**T.C.**

**TİCARET BAKANLIĞI**

**Reklam Kurulu Başkanlığı**

**BASIN BÜLTENİ**

**Toplantı Tarihi :** 11 Eylül 2018

**Toplantı Sayısı :** 276

**İLETİŞİM HİZMETLERİ**

**1)**

**Dosya No: 2017/3351**

**Şikayet Edilen:** **TB Haberleşme Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.millitelekom.com.tr](http://www.millitelekom.com.tr) adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 21.06.2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.millitelekom.com.tr](file:///D:\Users\33451814414\Documents\www.millitelekom.com.tr) adresli internet sitesinde "*Milli Telekom" ,* *" Milli Telekom Edirne’den Ardahan’a Türkiye’nin tamamında yüksek hizmet kalitesiyle sunabilmektedir. "*  " *Milli Telekom 7 gün 24 saat kesintisiz, güvenilir ve yüksek performanslı internet hizmetleri ile ihtiyaçlarını kurumsal internet ihtiyacınızı Bringo Telekom ile çözebilirsiniz." " Milli Telekom %100 milli sermayeli ve tamamen Türk mühendis ve teknikerlerince işletilen yerli uydu haberleşme operatörüdür."*  şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.millitelekom.com](http://www.millitelekom.com) adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar ile "milli" kelimesini kullanarak ortalama tüketici nezdinde devletin telekom firmasıymış gibi bir algı yaratıldığı, böylece itibardan haksız yararlanıldığı, tüketicilerin milli duygularını sömürerek rakip firmalar nezdinde haksız rekabete neden olduğu,

Bununla birlikte, ticari unvanı TB Haberleşme Tic Ltd. Şti. olduğu ve Bringo Telekom ismini kullandığı halde domain adresinde ve internet sitesinde "Milli Telekom" ifadesine yer verildiği, söz konusu internet hizmetlerine ilişkin ifadelerin ispata muhtaç olduğu halde firma tarafından herhangi bir cevap gönderilmediği, dolayısıyla söz konusu tanıtımların tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu, dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**2)**

**Dosya No: 2017/3354**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma yetkilisi/bayisi tarafından telefon aracılığıyla yapılan internet hizmetine yönelik tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** Ağustos-Eylül 2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Diğer (Telefon)

**Tespitler:** Adı geçen tüketicinin 31.08.2017 tarihinde aranarak Digitürk-TTNET ortak kampanyasına üyelik işlemlerinin yapıldığı, ancak 15.09.2017 tarihinde tüketiciye 19,16TL tutarında fatura yansıtıldığı, bunun üzerine abone iptali talebinde bulunduğu ancak faturay ödemek durumunda kaldığı, tüketicinin TTNET firması tarafından aranmadığı ve tüketiciye tanıtımı yapıldığı şekliyle bir kampanyanın bulunmadığı, hâlihazırda Digitürk kampanyası aboneliği bulunmadığı ve TTNET aboneliğinin devam ettiği hususları tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yıldız GÖK isimli tüketicinin 31.08.2017 tarihinde Türk Telekom tarafından arandığı belirtilerek tüketicinin daha önce Tivibu internet paketi teklifini kabul ettiği halde tekn ik sebeplerle Tivibu talebinni gerçekleştirilemeyeceği, bunu yerine Digitürk ile anlaşma yaptıkları, dilerse tüketiciye hâlihazırda kullandığı internet paketine ek ücret ödemeden Digitürk aboneliği yapılabileceği, Digitürk'e ödenecek faturaların Türk Telekom tarafından karşılanacağı, Türk Telekom'un Tivibu yerine Digitürk ile anlaşma yaptığı bilgisi verilerek tüketicinin onayının alındığı, adı geçen tüketici herhangi bir ödeme yapmayacağını defaten belirtmesine rağmen Digitürk tarafından arandığında "*İlk 3 ay 12,5TL, Diğer 3 ay 25TL"* şeklinde teklif sunulduğu fakat kabul etmediği, bunun üzerine tekrar arandığında fatura ayrıntılarının Digitürk tarafından bilinmeyeceği söylenerek sadece onay verilmesinin söylendiği, Türk Telekom'un her ay Digitürk için ödenecek bedeli aktaracağı bir daha belirtilerek tüketicinin onayı alındığı, 31.08.2017 tarihinde abonelik işleminin başlatıldığı ancak tüketiciye 15.09.2017 son ödeme tarihli 19,16TL fatura tahakkuk edildiği, böylece tüketiciye herhangi bir ücret ödemeyeceği şeklinde yanlış bilgi verilerek abonelik işlemlerinin gerçekleştirildiği, bayii/ firma yetkilisi tarafından Türk Telekom adına arandığı belirtilerek tivibu yerine Digitürk anlaşması olduğu şeklinde yanlış/yanıltıcı bilgi verilerek firmanın itibarından haksız biçimde yararlanıldığı, Ttnet'in ismiyle tüketicilerin cezbedilerek firma lehine haksız kazanç elde edildiği,

