesi altında faizsiz kredi ile satış seçeneğinin mevcut olduğu tespit edilmiş olup söz konusu reklamlarda Reklam Mevzuatı hükümlerine aykırı bir unsura rastlanmadığından anılan reklamların 6502 sayılı Kanun’un 61 ve 62 inci maddelerine **aykırı olmadığına** karar verilmiştir.

**75)**

**Dosya No: 2021/896**

**Şikayet Edilen: Eera Elektronik Ticaret ve Bilişim Hizmetleri Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.itopya.com adresli internet sitesinde satışı gerçekleştirilen VOK-ULTRA isimli GIGABYTE GEFORCE RTX 3060 GAMING OC 12 GB/INTEL Core i5 10600/16 GB DDR4/500 GB NVMe M.2 SSD/Geforce RTX RayTracing PC adlı ürüne ilişkin www.youtube.com adresli internet sitesinde yapılan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 25.02.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.youtube.com adresli internet sitesinde yapılan tanıtımlarda *“(…)ve en önemli kısım sistemin fiyatına geldik. Çok önemli bir bilgiyi paylaşalım önce, şimdi sistemin fiyatı şu an 7.999-TL Ama bu fiyat ilk 100 sistem için geçerli arkadaşlar. Sayı 100’ü geçtiği zaman maalesef sistemin fiyatı da değişecek, o yüzden sistemi almayı düşünen arkadaşlar varsa ellerini çabuk tutsunlar”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; www.youtube.com adresli internet sitesinde, ''VOK-ULTRA isimli GIGABYTE GEFORCE RTX 3060 GAMING OC 12 GB/INTEL Core i5 10600/16 GB DDR4/500 GB NVMe M.2 SSD/Geforce RTX RayTracing PC'' adlı ürüne ilişkin 25.02.2021 tarihinde yapılan tanıtımlarda, 100 adet stokla sınırlı olmak üzere, bahsi geçen ürünün www.itopya.com adresli internet sitesinde indirimli olarak 7.999,00-TL satış fiyatı ile tüketicilere sunulacağının ifade edildiği;

Bununla birlikte, şikayet edilen firma tarafından sunulan bilgi ve belgeler değerlendirildiğinde; bahsi geçen ürünün www.itopya.com.tr isimli internet sitesi üzerinden 100 adet stok miktarı ile 7.999-TL satış fiyatı ile tüketicilere satışının yapıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayıısyla inceleme konusu tanıtımların, Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin ilgili hükümleri ile 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesine **aykırı olmadığına** karar verilmiştir.

**76)**

**Dosya No: 2021/1561**

**Şikayet Edilen: Evkur Alışveriş Merkezleri Ticaret Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam/HTU:** www.evkur.com.tr adresli internet sitesinde satışı gerçekleştirilen “Xiomi Mi Note 10 128 GB” adlı ürüne ilişkin tüketicilere yönelik gerçekleştirilen ticari uygulamalar

**Reklam/HTU Yayın Tarihi:** 25.04.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Başvuru tüketiciler tarafından gönderilen sipariş özetlerinde, “Xiomi Mi Note 10 128 GB” adlı ürüne ilişkin yapılan tanıtımlarda, bahsi geçen ürünün 3.499,00-TL satış fiyatı ile tüketicilere sunulmasına rağmen verilen siparişlerin iptal edildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, www.evkur.com.tr adresli internet sitesinde 25.04.2021 tarihinde satışı gerçekleştirilen “Xiomi Mi Note 10 128 GB”adlı ürüne ilişkin yapılan tanıtımlarda, bahsi geçen ürünün 3.499,00-TL satış fiyatı ile tüketicilere sunulduğu;

Buna göre, inceleme konusu reklamlara istinaden başvuru sahibi tüketiciler tarafından belirtilen fiyat üzerinden alışveriş yapıldığı; ancak, söz konusu siparişlerin iptal edildiği; bu nedenle, inceleme konusu reklamlarda yer alan vaadin yerine getirilmeyerek tüketicilerin yanıltıldığı;

Ayrıca, şikayet edilen firmanın, makul sayılabilecek bir süre ve miktarda söz konusu ürünü belirtilen fiyattan sunamayacağına veya başka bir yerden tedarik edemeyeceğine ilişkin yeterli bilgi sahibi olmasına rağmen, tüketiciyi bu konuda uyarmaksızın 3.499,00-TL satış fiyatı üzerinden edinmeye davet ederek haksız ticari uygulamada bulunduğu 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, 9/1, 9/2, 9/4, 9/5, 13/1, 14/1, 14/2, 14/3, 14/4, 28/1 ve 28/4 üncü maddeleri ile “Haksız Ticari Uygulama Olarak Kabul Edilen Örnek Uygulamalar” Ekinde yer alan A - Aldatıcı Ticari Uygulamalar” maddesinin 5 inci fıkrası,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, ticari uygulamada bulunan **Evkur Alışveriş Merkezleri Ticaret Anonim Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/13 üncü maddeleri uyarınca **anılan ticari uygulamaları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**77)**

**Dosya No: 2019/11958**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** A101 mağazalarında bulunan muhtelif mağaza içi tanıtım/bilgilendirme kartlarında yer alan *"Kalite güvencemiz altındadır. Memnun kalmadığınız ürünleri koşulsuz iade edebilirsiniz"* şeklindeki tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019-2021

**Yayınlandığı Mecra:** Afiş/Tabela

**Tespitler:** A101 mağazalarında bulunan muhtelif mağaza içi tanıtım/bilgilendirme kartlarında, *"Kalite güvencemiz altındadır. Memnun kalmadığınız ürünleri koşulsuz iade edebilirsiniz"* şeklinde tanıtım yapıldığı ve tüketicilerin memnun kalmadığı ürünleri koşulsuz olarak iade edebilecekleri şeklinde vaatte bulunulduğu, ancak iki adet cep telefonu ile bir dikiş makinesi ürünü ile ilgili olarak Bakanlığa yapılan tüketici başvurularında, bahsi geçen vaade rağmen anılan ürünlerin şirket tarafından çeşitli gerekçelerle iade alınmadığının iddia edildiği hususları tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, iade işlemlerinin hangi şartlarla yapılacağı ile ana vaadin istisnası niteliğindeki bilgilerin anılan mağaza içi reklam materyallerinin uygun bir bölümünde tüketicinin rahatça okuyabileceği şekilde belirtilmesi gerekirken belirtilmediği, anılan reklama istinaden memnun kalmadığı ürünleri koşulsuz iade edebileceklerini düşünerek iade işlemi yapmak isteyen tüketicilerin taleplerinin reddedildiği dikkate alındığında iade şartları konusunda tüketicilerin eksik bilgilendirildiği ve reklamda yer alan bilginin tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**78)**

**Dosya No: 2019/13091**

**Şikayet Edilen: Vatan Bilgisayar San. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** "Tüm Notebooklarda %18 KDV kadar indirim" başlıklı kampanya reklamları

**Reklam Yayın Tarihi:** 05.09.2019-08.09.2019

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** 05.09.2019-08.09.2019 tarihlerini kapsayacak şekilde ve daha sonra muhtelif tarihlerde, www.vatanbilgisayar.com adresinde ve muhtelif mecralarda yayınlanan "Tüm Notebooklarda %18 KDV kadar indirim" başlıklı kampanya reklamlarında, ana vaat olarak tüm notebook ürünlerinde %18 KDV kadar indirim yapılacağının belirtildiği, ancak reklamın alt yazısında 118 TL değerindeki bir ürünün 100 TL'ye satılacağının belirtildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, reklam alt yazısında belirtilen hesaplama yöntemine göre yapılacak gerçek indirim oranının bir önceki fiyat üzerinden %18 değil %15,25 olduğu, reklam mevzuatına göre yapılacak indirimin mal veya hizmetin bir önceki fiyatı üzerinden hesaplanması gerektiği, ayrıca yapılan değerlendirme sonucunda "%18 KDV kadar indirim" ibaresinin ortalama tüketici tarafından ürünün önceki fiyatından %18 indirim yapılacağı şeklinde algılandığı ve ürünün bir önceki fiyatına göre yapılan indirim oranının %15,25'e tekabül ettiği dikkate alındığında tüketicilerin indirim oranı konusunda 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, 14/1, 14/2 maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**DAYANIKLI TÜKETİM MALLARI**

**79)**

**Dosya No: 2021/3750**

**Şikayet Edilen: Arçelik A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait "*Beko’dan Mobil Salı Birçok Üründe Beko’ya Özel İndirimli Fiyatları Kaçırmayın! 10 Ağustos 22.00- 11 Ağustos 02.00*" başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 10.08.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ait internet sitesinde satışı yapılan “Iphone 12 64GB blue” model cep telefonuna ilişkin reklam görselinde ürün fiyatında yazılan gün ve saatte indirim yapılacağının belirtildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, firmaya ait “bekoturkiye” isimli instagram sosyal medya hesabınında sponsorlu reklam olarak “IPhone 12 64GB blue” modelinin 4.399,00-TL yerine 3.999,00-TL’ ye düştüğü belirtilmesine rağmen bağlantıya tıklandığında fiyatın 10.649,00-TL olduğu,

Söz konusu görselin reklam birimindeki personelin hatası ile sehven eklendiğinin anlaşıldığı ve derhal yayımdan kaldırıldığı,

Diğer taraftan, marka imajının korunması açısından firmaya geri bildirimde bulunan tüketicilerle iletişime geçildiği ifade edilmesine rağmen firma tarafından söz konusu tüketicilerin şikayetlerinin çözülüp çözülmediğine ilişkin ispatlayıcı herhangi bir bilgi ve belge sunulmadığı, söz konusu reklamların tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Arçelik A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63, 77/12 ve 77/13 üncü maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**80)**

**Dosya No: 2021/3861**

**Şikayet Edilen: Karaca Züccaciye Tic. ve San. A.Ş**

**Şikayet Edilen Reklam:** Karaca firmasına ait "Hatır Mod Sütlü Türk Kahve Makinesi" adlı ürüne ilişkin reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 17.09.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, Diğer/Çeşitli

**Tespitler:** Firmaya ait https://www.krc.com.tr/urun/karaca-hatir-plus-mod-5-in-1-cay-ve-kahve-makinesi-krem adresli internet sayfasında yer alan bilgilendirmeler ve https://www.youtube.com/watch?v=iS6MW-2sR7g url uzantılı internet adresinde yayımlanan reklamlar incelendiğinde, reklamlarda genel olarak şikayete konu ürün ile hazırlanabilecek içeceklerden birinin de közde Türk kahvesi olduğu vurgusunun yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; elektrikli bir makinanın kahveyi közde pişirmesinin mümkün olmadığının açık olduğu, reklam ile verilmek istenen mesajın Türk kahvesinin közde pişmiş tadında yavaş yavaş ve bol köpüklü pişirildiği olduğu bu nedenle reklamlarda yanıltıcı nitelikte 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.

**81)**

**Dosya No: 2021/3893**

**Şikayet Edilen: Bosch Termoteknik Isıtma ve Klima San. Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Bosch Termoteknik Isıtma ve Klima Sanayi Ticaret A.Ş. ait "Condens 2200i W Yoğuşmalı Kombi" adlı ürüne ait reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 28.08.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ait söz konusu reklamlarda, 3+2 yıl garanti hizmeti sunulacağının “20 ve 24 kw kapasiteli Condens 2200iwmodel yoğuşmalı kombiler” için geçerli olduğu ifadesinin bulunduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firmaya ait olan www.bosch-thermotechnology.com adlı internet sitesinde yayımlanan reklamlarda yer verilen “20 ve 24 kw kapasiteli Condens 2200iwmodel yoğuşmalı kombi için 3+2 yıl garanti” ibaresinin her iki model için de söz konusu garantinin uygulanacağı algısı yarattığı, ek ihtiyari garantinin sadece 24 kwlık ürün için geçerli olduğuna ilişkin bilginin sunulmadığı ve bu nedenle 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 Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5, 9/1, 9/5, 13/1, 13/9, 14/1, 14/2, 14/3, 14/4, 28/1, 28/2, 28/3, 28/4, 29/1, 29/2, 29/3 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Bosch Termoteknik Isıtma ve Klima San. Tic. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63, 77/12 ve 77/13 üncü maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**82)**

**Dosya No: 2021/4068**

**Şikayet Edilen: Akar Soğutma Isıtma Sistemleri İnş. San. ve Tic. A.Ş**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından antalyasiemens.com adresli internet sitesinde yapılan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 13.09.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, Diğer/Çeşitli

**Tespitler:** İnternette "Yetkili Siemens Servisi" şeklinde yapılan arama sonucu yönlendirilen firmaya ait www.antalyasiemens.com adresli internet sitesi incelendiğinde, internet adresinin başlığında ve içeriğinde muhtelif sayfalarda Siemens markasına yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda internet ortamında "Yetkili Siemens Servisi" şeklinde yapılan arama sonucu yönlendirilen www.antalyasiemens.com adresli internet sitesi vasıtası ile ulaşılan şikayete konu firmadan alınan teknik servis hizmeti sırasında Siemens logolu araba ve kıyafet kullanılmasının ve firmanın internet adresinin başlığında ve içeriğinde muhtelif sayfalarda Siemens markasına yer verilmesinin tüketiciler nezdinde yetkili olmadığı halde yetkili servis intibası oluşturduğu ve bu nedenle 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 Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5, 11/1, 28/1, 28/2 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Akar Soğutma Isıtma Sistemleri İnş. San. ve Tic. A.Ş** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63, 77/12 ve 77/13 üncü maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası verilmesine** karar verilmiştir.

**83)**

**Dosya No: 2021/4079**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait www.a101.com.tr adresli internet sitesinde yer alan *“SEG markalı ürünlerde teslimat 7 iş günüdür.”* şeklindeki reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 04.08.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ait www.a101.com.tr adresli internet sitesinde “SEG markalı ürünlerde teslimat 7 iş günüdür.” şeklinde tanıtımlar yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; söz konusu ürünün sipariş tarihinden sonra araya giren hafta sonu tatili de dikkate alındığında taahhüt edilen zamanda tüketiciye ulaştırıldığı bu nedenle reklamlarda yanıltıcı nitelikte 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.

**84)**

**Dosya No: 2021/4236**

**Şikayet Edilen: Dyson Turkey Elektrikli Ürünler Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından yapılan "30 gün içinde koşulsuz iade hakkı" başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 29.09.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firma tarafından, www.dyson.com.tr adresli internet sitesinde satılan ürünlere ilişkin “30 gün koşulsuz iade hakkı" olduğu şeklinde tanıtımlar yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; söz konusu ürünün firma tarafından taahhüt edilen “*30 gün içinde koşulsuz iade hakkı*” çerçevesinde zamanında iadesinin sağlandığı bu nedenle reklamlarda yanıltıcı nitelikte 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.

**85)**

**Dosya No: 2020/4932**

**Şikayet Edilen: Şaban ERÇETİN**

**Şikayet Edilen Reklam/HTU:** www.trendyol.com adresli internet sitesinde "Smartcep" satıcı adıyla satışa sunulan *“Biotech”* markalı şarjlı otomatik damacana su pompası adlı ürüne ilişkin tüketicilere yönelik gerçekleştirilen ticari uygulamalar

**Reklam/HTU Yayın Tarihi:** 02.12.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Başvuru sahibi tüketici tarafından gönderilen ürün iadesinin yapılmadığına ilişkin görselde, "Smartcep" satıcı adıyla satışa sunulan “Biotech” markalı şarjlı otomatik damacana su pompası adlı ürünün satın alındığı; ancak ürüne ait ambalaj üzerinde “Gomax” markalı ürünün bulunduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, www.trendyol.com adresli internet sitesinde satışa sunulan *“Biotech”* markalı şarjlı otomatik damacana su pompası adlı ürüne ilişkin yapılan tanıtımlara istinaden, başvuru sahibi tüketici tarafından 02.12.2020 tarihinde bahsi geçen ürünün satın alındığı; ancak, kendisine "Gomax" markalı otomatik damacana su pompası adlı ürünün gönderildiği; bu nedenle, söz konusu ticari uygulamalar ile ürünün marka bilgileri ve teknik özellikleri hakkında yanlış bilgi verilmesi suretiyle tüketicilerin yanıltıldığı 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 ve 9/1, 9/2, 9/4, 9/5, 28/1, 28/4, 29/1, 29/2 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, ticari uygulamada bulunan **Şaban ERÇETİN** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/13 üncü maddeleri uyarınca **anılan ticari uygulamaları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**86)**

**Dosya No: 2020/6049**

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

**Şikayet Edilen Reklam/HTU:** www.trendyol.com adresli internet sitesinde "idefix" satıcı adıyla satışı gerçekleştirilen "Kobo Nia 0001878851001" adlı ürüne ilişkin yapılan tanıtımlar

**Reklam/HTU Yayın Tarihi:** 28.11.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Başvuru sahibi tüketici tarafından gönderilen reklam örneğinde, www.trendyol.com adresli internet sitesinde 28.11.2020 tarihinde "idefix" satıcı adıyla satışa sunulan "Kobo Nia 0001878851001" adlı ürünün 1.106,00-TL satış fiyatı ile sunulmasına rağmen, ürün sepete eklendiğinde satış fiyatının 1.167,00-TL olarak görüntülendiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan başvuruda, www.trendyol.com adresli internet sitesinde 28.11.2020 tarihinde "idefix" satıcı adıyla satışa sunulan "Kobo Nia 0001878851001" adlı ürünün; başvuru sahibi tüketici tarafından "Favorilerim" başlığı altında, 1.106,00-TL satış fiyatı ile sunulmasına rağmen, ürün sepete eklendiğinde satış fiyatının 1.167,00-TL olarak görüntülendiği;

Buna göre, şikayet edilen firma tarafından, bahsi geçen ürüne ilişkin fiyat değişikliği yapılarak "Favorilerim" başlığı ile yapılan tanıtımlarda, "Kobo Nia 0001878851001" adlı ürünün daha düşük fiyattan tüketicilere sunulmasına rağmen, sepete eklenen ürünün daha yüksek satış fiyatına sahip olması nedeniyle inceleme konusu reklamlarda yer alan vaadin yerine getirilmediği ve bahsi geçen ürünün fiyatı hakkında anlam karışıklığına yol açılarak tüketicilerin yanıltıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu reklam ve ticari uygulamaların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren ve haksız ticari uygulamada bulunan **Dsm Grup Danışmanlık İletişim ve Satış Ticaret A.Ş** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/13 üncü maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**87)**

**Dosya No: 2021/2127**

**Şikayet Edilen: Bim Birleşik Mağazalar A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** "Volta Elektrikli Katlanır Alüminyum Bisiklet" adlı ürüne ilişkin yapılan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 08.06.2021

**Yayınlandığı Mecra:** Radyo

**Tespitler:** 11.06.2021 tarihinden itibaren BİM şubelerinde satışı gerçekleştirilen "Volta Elektrikli Katlanır Alüminyum Bisiklet" adlı ürünün 2.999,00-TL satış fiyatı ile tüketicilere sunulduğu; bununla birlikte, inceleme konusu kampanya kapsamında muhtelif mecralarda yayınlanan reklamlarda, *"Kampanya 11 Haziran tarihinden itibaren geçerlidir. Bu afişteki her bir üründen en az 9.000 adet satışa sunulmaktadır."*şeklinde stok bilgilerine yer verildiği;

08.06.2021 tarihinde radyo mecrasında yayınlanan reklamlarda; *"Bu Cuma BİM'de Volta Elektrikli Katlanır Bisiklet 2.999,00 Lira, 20 jant çift amortisörlü vitesli bisiklet 599,00 Lira. Uygun fiyatlı daha birçok ürün, birçok çeşit bu Cuma BİM'de"* ifadelerine yer verildiği,

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, 11.06.2021 tarihinden itibaren BİM şubelerinde satışı gerçekleştirilen "Volta Elektrikli Katlanır Alüminyum Bisiklet" adlı ürünün 2.999,00-TL satış fiyatı ile tüketicilere sunulduğu; bununla birlikte, inceleme konusu kampanya kapsamında muhtelif mecralarda yayınlanan reklamlarda, *"Kampanya 11 Haziran tarihinden itibaren geçerlidir. Bu afişteki her bir üründen en az 9.000 adet satışa sunulmaktadır."*şeklinde stok bilgilerine yer verildiği;

08.06.2021 tarihinde radyo mecrasında yayınlanan reklamlarda; *"Bu Cuma BİM'de Volta Elektrikli Katlanır Bisiklet 2.999,00 Lira, 20 jant çift amortisörlü vitesli bisiklet 599,00 Lira. Uygun fiyatlı daha birçok ürün, birçok çeşit bu Cuma BİM'de"* ifadelerine yer verildiği,

Buna göre, fiyatın geçerliliği ile ilgili bir süre veya stok sınırı var ise, bu süre ve stok miktarının reklamlarda açıkça belirtilmesi gerektiği; şikayet edilen firma tarafından satışı gerçekleştirilen "Volta Elektrikli Katlanır Alüminyum Bisiklet" adlı ürünün 9.000 adet stok miktarı ile sınırlı olmasına rağmen; radyo mecrasında yayınlanan reklamlarda stok miktarına yer verilmediği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**88)**

**Dosya No: 2019/13041**

**Şikayet Edilen: Evdiz Alışveriş Merkezleri Gıda San. İç ve Dış Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** 16-17-18.11.2019 tarihli broşürde yer alan “Arzum Okka Minio Kahve Makinası” adlı ürün ile muhtelif mobilya ürünlerine ilişkin reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 16.11.2019

**Yayınlandığı Mecra:** Broşür

**Tespitler:** Eskişehir Ticaret İl Müdürlüğünce reklam verene ait "Hamamyolu Cad. No:41 Odunpazarı/Eskişehir adresindeki satış mağazasında yapılan denetim sonucu düzenlenen 28.11.2019 tarihli tespit tutanağına göre, reklam broşüründe “Arzum Okka Minio Kahve Makinası” adlı ürünün 199 TL fiyatla satışa sunulduğu, ürünü satın almak isteyen bir tüketiciye mağaza yetkilisi tarafından ürünün yoğun talepten tükenmiş olabileceğinin belirtildiği, ayrıca denetim yapan görevlilere, reklam broşüründe yer alan fiyatın üç gün (16-17-18.11.2019) geçerli olduğu, bu nedenle eldeki stoğu üçe bölerek satış yapıldığının belirtildiği, diğer taraftan aynı reklam broşüründe yer alan *"Palmira koltuk takımı, çift kişilik lüks kanepe, Country 3 ve 4 kapılı gardrop, Süper düğün paketi*" isimli ürünlerin vergiler dahil toplam fiyatlarının belirtilmediği, sadece bir taksit tutarının belirtildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; tespit tutanağında yer alan ifadelerden, “Arzum Okka Minio Kahve Makinası” adlı üründe stok sınırının olduğunun anlaşıldığı, reklam mevzuatına göre fiyatın geçerliliği ile ilgili bir süre ya da stok sınırı var ise bunun reklamda açıkça belirtilmesi gerektiği, ancak şirket tarafından yayınlanan reklam broşürleri incelendiğinde anılan ürüne ilişkin stok miktarına yer verilmediğinin görüldüğü, diğer taraftan aynı reklam broşüründe yer alan "Palmira koltuk takımı, çift kişilik lüks kanepe, Country 3 ve 4 kapılı gardrop, Süper düğün paketi" isimli ürünlerin vergiler dahil toplam fiyatlarının belirtilmediği, sadece bir taksit tutarının belirtildiği, böylelikle fiyat konusunda eksik bilgi verildiği ve anlam karışıklığına sebebiyet verildiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Evdiz Alışveriş Merkezleri Gıda San. İç ve Dış Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**89)**

**Dosya No: 2021/3897**

**Şikayet Edilen: İstikbal Mobilya Sanayi ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait www.istikbal.com adresli internet sitesinde tanıtımı ve satışı yapılan “Elizya Deluxe Koltuk Takımına” ilişkin reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:**13.09.2021

**Yayınlandığı Mecra:** Broşür, İnternet, Katalog

**Tespitler:** Firmaya ait internet sitesinde satışı yapılan “Elizya Deluxe Koltuk Takımına” ilişkin internet sayfasında ve Eylül 2020 basım tarihli ürün kataloğunda, koltuk takımına dair ekstra özelliklerin olduğu bölümde ilk sırada “Zero Wall” özelliğinin bulunduğu ve “*Zero Wall Mekanizması-Ürün yer değiştirmeden yatak yapılabilir.”* ifadesine yer verildiği, bu ikonun üzerinde fare ile imleç bekletildiğinde görüntülenen “Zero Wall” özelliği hakkındaki açıklamada ise “*Ürünün duvarla arasında 3/4 cm varken ürünü yerinden oynatmadan yatak olmasını sağlayan makas mekanizması*” yazdığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firma tarafından internet sitesinde satışı yapılan “Elizya Deluxe Koltuk Takımına” ilişkin internet sayfasında, koltuk takımına dair ekstra özelliklerin olduğu bölümde ilk sırada Zero Wall özelliğinin bulunduğu ve “Zero Wall Mekanizması-Ürün yer değiştirmeden yatak yapılabilir.” ifadesine yer verildiği, Zero Wall özelliğinin de bu anlama geldiği, bu ikonun üzerinde fare ile imleç bekletildiğinde görüntülenen Zero Wall özelliği hakkındaki açıklamada ise “Ürünün duvarla arasında 3/4 cm varken ürünü yerinden oynatmadan yatak olmasını sağlayan, makas mekanizması” yazdığı, ancak söz konusu ürünün yatak olması için yerinden oynatılması gerektiği ve yerinden oynatılmadan yatak olduğuna ilişkin firma tarafından ispatlayıcı herhangi bir bilgi ve belge sunulamadığı, söz konusu reklamların tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **İstikbal Mobilya Sanayi ve Tic. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63, 77/12 ve 77/13 üncü maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**TURİZM**

**90)**

**Dosya No: 2021/716**

**Şikayet Edilen: Pegasus Hava Taşımacılığı A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından düzenlenen “Tüm Yurt İçi ve Yurt Dışı Uçuşlarda Cezasız Değişiklik Hakkı” başlıklı kampanyaya ilişkin reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020-2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan inceleme sonucunda, firma tarafından düzenlenen *“Tüm Yurt İçi ve Yurt Dışı Uçuşlarda Cezasız Değişiklik Hakkı”*başlıklı kampanyaya ilişkin olarak www.flypgs.com adresli internet sitesinde yayınlanan kampanya duyurusunda, *"31 Mart'a kadar alacağın tüm biletleri ceza ödemeden değiştirebilirsin! Yeni bilet ile ilk bilet arasında ücret farkı varsa sadece onu ödersin. Tüm Yurt İçi ve Yurt Dışı Uçuşlarda Cezasız Değişiklik Hakkı. 31 Mart'a kadar alacağın tüm yurt içi ve yurt dışı biletlerinde cezasız değişiklik hakkı! Satış Tarihi: 27 Ağustos 2020/31 Mart 2021, Uçuş Tarihi:27 Ağustos 2020/30 Ekim 2021. Biletinizi 31 Mart'a kadar alın, cezasız bilet değişiklik hakkından faydalanın! Şimdi seyahatleriniz daha da esnek! Tüm yurt içi ve yurt dışı biletlerde cezasız değişiklik hakkından faydalanabilirsiniz. Seyahat planınız değişirse ceza ödemeden, yalnızca iki bilet arasındaki toplam ücret farkını ödeyerek biletinizi değiştirebilir ya da cezasız açığa alabilirsiniz. Bunlara dikkat! - Kampanya, tüm yurt içi ve yurt dışı uçuşları için, 27 Ağustos 2020 00:01 ile 31 Mart 2021 23:59 arasındaki biletlemelerde geçerlidir. - Tüm yurt içi ve yurt dışı bilet sınıflarında cezasız değişiklik ya da açığa alma hakkı bulunmaktadır. - Değişiklik yapılan uçuşun her şey dahil toplam Taşıma Ücreti ilk uçuşun her şey dahil toplam Taşıma Ücretinden yüksek ise ücret farkı tahsil edilir. - Değişiklik yapılan uçuşun toplam Taşıma Ücretinin ilk uçuştakinden düşük olması durumunda iade yapılmaz. - Yalnızca tarifeli Pegasus seferleri için geçerlidir. - Değişiklikler uçuştan en az 2 saat önce yapılmalıdır. - Kampanya sadece bilet tarihi değişikliği ve açığa alma işlemi içindir. Uçuş iptalini ya da isim değişikliğini kapsamaz. - Cezasız değişiklik hakkı haricinde başka bir kampanyadan faydalanılarak alınan biletlerde cezasız değişiklik kampanyasından yararlanılamaz. Bu kampanya başka kampanyalar ile birleştirilemez. - Değişiklik, uçuşta müsaitlik durumuna göre mümkündür. - GDS üzerinden yapılan satışlarda ilk değişiklik ücretsiz olup, ikinci ve diğer değişiklikler ücrete tabi olacaktır. - Çağrı merkezi üzerinden yapılacak bilet değişiklikleri için hizmet bedeli tahsil edilmektedir. - 31 Mart 2021 23:59 tarihine kadar yapılacak tüm değişikliklerde yalnızca iki bilet arasındaki ücret farkını ödeyerek (Eğer değişiklik yapılan uçuşun her şey dahil toplam Taşıma Ücreti, ilk uçuşun her şey dahil toplam Taşıma Ücretinden yüksek ise) biletinizi değiştirebilir ya da cezasız açığa alabilirsiniz. - 31 Mart 2021 23:59’tan sonra, yolcuların yalnızca bir defa cezasız değişiklik ve ücretsiz açığa alma hakkı mevcut olup, 2. ve daha sonraki değişikliklerde ve açığa alma işlemlerinde https://www.flypgs.com/faydali-bilgiler/ucusun-icin-bilgiler/genel-kurallar#2041 adresinde belirtilen işlem bedelleri uygulanacaktır. Taksitlendirme bedeli ya da banka/kredi kartı komisyon bedeli ödenerek alınan biletlerin değişikliğinde, bu tutarlar ceza bedeli olarak yansıtılır. - Burada belirtilmeyen konularda Pegasus Genel Kuralları geçerlidir. - Pegasus, kampanya süresince kurallarda tek taraflı değişiklik yapma hakkını saklı tutar. Kampanya şartları, kampanyadan önce gerçekleştirilmiş biletlemeler ile ilgili olarak herhangi bir hak oluşturmaz. Böyle bir durumda kazanılmış hak iddiasında bulunulamaz."* şeklinde tanıtımlara yer verildiği, tüketicilere cezasız değişiklik hakkı tanıyan kampanyanın, değişiklik yapılan uçuşun her şey dahil toplam taşıma ücreti ilk uçuşun her şey dahil toplam taşıma ücretinden yüksek ise sadece aradaki ücret farkı tahsil edilmek suretiyle uygulanacağının duyurulduğu,

Şikayetçi tüketicinin başvurusunun incelenmesinden; tüketicinin Pegasus Havayolları'ndan toplam tutarı 996,00-TL olan iki adet uçak bileti satın aldığı, seyahat planını değiştiren tüketicinin açık bilete dönüştürdüğü söz konusu biletleri, cezasız değişiklik kampanyasından faydalanarak daha sonraki bir tarihte yeni uçak biletleriyle değiştirmek istediğinde, toplam tutarı 996,00-TL olan biletlerin toplam tutarı 1.050,00-TL olan iki adet uçak biletiyle yapılan değişiklik işleminde, kampanya reklamları doğrultusunda iki bilet arasındaki toplam ücret farkı olan 54,00-TL ödeme yapılması beklenirken tüketiciden toplamda 260,00-TL tutarında ödeme yapmasının talep edildiği, bunun üzerine tüketicinin mevcut açık biletini yeni bilete dönüştürmeyerek seyahat etmek istediği şehire yeni bir işlem olarak toplam bedeli 954,00-TL olan iki adet uçak bileti satın aldığı, yaşadığı mağduriyete ilişkin olarak açık bilet bedelinin iadesi talebiyle şikayet başvurusu oluşturan tüketicinin talebinin firma tarafından reddedilmesi üzerine tüketicinin yetkili Tüketici Hakem Heyetine benzer bir taleple başvuruda bulunduğu, Tüketici Hakem Heyeti incelemesi sonucunda, tüketici başvurusunun kabulüne ve firma tarafından 996,00-TL'nin Hakem Heyetine başvuru tarihinden itibaren avans faizi ile birlikte tüketiciye iadesine karar verildiği,

Yine tüketici başvurusu içeriğinde yer alan bilgi ve belgeler doğrultusunda, tüketicinin Tüketici Hakem Heyetine yaptığı başvurudan sonra, kampanya reklamlarında yer alan, *"Değişiklik yapılan uçuşun her şey dahil toplam Taşıma Ücreti ilk uçuşun her şey dahil toplam Taşıma Ücretinden yüksek ise ücret farkı tahsil edilir."* şeklindeki tanıtımın, *"Taşıma Ücreti (a) Baz Ücret, (b) Yakıt Harcı, (c) Havalimanı Vergisi, (d) Check-in Bedeli, (e) Hizmet Bedelinden oluşmaktadır. Bu kapsamda değişiklik yapılan uçuşun Taşıma Ücretindeki kalemler ile ilk uçuşun Taşıma Ücretinde kalemler arasındaki her bir ücret farkı tahsil edilir"*  ifadeleriyle, yine kampanya duyurusunda yer alan *"31 Mart 2021 23:59 tarihine kadar yapılacak tüm değişikliklerde yalnızca iki bilet arasındaki ücret farkını ödeyerek (Eğer değişiklik yapılan uçuşun her şey dahil toplam Taşıma Ücreti, ilk uçuşun her şey dahil toplam Taşıma Ücretinden yüksek ise) biletinizi değiştirebilir ya da cezasız açığa alabilirsiniz."*  ifadelerinin ise, *"31 Mart 2021 23:59 tarihine kadar yapılacak tüm değişikliklerde yalnızca iki bilet arasındaki ücret farkını ödeyerek (Değişiklik yapılan uçuşun Taşıma Ücretindeki kalemler ile ilk uçuşun Taşıma Ücretindeki kalemler arasındaki her bir ücret farkı tahsil edilir.) biletinizi değiştirebilir ya da cezasız açığa alabilirsiniz."* ifadeleriyle değiştirildiği, ayrıca tüketicinin deneme amaçlı olarak 954,00-TL toplam tutarlı yeni uçak biletlerini kampanya kapsamında 1.250,00-TL tutarlı uçak biletleriyle değiştirmek istediğinde, aradaki ücret farkı 296,00-TL olmakla birlikte tüketiciden 514,00-TL ödeme yapmasının istendiği hususları tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, “Tüm Yurt İçi ve Yurt Dışı Uçuşlarda Cezasız Değişiklik Hakkı”başlıklı kampanyanın ana vaadinin *"Yeni bilet ile ilk bilet arasında ücret farkı varsa sadece onu ödersin... Yalnızca iki bilet arasındaki toplam ücret farkını ödeyerek biletinizi değiştirebilir ya da cezasız açığa alabilirsiniz... Değişiklik yapılan uçuşun her şey dahil toplam Taşıma Ücreti ilk uçuşun her şey dahil toplam Taşıma Ücretinden yüksek ise ücret farkı tahsil edilir."* şeklinde tanıtımlarla duyurulmakla birlikte, kampanya uygulamasında değişiklik yapılan iki bilet arasındaki ücret farkından daha yüksek tutarda bedeller talep edilmesinin açıkça tüketicileri aldatıcı, yanıltıcı ve tüketicilerin tecrübe ve bilgi eksikliklerini istismar edici nitelikte olduğu,

Diğer yandan, halihazırda uygulaması devam eden kampanyaya ilişkin olarak, www.flypgs.com adresli internet sitesinin ana sayfasında "*Yeni bilet ile ilk bilet arasında ücret farkı varsa sadece onu ödersin"* ifadelerine ve kampanya tanıtım sayfasının üst kısmında "*Seyahat planınız değişirse ceza ödemeden, yalnızca iki bilet arasındaki toplam ücret farkını ödeyerek biletinizi değiştirebilir ya da cezasız açığa alabilirsiniz."* ifadelerine yer verilmekle birlikte, kampanya koşulları içinde duyurulan *"Taşıma Ücreti (a) Baz Ücret, (b) Yakıt Harcı, (c) Havalimanı Vergisi, (d) Check-in Bedeli, (e) Hizmet Bedelinden oluşmaktadır. Bu kapsamda değişiklik yapılan uçuşun Taşıma Ücretindeki kalemler ile ilk uçuşun Taşıma Ücretinde kalemler arasındaki her bir ücret farkı tahsil edilir"* şeklindeki tanıtımın, kampanya uygulaması da dikkate alındığında ana-vaat istisna uyumsuzluğu oluşturduğu, ayrıca uçak bileti değişikliklerinde iki bilet arasındaki ücret farkından daha yüksek bedeller talep edilmesi nedeniyle *"Yeni bilet ile ilk bilet arasında ücret farkı varsa sadece onu ödersin... Yalnızca iki bilet arasındaki toplam ücret farkını ödeyerek biletinizi değiştirebilir ya da cezasız açığa alabilirsiniz... Değişiklik yapılan uçuşun her şey dahil toplam Taşıma Ücreti ilk uçuşun her şey dahil toplam Taşıma Ücretinden yüksek ise ücret farkı tahsil edilir."* tanıtımlarının tüketicileri aldatıcı olduğu,

Bu hususlara ek olarak, Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin 18/2 maddesinin *"(2) Reklamlarda yer alan ana vaadin esaslı unsurları açık ve anlaşılır bir biçimde reklamın ana mesajında belirtilir."* hükmü doğrultusunda, kampanya ana vaadini oluşturan ve tüketicilerin satın alma kararını etkileyecek nitelikteki *"Taşıma Ücreti (a) Baz Ücret, (b) Yakıt Harcı, (c) Havalimanı Vergisi, (d) Check-in Bedeli, (e) Hizmet Bedelinden oluşmaktadır. Bu kapsamda değişiklik yapılan uçuşun Taşıma Ücretindeki kalemler ile ilk uçuşun Taşıma Ücretinde kalemler arasındaki her bir ücret farkı tahsil edilir"*  şeklindeki kampanya şartına kampanya reklamlarının ana mesajında yer verilmemesinin mevzuata aykırı 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, 7/5-b, 7/5-ç, 9/1, 9/2, 9/4, 9/5, 18/1, 18/2, 18/6, 18/7 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Pegasus Hava Taşımacılığı 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.