Nitekim 31.08.2017 tarihinde başlatılan abonelik işleminin 15.09.2017 son ödeme tarihli 19,16TL fatura tahakkuk ettirildikten sonra tüketici tarafından 19.09.2017 tarihinde henüz yeni başlatılan aboneliğini derhal iptal ettirdiği, salt bu durum dahi tüketicinin normal şartlar altında taraf olmayacağı bir işleme taraf olmasına yol açtığının ispatı olduğu,

Dolayısıyla telefon aracılığıyla yapılan tanıtımların tüketicileri yanıltıcı ve yanlış yönlendirici nitelikte olduğu ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği, ayrıca tüketicilerin normal şartlar altında taraf olmayacağı bir işleme taraf olmasına yol açtığı gerekçesiyle bu durumda aldatıcı ihmal neticesinde bir haksız ticari uygulama olduğu,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin, 7/1,7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/5c, 9, 11,13, 28,29 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Krea İçerik Hizmetleri ve Prodüksiyon A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **6.034.-TL (Altıbinotuzdört Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**3)**

**Dosya No: 2017/3558**

**Şikayet Edilen:** **Avea İletişim Hizmetleri A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından sunulan internet hizmetinin vaat edildiği gibi olmadığı iddiası

**Reklam Yayın Tarihi:**  2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Kısa Mesaj

**Tespitler:** Adı geçen tüketicinin Sınırları Kaldıran 4GB tarifesine üye olduğu, 20.08.2017 tarihinde hattını başka operatöre taşıdığı, ancak tarifeyi kullandığı dönem boyunca internet kullanımı ve telefon görüşmesi yaptığı, ancak 24ay taahhüdünün bitmesinden önce hattını taşıdığı için 449,15TL cayma bedeli yansıtıldığı hususları tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Başvuru sahibi tüketicinin yaşadığı ilde kullanmış olduğu hattından yapılan telefon görüşmeleri ve internet kullanımı incelendiğinde verilen internet/telefon hizmetinde bir sorun bulunmadığı, 24 ay taahhüdü dolmadan hattını taşıdığı gerekçesiyle cayma bedeli yansıtılmasının da mevzuata uygun biçimde gerçekleştirildiği, buna rağmen firma tarafından müşteri memnuniyeti kapsamında tüketiciden tahsil edilen 449,15TL tutarındaki cayma bedelinin iade işlemlerine başlandığı, dolayısıyla tüketicinin abone olduğu tarifeye ilişkin tanıtımlarda herhangi bir aykırılık bulunmadığı tespit edilmiş olup söz konusu tanıtımların ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**4)**