**91)**

**Dosya No: 2021/856**

**Şikayet Edilen: Pegasus Hava Taşımacılığı A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından www.flypgs.com adresli internet sitesinde yayınlanan “1 Alana 1 Bedava” başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan inceleme sonucunda, “Yurt İçi Uçuşlarından Bedava Bilet Kazan” başlıklı kampanyaya ilişkin olarak www.flypgs.com adresli internet sitesinde yayınlanan tanıtımlarda, *“BolBol üyesi misafirlerimiz, 10 - 13 Eylül 2020 tarihlerinde www.flypgs.com veya Pegasus mobil uygulamasından 21 Eylül – 31 Ekim 2020 tarih aralığında gerçekleşecek uçuşlar için satın alacakları yurt içi uçuşlarından yine yurt içi direkt uçuşlarda kullanılabilecekleri tek yön bedava bilet şifresi kazacaktır. Bedava bilet şifreniz biletinizi satın aldıktan sonra 72 saat içerisinde rezervasyon iletişim bilgilerinde belirtilen e-posta adresinize gönderilecektir. Bedava bilet şifrenizi 1 Kasım 2020 - 27 Mart 2021 tarihleri arasındaki uçuşlar için aşağıdaki kurallara uygun olarak kullanabilirsiniz. Satış tarihi: 10 Eylül 2020 / 13 Eylül 2020, Uçuş Tarihi: 21 Eylül 2020 / 31 Ekim 2020. Bedava Bileti Kazanmak İçin Kampanya Katılım Tarihi: 10 – 13 Eylül 2020 (Türkiye yerel saatine göre 10 Eylül 2020 saat 00:00’dan itibaren 13 Eylül 2020 saat 23:59’a kadar www.flypgs.com veya Pegasus mobil uygulaması üzerinden satışın ve biletlemenin tamamlanmış olması şartıyla geçerlidir). Bedava bilet kazanmak için 21 Eylül - 31 Ekim 2020 tarihleri arasında gerçekleştirilecek yurt içi uçuşlar için bilet satın alınmalıdır. Kampanya tarihlerine uygun olarak biletlenen yurt içi uçuşlarından, yurt içi uçuşlarında geçerli olacak bedava bilet şifresi kazanılacaktır. Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti uçuşları kampanya kapsamında değildir. 21 Eylül - 31 Ekim 2020 uçuş dönemi için kampanyaya sunulmuş olan koltuk adedi sınırlı olup 1.910.000 adettir. Bir misafir farklı PNR’lar altında satın aldığı biletler için kampanya kurallarını karşıladığı ölçüde birden fazla bedava bilet hakkı elde edebilir… Şifreler biletlemeyi takip eden 72 saat içerisinde bilet satın alınırken belirtilen iletişim bilgilerinde yer alan e-posta adresine gönderilecektir… Bedava bilet şifresi 1 Kasım 2020 - 27 Mart 2021 tarihleri arasında yapılacak (aşağıda belirtilen tarih aralıkları hariç olmak üzere) tek yön, direkt uçuşlar için kullanılabilir. Bedava bilet (31 Aralık 2020-4 Ocak 2021) ve (22 Ocak-8 Şubat 2021) tarih aralıkları için kullanılamaz. Bedava bilet şifresi Pegasus BolBol üyeliğiyle yapılacak olan biletlemelerde geçerli olacaktır…”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, şikayetçi tüketicilerin “Yurt İçi Uçuşlarından Bedava Bilet Kazan” başlıklı kampanya kapsamında bedava bilet şifrelerini kullanarak kampanyadan yararlandığı, 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**

**92)**

**Dosya No: 2020/3547**

**Şikayet Edilen: Bilge Eğitimcilik Pansiyon ve Yurt İsletmeciliği Tekstil Tic. Ltd. Şti.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ilişkin olarak www.instagram.com adresli internet sitesinde *“Sauna, Yüzme Havuzu, Diyetisyen 82TL\*12'den başlayan fiyatlarla. Sınırlı sayıda”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firmaya ilişkin olarak www.instagram.com adresli internet sitesinde yer alan reklamlar 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.

**93)**

**Dosya No: 2020/4184**

**Şikayet Edilen: Boyner Büyük Mağazacılık A.Ş.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ait www.boyner.com.tr adresli internet sitesinde yer alan *"51595 NVYL Claw Hammer Erkek Lifestyle Ayakkabı"* isimli ürüne ilişkin olarak *"Şahane Kasım Fırsatı Seçili ürünlerden yapılacak olan alışverişlerde %30 indirim! Kodunuz:KSM30"* ifadesine yer verildiği, ürünün detay sayfasındaürünün fiyatı olan 699,00 TL üzerinden kupon kodu ile % 30 indirim uygulanarak 489,30 TL olduğubilgisinin verildiği buna istinaden ürünü sepetine ekleyip satın almak isteyen tüketiciye sepet ekranında *"Kampanya koşulu sağlanamadığı için indirim kodunuz kaldırıldı. Girdiğiniz indirim kodu aşağıdaki ürünlerde geçerli değildir.-Skechers Lifestyle Ayakkabı"* ifadesine yer verilerek ürünün detay sayfasındabelirtilen %30 indirimin uygulanmadığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firmaya ait www.boyner.com.tr adresli internet sitesinde yer alan *"51595 NVYL Claw Hammer Erkek Lifestyle Ayakkabı"* isimli ürüne ilişkin olarak *"Şahane Kasım Fırsatı Seçili ürünlerden yapılacak olan alışverişlerde %30 indirim! Kodunuz:KSM30"* ifadesine yer verildiği, ürünün detay sayfasında ürünün fiyatı olan 699,00 TL üzerinden kupon kodu ile % 30 indirim uygulanarak 489,30 TL olduğu bilgisinin verildiği buna istinaden ürünü sepetine ekleyip satın almak isteyen tüketiciye sepet ekranında *"Kampanya koşulu sağlanamadığı için indirim kodunuz kaldırıldı. Girdiğiniz indirim kodu aşağıdaki ürünlerde geçerli değildir.-Skechers Lifestyle Ayakkabı"* ifadesine yer verilerek ürünün detay sayfasında belirtilen %30 indirimin uygulanmadığı bu nedenle söz konusu tanıtımların gerçeği yansıtmadığı dolayısıyla, anılan tanıtımların; tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**94)**

**Dosya No: 2020/4230**

**Şikayet Edilen: Artstone Panel Sistemleri A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ilişkin olarak kataloglarda, etiketlerde, www.artstone.com ve https://www.youtube.com/watch?v=rLF3-oQ6z\_A adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 11.12.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, Katalog, Etiket

**Tespitler:** Firmaya ait www.artstone.com adresli internet sitesinde "*Pazar lideri konumundaki firmamız, kalite üzerinde yoğunlaşıyor ve bu kriteri ön plana çıkarıyor. Bu doğrultuda aynı zamanda kendi sektöründe bir ilk olma özelliği taşıyan “A2 Yanmazlık Sınıfı”nda yer alan ürünlerimizi, Almanya merkezli “TÜV SÜD” tarafından belirlenen kalite normlarına ve standartlarına uygun olarak üretiyoruz. Artstone panellerinin tüm modellerinin"A2 YANMAZLIK SERTİFİKASI"na sahip olması günümüz şartlarında inşa ve renove edilen projeler için aranan özelliklerin başında gelmektedir. Yer aldığımız kompozit kaplama sektöründeA2yanmazlık belgesine sahip ürün sahibi olan firmaların çok kısıtlı olması nedeniyle Artstone ayrıca tercih sebebidir. Panellerimiz AB mevzuatlarına göre Euroclass ISO EN 13501-1(yapı malzemelerinin yangına karşı tepkisi ve yangına karşı dayanım performansı) yangın testinden başarıyla geçmiştir.\*Bazı modellerimizde opsiyonel “B Sınıfı” üretim yapılmaktadır."* şeklinde, ürün etiketlerinde *"A2 Alev almaz"* şeklinde,kataloglarda *"Artstone paneller Euroclass TS EN 13501-1 (yapı malzemelerinin yangına karşı tepkisi ve yangına karşı dayanım performansı) yanmazlık kriterlerinden "A2" sınıfına girmektedir. tüm verilere istinaden -40 ile +120 derece aralığında değişiklik göstermektedir."* şeklinde ve https://www.youtube.com/watch?v=rLF3-oQ6z\_A adresliinternet sitesinde "*…Artstone panelleri A2 yanmazlık sınıfında yer alır. Artstone panelleri üretim teknolojisi sayesinde Euroclass ISO EN 13501-1(yapı malzemelerinin yangına karşı tepkisi ve yangına karşı dayanım performansı) yangın testinden başarıyla geçmiştir."* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firmaya ait www.artstone.com adresli internet sitesinde yer alan "*Pazar lideri konumundaki firmamız, kalite üzerinde yoğunlaşıyor ve bu kriteri ön plana çıkarıyor. Bu doğrultuda aynı zamanda kendi sektöründe bir ilk olma özelliği taşıyan “A2 Yanmazlık Sınıfı”nda yer alan ürünlerimizi, Almanya merkezli “TÜV SÜD” tarafından belirlenen kalite normlarına ve standartlarına uygun olarak üretiyoruz."* ifadeleri ile ilk kez A2 yanmazlık sertifikalı ürünlerin firma tarafından piyasaya arz edildiğinin belirtildiği bu sebeple söz konusu iddianın ispatlanması gerektiği, ancak söz konusu hususun 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 Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 9/1, 9/5 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Artstone Panel Sistemleri 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: 2020/4795**

**Şikayet Edilen: Yes Oto Kiralama ve Turizm Yatırımları A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait www.enterprise.com.tr adresli internet sitesinde yer alan ifadeler

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ait www.enterprise.com.tr adresli internet sitesinde *“Türk Telekom Prime Müşterilerine Yurt içi Araç Kiralamada %50'ye varan indirim! Ayrıca BMW X1 Otomatik 299 TL, Fiat Egea Dizel Otomatik 169 TL. Yurt İçi Araç Kiralama Kampanya Koşulları; -Kampanyadan, Türk Telekom Prime Mobil ve Evde İnternet müşterileri yararlanabilmektedir. -Tüm ofislerde geçerlidir. - %50 indirim kampanyası 31.12.2021 tarihine kadar geçerlidir. -BMW X1 Otomatik ve Fiat Egea Dizel Otomatik kampanyası 1 Aralık-31 Ocak tarihleri arasında geçerlidir. -%50 indirim, liste fiyatı üzerinden uygulanmaktadır."* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firmaya ait www.enterprise.com.tr adresli internet sitesinde *“Türk Telekom Prime Müşterilerine Yurt içi Araç Kiralamada %50'ye varan indirim! Ayrıca BMW X1 Otomatik 299 TL, Fiat Egea Dizel Otomatik 169 TL. Yurt İçi Araç Kiralama Kampanya Koşulları; -Kampanyadan, Türk Telekom Prime Mobil ve Evde İnternet müşterileri yararlanabilmektedir. -Tüm ofislerde geçerlidir. - %50 indirim kampanyası 31.12.2021 tarihine kadar geçerlidir. -BMW X1 Otomatik ve Fiat Egea Dizel Otomatik kampanyası 1 Aralık-31 Ocak tarihleri arasında geçerlidir. -%50 indirim, liste fiyatı üzerinden uygulanmaktadır.”* şeklinde ifadelere yer verilerek söz konusu kampanyanın31.12.2021 tarihine kadar geçerli olduğu belirtilmesine rağmen tüketici tarafından rezervasyon için internet sitesinde işlem yapılmaya çalışıldığında kampanyanın 31.12.2020 tarihine kadar geçerli olduğu bilgisinin verildiği dolayısıyla söz konusu tanıtımların gerçeği yansıtmadığı, dolayısıyla, anılan tanıtımların; tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-d, 14/1, 14/2, 14/3, 14/4 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**96)**

**Dosya No: 2020/6042**

**Şikayet Edilen: Destekevim Gayrimenkul İnşaat Taahhüt Otomotiv Organizasyon Sanayi Ticaret Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait www.destekevim.com adresli internet sitesinde yer alan ifadeler

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ait www.destekevim.com adresli internet sitesinde *"20+ Şube, 300+ Çalışan, 3000+ Teslimat"* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firmaya ait www.destekevim.com adresli internet sitesinde *"20+ Şube, 300+ Çalışan, 3000+ Teslimat"* ifadelerine yer verildiği ancak anılan internet sitesinde yer alan şube, çalışan ve teslimata ilişkin rakamsal bilgilerin doğru olmadığı gerekçesiyle ispatlanması gerektiği; ancak söz konusu hususun 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 Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 9/1, 9/5 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Destekevim Gayrimenkul İnşaat Taahhüt Otomotiv Organizasyon Sanayi Ticaret Anonim Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**97)**

**Dosya No: 2021/653**

**Şikayet Edilen: Aydınlı Hazır Giyim Sanayi ve Ticaret A.Ş.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ait www.cacharel.com.tr adresli internet sitesindeki indirimli ürünlerden alışveriş sepetine 5 adet ürün ekleyerek 725,20 TL tutarındaki ürünleri satın almak isteyen tüketicinin internet sitesinde yer alan *"Yeni üyelerimize özel 300 TL'de 50 TL indirim. İNDİRİM KODU: CACHAREL50"* şeklindeki ifadelere istinaden üye olup indirim kodunu kullanarak alışverişini tamamlamak istediği ancak indirim kodunu girdiğinde sepetteki ürünlerin tutarının 725,20 TL'den 880,00 TL'ye yükseldiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firmaya ait www.cacharel.com.tr adresli internet sitesindeki ürünlerden alışveriş sepetine 5 adet ürün ekleyip sepette % 40 indirimden faydalanarak 725,20 TL tutarındaki ürünleri satın almak isteyen tüketicinin internet sitesinde yer alan *"Yeni üyelerimize özel 300 TL'de 50 TL indirim. İNDİRİM KODU: CACHAREL50"* şeklindeki ifadelere istinaden üye olup indirim kodunu kullanarak alışverişini tamamlamak istediği ancak indirim kodunu girdiğinde sepetteki ürünlerin tutarının 725,20 TL'den 880,00 TL'ye yükseldiği bu duruma ilişkin olarak firma tarafından "CACHAREL50" indirim kodunun farklı kampanyalar ile birleştirilemeyeceği bu hususa da uzaktan satış sözleşmesinde yer verildiğinin belirtildiği ancak bu bilgiye internet sitesinde yer verilmediği dolayısıyla söz konusu tanıtımların tüketiciyi yanıltıcı olduğu,

Diğer taraftan tüketicinin sepetinde yer alan 5 adet ürünün üzerinden indirim uygulanarak tüketiciye satıldığı, ancak ilgili mevzuatta yer alan “*İndirimli satışa konu edilen mal veya hizmetin indirimden önceki fiyattan daha düşük fiyatla satışa sunulduğunun ispatı satıcı veya sağlayıcıya aittir.”* hükmü gereğianılan ürünlerin indirimden önceki fiyatlardan satışa sunulduğunun ispatlanması gerektiği; ancak söz konusu hususun ispatlanamadığı, dolayısıyla, anılan tanıtımların; tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

 Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Fiyat Etiketi Yönetmeliği’nin 11/1 ve 11/2 nci maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**98)**

**Dosya No: 2021/4680**

**Şikayet Edilen: Lider Kırtasiye Toptan Kırtasiye Satışı- Mehmet Salih KURT**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait Mikrogold markalı kırtasiye ürünlerinin ambalajında yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj

**Tespitler:** Firmaya ait "*Microgold Sınav Silgisi"* isimli ürünün ambalajında "Non-Toxic" ifadesine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firmaya ait *"* *Mikrogold"* 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.

**99)**

**Dosya No: 2021/4298**

**Şikayet Edilen: İpekyol Giyim Sanayi Pazarlama ve Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** İpekyol Giyim San. Paz. ve Ticaret A.Ş. ünvanlı şirketin "Twist" markalı ürünlerinin yer aldığı "www.twist.com.tr" internet sitesindeki "slogan baskılı gömlek" isimli ürüne ilişkin reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: Yapılan incelemede, Kodu TS1210025104096 olan “slogan baskılı gömlek” adlı ürüne ait reklam ve tanıtımlarda önceki fiyatı 359 TL olan ürünün %70 indirim kampanyası çerçevesinde 190 TL'ye satışa sunulduğu, ancak 359 TL üzerinden söz konusu indirim oranının hesaplanması neticesinde ürün fiyatının 190 TL değil 107,7 TL olduğu tespit edilmiş olup, ayrıca şirket tarafından bahse konu kampanyaya ilişkin olarak iletilen çeşitli mecralarda yayınlanmış reklam örneklerinde %70 indirim kampanyasına ilişkin;*“%70 İndirim…Belirli ürünler hariç*” ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, Kodu TS1210025104096 olan “slogan baskılı gömlek” adlı ürüne ait reklam ve tanıtımlarda önceki fiyatı 359 TL olan ürünün %70 indirim kampanyası çerçevesinde 190 TL'ye satışa sunulduğu ancak 359 TL üzerinden yapılan %70 indirim neticesinde ürünün fiyatının 107,7TL olarak hesaplandığı dolayısıyla söz konusu kampanya kapsamında yapılan indirimin gerçek bir indirim olmaması nedeniyle, tüketiciler nezdinde olduğundan daha fazla indirim yapılıyormuş algısı uyandırılarak tüketicilerin yanıltıldığı,

Ayrıca şirket tarafından 19.10.2021 tarihli yazı ekinde iletilen ve yüzde 70 indirim kampanyasına ilişkin olarak Google, Instagram ve Facebook adlı mecralarında yayınlandığı ifade edilen reklam ve tanıtımlarda da; *“%70 İndirim…Belirli ürünler hariç”* ifadesine yer verildiği bu ifade ile ana vaadin istisnası kapsamına giren ürünlerin açıklanmadığı, diğer taraftan hangi ürünlerde yüzde kaç oranında indirim yapıldığı bilgisinin yer almadığı ve dolayısıyla hangi ürünlerin %70 indirimle satıldığının tüketici algısında karışıklığa yol açtığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **İpekyol Giyim Sanayi Pazarlama ve Ticaret A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü, 77/12 nci ve 77/13 üncü maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**100)**

**Dosya No: 2020/3125**

**Şikayet Edilen: Yeni Mağazacılık Anonim Şirketi (A101 Marketler Zinciri)**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait, internet, broşür ve afiş gibi çeşitli mecralarda yayınlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 06.08.2020, 13.08.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: Çeşitli mecralarda yayınlanan tanıtımlarda; “Stanley” markalı termos ürününün 199.95-TL fiyatla 13.08.2020 tarihi itibariyle, “Altus AL1090 Tezgah Seviyesi Buzdolabı” ürününün 629,00-TL fiyatla 06.08.2020 tarihi itibariyle 10.000 adet stokla satışa sunulacağı bilgisinin verildiğitespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu "Stanley markalı termos" ve "Altus AL1090 Tezgah Seviyesi Buzdolabı" ürünlerine ilişkin tanıtımlarda yer verilen stok bilgilendirmesinin yanıltıcı nitelikte olmadığı değerlendirilmiş olup, dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin ilgili hükümleri ile 6502 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 ve 62 nci maddelerine **aykırı olmadığına** karar verilmiştir.

**101)**

**Dosya No: 2021/4155**

**Şikayet Edilen: Yeşilmarka Sağlıklı Yaşam Ürünleri Sanayi ve Ticaret Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait www.yesilmarka.com adresli internet sitesinde ve www.youtube.com/c/yesilmarka adresli sosyal medya hesabında yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 16.09.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.yesilmarka.comvewww.youtube.com/c/yesilmarka adresli internet sitelerinin 16.09.2021 tarihli görünümlerinde; *"Yeşilmarka Negatif İyon Kolyesi (Quantum Enerji Kolyesi) moleküler olarak kaynaşmış ve yapısal olarak birbirine bağlanmış doğal minerallerden üretilmiştir. Negatif iyon kolyemiz radyasyon kaynaklarının etkisini sıfırlamakta ve aynı zamanda vücudun iyon dengesine katkı sağlamaktadır.*

*Negatif iyon kolyemiz yüksek sayıda negatif iyon içermektedir. Yeşilmarka negatif iyon kolyesinin içerdiği iyonlar özel iyon test cihazlarıyla ölçülebilmektedir. Aşağıdaki videoda ürünümüzün içerdiği iyon sayısını keşfedeceksiniz. Videoda Yeşilmarka Negatif İyon Kolyemizin 6500 civarında negatif iyon içerdiği kanıtlanmıştır.*

*Yeşilmarka Negatif İyon Kolyemizin Özelliklerine Gelirsek; Negatif İyon Kolyesi 6000-7000 aralığında negatif iyon içermektedir. Ürünümüzün diğer adı da Quantum Enerji Kolyesidir. Vücudun biyoenerji alanını güçlendirmeye yardımcı seviyede skaler enerji üretimi sağlar. Yeşilmarka negatif iyon kolyesi pozitif enerji akışını destekler ve enerji dengesini korumaya yardımcı olur. Vücutta zayıflayan enerjinin geri kazanılmasına yardımcı olur. Kolyemiz vücuttaki enerji dengesini yeniden sağlayarak kişinin sağlığını ve zindeliğini korumasına yardımcı olur.*

*Sağlığa faydalarını sıralarsak; Enflamasyonu azaltır, Kan dolaşımını artırır, Bağışıklık ve endokrin sistemlerini geliştirir, Hücresel beslenmeyi ve detoksifikasyonu -toksin atımını- geliştirir, Hücresel geçirgenliği artırır, Vücut enerjisini artırır, Bakteri ve virüsleri iyon etkisiyle yok etme kabiliyetine sahiptir, DNA’nın hasardan korumasına yardımcı olur, Yaşlanma sürecini geciktirmeye yardımcı olur, Kanser hücreleri ile savaşmaya yardımcı olur, Vücudun biyo alanını güçlendirir, Odaklanmayı ve konsantrasyonu artırır.*

*Yeşilmarka negatif iyon kolyemizin içerdiği negatif iyonlar telefonun pozitif iyon şeklinde yayılan elektromanyetik radyasyonun etkisini ortadan kaldırmaya yardımcı olur. Sadece telefon değil günlük yaşamda evlerde ve işyerlerinde kullanılan tüm elektrikli cihazlar, cep telefonları, baz istasyonları, Yüksek Gerilim Hatları, trafolar, TV ve radyo vericileri, radar sistemleri, mikrodalga fırınlar, hastanelerde kullanılan Manyetik Rezonans Görüntüleme (MRI – Magnetic Resonance Imaging) ve diatermi üniteleri, telsiz (dect) telefonlar, bluetooth kulaklıklar, uydu antenler, alışveriş merkezlerinde kullanılan güvenlik birimleri, askeri alanda kullanılan bazı sistemler, endüstride kullanılan plastik yapıştırma sistemleri hepsi bir pozitif iyon kaynağıdır..."*

gibi ifadelere, bunun yanında anılan internet sitelerinde yer verilen videolarda ürünün telefondan ve dizüstü bilgisayardan kaynaklanan radyasyonu azalttığını gösteren görüntülere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu tanıtımlarda yer alan tedaviye yönelik ve sağlık beyanı içeren ifade ve görüntülerin ispata muhtaç nitelikte olduğu, gerçeği yansıtmadığı, sağlık beyanlarının kullanımı için gerekli olan ilgili kurum izninin bulunmadığı, bu durumun tüketicileri yanıltıcı, aldatıcı ve bilgi eksikliklerini istismar edici nitelikte olduğu, tüketicinin algılama düzeyi göz önünde bulundurulduğunda mevzuata aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Yeşilmarka Sağlıklı Yaşam Ürünleri Sanayi ve 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.

**102)**

**Dosya No: 2021/4762**

**Şikayet Edilen: Şok Marketler Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şirket bünyesinde bulunan Şok Market Bayburt Merkez Semerciler Cad. şubesinde mağaza içi afişlerde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 14.04.2021

**Yayınlandığı Mecra:** Afiş

**Tespitler:** Firmanın 14.04.2021 tarihli mağaza içi afişlerinde; *"25 TL ve Üzeri Alışverişlerde Yudum Ziyafet 1 Lt. 29,95 TL yerine sadece 16 TL"* ibarelerine yer verildiği ve bahse konu afişlerde indirimli satışın başlangıç ve bitiş tarihleri ile indirimli olarak satışa sunulan mal veya hizmetin stok miktarı gibi bilgilerinin belirtilmediği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firmanın mağaza içi afişlerinde, *"25 TL ve Üzeri Alışverişlerde Yudum Ziyafet 1 Lt. 29,95 TL yerine sadece 16 TL"* ibarelerine yer verildiği ancak söz konusu 29,95 TL'lik fiyatın gerçeği yansıtmadığı, kampanya ile olduğundan daha fazla indirim uygulanıyormuş izlenimi yaratıldığı,

Diğer taraftan bahse konu afişlerde indirimli satışın başlangıç ve bitiş tarihleri ile indirimli olarak satışa sunulan mal veya hizmetin stok miktarı gibi bilgilerinin belirtilmediği,

Bütün bu durumların, tüketicileri yanıltıcı, aldatıcı ve bilgi eksikliklerini istismar edici nitelikte olduğu, tüketicinin algılama düzeyi göz önünde bulundurulduğunda mevzuata aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 7/5-ç, 9/1, 14/1, 14/2 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Şok Marketler Tic. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **11.429-TL** **(Onbirbindörtyüzyirmidokuz Türk Lirası) idari para ve** **anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**103)**

**Dosya No: 2021/4378**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından çeşitli mecralarda yayınlatılan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 05.10.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, Televizyon

**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*", "*Vestel'den Covid 19'a karşı etkisi kanıtlanmış, belirli virüs ve bakterileri %99,99 oranında yok eden Gün 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", "*Giysilerde 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, 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 olduğu, iç mekanda bulunan tüm eşyalar/kişilerin bu virüse maruz kalmasının mümkün olduğu ve bu durumun potansiyel olarak her an geçerli olduğu hususları birlikte değerlendirildiğinde, "Gün Işığı Teknolojisi" ve bu teknolojinin kullanıldığı ürünlerin tanıtımları vasıtasıyla ürünün henüz tıbben çözümü tam olarak bulunamamış bir hastalığı ortadan kaldıracağı/yok edeceği algısının yaratıldığı, dolayısıyla ürünün kullanımı neticesinde tekrar virüs bulaşının olmayacağı yönünde bir algı oluşturulduğu; diğer taraftan, her an karşılaşılması mümkün olan virüsün yok edilmesi için aşırı kullanım ve bu kullanıma bağlı sağlık ve ekonomik problemlerin ortaya çıkabileceği, diğer bir ifadeyle, kamu sağlığını olumsuz yönde etkileyecek yöndeki tanıtımların ürünün yanlış ve aşırı kullanımına da neden olabilecek şekilde tüketicileri yanlış yönlendirdiği,

Diğer taraftan, tanıtımlarda yer verilen “*Sağlık Bakanlığı tarafından etkisi onaylanan*…” ifadesi ile her ne kadar bu konuda ilgili Bakanlıktan onay alınmışsa da, 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 Reklam Mevzuatında açıkça belirtildiği üzere, 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 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**104)**

**Dosya No: 2021/4720**

**Şikayet Edilen: Tahsildaroğlu Süt Ürün. San. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından çeşitli mecralarda yayınlatılan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj, İnternet

**Tespitler:** Firma tarafından üretilen peynirlere ilişkin tanıtımlarda, “Ezine Klasik İnek Peyniri”, “Ezine Keçi Peyniri”, “Ezine Çiftliği Klasik İnek Peyniri” vb. ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda,05.08.2006 tarih ve 86 sayı ile Coğrafi İşaret Tescili ile Ezine Peynirine ilişkin olarak belirlenen üretim koşulları çerçevesinde ürünün diğer koşullar yanında “...koyun, keçi ve ineklerden elde edilen sütlerin mevsimine göre keçi sütü en az %40, koyun sütü %45 ila %55, inek sütü en fazla %15 oranda karıştırılmasıyla üretilen…” şeklinde tanımının yapıldığı,

Bu çerçevede; Ezine Peynirinin, Tescil belgesinde ürünün tek başına keçi, koyun ya da inek sütünden üretilebileceği ve bu adlarla piyasaya sürülebileceğine dair bir hüküm bulunmaması ve üç farklı süt türünün birlikte kullanılması suretiyle elde edilmesi nedeniyle içinde yer alan değişik tipteki süt oranlarına dayanılarak isimlendirilmesinin, diğer bir ifadeyle konuya ilişkin marka tescili olup olmamasından bağımsız olarak değişik ambalaj ve tanıtımlar ile "Ezine İnek", "Ezine Koyun", "Ezine Keçi" vb. adlar altında reklam ve tanıtımının yapılmasının mümkün olmadığı,

Bu durumların da tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,reklam veren **Tahsildaroğlu Süt Ürün. 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.

**105)**

**Dosya No: 2021/4721**

**Şikayet Edilen: Özsoylar Süt Ürünleri ve İnşaat Sanayi Ticaret Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından çeşitli mecralarda yayınlatılan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj, İnternet

**Tespitler:** Firma tarafından üretilen peynirlere ilişkin tanıtımlarda, "Ezine İnek Tam Yağlı (Klasik) Beyaz Peynir”, “Ezine Keçi” vb. ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda,05.08.2006 tarih ve 86 sayı ile Coğrafi İşaret Tescili ile Ezine Peynirine ilişkin olarak belirlenen üretim koşulları çerçevesinde ürünün diğer koşullar yanında “...koyun, keçi ve ineklerden elde edilen sütlerin mevsimine göre keçi sütü en az %40, koyun sütü %45 ila %55, inek sütü en fazla %15 oranda karıştırılmasıyla üretilen…” şeklinde tanımının yapıldığı,

Bu çerçevede; Ezine Peynirinin, Tescil belgesinde ürünün tek başına keçi, koyun ya da inek sütünden üretilebileceği ve bu adlarla piyasaya sürülebileceğine dair bir hüküm bulunmaması ve üç farklı süt türünün birlikte kullanılması suretiyle elde edilmesi nedeniyle içinde yer alan değişik tipteki süt oranlarına dayanılarak isimlendirilmesinin, diğer bir ifadeyle konuya ilişkin marka tescili olup olmamasından bağımsız olarak değişik ambalaj ve tanıtımlar ile "Ezine İnek", "Ezine Koyun", "Ezine Keçi" vb. adlar altında reklam ve tanıtımının yapılmasının mümkün olmadığı,

Bu durumların da tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**106)**

**Dosya No: 2021/4722**

**Şikayet Edilen: Yükseloğulları Süt Ürünleri-Nüzhet YÜKSEL**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından çeşitli mecralarda yayınlatılan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj, İnternet

**Tespitler:** Firma tarafından üretilen peynirlere ilişkin tanıtımlarda, “Ezine İnek”, “Ezine Koyun (%25-30 keçi), Ezine Keçi (koyun oranı %10-%20), Ezine Peyniri (%65 koyun, %25 keçi, %10 inek) vb. ifadelere ve süt oranlarına yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda,05.08.2006 tarih ve 86 sayı ile Coğrafi İşaret Tescili ile Ezine Peynirine ilişkin olarak belirlenen üretim koşulları çerçevesinde ürünün diğer koşullar yanında “...koyun, keçi ve ineklerden elde edilen sütlerin mevsimine göre keçi sütü en az %40, koyun sütü %45 ila %55, inek sütü en fazla %15 oranda karıştırılmasıyla üretilen…” şeklinde tanımının yapıldığı,

Bu çerçevede; Ezine Peynirinin, Tescil belgesinde ürünün tek başına keçi, koyun ya da inek sütünden üretilebileceği ve bu adlarla piyasaya sürülebileceğine dair bir hüküm bulunmaması ve üç farklı süt türünün birlikte kullanılması suretiyle elde edilmesi nedeniyle içinde yer alan değişik tipteki süt oranlarına dayanılarak isimlendirilmesinin, diğer bir ifadeyle konuya ilişkin marka tescili olup olmamasından bağımsız olarak değişik ambalaj ve tanıtımlar ile "Ezine İnek", "Ezine Koyun", "Ezine Keçi" vb. adlar altında reklam ve tanıtımının yapılmasının mümkün olmadığı,

Bu durumların da tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,reklam veren **Yükseloğulları Süt Ürünleri-Nüzhet YÜKSEL** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**107)**

**Dosya No: 2021/4723**

**Şikayet Edilen: Yelken Gıda İnş. Turizm San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından çeşitli mecralarda yayınlatılan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj, İnternet

**Tespitler:** Firma tarafından üretilen peynirlere ilişkin tanıtımlarda, “Ezine İnek Peyniri”, “Ezine Koyun Peyniri”, “Ezine Keçi Peyniri” vb. ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda,05.08.2006 tarih ve 86 sayı ile Coğrafi İşaret Tescili ile Ezine Peynirine ilişkin olarak belirlenen üretim koşulları çerçevesinde ürünün diğer koşullar yanında “...koyun, keçi ve ineklerden elde edilen sütlerin mevsimine göre keçi sütü en az %40, koyun sütü %45 ila %55, inek sütü en fazla %15 oranda karıştırılmasıyla üretilen...” şeklinde tanımının yapıldığı,

Bu çerçevede; Ezine Peynirinin, Tescil belgesinde ürünün tek başına keçi, koyun ya da inek sütünden üretilebileceği ve bu adlarla piyasaya sürülebileceğine dair bir hüküm bulunmaması ve üç farklı süt türünün birlikte kullanılması suretiyle elde edilmesi nedeniyle içinde yer alan değişik tipteki süt oranlarına dayanılarak isimlendirilmesinin, diğer bir ifadeyle konuya ilişkin marka tescili olup olmamasından bağımsız olarak değişik ambalaj ve tanıtımlar ile "Ezine İnek", "Ezine Koyun", "Ezine Keçi" vb. adlar altında reklam ve tanıtımının yapılmasının mümkün olmadığı,

Bu durumların da tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,reklam veren **Yelken Gıda İnş. Turizm 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.

**108)**

**Dosya No: 2021/4724**

**Şikayet Edilen: Ezine Peymar Gıda, Turizm Akaryakıt Nakliye İnşaat Sanayi ve Ticaret Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından çeşitli mecralarda yayınlatılan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj, İnternet

**Tespitler:** Firma tarafından üretilen peynirlere ilişkin tanıtımlarda, “Ezine İnek Peyniri”, “Ezine Koyun Peyniri”, “Ezine Keçi Peyniri” vb. ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda,05.08.2006 tarih ve 86 sayı ile Coğrafi İşaret Tescili ile Ezine Peynirine ilişkin olarak belirlenen üretim koşulları çerçevesinde ürünün diğer koşullar yanında “...koyun, keçi ve ineklerden elde edilen sütlerin mevsimine göre keçi sütü en az %40, koyun sütü %45 ila %55, inek sütü en fazla %15 oranda karıştırılmasıyla üretilen...” şeklinde tanımının yapıldığı,

Bu çerçevede; Ezine Peynirinin, Tescil belgesinde ürünün tek başına keçi, koyun ya da inek sütünden üretilebileceği ve bu adlarla piyasaya sürülebileceğine dair bir hüküm bulunmaması ve üç farklı süt türünün birlikte kullanılması suretiyle elde edilmesi nedeniyle içinde yer alan değişik tipteki süt oranlarına dayanılarak isimlendirilmesinin, diğer bir ifadeyle konuya ilişkin marka tescili olup olmamasından bağımsız olarak değişik ambalaj ve tanıtımlar ile "Ezine İnek", "Ezine Koyun", "Ezine Keçi" vb. adlar altında reklam ve tanıtımının yapılmasının mümkün olmadığı,

Bu durumların da tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,reklam veren **Ezine Peymar Gıda, Turizm Akaryakıt Nakliye İnşaat 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.

**109)**

**Dosya No: 2021/4725**

**Şikayet Edilen: Altınkılıç Gıda ve Süt Sanayi Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından çeşitli mecralarda yayınlatılan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj, İnternet

**Tespitler:** Firma tarafından üretilen peynirlere ilişkin tanıtımlarda, “Altınkılıç Ezine Tam Yağlı Olgunlaştırılmış Beyaz Peynir 3 Farklı Tat (koyun, keçi, inek)”, “Ezine Koyun (koyun sütü %50, keçi sütü %40)”, “Fatih Ezine Klasik Ezine”, “Ezine Olgunlaştırılmış Tam Yağlı Beyaz Peynir (%80 keçi, %10 koyun sütü)”, “Ezine Olgunlaştırılmış Tam Yağlı Beyaz Peynir (%55 koyun, %40 keçi sütü)”, “Ezine Klasik İnek” vb. ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda,05.08.2006 tarih ve 86 sayı ile Coğrafi İşaret Tescili ile Ezine Peynirine ilişkin olarak belirlenen üretim koşulları çerçevesinde ürünün diğer koşullar yanında “...koyun, keçi ve ineklerden elde edilen sütlerin mevsimine göre keçi sütü en az %40, koyun sütü %45 ila %55, inek sütü en fazla %15 oranda karıştırılmasıyla üretilen…” şeklinde tanımının yapıldığı,

Bu çerçevede; Ezine Peynirinin, Tescil belgesinde ürünün tek başına keçi, koyun ya da inek sütünden üretilebileceği ve bu adlarla piyasaya sürülebileceğine dair bir hüküm bulunmaması ve üç farklı süt türünün birlikte kullanılması suretiyle elde edilmesi nedeniyle içinde yer alan değişik tipteki süt oranlarına dayanılarak isimlendirilmesinin, diğer bir ifadeyle konuya ilişkin marka tescili olup olmamasından bağımsız olarak değişik ambalaj ve tanıtımlar ile "Ezine İnek", "Ezine Koyun", "Ezine Keçi" vb. adlar altında reklam ve tanıtımının yapılmasının mümkün olmadığı,

Bu durumların da tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**110)**

**Dosya No: 2021/4728**

**Şikayet Edilen: Doğruluk Kollektif Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından çeşitli mecralarda yayınlatılan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj, İnternet

**Tespitler:** Firma tarafından üretilen peynirlere ilişkin tanıtımlarda, Ezine Peyniri (%50 koyun sütü), “Migros Mandıra Lezzeti (%50 koyun sütü)”, “Metro Chef Ezine Peyniri (%50 koyun sütü)”, “Ezine İnek” vb. ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda,05.08.2006 tarih ve 86 sayı ile Coğrafi İşaret Tescili ile Ezine Peynirine ilişkin olarak belirlenen üretim koşulları çerçevesinde ürünün diğer koşullar yanında “...koyun, keçi ve ineklerden elde edilen sütlerin mevsimine göre keçi sütü en az %40, koyun sütü %45 ila %55, inek sütü en fazla %15 oranda karıştırılmasıyla üretilen…” şeklinde tanımının yapıldığı,

Bu çerçevede; Ezine Peynirinin, Tescil belgesinde ürünün tek başına keçi, koyun ya da inek sütünden üretilebileceği ve bu adlarla piyasaya sürülebileceğine dair bir hüküm bulunmaması ve üç farklı süt türünün birlikte kullanılması suretiyle elde edilmesi nedeniyle içinde yer alan değişik tipteki süt oranlarına dayanılarak isimlendirilmesinin, diğer bir ifadeyle konuya ilişkin marka tescili olup olmamasından bağımsız olarak değişik ambalaj ve tanıtımlar ile "Ezine İnek", "Ezine Koyun", "Ezine Keçi" vb. adlar altında reklam ve tanıtımının yapılmasının mümkün olmadığı,

Bu durumların da tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**111)**

**Dosya No: 2021/4729**

**Şikayet Edilen: Akpınar Süt Ürünleri San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından çeşitli mecralarda yayınlatılan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj, İnternet

**Tespitler:** Firma tarafından üretilen peynirlere ilişkin tanıtımlarda, “Ezine Klasik İnek Peyniri”, “Ezine Keçi Peyniri”, “Ezine Koyun Peyniri (%50 Koyun, %40 Keçi)”, “Ezine Peyniri (%50 koyun sütü)” vb. ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda,05.08.2006 tarih ve 86 sayı ile Coğrafi İşaret Tescili ile Ezine Peynirine ilişkin olarak belirlenen üretim koşulları çerçevesinde ürünün diğer koşullar yanında “...koyun, keçi ve ineklerden elde edilen sütlerin mevsimine göre keçi sütü en az %40, koyun sütü %45 ila %55, inek sütü en fazla %15 oranda karıştırılmasıyla üretilen...” şeklinde tanımının yapıldığı,

Bu çerçevede; Ezine Peynirinin, Tescil belgesinde ürünün tek başına keçi, koyun ya da inek sütünden üretilebileceği ve bu adlarla piyasaya sürülebileceğine dair bir hüküm bulunmaması ve üç farklı süt türünün birlikte kullanılması suretiyle elde edilmesi nedeniyle içinde yer alan değişik tipteki süt oranlarına dayanılarak isimlendirilmesinin, diğer bir ifadeyle konuya ilişkin marka tescili olup olmamasından bağımsız olarak değişik ambalaj ve tanıtımlar ile "Ezine İnek", "Ezine Koyun", "Ezine Keçi" vb. adlar altında reklam ve tanıtımının yapılmasının mümkün olmadığı,

Bu durumların da tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**112)**

**Dosya No: 2021/4730**

**Şikayet Edilen: Peysal Gıda San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından çeşitli mecralarda yayınlatılan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj, İnternet

**Tespitler:** Firma tarafından üretilen peynirlere ilişkin tanıtımlarda, “Tam Yağlı Olgunlaştırılmış Beyaz Peynir” vb. ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda,firma tarafından üretilen peynirlerin tanıtımlarında “Ezine” ifadesine yer verilmediği,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların, Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin ilgili hükümleri ile 6502 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 ve 62 nci maddelerine **aykırı olmadığı** görüş ve kanaatine varılmıştır.