**Dosya No: 2018/1963**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** “Düşler Kulübü Kampanyası’na ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:**  Mart 2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** “Düşler Kulübü Kampanyası”na ilişkin kampanya koşullarında “*engelli olduklarını gösteren aşağıdaki belgelerden biri ile kampanyaya katılabilir: Engelliler için devlet hastanelerinden verilen sağlık kurulu raporu (%40 ve üzeri engel oranını göstermelidir) Başbakanlık Engelliler İdaresi Özürlü Kimlik Kartı eğer T.C. Nüfus Cüzdanı’nda engel oranını gösteren bir ibare yer alıyorsa, ek evraka gerek duyulmamaktadır. Bir GSM numarası sadece bir defa kampanyadan yararlanabilecektir. Daha önce Engellilere yönelik bir Vodafone kampanyasına dahil olan aboneler yeni belge ibraz etmeden bu kampanyaya katılım sağlayabilirler.”* şeklinde ifadelere yer verildiğitespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, tüketicinin 2015 yılında Düşler Kulübü Kampanyası’ndan 5 yıllık süre ile faydalanmaya başladığı, hâlihazırda kampanyadan faydalanmaya devam ettiği ve kampanyanın bitmesine 2 yıl daha süre olduğu için tekrar kampanyaya üye yapılmadığı, kampanyanın bitmesine yakın bir tarihte başvurması halinde yeni belge ibraz etmeden katılım sağlanacağı dolayısıyla kampanyaya ilişkin tanıtımlarda herhangi bir aykırılık bulunmadığı tespit edilmiş olup söz konusu tanıtımların ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**5)**

**Dosya No: 2018/2047**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** “*Bol internetli konuştuğunca internet tarifeleri*” başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** Kasım 2017- Ocak 2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Dergi, broşür

**Tespitler:** *" Bol internetli konuştuğunca internet tarifeleri* " başlıklı tanıtım afişlerinde ana vaade ek olarak patlangaç içinde *" +hediye çeki 50tl Boyner*" ifadesine ve altyazıd*a " 1 Ekim-30 Kasım 2017 tarihleri arasında Konuştuğunca İnternet M Yeni Tairfesi'ne Numara Taşıma yoluyla gelen 20TL yükleme yapan aboneler tek seferlik 25TL'lik, Konuştuğunca İnternet L Yeni ve XXL tarifesine Numara Taşıma yoluyla gelen 20TL yükleme yapan aboneler tek seferlik 50TL'lik Boyner Hediye Çeki almaya hak kazanacaklardır. Şifreler bir başkasına devredilemez ve 3. partiler tarafından kullanılamaz. Kazanılan çekler 31 Aralık 2017 tarihine kadar kullanılabilecektir.*" şeklinde ifadelere yer verildiği,

Kocaeli Gölcük firma bayisinde "*tarifenize ek konuştuğunca internet hediye, üstelik tarifenize ek 50TL'ye varan boyner hedi çeki*" şeklinde tanıtımlara yer verildiği,

Adı geçen tüketicinin 0530 324 9090 numaralı hattına 26.12.2017 19:27 tarihinde "*Değerli abonemiz, Boynerden size özel 50TL hediye çeki kullanmak için şifreniz 1761095757148392 Şifrenizi Boyner ve YKM mağazalarında ve internet sitesinde kullanabilirsiniz*" şeklinde kısa mesaj gönderildiği,

Vodafone Freezone Aralık 2017 ve Ocak 2018 dergilerinde, *" Üstelik tarifenize ek 50TL'ye varan Boyner hediye çeki! Tarifenize ek konuştuğunca internet hediye"* şeklinde tanıtımlara devam edildiği,

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** 18.12.2017 tarihinde Birol DENLİ isimli tüketicinin Kocaeli Gölcük firma bayisinde numara taşıma işlemi için gittiğinde kiosklarda halen yayınlanmaya devam eden tanıtımlar üzerine numarasını taşıdığı, 25.12.2017 tarihinde geçiş işleminin tamamlandığı ve bunun üzerine tüketicinin hattına 26.12.2017 19:27 tarihinde "*Değerli abonemiz, Boynerden size özel 50TL hediye çeki kullanmak için şifreniz 1761095757148392 Şifrenizi Boyner ve YKM mağazalarında ve internet sitesinde kullanabilirsiniz*" şeklinde kısa mesaj gönderildiği, bunun üzerine 28.12.2017 tarihinde 41 Burda AVM'deki Boyner mağazasına hediye çekini kullanmak üzere gittiğinde söz konusu kampanyanın 28.11.2017 tarihinde sona erdiği şeklinde yanlış bir bilgi verildiği, 28.11.2017 tarihinde sona eren bir kampanyanın tanıtımlarına 29.12.2017 tarihine kadar devam edildiği, tüketicinin bayiyi uyarısı üzerine 30.12.2017 tarihinde tanıtımların kaldırıldığı, hatta kampanya sona erdiği halde Vodafone Freezone Aralık ve üstelik Ocak 2018 dergilerinde, *" Üstelik tarifenize ek 50TL'ye varan Boyner hediye çeki! Tarifenize ek konuştuğunca internet hediye"* şeklinde tanıtımlara devam edildiği, böylece tüketicilerin numara taşıma avantajları ile cezbedilerek haksız kazanç elde edildiği,