**113)**

**Dosya No: 2021/4732**

**Şikayet Edilen: Berceste Grup İnşaat Turizm İşletmeciliği Akaryakıt Bayiliği Gıda San. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait www.berceste.com.tr adresli internet sitesinde yayınlanan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 22.12.2020

**Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj, İnternet

**Tespitler:** Firma tarafından satışa sunulan peynirlere ilişkin tanıtımlarda, "Ezine Peyniri Koyun-Keçi-İnek” vb. ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda,firmaya ait internet sitesi üzerinden 22.12.2020 tarihi itibariyle satışa sunulan “Ezine Peyniri Koyun-Keçi-İnek” isimli ürünün, 05.08.2006 tarih ve 86 sayı ile tescil altına alınan Ezine Peyniri coğrafi işaret tesciline uygun nitelikte üretildiğine ilişkin olarak firmaca Bakanlığa ispatlayıcı bilgi ve belge sunulamadığı ve farklı firmalardan edinilen ürünün markası, üreticisi ve niteliği gibi hususlarda gerekli bilgilerin tüketicilere verilmeyerek ürünün firma tarafından üretildiğine ilişkin bir izlenim yaratıldığı, bu çerçevede ürün isminde "Ezine Peyniri" ifadesinin bulunmasının tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu,

Bu durumların da tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/5-c, 7/5-f, 7/5-g, 9/1, 9/5, 11/1-b, 12/2 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,reklam veren **Berceste Grup İnşaat Turizm İşletmeciliği Akaryakıt Bayiliği Gıda San. ve Tic. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**114)**

**Dosya No: 2021/4733**

**Şikayet Edilen: Taso Gıda Sanayi ve Ticaret Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait www.tasomarket.com adresli internet sitesinde yayınlanan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 16.07.2021

**Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj, İnternet

**Tespitler:** Firma tarafından satışa sunulan peynirlere ilişkin tanıtımlarda, "Özünallar Ezine Peyniri” vb. ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda,firmaya ait internet sitesi üzerinden 16.07.2021 tarihi itibariyle satışa sunulan “Özünallar Ezine Peyniri” isimli ürünün, 05.08.2006 tarih ve 86 sayı ile tescil altına alınan Ezine Peyniri coğrafi işaret tesciline uygun nitelikte üretildiğine ilişkin olarak firmaca Bakanlığa ispatlayıcı bilgi ve belge sunulamadığı ve farklı firmalardan edinilen ürünün markası, üreticisi ve niteliği gibi hususlarda gerekli bilgilerin tüketicilere verilmeyerek ürünün firma tarafından üretildiğine ilişkin bir izlenim yaratıldığı, bu çerçevede ürün isminde "Ezine Peyniri" ifadesinin bulunmasının tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu,

Bu durumların da tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/5-c, 7/5-f, 7/5-g, 9/1, 9/5, 11/1-b, 12/2 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,reklam veren **Taso Gıda 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.

**115)**

**Dosya No: 2021/4734**

**Şikayet Edilen: Gürtat Besicilik Gıda Sanayi ve Ticaret Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait www.gurtat.com.tr adresli internet sitesinde yayınlanan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 14.07.2021

**Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj, İnternet

**Tespitler:** Firma tarafından satışa sunulan peynirlere ilişkin tanıtımlarda, "Gürtat Ezine Peyniri” vb. ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda,firmaya ait internet sitesi üzerinden 14.07.2021 tarihi itibariyle satışa sunulan “Gürtat Ezine Peyniri” isimli ürünün, 05.08.2006 tarih ve 86 sayı ile tescil altına alınan Ezine Peyniri coğrafi işaret tesciline uygun nitelikte üretildiğine ilişkin olarak firmaca Bakanlığa sunulan bilgiler çerçevesinde ürünün tescile uygun üretim yapan firmalar yanında bu konuda bir yeterliliği olmayan firmalardan da satın alındığı, bu çerçevede ürünün Ezine Peyniri niteliği taşıdığını ispatlayıcı bilgi ve belgelerin sunulamadığı ve farklı firmalardan edinilen ürünün markası, üreticisi ve niteliği gibi hususlarda gerekli bilgilerin tüketicilere verilmeyerek ürünün firma tarafından üretildiğine ilişkin bir izlenim yaratıldığı, bu çerçevede ürün isminde "Ezine Peyniri" ifadesinin bulunmasının tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/5-c, 7/5-f, 7/5-g, 9/1, 9/5, 11/1-b, 12/2 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**116)**

**Dosya No: 2021/4735**

**Şikayet Edilen: Carrefour SA Carrefour Sabancı Ticaret Merkezi A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait www.carrefoursa.com adresli internet sitesinde yayınlanan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 22.12.2020

**Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj, İnternet

**Tespitler:** Firma tarafından satışa sunulan peynirlere ilişkin tanıtımlarda, "Ezine Peyniri Keçi” vb. ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda,05.08.2006 tarih ve 86 sayı ile Coğrafi İşaret Tescili ile Ezine Peynirine ilişkin olarak belirlenen üretim koşulları çerçevesinde ürünün diğer koşullar yanında “...koyun, keçi ve ineklerden elde edilen sütlerin mevsimine göre keçi sütü en az %40, koyun sütü %45 ila %55, inek sütü en fazla %15 oranda karıştırılmasıyla üretilen...” şeklinde tanımının yapıldığı,

Bu çerçevede; Ezine Peynirinin, Tescil belgesinde ürünün tek başına keçi, koyun ya da inek sütünden üretilebileceği ve bu adlarla piyasaya sürülebileceğine dair bir hüküm bulunmaması ve üç farklı süt türünün birlikte kullanılması suretiyle elde edilmesi nedeniyle içinde yer alan değişik tipteki süt oranlarına dayanılarak isimlendirilmesinin, diğer bir ifadeyle konuya ilişkin marka tescili olup olmamasından bağımsız olarak değişik ambalaj ve tanıtımlar ile "Ezine İnek", "Ezine Koyun", "Ezine Keçi" vb. adlar altında reklam ve tanıtımının yapılmasının mümkün olmadığı,

Bu durumların da tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**117)**

**Dosya No: 2021/4736**

**Şikayet Edilen: Tat Gıda San. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından üretilen ürünlere ilişkin reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 22.12.2020

**Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj, İnternet

**Tespitler:** Firma tarafından üretilen peynirlere ilişkin tanıtımlarda, "Ezine Peyniri Keçi” vb. ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda,05.08.2006 tarih ve 86 sayı ile Coğrafi İşaret Tescili ile Ezine Peynirine ilişkin olarak belirlenen üretim koşulları çerçevesinde ürünün diğer koşullar yanında “...koyun, keçi ve ineklerden elde edilen sütlerin mevsimine göre keçi sütü en az %40, koyun sütü %45 ila %55, inek sütü en fazla %15 oranda karıştırılmasıyla üretilen...” şeklinde tanımının yapıldığı,

Bu çerçevede; Ezine Peynirinin, Tescil belgesinde ürünün tek başına keçi, koyun ya da inek sütünden üretilebileceği ve bu adlarla piyasaya sürülebileceğine dair bir hüküm bulunmaması ve üç farklı süt türünün birlikte kullanılması suretiyle elde edilmesi nedeniyle içinde yer alan değişik tipteki süt oranlarına dayanılarak isimlendirilmesinin, diğer bir ifadeyle konuya ilişkin marka tescili olup olmamasından bağımsız olarak değişik ambalaj ve tanıtımlar ile "Ezine İnek", "Ezine Koyun", "Ezine Keçi" vb. adlar altında reklam ve tanıtımının yapılmasının mümkün olmadığı,

Bu durumların da tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu reklamların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**118)**

**Dosya No: 2021/4738**

**Şikayet Edilen: Aydın Süt Mamülleri ve Gıda Tic Ltd Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından üretilen ürünlere ilişkin reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 16.07.2021

**Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj, İnternet

**Tespitler:** Firma tarafından üretilen peynirlere ilişkin tanıtımlarda, "Ariste Nazende Ezine Peyniri Keçi Sütünün Lezzeti” vb. ifadeler ile ilgili tanıtımların açıklama bölümünde “Ariste ailesinin anlattığı hikayeye göre; Kamil Usta’ları peynirde en çok kıvama önem verirmiş. Olgunlaşma sürecinde doğru kıvamı yakalamak ve o kıvamı kaçırmamak bu işin en zahmetli kısmı olduğunu söylermiş ve Kamil usta, istenilen kıvama gelen peynirler için “madlen çikolata kıvamında” benzetmesini kullanırmış. Ariste ailesi Kamil Usta’nın bu benzetmesini çok sevmiş ve benimsemiş. Ezine peynirlerinin madlen çikolata kıvamına gelmesini sağlamak için senenin 3 ayı içinde üretilen koyun peynirlerini siz #peynirsever lere en iyi kıvamda sunmak için üretildiği günden son ana kadar var gücüyle çalışmışlardır.” şeklindeki ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda,05.08.2006 tarih ve 86 sayı ile Coğrafi İşaret Tescili ile Ezine Peynirine ilişkin olarak belirlenen üretim koşulları çerçevesinde ürünün diğer koşullar yanında “...koyun, keçi ve ineklerden elde edilen sütlerin mevsimine göre keçi sütü en az %40, koyun sütü %45 ila %55, inek sütü en fazla %15 oranda karıştırılmasıyla üretilen…” şeklinde tanımının yapıldığı,

Bu çerçevede, Ezine Peynirinin, Tescil belgesinde ürünün tek başına keçi, koyun ya da inek sütünden üretilebileceği ve bu adlarla piyasaya sürülebileceğine dair bir hüküm bulunmaması ve üç farklı süt türünün birlikte kullanılması suretiyle elde edilmesi nedeniyle içinde yer alan değişik tipteki süt oranlarına dayanılarak isimlendirilmesinin, diğer bir ifadeyle konuya ilişkin marka tescili olup olmamasından bağımsız olarak değişik ambalaj ve tanıtımlar ile "Ezine İnek", "Ezine Koyun", "Ezine Keçi" vb. adlar altında reklam ve tanıtımının yapılmasının mümkün olmadığı,

Diğer taraftan, Ezine Peyniri ürününün bulunduğu tüm alanlarda yer verilen “Ariste ailesinin anlattığı hikayeye göre; Kamil Usta’ları peynirde en çok kıvama önem verirmiş. Olgunlaşma sürecinde doğru kıvamı yakalamak ve o kıvamı kaçırmamak bu işin en zahmetli kısmı olduğunu söylermiş ve Kamil usta, istenilen kıvama gelen peynirler için ‘madlen çikolata kıvamında’ benzetmesini kullandığı Ariste ailesi Kamil Usta’nın bu benzetmesini çok sevmiş ve benimsemiş. Ezine peynirlerinin madlen çikolata kıvamına gelmesini sağlamak için senenin 3 ayı içinde üretilen koyun peynirlerini siz #peynirseverlere en iyi kıvamda sunmak için üretildiği günden son ana kadar var gücüyle çalışmışlardır.” vb. ifadelerin, Bakanlığa sunulan belgelerden ürünün firmaca üretilmemesi nedeniyle kullanılmasının tüketicileri doğru bir biçimde yönlendirmediği,

Bu durumların da tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,reklam veren **Aydın Süt Mamülleri ve Gıda Tic Ltd Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**119)**

**Dosya No: 2021/4743**

**Şikayet Edilen: Burak GÜNDOĞDU**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.dogumark.com adresli internet sitesinde yayınlanan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 16.07.2021

**Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj, İnternet

**Tespitler:** Firma tarafından üretilen peynirlere ilişkin tanıtımlarda, "Organik Ezine Peyniri” vb. ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda,şahsa ait söz konusu internet sitesi üzerinden 16.07.2021 tarihi itibariyle satışa sunulan “Organik Ezine Peyniri” isimli ürünün, 05.08.2006 tarih ve 86 sayı ile tescil altına alınan Ezine Peyniri coğrafi işaret tesciline uygun nitelikte üretildiğine ilişkin olarak şahısca Bakanlığa ispatlayıcı bilgi ve belge sunulamadığı ve farklı firmalardan edinilen ürünün markası, üreticisi ve niteliği gibi hususlarda gerekli bilgilerin tüketicilere verilmeyerek ürünün şahıs tarafından üretildiğine ilişkin bir izlenim yaratıldığı, bu çerçevede ürün isminde "Ezine Peyniri" ifadesinin bulunmasının tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu,

Bu durumların da tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/5-c, 7/5-f, 7/5-g, 9/1, 9/5, 11/1-b, 12/2 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**120)**

**Dosya No: 2021/4745**

**Şikayet Edilen: Altıntaş Gıda Turizm Ticaret Sanayii Ticaret Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından üretilen ürünlere ilişkin reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 16.07.2021

**Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj, İnternet

**Tespitler:** Firma tarafından üretilen peynirlere ilişkin tanıtımlarda, "Altıntaş Ezine Peyniri” vb. ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda,firmaca üretilen "Altıntaş Ezine Peyniri" isimli ürünün, 05.08.2006 tarih ve 86 sayı ile tescil altına alınan Ezine Peyniri coğrafi işaret tesciline uygun nitelikte üretildiğine ilişkin olarak firma tarafından Bakanlığa ispatlayıcı bilgi ve belge sunulamadığı ve farklı firmalardan edinilen ürünün markası, üreticisi ve niteliği gibi hususlarda gerekli bilgilerin tüketicilere verilmeyerek ürünün firmaca üretildiğine ilişkin bir izlenim yaratıldığı, bu çerçevede ürün isminde "Ezine Peyniri" ifadesinin bulunmasının,

Tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/5-c, 7/5-f, 7/5-g, 9/1, 9/5, 11/1-b, 12/2 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**121)**

**Dosya No: 2021/4746**

**Şikayet Edilen: Erol TOSUNKARA**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şahsa ait www.birdetadinibilsen.com adresli internet sitesinde yayınlanan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 14.07.2021

**Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj, İnternet

**Tespitler:** Şahıs tarafından satışa sunulan peynirlere ilişkin tanıtımlarda, "Altıntaş Ezine Peyniri” vb. ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda,şahsa ait söz konusu internet sitesi üzerinden 14.07.2021 tarihi itibariyle satışa sunulan “Altıntaş Ezine Peyniri” isimli ürünün, 05.08.2006 tarih ve 86 sayı ile tescil altına alınan Ezine Peyniri coğrafi işaret tesciline uygun nitelikte üretildiğine ilişkin olarak şahısça Bakanlığa ispatlayıcı bilgi ve belge sunulamadığı ve farklı firmalardan edinilen ürünün markası, üreticisi ve niteliği gibi hususlarda gerekli bilgilerin tüketicilere verilmeyerek ürünün şahıs tarafından üretildiğine ilişkin bir izlenim yaratıldığı, bu çerçevede ürün isminde "Ezine Peyniri" ifadesinin bulunmasının tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu,

Bu durumların da tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/5-c, 7/5-f, 7/5-g, 9/1, 9/5, 11/1-b, 12/2 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**122)**

**Dosya No: 2021/4747**

**Şikayet Edilen: Kayra Gıda İnşaat Turizm Petrol Ürünleri Taşımacılık Sanayi ve Ticaret Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait internet sitesinde yayınlanan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 16.07.2021

**Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj, İnternet

**Tespitler:** Firmaya ait internet sitesinde yer verilen tanıtımlarda, "Ezine Çiftliği Tam Yağlı Beyaz Peynir” vb. ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda,firmaya ait internet sitesi üzerinden 16.07.2021 tarihi itibariyle satışa sunulan “Ezine Çiftliği Tam Yağlı Beyaz Peynir” isimli ürünün, 05.08.2006 tarih ve 86 sayı ile tescil altına alınan Ezine Peyniri coğrafi işaret tesciline uygun nitelikte üretildiğine ilişkin olarak firmaca Bakanlığa ispatlayıcı bilgi ve belge sunulamadığı ve farklı firmalardan edinilen ürünün markası, üreticisi ve niteliği gibi hususlarda gerekli bilgilerin tüketicilere verilmeyerek ürünün firma tarafından üretildiğine ilişkin bir izlenim yaratıldığı, bu çerçevede ürün isminde "Ezine Peyniri" ifadesinin bulunmasının tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu,

Bu durumların da tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/5-c, 7/5-f, 7/5-g, 9/1, 9/5, 11/1-b, 12/2 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,reklam veren **Kayra Gıda İnşaat Turizm Petrol Ürünleri Taşımacılık 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.

**123)**

**Dosya No: 2021/4749**

**Şikayet Edilen: Panagro Tarım Hayvancılık Gıda San. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafında üretilen ürünlere ilişin yayınlanan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 22.12.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj, İnternet

**Tespitler:** Firma tarafından üretilen peynirlere ilişkin tanıtımlarda, “Torku Ezine” vb. ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda,05.08.2006 tarih ve 86 sayı ile Coğrafi İşaret Tescili ile Ezine Peynirine ilişkin olarak belirlenen üretim koşulları çerçevesinde ürünün diğer koşullar yanında “...koyun, keçi ve ineklerden elde edilen sütlerin mevsimine göre keçi sütü en az %40, koyun sütü %45 ila %55, inek sütü en fazla %15 oranda karıştırılmasıyla üretilen...” şeklinde tanımının yapıldığı,

Bu çerçevede, Ezine Peynirinin, Tescil belgesinde ürünün tek başına keçi, koyun ya da inek sütünden üretilebileceği ve bu adlarla piyasaya sürülebileceğine dair bir hüküm bulunmaması ve üç farklı süt türünün birlikte kullanılması suretiyle elde edilmesi nedeniyle içinde yer alan değişik tipteki süt oranlarına dayanılarak isimlendirilmesinin, diğer bir ifadeyle konuya ilişkin marka tescili olup olmamasından bağımsız olarak değişik ambalaj ve tanıtımlar ile "Ezine İnek", "Ezine Koyun", "Ezine Keçi" vb. adlar altında reklam ve tanıtımının yapılmasının mümkün olmadığı,

Bu durumların da tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**124)**

**Dosya No: 2021/4750**

**Şikayet Edilen: Linaben Gıda Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait www.sakliciftlik.com.tr adresli internet sitesinde yayınlanan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 14.07.2021

**Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj, İnternet

**Tespitler:** Firma tarafından satışa sunulan peynirlere ilişkin tanıtımlarda, “Saklı Çiftlik Ezine Peyniri” vb. ifadeler ile,

Söz konusu tanıtımlarda "Açıklama" başlığı altında yer alan "Hastalıklardan korur: Ev Yapımı Yumuşak Ezine Peynir, günlük düzenli olarak tüketildiği takdirde hücreleri güçlendirerek mikroplara karşı daha iyi mücadele etmesine yardımcı olur.", "%100 Sağlıklı", "Organik", "...doğal ortamlarda el yapımı üretilmekte olup hiçbir katkı maddesi içermeksizin % 100 doğaldır", "% 100 Taze olan ev yapımı Yumuşak Ezine Peynir hijyenik şartlarda üretilmiş olup tamamen katkısızdır.", "Vitamin: Ev Yapımı Yumuşak Ezine Peynir, içerdiği zengin vitamin, mineral ve bileşenlerle bağışıklık sisteminizi güçlendirir, sindirim ve kan dolaşımını düzenler", "Organik: Saklı Çiftlik özel olarak beslenen hayvanlarından alan sütlerle yapılan peynirlerimiz tamamen organiktir." vb. ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda,firmaca üretilen ve www.sakliciftlik.com.tr adresli internet sitesi üzerinden 14.07.2021 tarihi itibariyle satışa sunulan "Saklı Çiftlik Ezine Peyniri" isimli ürünün, 05.08.2006 tarih ve 86 sayı ile tescil altına alınan Ezine Peyniri coğrafi işaret tesciline uygun nitelikte üretildiğine ilişkin olarak firma tarafından Bakanlığa ispatlayıcı bilgi ve belge sunulamadığı ve farklı firmalardan edinilen ürünün markası, üreticisi ve niteliği gibi hususlarda gerekli bilgilerin tüketicilere verilmeyerek ürünün firmaca üretildiğine ilişkin bir izlenim yaratıldığı,

Diğer taraftan, söz konusu tanıtımlarda "Açıklama" başlığı altında yer alan "Hastalıklardan korur: Ev Yapımı Yumuşak Ezine Peynir, günlük düzenli olarak tüketildiği takdirde hücreleri güçlendirerek mikroplara karşı daha iyi mücadele etmesine yardımcı olur.", "%100 Sağlıklı", "Organik", "...doğal ortamlarda el yapımı üretilmekte olup hiçbir katkı maddesi içermeksizin % 100 doğaldır", "% 100 Taze olan ev yapımı Yumuşak Ezine Peynir hijyenik şartlarda üretilmiş olup tamamen katkısızdır.", "Vitamin: Ev Yapımı Yumuşak Ezine Peynir, içerdiği zengin vitamin, mineral ve bileşenlerle bağışıklık sisteminizi güçlendirir, sindirim ve kan dolaşımını düzenler", "Organik: Saklı Çiftlik özel olarak beslenen hayvanlarından alan sütlerle yapılan peynirlerimiz tamamen organiktir." vb. ifadelerin birer sağlık beyanı//kanıta muhtaç olduğu, mevzuatta izin verilen sınırların dışına çıkan bu beyanlarla tanıtımı yapılan ürünlerin aldatıcı ve yanıltıcı bir izlenim oluşturularak bir ilaç veya beşeri tıbbi ürün gibi/olduğundan farklı nitelikte tanıtıldığı,

Bu durumların da tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmelik’in 5-a, 5-b, 5-c, 5-ç, 5-d maddeleri,

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

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/5-f, 7/5-g, 9/1, 9/5, 11/1-b, 12/2, 26 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**125)**

**Dosya No: 2021/4751**

**Şikayet Edilen: Pey Bu Süt Ürünleri Yalçın ÇELİK**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şahsa ait www.peybu.com.tr adresli internet sitesinde yayınlanan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 14.07.2021

**Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj, İnternet

**Tespitler:** Şahıs tarafından satışa sunulan peynirlere ilişkin tanıtımlarda, "Ezine Peyniri” vb. ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda,şahsa ait söz konusu internet sitesi üzerinden 14.07.2021 tarihi itibariyle satışa sunulan “Ezine Peyniri” isimli ürünün, 05.08.2006 tarih ve 86 sayı ile tescil altına alınan Ezine Peyniri coğrafi işaret tesciline uygun nitelikte üretildiğine ilişkin olarak şahısça Bakanlığa ispatlayıcı bilgi ve belge sunulamadığı ve farklı firmalardan edinilen ürünün markası, üreticisi ve niteliği gibi hususlarda gerekli bilgilerin tüketicilere verilmeyerek ürünün şahıs tarafından üretildiğine ilişkin bir izlenim yaratıldığı, bu çerçevede ürün isminde "Ezine Peyniri" ifadesinin bulunmasının tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu,

Bu durumların da tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/5-c, 7/5-f, 7/5-g, 9/1, 9/5,11/1-b, 12/2 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,reklam veren **Pey Bu Süt Ürünleri Yalçın ÇELİK** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**126)**

**Dosya No: 2021/4752**

**Şikayet Edilen: Kzk Gıda Güzellik Hizmetleri İnşaat Otomotiv Turizm Sanayi Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait www.gurmejet.com.tr adresli internet sitesinde yayınlanan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 16.07.2021

**Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj, İnternet

**Tespitler:** Firma tarafından üretilen peynirlere ilişkin tanıtımlarda, “OTS Organik Tam Yağlı Ezine Peyniri” vb. ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda,firmaya ait internet sitesi üzerinden 16.07.2021 tarihi itibariyle satışa sunulan “OTS Organik Tam Yağlı Ezine Peyniri” isimli ürünün, 05.08.2006 tarih ve 86 sayı ile tescil altına alınan Ezine Peyniri coğrafi işaret tesciline uygun nitelikte üretildiğine ilişkin olarak firmaca Bakanlığa ispatlayıcı bilgi ve belge sunulamadığı ve farklı firmalardan edinilen ürünün markası, üreticisi ve niteliği gibi hususlarda gerekli bilgilerin tüketicilere verilmeyerek ürünün firma tarafından üretildiğine ilişkin bir izlenim yaratıldığı, bu çerçevede ürün isminde "Ezine Peyniri" ifadesinin bulunmasının tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu,

Bu durumların da tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/5-c, 7/5-f, 7/5-g, 9/1, 9/5, 11/1-b, 12/2 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,reklam veren **Kzk Gıda Güzellik Hizmetleri İnşaat Otomotiv Turizm Sanayi Limited Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**127)**

**Dosya No: 2021/4753**

**Şikayet Edilen: Yaşlıoğulları Hayvancılık Tarım Gıda Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait www.yassut.com adresli internet sitesinde yayınlanan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 14.07.2021

**Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj, İnternet

**Tespitler:** Firma tarafından üretilen peynirlere ilişkin tanıtımlarda, “Naturel Ezine Peyniri” vb. ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda,firmaya ait internet sitesi üzerinden 14.07.2021 tarihi itibariyle satışa sunulan “Naturel Ezine Peyniri” isimli ürünün, 05.08.2006 tarih ve 86 sayı ile tescil altına alınan Ezine Peyniri coğrafi işaret tesciline uygun nitelikte üretildiğine ilişkin olarak firmaca Bakanlığa ispatlayıcı bilgi ve belge sunulamadığı ve farklı firmalardan edinilen ürünün markası, üreticisi ve niteliği gibi hususlarda gerekli bilgilerin tüketicilere verilmeyerek ürünün firma tarafından üretildiğine ilişkin bir izlenim yaratıldığı, bu çerçevede ürün isminde "Ezine Peyniri" ifadesinin bulunmasının tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu,

Bu durumların da tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/5-c, 7/5-f, 7/5-g, 9/1, 9/5, 11/1-b, 12/2 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**128)**

**Dosya No: 2021/4754**

**Şikayet Edilen: Dupnisa Çiftliği Gıda Pazarlama Sanayi ve Ticaret Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait www.trakyadanevinize.com.tr adresli internet sitesinde yayınlanan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 14.07.2021

**Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj, İnternet

**Tespitler:** Firma tarafından üretilen peynirlere ilişkin tanıtımlarda, “Dupnisa Çiftliği Ezine Peyniri” vb. ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda,firmaya ait internet sitesi üzerinden 14.07.2021 tarihi itibariyle satışa sunulan “Dupnisa Çiftliği Ezine Peyniri” isimli ürünün, 05.08.2006 tarih ve 86 sayı ile tescil altına alınan Ezine Peyniri coğrafi işaret tesciline uygun nitelikte üretildiğine ilişkin olarak firmaca Bakanlığa ispatlayıcı bilgi ve belge sunulamadığı ve farklı firmalardan edinilen ürünün markası, üreticisi ve niteliği gibi hususlarda gerekli bilgilerin tüketicilere verilmeyerek ürünün firma tarafından üretildiğine ilişkin bir izlenim yaratıldığı, bu çerçevede ürün isminde "Ezine Peyniri" ifadesinin bulunmasının tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu,

Bu durumların da tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/5-c, 7/5-f, 7/5-g, 9/1, 9/5, 11/1-b, 12/2 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**129)**

**Dosya No: 2021/4755**

**Şikayet Edilen: Cihanbey Şarküteri - Cihan ŞEN**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şahsa ait www.deliklipeynir.com adresli internet sitesinde yayınlanan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 16.07.2021

**Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj, İnternet

**Tespitler:** Şahıs tarafından satışa sunulan peynirlere ilişkin tanıtımlarda, "Ezine Peyniri” vb. ifadelere yer verildiği ve ürün ambalajı üzerinde ürünün inek sütünden yapıldığına yönelik ibare bulunduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda,şahsa ait söz konusu internet sitesi üzerinden 16.07.2021 tarihi itibariyle satışa sunulan “Ezine Peyniri” isimli ürünün, 05.08.2006 tarih ve 86 sayı ile tescil altına alınan Ezine Peyniri coğrafi işaret tesciline uygun nitelikte üretildiğine ilişkin olarak şahısça Bakanlığa ispatlayıcı bilgi ve belge sunulamadığı ve farklı firmalardan edinilen ürünün markası, üreticisi ve niteliği gibi hususlarda gerekli bilgilerin tüketicilere verilmeyerek ürünün şahıs tarafından üretildiğine ilişkin bir izlenim yaratıldığı, bu çerçevede ürün isminde "Ezine Peyniri" ifadesinin bulunmasının tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu,

Bu durumların da tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/5-c, 7/5-f, 7/5-g, 9/1, 9/5, 11/1-b, 12/2 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**130)**

**Dosya No: 2021/4756**

**Şikayet Edilen: İtimat Peynircilik Süt ve Süt Ürünleri İmalat Pazarlama Sanayi Ticaret Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından üretilen ürünlere ilişkin yayınlanan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 14.07.2021

**Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj, İnternet

**Tespitler:** Firma tarafından satışa sunulan peynirlere ilişkin tanıtımlarda, “Ezine Koyun”, “Ezine Keçi”, “Ezine Tam Yağlı Olgunlaştırılmış Peynir (İnek Peyniri)” vb. ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda,05.08.2006 tarih ve 86 sayı ile Coğrafi İşaret Tescili ile Ezine Peynirine ilişkin olarak belirlenen üretim koşulları çerçevesinde ürünün diğer koşullar yanında “...koyun, keçi ve ineklerden elde edilen sütlerin mevsimine göre keçi sütü en az %40, koyun sütü %45 ila %55, inek sütü en fazla %15 oranda karıştırılmasıyla üretilen...” şeklinde tanımının yapıldığı,

Bu çerçevede; Ezine Peynirinin, Tescil belgesinde ürünün tek başına keçi, koyun ya da inek sütünden üretilebileceği ve bu adlarla piyasaya sürülebileceğine dair bir hüküm bulunmaması ve üç farklı süt türünün birlikte kullanılması suretiyle elde edilmesi nedeniyle içinde yer alan değişik tipteki süt oranlarına dayanılarak isimlendirilmesinin, diğer bir ifadeyle konuya ilişkin marka tescili olup olmamasından bağımsız olarak değişik ambalaj ve tanıtımlar ile "Ezine İnek", "Ezine Koyun", "Ezine Keçi" vb. adlar altında reklam ve tanıtımının yapılmasının mümkün olmadığı,

Bu durumların da tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,reklam veren **İtimat Peynircilik Süt ve Süt Ürünleri İmalat Pazarlama Sanayi Ticaret Anonim Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**131)**

**Dosya No: 2021/4757**

**Şikayet Edilen: Paşa Çiftliği Gıda Ürünleri Sanayi ve Ticaret Anonim Şirketi (Paşa Çiftliği Gıda Ürünleri Sanayi ve Ticaret Limited Şirketi (Eski Unvan)**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait www.pasaciftligi.com.tr adresli internet sitesinde yayınlanan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 14.07.2021

**Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj, İnternet

**Tespitler:** Firma tarafından satışa sunulan peynirlere ilişkin tanıtımlarda, “Ezine Peyniri” vb. ifadeler ile,

Söz konusu tanıtımlarda, "Peynirin Faydaları" başlığı altında yer alan "Kemik erimesini önler, Mide rahatsızlıklarının tedavisine iyi gelir, Sindirim sistemini düzene sokar, Bağışıklık sistemini güçlendirir, Ph seviyesini kontrol edip, yüksek miktarda kalsiyum içerdiğinden dişler için faydalıdır, Kronik bronşiti önler." vb. ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda,firmaca üretilen ve www.pasaciftligi.com.tr adresli internet sitesi üzerinden 14.07.2021 tarihi itibariyle satışa sunulan "Ezine Peyniri" isimli ürünün, 05.08.2006 tarih ve 86 sayı ile tescil altına alınan Ezine Peyniri coğrafi işaret tesciline uygun nitelikte üretildiğine ilişkin olarak firma tarafından Bakanlığa ispatlayıcı bilgi ve belge sunulamadığı ve farklı firmalardan edinilen ürünün markası, üreticisi ve niteliği gibi hususlarda gerekli bilgilerin tüketicilere verilmeyerek ürünün firmaca üretildiğine ilişkin bir izlenim yaratıldığı,

Diğer taraftan, söz konusu tanıtımlarda, "Sağlık Açısından Faydaları" başlığı altında yer alan "Sindirim sistemini destekler, Alerji ve astıma iyi gelir, Mineral yönünden zengindir, Kemiklerin güçlenmesini sağlar, Sinir sistemini düzenler, Kanserden vücudu korur Bağışıklık sistemini güçlendirir" vb. ifadelere yer verildiği tespit edilmiş olup söz konusu ifadelerin birer sağlık beyanı/kanıta muhtaç olduğu, mevzuatta izin verilen sınırların dışına çıkan bu beyanlarla tanıtımı yapılan ürünlerin aldatıcı ve yanıltıcı bir izlenim oluşturularak bir ilaç veya beşeri tıbbi ürün gibi/olduğundan farklı nitelikte tanıtıldığı,

Bu durumların da tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmelik’in 5-a, 5-b, 5-c, 5-ç, 5-d maddeleri,

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

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/5-f, 7/5-g, 9/1, 9/5, 11/1-b, 12/2, 26 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,reklam veren **Paşa Çiftliği Gıda Ürünleri 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.

**132)**

**Dosya No: 2021/4758**

**Şikayet Edilen: Yörem Gıda-Ali İhsan BİKBAY**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şahsa ait www.yoremsuturunleri.com adresli internet sitesinde yayınlanan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 16.07.2021

**Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj, İnternet

**Tespitler:** Firma tarafından satışa sunulan peynirlere ilişkin tanıtımlarda, "Ezine Peyniri” vb. ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda,şahsa ait söz konusu internet sitesi üzerinden 16.07.2021 tarihi itibariyle satışa sunulan “Ezine Peyniri” isimli ürünün, 05.08.2006 tarih ve 86 sayı ile tescil altına alınan Ezine Peyniri coğrafi işaret tesciline uygun nitelikte üretildiğine ilişkin olarak şahısça Bakanlığa ispatlayıcı bilgi ve belge sunulamadığı ve farklı firmalardan edinilen ürünün markası, üreticisi ve niteliği gibi hususlarda gerekli bilgilerin tüketicilere verilmeyerek ürünün şahıs tarafından üretildiğine ilişkin bir izlenim yaratıldığı, bu çerçevede ürün isminde "Ezine Peyniri" ifadesinin bulunmasının tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu,

Bu durumların da tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/5-c, 7/5-f, 7/5-g, 9/1, 9/5, 11/1-b, 12/2 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**133)**

**Dosya No: 2021/4759**

**Şikayet Edilen: Lüx Paz. İth. İhr. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait www.luxsepet.com adresli internet sitesinde yayınlanan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 14.07.2021

**Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj, İnternet

**Tespitler:** Firma tarafından satışa sunulan peynirlere ilişkin tanıtımlarda, "Altıntaş Ezine Peyniri” vb. ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda,firmaya ait söz konusu internet sitesi üzerinden 14.07.2021 tarihi itibariyle satışa sunulan “Altıntaş Ezine Peyniri” isimli ürünün, 05.08.2006 tarih ve 86 sayı ile tescil altına alınan Ezine Peyniri coğrafi işaret tesciline uygun nitelikte üretildiğine ilişkin olarak firmaca Bakanlığa ispatlayıcı bilgi ve belge sunulamadığı ve farklı firmalardan edinilen ürünün markası, üreticisi ve niteliği gibi hususlarda gerekli bilgilerin tüketicilere verilmeyerek ürünün firma tarafından üretildiğine ilişkin bir izlenim yaratıldığı, bu çerçevede ürün isminde "Ezine Peyniri" ifadesinin bulunmasının tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu,

Bu durumların da tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/5-c, 7/5-f, 7/5-g, 9/1, 9/5, 11/1-b, 12/2 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**134)**

**Dosya No: 2021/4760**

**Şikayet Edilen: Ünalgroup Süt Ürünleri Sanayi ve Ticaret Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından üretilen ürünlere ilişkin yayınlanan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 14.07.2021

**Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj, İnternet

**Tespitler:** Firma tarafından satışa sunulan peynirlere ilişkin tanıtımlarda, “Ezine Peyniri” vb. ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda,05.08.2006 tarih ve 86 sayı ile Coğrafi İşaret Tescili ile Ezine Peynirine ilişkin olarak belirlenen üretim koşulları çerçevesinde ürünün diğer koşullar yanında “...koyun, keçi ve ineklerden elde edilen sütlerin mevsimine göre keçi sütü en az %40, koyun sütü %45 ila %55, inek sütü en fazla %15 oranda karıştırılmasıyla üretilen…” şeklinde tanımının yapıldığı,

Bu çerçevede; Ezine Peynirinin, Tescil belgesinde ürünün tek başına keçi, koyun ya da inek sütünden üretilebileceği ve bu adlarla piyasaya sürülebileceğine dair bir hüküm bulunmaması ve üç farklı süt türünün birlikte kullanılması suretiyle elde edilmesi nedeniyle içinde yer alan değişik tipteki süt oranlarına dayanılarak isimlendirilmesinin, diğer bir ifadeyle konuya ilişkin marka tescili olup olmamasından bağımsız olarak değişik ambalaj ve tanıtımlar ile "Ezine İnek", "Ezine Koyun", "Ezine Keçi" vb. adlar altında reklam ve tanıtımının yapılmasının mümkün olmadığı,

Bu durumların da tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,reklam veren **Ünalgroup Süt Ürünleri 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.

**135)**

**Dosya No: 2021/4761**

**Şikayet Edilen: Ri-Karet Kopuz Gıda Tar. Hayv. Paz. San. ve Dış Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait www.rikaret.com.tr adresli internet sitesinde yayınlanan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 14.07.2021

**Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj, İnternet

**Tespitler:** Firma tarafından satışa sunulan peynirlere ilişkin tanıtımlarda, "Tam Yağlı Ezine Peyniri” vb. ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda,firmaya ait söz konusu internet sitesi üzerinden 14.07.2021 tarihi itibariyle satışa sunulan “Tam Yağlı Ezine Peyniri” isimli ürünün, 05.08.2006 tarih ve 86 sayı ile tescil altına alınan Ezine Peyniri coğrafi işaret tesciline uygun nitelikte üretildiğine ilişkin olarak firmaca Bakanlığa ispatlayıcı bilgi ve belge sunulamadığı ve farklı firmalardan edinilen ürünün markası, üreticisi ve niteliği gibi hususlarda gerekli bilgilerin tüketicilere verilmeyerek ürünün firma tarafından üretildiğine ilişkin bir izlenim yaratıldığı, bu çerçevede ürün isminde "Ezine Peyniri" ifadesinin bulunmasının tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu,

Bu durumların da tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/5-c, 7/5-f, 7/5-g, 9/1, 9/5, 11/1-b, 12/2 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,reklam veren **Ri-Karet Kopuz Gıda Tar. Hayv. Paz. San. ve Dış Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**136)**

**Dosya No: 2021/4763**

**Şikayet Edilen: Şok Marketler A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait internet sitesinde yayınlanan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 22.12.2020

**Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj, İnternet

**Tespitler:** Firma tarafından satışa sunulan peynirlere ilişkin tanıtımlarda, "Ezine İnek Peyniri” vb. ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda,05.08.2006 tarih ve 86 sayı ile Coğrafi İşaret Tescili ile Ezine Peynirine ilişkin olarak belirlenen üretim koşulları çerçevesinde ürünün diğer koşullar yanında “...koyun, keçi ve ineklerden elde edilen sütlerin mevsimine göre keçi sütü en az %40, koyun sütü %45 ila %55, inek sütü en fazla %15 oranda karıştırılmasıyla üretilen...” şeklinde tanımının yapıldığı,

Bu çerçevede; Ezine Peynirinin, Tescil belgesinde ürünün tek başına keçi, koyun ya da inek sütünden üretilebileceği ve bu adlarla piyasaya sürülebileceğine dair bir hüküm bulunmaması ve üç farklı süt türünün birlikte kullanılması suretiyle elde edilmesi nedeniyle içinde yer alan değişik tipteki süt oranlarına dayanılarak isimlendirilmesinin, diğer bir ifadeyle konuya ilişkin marka tescili olup olmamasından bağımsız olarak değişik ambalaj ve tanıtımlar ile "Ezine İnek", "Ezine Koyun", "Ezine Keçi" vb. adlar altında reklam ve tanıtımının yapılmasının mümkün olmadığı,

Bu durumların da tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**137)**

**Dosya No: 2021/4764**

**Şikayet Edilen: Ots Danışmanlık Tarım Hayv. Gıda Tur. San. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından üretilen ürünlere ilişkin yayınlanan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj, İnternet

**Tespitler:** Firma tarafından üretilen peynirlere ilişkin tanıtımlarda, "Ezine Peyniri” vb. ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda,firmaya ait söz konusu internet sitesi üzerinden 14.07.2021 tarihi itibariyle satışa sunulan “OTS Organik Tam Yağlı Ezine Peyniri” isimli ürünün, 05.08.2006 tarih ve 86 sayı ile tescil altına alınan Ezine Peyniri coğrafi işaret tesciline uygun nitelikte üretildiğine ilişkin olarak firmaca Bakanlığa ispatlayıcı bilgi ve belge sunulamadığı, bu çerçevede ürün isminde "Ezine Peyniri" ifadesinin bulunmasının tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu,

Bu durumların da tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/5-c, 7/5-f, 7/5-g, 9/1, 9/5, 11/1-b, 12/2 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,reklam veren **Ots Danışmanlık Tarım Hayv. Gıda Tur. 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.

**138)**

**Dosya No: 2021/4806**

**Şikayet Edilen: 2N14 Gıda Sanayi ve Ticaret Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait www.2n14.com adresli internet sitesinde yayınlanan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 16.07.2021

**Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj, İnternet

**Tespitler:** Firma tarafından satışa sunulan peynirlere ilişkin tanıtımlarda, “Keçi Ezine Peyniri”, “İnek Ezine Peyniri”, “Koyun Ezine Peyniri” vb. ifadeler ile,

Söz konusu tanıtımlarda, "Sağlık Açısından Faydaları" başlığı altında yer alan "Sindirim sistemini destekler, Alerji ve astıma iyi gelir, Mineral yönünden zengindir, Kemiklerin güçlenmesini sağlar, Sinir sistemini düzenler, Kanserden vücudu korur Bağışıklık sistemini güçlendirir" vb. ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda,firmaya ait söz konusu internet sitesinde 16.07.2021 tarihi itibariyle satışa sunulan "Ezine Peyniri” isimli ürünün 05.08.2006 tarih ve 86 sayı ile Coğrafi İşaret Tescili ile Ezine Peynirine ilişkin olarak belirlenen üretim koşulları çerçevesinde ürünün diğer koşullar yanında “...koyun, keçi ve ineklerden elde edilen sütlerin mevsimine göre keçi sütü en az %40, koyun sütü %45 ila %55, inek sütü en fazla %15 oranda karıştırılmasıyla üretilen…” şeklinde tanımının yapıldığı,

Bu çerçevede; Ezine Peynirinin, Tescil belgesinde ürünün tek başına keçi, koyun ya da inek sütünden üretilebileceği ve bu adlarla piyasaya sürülebileceğine dair bir hüküm bulunmaması ve üç farklı süt türünün birlikte kullanılması suretiyle elde edilmesi nedeniyle içinde yer alan değişik tipteki süt oranlarına dayanılarak isimlendirilmesinin, diğer bir ifadeyle konuya ilişkin marka tescili olup olmamasından bağımsız olarak değişik ambalaj ve tanıtımlar ile "Ezine İnek", "Ezine Koyun", "Ezine Keçi" vb. adlar altında reklam ve tanıtımının yapılmasının mümkün olmadığı,

Farklı firmalardan edinilen ürünün markası, üreticisi ve niteliği gibi hususlarda gerekli bilgilerin tüketicilere verilmeyerek ürünün firma tarafından üretildiğine ilişkin bir izlenim yaratıldığı,

Diğer taraftan, söz konusu tanıtımlarda "Sağlık Açısından Faydaları" başlığı altında yer alan "Sindirim sistemini destekler, Alerji ve astıma iyi gelir, Mineral yönünden zengindir, Kemiklerin güçlenmesini sağlar, Sinir sistemini düzenler, Kanserden vücudu korur Bağışıklık sistemini güçlendirir" vb. ifadelere yer verildiği tespit edilmiş olup söz konusu ifadelerin birer sağlık beyanı//kanıta muhtaç olduğu, mevzuatta izin verilen sınırların dışına çıkan bu beyanlarla tanıtımı yapılan ürünlerin aldatıcı ve yanıltıcı bir izlenim oluşturularak bir ilaç veya beşeri tıbbi ürün gibi/olduğundan farklı nitelikte tanıtıldığı,

Bu durumların da tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/5-f, 7/5-g, 9/1, 9/5, 11/1-b, 12/2, 26 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,reklam veren **2N14 Gıda Sanayi ve Ticaret Anonim Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**139)**

**Dosya No: 2021/4810**

**Şikayet Edilen: Osman YAZICIOĞLU-Öğün Zeytin**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.ogunzeytin.com.tr adresli internet sitesinde yayınlanan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 16.07.2021

**Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj, İnternet

**Tespitler:** Firma tarafından satışa sunulan peynirlere ilişkin tanıtımlarda, "Ezine Peyniri” vb. ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda,şahsa ait söz konusu internet sitesi üzerinden 16.07.2021 tarihi itibariyle satışa sunulan “Ezine Peyniri” isimli ürünün, 05.08.2006 tarih ve 86 sayı ile tescil altına alınan Ezine Peyniri coğrafi işaret tesciline uygun nitelikte üretildiğine ilişkin olarak şahısça Bakanlığa ispatlayıcı bilgi ve belge sunulamadığı ve farklı firmalardan edinilen ürünün markası, üreticisi ve niteliği gibi hususlarda gerekli bilgilerin tüketicilere verilmeyerek ürünün şahıs tarafından üretildiğine ilişkin bir izlenim yaratıldığı, bu çerçevede ürün isminde "Ezine Peyniri" ifadesinin bulunmasının tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu,

Bu durumların da tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/5-c, 7/5-f, 7/5-g, 9/1, 9/5, 11/1-b, 12/2 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**140)**

**Dosya No: 2021/67**

**Şikayet Edilen: Timaş Basım Tic. ve San. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.instagram.com/eglencelibilgiyayinlari/ adresli instagram sayfasında yayınlanan “En eğlenceli sınav” başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 26.12.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ait https://www.instagram.com/eglencelibilgiyayinlari/ adresli instagram sayfası üzerinden belli bir kitap grubu için tanıtıcı reklam yapılarak https://tsinav.com adresli internet sitesi üzerinden ödüllü sınav düzenleneceğinin ilan edildiği, “Eğlenceli Bilgi” serisi kitaplarını alanlara 26.12.2020 tarihinde ödüllü bir sınav yapılacağının duyurulduğu, söz konusu sınav birincisine Macbook Air, ikincisine iPad Pro, üçüncüsüne Elektrikli Scooter ve dördüncüsüne Honor Magic Akıllık saat ve beşincisine de Hower Board vermenin taahhüt edildiği, fakat 26.12.2020 tarihinde sınavın yapılmadığı, sınavın aynı gün saat 16:00’ya ertelendiği, problemin devam etmesi nedeniyle sınavın 02.01.2021 tarihine ertelendiğinin firmaya ait instagram sayfasından duyurulduğu, ancak 02.01.2021 tarihinde de sınavın yapılmadığı, daha sonra internet ve instagram üzerinden tekrar bir duyuru yapılarak ve sınavın 06.03.2021 tarihine ertelendiği ve bu tarihte yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; sınavın altyapı yetersizliği nedeniyle ertelendiği, 06.03.2021 tarihinde yapıldığı ve reklamlarda bahsedilen ödüllerin hak eden kişilere teslim edildiği, Bakanlığa iletilen cevap yazısı ekinde, sınav ertelemeye ilişkin gerekli duyuruların yapıldığı, kazanan kişilere hediyelerin tutanak karşılığı teslim edildiği, verilen hediyelere ilişkin fatura örneklerinin gönderildiği, hediye verilen kişilerin tüm listesinin bulunduğu ve taahhüt edilen hediyelerin verildiğinin ispatlandığı, reklamlarda yanıltıcı nitelikte 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.

**141)**

**Dosya No: 2021/1997**

**Şikayet Edilen: Vava Cars Turkey Otomotiv A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait olan ve internette yayınlanan “Herkes arabasını Vavacars’a satıyor” başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 08.10.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ait söz konusu reklamlarda, “*Herkes arabasını Vava Cars’a satıyor*” ifadesinin bulunduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firmaya ait olan ve internette yayınlanan “Herkes arabasını Vavacars’a satıyor” başlıklı reklamlarda, herkesin arabasını Vavacars’a sattığı algısı yaratıldığı, oysa ikinci el araç sektöründe faaliyette bulunan başka firmaların da bulunduğu, dolayısıyla herkesin arabasını söz konusu firmaya satmasının mümkün olmadığı, tüketicilerde haksız bir güven oluşturulmaya çalışıldığı ve tüketicilerin kararları üzerinde firma lehine bir etki yaratılarak bu durumun da haksız rekabete neden olduğu, 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 Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/4, 7/8-b, 7/8-ç, 9/1, 28/1, 28/2, 28/3, 28/4, 29/1, 29/2, 29/3 ve 32/1 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Vava Cars Turkey Otomotiv A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63, 77/12 ve 77/13 üncü maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**142)**

**Dosya No: 2021/2408**

**Şikayet Edilen: Eeara Elektronik Tic. ve Bilişim Hizm. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait www.itopya.com adresli internet satışı yapılan Gigabyte Geforce RTX 3070 Tİ Vision 8 GB GDDR6X 256 Bit Ekran Kartına ilişkin reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 20.07.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ait www.itopya.com adresli internet sitesinde indirimli satışı yapılan Gigabyte Geforce RTX 3070 Tİ Vision 8 GB GDDR6X 256 Bit Ekran Kartına ilişkin reklamlarda, “İndirimin bitimine kalan süre şeklinde” zaman sayacına yer verildiği, kampanya için belirlenen süre sona erdiğinde zaman sayacının tekrar başlatıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; söz konusu ürünün indirimli olarak iki adet olarak satışa sunulduğu, ilk satışın 16.07.2021 tarihinde ikinci satışın ise 22.07.2021 tarihinde gerçekleştirildiği, indirimli olarak satışa sunulan son ürün sayacının 20.07.2021 tarihinde sonlandığı ve bu tarihe kadar 2. indirimli ürünün satısı gerçekleşmediği için indirimli fiyat üzerinden satısın gerçekleştirilebilmesi için sayacın yenilendiği, sayacının yenilenme amacının tüketicilere 2 adetle sınırlı kalmak kaydıyla “'Gigabyte Geforce RTX 3070 TI Vision 8 GB GDDR6X 256 Bit Ekran Kartı” satışının 11.799,00.TL fiyat üzerinden satılacağı vaadinin yerine getirilmesi olduğu ve indirimli satışın yapılabilmesi için sayacın yeniden başlatıldığı ve 22.07.2021 tarihinde 2. indirimli ürünün satılması üzerine sayacın sonlandırıldığı ve aynı fiyat üzerinden bir daha satış gerçekleştirilmediği, firma tarafından Bakanlığa iletilen cevap yazısı ekinde, söz konusu hususların ispatlandığı ve indirim öncesi, indirim ve indirim sonrası dönemlere ait ispatlayıcı nitelikte fatura, bilgi ve belgeye yer verildiği, reklamlarda yanıltıcı nitelikte 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.

**143)**

**Dosya No: 2021/4684**

**Şikayet Edilen: Erdem Tekstil/Erkan TAŞÇI**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından www.trendyol.com adresli internet sitesinde satılan Markateks marka muhtelif ürünlerin “organik pamuklu” şeklindeki tanıtımları

**Reklam Yayın Tarihi:** 07.07.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firma tarafından, [www.trendyol.com](http://www.trendyol.com) adresli internet sitesinde satılan “Markateks” marka muhtelif ürünlerin “organik pamuklu**”** şeklinde tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firma tarafından www.trendyol.com adresli internet sitesinde satılan “Markateks” marka muhtelif ürünlerin “organik pamuklu” şeklinde tanıtımının yapıldığı, firma tarafından Bakanlık yazısına herhangi bir cevap verilmediği, söz konusu ürünlerin ilaç ve gübre kullanılmadan üretiminin yapıldığına dair herhangi ispatlayıcı nitelikte bir bilgi ya da belge sunulamadığı ve organik pamuklu olduklarına dair herhangi bir sertifika bulunmadığı, söz konusu reklamların tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 9/1, 9/2, 9/4, 9/5, 17/1, 28/1, 28/2, 29/1, 29/2-a ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Erdem Tekstil/Erkan TAŞÇI** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63, 77/12 ve 77/13 üncü maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**144)**

**Dosya No: 2021/4685**

**Şikayet Edilen: Sc Home Ev Tekstili San. Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından www.trendyol.com adresli internet sitesinde satılan Markateks marka muhtelif ürünlerin “organik pamuklu” şeklindeki tanıtımları

**Reklam Yayın Tarihi:** 07.07.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firma tarafından, [www.trendyol.com](http://www.trendyol.com) adresli internet sitesinde satılan “Markateks” marka muhtelif ürünlerin “organik pamuklu”şeklinde tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firma tarafından www.trendyol.com adresli internet sitesinde satılan “Markateks” marka muhtelif ürünlerin “organik pamuklu” şeklinde tanıtımının yapıldığı, firma tarafından Bakanlık yazısına herhangi bir cevap verilmediği, söz konusu ürünlerin ilaç ve gübre kullanılmadan üretiminin yapıldığına dair herhangi ispatlayıcı nitelikte bir bilgi ya da belge sunulamadığı ve organik pamuklu olduklarına dair herhangi bir sertifika bulunmadığı, söz konusu reklamların tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 9/1, 9/2, 9/4, 9/5, 17/1, 28/1, 28/2, 29/1, 29/2-a ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Sc Home Ev Tekstili San. Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63, 77/12 ve 77/13 üncü maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**145)**

**Dosya No: 2021/4687**

**Şikayet Edilen: Sercan Mefruşat Dekor. Paz. San. ve Tic. Ltd. Şti. (Sermat Home)**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından www.trendyol.com adresli internet sitesinde satılan Markateks marka muhtelif ürünlerin “organik pamuklu” şeklindeki tanıtımları

**Reklam Yayın Tarihi:** 07.07.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firma tarafından, [www.trendyol.com](http://www.trendyol.com) adresli internet sitesinde satılan “Markateks” marka muhtelif ürünlerin “organik pamuklu**”** şeklinde tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firma tarafından www.trendyol.com adresli internet sitesinde satılan “Markateks” marka muhtelif ürünlerin “organik pamuklu” şeklinde tanıtımının yapıldığı, firma tarafından Bakanlık yazısına herhangi bir cevap verilmediği, söz konusu ürünlerin ilaç ve gübre kullanılmadan üretiminin yapıldığına dair herhangi ispatlayıcı nitelikte bir bilgi ya da belge sunulamadığı ve organik pamuklu olduklarına dair herhangi bir sertifika bulunmadığı, söz konusu reklamların tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 9/1, 9/2, 9/4, 9/5, 17/1, 28/1, 28/2, 29/1, 29/2-a ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Sercan Mefruşat Dekor. Paz. San. ve Tic. Ltd. Şti. (Sermat Home)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63, 77/12 ve 77/13 üncü maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**146)**

**Dosya No: 2020/279**

**Şikayet Edilen: Okutan Koleji-Merkez Kampüs**

**Şikayet Edilen Reklam:** Kuruluş tarafından yapılan tüketicilere yönelik ticari uygulamalar

**Reklam/HTU Yayın Tarihi:** 04.09.2019

**Yayınlandığı Mecra:** Diğer/HTU

**Tespitler**: Kuruluş tarafından tüketicilere yönelik gerçekleştirilen ticari uygulama kapsamında; *"Dahiler okulu…bir çocuğun üstün yetenekli olduğu nasıl keşfedilir...Dahiler okulunun hedefi nedir?...Eğitim müfredatının farklılıkları nelerdir? Bu programda okul müfredatı ve öğretimi, üstün yetenekli öğrencilerin kendilerine özgü ihtiyaçlarını karşılayabilmesi için uyarlanmış ve değiştirilmiştir...Dahiler okulu eğitimini diğer kurumların üstün yetenekli öğrencilere yönelik hazırladığı eğitim programlarından ayıran en önemli farkı nedir? Dahiler okulunun eğitim müfredatı üstün yetenekli öğrencilerin bireysel niteliklerine göre farklılaştırılmış olup, ilgi alanlarına, güçlü yanlarına ve ihtiyaçlarına cevap veren bir program olarak planlanmıştır…Dahiler okulu öğretmenleri nasıl seçiliyor ve eğitim için nasıl hazırlanıyor...Öğretmenlerimizin her biri üstün zekalılar enstitüsünden alınan "Üstün Yetenekli Çocuklar Egemenliği" sertifikasına sahiptir...Dahi bir çocuğun ebeveyni olmak...Programa katılım şartları nelerdir?Ailenin rehberlik araştırma merkezi ya da Türk Psikologlar Derneği'nden akredite uzman bir psikolog tarafından uygulanan WISCR-4 testi ile öğrencinin üstün potansiyelli olduğuna rapor alması gerekir. Bu tanıyı belgeleyen raporu okula sunulan anasınıfı, 1.sınıf ve 5. sınıfa başlayan öğrenciler eğitime dahil edilir.. "* şeklinde beyanlarda bulunulduğutespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, bahsi geçen beyanlardan yola çıkarak anılan kuruluşta yapılan sınava girmek suretiyle üstün zekalılar için açılacak olan özel sınıfa kayıt olmaya hak kazanan öğrenciler olmasına ve okul ücretinin tüketiciler tarafından ödenmeye başlanmasına rağmen vaat edilen üstün zekalılar sınıfı açılmadığı,

Tuzla İlçe Milli Eğitim Müdürlüğü tarafından anılan kuruluşa soruşturma başlatıldığı, kuruluş bünyesinde "özel bir sınıf" açma yetkisinin bulunmadığı, bu doğrultuda uyarıldığı ve afişlerin toplatıldığı, söz konusu ifadelere yönelik herhangi ispatlayıcı bir belge sunulmadığı,

Sonuç olarak yukarıda bahsedilen beyanlar aracılığıyla tüketicinin normalde taraf olmayacağı bir işleme taraf olmasına sebep olunan haksız bir ticari uygulamaya sebep olunduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 28, 29 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, haksız ticari uygulamada bulunan **Okutan Koleji-Merkez Kampüs** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/13 üncü maddeleri uyarınca **8.546 TL (Sekizbinbeşyüzkırkaltı Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**147)**

**Dosya No: 2021/4087**

**Şikayet Edilen: Global Gıda Pazarlama ve Dış Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait "Aras Oyuncak" markasıyla satılan şeker/sakız çeşitlerinden "sürpriz oyuncaklar" başlığı altında yer alan "Fulya" isimli ürün ve içeriğine yönelik görseller

**Reklam/HTU Yayın Tarihi:** 10.11.2019

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Tüketici tarafından Bakanlığımıza sunulan görsellerin mevcut olduğu ve firma tarafından da bu görsellerin kabul edildiğitespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, firma tarafından çocuklara yönelik olarak sunulan ve sürpriz oyuncak ve sakız/şeker içeren "Fulya" isimli ürünlerin içeriğinde çocukların fiziksel, zihinsel, ahlaki, psikolojik ve toplumsal gelişim özelliklerini olumsuz yönde etkileyebilecek nitelikte görsellere yer verildiği, dolayısıyla bu durumun zihinsel veya fiziksel zaafları, yaşları ya da tecrübesizlikleri nedeniyle belirli mal veya hizmetlere ve bunlara ilişkin ticari uygulamalara karşı özellikle korunması gereken tüketici gruplarının ekonomik davranış biçimlerinin önemli ölçüde etkilenme ve bozulma olasılığına yol açtığı, dolayısıyla yukarıda bahsedilen ürünler aracılığıyla haksız bir ticari uygulamaya sebep olunduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 28, 29 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, haksız ticari uygulamada bulunan **Global Gıda Pazarlama ve Dış Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/13 üncü maddeleri uyarınca **85.480 TL (Seksenbeşbindörtyüzseksen Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**148)**

**Dosya No: 2021/4835**

**Şikayet Edilen:** **Karadeniz Elektroset Elektronik San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait https://www.dreambox.gen.tr/ adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** Haziran 2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: Anılan internet sitesinde *"*HIREMCO Turbo 4K" isimli IPTV cihazı için; "*Türkiye'de bir ilk! Böylesiyle daha önce tanışmadınız...1gb RAM, 4gb dahili hafıza...yasal abonelik ile izlenebilmektedir."* ile "HIREMCO GT Turbo V8D" isimli IPTV cihazı için ise; *"Yılın en iyi IPTV Uydu alıcısı. 2gb RAM, 128 MB dahili hafıza...Akıllı kumanda özelliği"* şeklinde ifadelerin yer aldığı, aynı zamanda IPTV çalıştıran cihazların satışı ve tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, anılan internet sitesinde *"Hiremco..."* gibi IPTV çalıştıran cihazların satışı ve tanıtımının yapıldığı, Netflix, Bluetv ve Beinconnect gibi tüketicilerin belirli bir ücret ödeyerek satın aldığı ve abone olduğu lisanslı yayın olan ücretli platformlara ilişkin olarak “yasal abonelik ile izlenebilmektedir” bilgisinin internet sitesinde verildiği, ancak "HIREMCO Turbo 4K" isimli IPTV cihazı için; "*Türkiye'de bir ilk! Böylesiyle daha önce tanışmadınız...1gb RAM, 4gb dahili hafıza...yasal abonelik ile izlenebilmektedir."* ile "HIREMCO GT Turbo V8D" isimli IPTV cihazı için ise; *"Yılın en iyi IPTV Uydu alıcısı. 2gb RAM, 128 MB dahili hafıza...Akıllı kumanda özelliği"* şeklinde ispata muhtaç ifadelere yer verildiği, ancak anılan firma tarafından bahsi geçen iddiaları ispatlayacak herhangi bir belge sunulmadığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Karadeniz Elektroset Elektronik 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.

**149)**

**Dosya No: 2021/4836**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** Mağaza vitrininde yer alan "PASTA %50 indirim" ibaresi

**Reklam Yayın Tarihi:** 10.02.2020

**Yayınlandığı Mecra:** Vitrin

**Tespitler**: Anılan mağazanın vitrininde led ışıklarla "PASTA %50 indirim" ibaresinin yer aldığı görsele yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, İstanbul BB Zabıta ekiplerince Küçükçekmece İlçesi Atatürk Mah. Erguvan Sok. No:9 adresinde yer alan (Koska) şubesinde yapılan 10.02.2020 tarihli denetimde, vitrinde led ışıklarıyla "PASTA %50 indirim" ibaresi yer aldığı ancak indirimin başlangıç ve bitiş tarihlerine yer verilmediği bu durumun da tüketicileri eksik bilgilendirici ve mevzuata aykırı olduğu hususları tutanak altına alınmış, firma tarafından denetimden sonraki tarihlerde indirimlerin başlangıç ve bitişlerine yer verildiği ifade edilse de Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin “Yükümlülük”başlıklı 32 nci maddesinde yer alan *“(1) Kanunun 61 inci ve 62 nci maddeleri ile bu Yönetmeliğe uygun olmayan reklamın veya ticari uygulamanın daha sonra düzeltilmesi veya telafi edilmesi reklam verenin veya ticari uygulamada bulunanın tespit edilen aykırılığa ilişkin sorumluluğunu ortadan kaldırmaz.”* hükmü çerçevesinde yapılan değerlendirmeye göre söz konusu hususların ilgili mevzuata aykırı olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**HAKSIZ TİCARİ UYGULAMALAR**

**150)**

**Dosya No: 2021/4717**

**Şikayet Edilen: Doğuş Çay ve Gıda Maddeleri Üretim Paz. İth. İhr. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait "Doğuş Çay" markalı ürün ambalaj uygulaması

**Reklam Yayın Tarihi:** 06.10.2021

**Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj/Etiket

**Tespitler:** “Doğuş Karadeniz Çayı” isimli ürünün 1000 gramlık ve 800 gramlık iki farklı ambalajda satışa sunulduğu İl Müdürlüğü tarafından tutanak altına alınmıştır.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, firmanın 2010 yılından beri inceleme konusu ürünlerin satışta olduğuna ilişkin stok kayıtlarını ve faturaları gönderdiği, ürünlerin ağırlığa bağlı birim fiyatlarının farklı olduğu, 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.

**151)**

**Dosya No: 2021/4795**

**Şikayet Edilen: Çelenlioğlu Gıda Turizm İnş. San. Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait "İpek Salça" markalı ürün ambalaj uygulaması

**Reklam Yayın Tarihi:** 30.09.2021

**Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj/Etiket

**Tespitler:** “İpek Salça” isimli ürünün 830 gramlık ve 800 gramlık iki farklı ambalajda satışa sunulduğu İl Müdürlüğü tarafından tutanak altına alınmıştır.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, firmanın uzun yıllardan beri inceleme konusu ürünlerin satışta olduğuna ilişkin stok kayıtlarını ve faturaları gönderdiği, üründe gramaj değişikliği yapılmadığı, 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.

**152)**

**Dosya No: 2021/1975**

**Şikayet Edilen: Tespo Tüketim Malları Tic. ve San. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam/HTU:** Firmaya ait 14 Haziran-4 Temmuz 2021 tarihleri arasını kapsayan indirim kataloğunda yer alan “Koroplast marka buzdolabı poşeti” reklamları

**Reklam/HTU Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** Broşür

**Tespitler:** Firmaya ait 14 Haziran-4 Temmuz tarihleri arasını kapsayan indirim kataloğunda yer alan “Koroplast marka buzdolabı poşeti”reklamlarında,orta boy buzdolabı poşeti için çok al az öde şeklinde tanıtım yapıldığı, paket üzerinde her bir paket içinde 30 adet poşet olduğuna dair ifade bulunduğu, 3 paket fiyatının 10.90 TL olduğunun belirtildiği, firma tarafından kampanya kapsamında satışı yapılan Koroplast marka buzdolabı poşetlerinin paket içinden 20 adet çıktığı ve paket üzerinde de 20 adet olduğuna dair ifade bulunduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firmaya ait 14 Haziran-4 Temmuz tarihleri arasını kapsayan indirim kataloğunda yer alan “Koroplast marka buzdolabı poşeti”reklamlarında,orta boy buzdolabı poşeti için çok al az öde şeklinde tanıtım yapıldığı, paket üzerinde her bir paket içinde 30 adet poşet olduğuna dair ifade bulunduğu, 3 paket fiyatının 10.90 TL olduğunun belirtildiği, ancak firma tarafından kampanya kapsamında satışı yapılan Koroplast marka buzdolabı poşetlerinin paket içinden 30 adet değil 20 adet çıktığı ve paket üzerinde de 20 adet olduğuna dair ifade bulunduğu, söz konusu reklamların yanıltıcı nitelikte olduğu ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusuticari uygulamaların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, ticari uygulamada bulunan **Tespo Tüketim Malları Tic. ve San. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63, 77/12 ve 77/13 üncü maddeleri uyarınca **anılan ticari uygulamaları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**4. Diğer Konuların Konuşulması**

**1)**

Medilever Medikal Sağlık Hiz. Tic. Ltd. Şti. tarafından satışa sunulan maske ürünlerine ilişkin tüketicilere yönelik gerçekleştirilen ticari uygulamalara ilişkin Reklam Kurulu’nun  25.03.2020 tarih ve 295 sayılı toplantısında yapılan görüşme ve değerlendirmeler sonucunda, anılan firma hakkında 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/13 üncü maddeleri uyarınca 10.475-TL (Onbindörtyüzyetmişbeş Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları uygulanmış olup; söz konusu kararın iptaline ilişkin olarak Bakanlık aleyhine Ankara 16. İdare Mahkemesince verilen 29.01.2021 tarihli ve E:2020/913, K:2021/113 sayılı davanın reddi yolundaki kararına karşı davacının istinaf başvurusu, Ankara Bölge İdare Mahkemesi 9. İdari Dava Dairesinin 22.09.2021 tarihli ve E:2021/788, K:2021/1436 sayılı kararında *“(…) dava konusu Reklam Kurulu kararında, 6502 sayılı Kanun'un 61 ve 62. maddelerine aykırılıktan bahisle aynı Kanun'un 63. ve 77/12.maddeleri uyarınca 10.475,00-TL idari para cezası ve anılan reklamların durdurulması cezası tesis edilmiş ise de, Kanun'un 77/12. maddesinde öngörülen yaptırımların davacının eylemi için öngörülen yaptırımları içermediği, davalı idarece davacı hakkındaki cezanın herhangi bir reklama istinaden değil uyguladığı haksız ticari uygulama nedeniyle tesis edildiği dikkate alındığında davacı hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 62. maddesine aykırılık nedeniyle anılan Kanun'un 77/13. maddesi uyarınca yaptırım uygulanması gerekirken, kanunilik ilkesini ihlal edecek şekilde davalı idarece davacının eylemi için öngörülen yaptırım maddesinin hatalı olarak tayin edilmesi sonucunda 6502 sayılı Kanunun 77. maddesinin 12. fıkrası yönünden yaptırım uygulanması yönünde tesis olunan dava konusu işlemde hukuka uyarlık bulunmadığı sonucuna varılmıştır.(...)”* gerekçesiyle dava konusu işlemin iptaline karar verilmiştir. Anılan Mahkemenin 22.09.2021 tarihli ve E:2021/788, K:2021/1436 sayılı kararının yerine getirilmesi amacıyla,

Bakanlıkça yürütülen inceleme neticesinde, firma tarafından, Şubat-Mart 2020 tarihinde satışa sunulan maske ürünlerinin Şubat 2020 tarihinde 5,4 TL bedelle alındığı, ancak Şubat-Mart 2020 tarihinde 20 TL bedelle satışının yapıldığının tespit edildiği;

Bu çerçevede, firmanın mesleki özenin gereklerine aykırı olarak COVID-19 salgının tüketiciler nezdinde yarattığı olumsuz etkiden faydalanmak suretiyle maske fiyatını piyasa mekanizmasının normal işleyişi dışında ve tüketicinin satın alma kararını olumsuz etkileyecek şekilde arttırdığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla anılan ticari uygulamaların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 28, 29 ve 32 nci maddeleri ile “Haksız Ticari Uygulama Olarak Kabul Edilen Örnek Uygulamalar” Ekinde yer alan A - Aldatıcı Ticari Uygulamalar” maddesinin 19 uncu fıkrası,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, ticari uygulamada bulunan **Medilever Medikal Sağlık Hizm. Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/13 üncü maddeleri uyarınca **10.475-TL (Onbindörtyüzyetmişbeş Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine,

Bununla birlikte, Reklam Kurulu’nun 25.03.2020 tarih ve 295 sayılı toplantısına ilişkin gerekçeli karar metninde yer alan *“Ek-1 başlıklı listede yer alan firma/şahıslar hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri dâhilinde belirtilen hususlara ilişkin olarak ilgili listede her bir firma/şahıs hakkında belirtilen idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları verilmesine(…)”* şeklindeki ifadenin, “*Ek-1 başlıklı listede yer alan firma/şahıslar hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü, 77/12 nci ve 77/13 üncü maddeleri dâhilinde belirtilen hususlara ilişkin olarak ilgili listede her bir firma/şahıs hakkında belirtilen idari para ve durdurma cezaları verilmesine(…)*” şeklinde değiştirilmesine karar verilmiştir.

**2)**

Kale Tıp Tıbbi Cihaz Malzeme İnşaat Turizm Sosyal Hizmetler Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti. tarafından satışa sunulan maske ürünlerine ilişkin gerçekleştirilen ticari uygulamalara yönelik Reklam Kurulu’nun 25.03.2020 tarih ve 295 sayılı toplantısında yapılan görüşme ve değerlendirmeler sonucunda, anılan şahıs hakkında 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/13 üncü maddeleri uyarınca 10.475-TL (Onbindörtyüzyetmişbeş TürkLirası) idari para ve anılan haksız ticari uygulamaları durdurma cezaları uygulanmış olup; söz konusu kararın iptaline ilişkin olarak Bakanlık aleyhine Ankara 15. İdare Mahkemesinin 19.04.2021 tarihli ve E:2020/1235, K:2021/782 sayılı davanın reddi yolundaki kararına karşı davacının istinaf başvurusu, Ankara Bölge İdare Mahkemesi 9. İdari Dava Dairesinin 22.09.2021 tarihli ve E:2021/867, K:2021/1446 sayılı kararı ile *“(…) dava konusu Reklam Kurulu kararında, 6502 sayılı Kanun'un 61 ve 62. maddelerine aykırılıktan bahisle aynı Kanun'un 63. ve 77/12.maddeleri uyarınca 10.475,00-TL idari para cezası ve anılan reklamların durdurulması cezası tesis edilmiş ise de, Kanun'un 77/12. maddesinde öngörülen yaptırımların davacının eylemi için öngörülen yaptırımları içermediği, davalı idarece davacı hakkındaki cezanın herhangi bir reklama istinaden değil uyguladığı haksız ticari uygulama nedeniyle tesis edildiği dikkate alındığında davacı hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 62. maddesine aykırılık nedeniyle anılan Kanun'un 77/13. maddesi uyarınca yaptırım uygulanması gerekirken, kanunilik ilkesini ihlal edecek şekilde davalı idarece davacının eylemi için öngörülen yaptırım maddesinin hatalı olarak tayin edilmesi sonucunda 6502 sayılı Kanunun 77. maddesinin 12. fıkrası yönünden yaptırım uygulanması yönünde tesis olunan dava konusu işlemde hukuka uyarlık bulunmadığı sonucuna varılmıştır.(...)”* gerekçesiyle dava konusu işlemin iptaline karar verilmiştir. Anılan Mahkemenin 22.09.2021 tarihli ve E:2021/867, K:2021/1446 sayılı kararının yerine getirilmesi amacıyla,

Bakanlıkça yürütülen inceleme neticesinde, firma tarafından, *"Roll Maskenin" Ocak ve Şubat 2020'de 1,08 TL'ye alındığı; ancak ürünün Ocak 2020'de 2,5 TL'ye; Şubat ve Mart 2020'de 3 TL fiyata satışının yapıldığı; "3M FFP3 Maskenin" Şubat 2020'de 27 TL'ye alındığı; ancak Şubat 2020'de 50 - 60 TL arasında; Mart 2020'de ise 60 TL satış fiyatı ile tüketicilere sunulduğunun”* tespit edildiği;

Bu çerçevede, firmanın mesleki özenin gereklerine aykırı olarak COVID-19 salgının tüketiciler

nezdinde yarattığı olumsuz etkiden faydalanmak suretiyle dezenfektan fiyatını piyasa mekanizmasının normal işleyişi dışında ve tüketicinin satın alma kararını olumsuz etkileyecek

şekilde arttırdığı;

Bu nedenle anılan ticari uygulamaların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 28, 29 ve 32 nci maddeleri ile “Haksız Ticari Uygulama Olarak Kabul Edilen Örnek Uygulamalar” ekinde yer alan A - Aldatıcı Ticari Uygulamalar” maddesinin 19 uncu fıkrası;

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 62 nci maddesi hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, ticari uygulamada bulunan **Kale Tıp Tıbbi Cihaz Malzeme İnşaat Turizm Sosyal Hizmetler Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/13 üncü maddeleri uyarınca **10.475-TL (Onbindörtyüzyetmişbeş Tür Lirası) idari para ve anılan haksız ticari uygulamaları durdurma cezaları** verilmesine,

Bununla birlikte, Reklam Kurulu’nun 25.03.2020 tarih ve 295 sayılı toplantısına ilişkin gerekçeli karar metninde yer alan *“Ek-1 başlıklı listede yer alan firma/şahıslar hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri dâhilinde belirtilen hususlara ilişkin olarak ilgili listede her bir firma/şahıs hakkında belirtilen idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları verilmesine(…)”* şeklindeki ifadenin, “*Ek-1 başlıklı listede yer alan firma/şahıslar hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü, 77/12 nci ve 77/13 üncü maddeleri dâhilinde belirtilen hususlara ilişkin olarak ilgili listede her bir firma/şahıs hakkında belirtilen idari para ve durdurma cezaları verilmesine(…)*” şeklinde değiştirilmesine karar verilmiştir.

**3)**

**Dosya No: 2020/5981**

**MCZ Ambalaj San. Tic. A.Ş.**’ye ait https://mczmedical.com/ adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar hakkında 14.09.2021 tarihli ve 313 sayılı toplantıda verilen idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları uygulanması kararına ilişkin itirazın görüşülmesi neticesinde; şikayet konusu web sitesinin imzalanan distribütörlük anlaşması çerçevesinde başka bir firma tarafından yönetilip kullanıldığı iddialarının ispatına yönelik sunulan bilgi ve belgelerin söz konusu iddiayı desteklemede ve şüpheleri gidermekte yetersiz kaldığı kanaatine varıldığından, **itirazın reddine** karar verilmiştir.

**4)**

**Dosya No: 2020/4815**

**Erc Bitkisel Kozmetik Laboratuvarları Ticaret Limited Şirketi** unvanlı firmaya ait www.instagram.com/hccare/ adresli internet sitesinde yer alan “HC Complex Bitkisel Bakım Kompleksi” isimli kozmetik ürün tanıtımları hakkında, Reklam Kurulu’nun 12.10.2021 tarih ve 314 sayılı toplantısında verilen **114.326-TL (Yüzondörtbinüçyüzyirmialtı Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** uygulanması kararına karşı yapılan itiraz başvurusunun Reklam Kurulu’nun 09.11.2021 tarih ve 315 sayılı toplantısında değerlendirilmesi sonucunda; adı geçen firma hakkında uygulanan “anılan reklamların durdurulması ve idari para cezası uygulanması” işlemine ilişkin ***idari para cezasının kaldırılmasına***, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca firma hakkında uygulanan ***anılan reklamları durdurma cezası işleminin devamına*** karar verilmiştir.