Adı geçen tüketici firmaya bu durumu 09.01.2018 tarihinde [www.vodafone.com.tr](file:///D:\Users\33451814414\Documents\www.vodafone.com.tr) adresli internet sitesinde yer alan "Şikayet İletmek İstiyorum" üzerinden ileterek şikayette bulunduğunda ise 09.01.2018 tarihinde *" faturasız hatlarda geçerli Boyner Hediye Çeki Kampanyasının 30 Kasım 2017 tarihinde sona ermiş olduğunu belirtmek isteriz."*  şeklinde ve 18.02.2018 tarihinde cep telefonuna *" Değerli abonemiz, talebiniz incelenmiş olup hattınızda kampanya ile ilgili sorun bulunmadığı tespit edilmiştir*." şeklinde geri dönüş yapıldığı, böylece tüketicinin hattına hediye çeki tanımlandığı ve tarifeye geçiş için sunulan ek faydayı kullanmaya hak kazandığı ve bu durumun tekrar incelenmesi için firmaya şahsen başvurduğu halde kampanyadan faydalandırılmadığı,

Söz konusu kampanyanın başlangıç-bitiş tarihleri ile reklam yayın tarihlerinin ortalama tüketici nezdinde anlam karışıklığına yol açtığı, dolayısıyla söz konusu tanıtımların tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu, dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin, 7/1,7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/5-b, 7/5c, 9, 11,13, 28,29,30 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Vodafone Telekomünikasyon A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **6.908.-TL (Altıbındokuzyüzsekiz Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**6)**

**Dosya No: 2018/2445**

**Şikayet Edilen:** **VM Akademi Telekom Sanal Santral**

**Şikayet Edilen Reklam:** Türk Telekom’un adını kullanarak tüketicilere yapılan satış ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Diğer( kartvizit, logo)

**Tespitler:** Anılan firma tarafından Türk Telekom’un eski logosuna benzer bir logo dizayn edilerek “Telekom” ibaresine yer verildiği, diğer taraftan [www.sikayetvar.com](http://www.sikayetvar.com) adresli internet sitesinde ve Google yorumlarında muhtelif tüketiciler tarafından “Telekom’un adını kullanarak satış ve tanıtım yapıldığı” tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.telekomsanalsantral.com](file:///D:\Users\33451814414\Documents\www.telekomsantral.com) adresli internet sitesinde ve tüketicilere dağıtılan kartvizitinizde yer alan logo ve tüketicilere yapılan tanıtımlar itibariyle Türk Telekomünikasyon A.Ş ile kurumsal bir bağ olduğu izlenimi yaratılarak firmanın itibarından haksız biçimde yararlanıldığı, ortalama tüketici nezdinde unvanın Türk Telekom'a ait " TT Sanal Santral" hizmetini çağrışım yaptığı, aynı zamanda logoda bulunan "Telekom" ibaresinin eski Türk Telekom logosuna benzer biçimde dizayn edildiği, üstelik tanıtımlarda Türk Telekom'un adını kullanarak indirimli fiyatlarla tüketicilerin firmanın lehine cezbedildiği, dolayısıyla tüketicilerin buna aldanarak üye olduğu, böylece tüketicilerin yanıltıldığı, bu durumun dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği,

Üyelik işlemleri yapıldıktan sonra durumu fark eden tüketicilerin kanundan doğan cayma hakkını kullanmasına izin verilmediği, tüketicilere kurulum dahi yapılmadığı halde sözleşmeden caymak istemesine rağmen para iadesi yapılmadığı, herhangi bir hizmet de sunulmadığı, bu durumun haksız bir ticari uygulama olduğu,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin, 7/1,7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/5-b, 9,11,13,28,29 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **VM Akademi Telekom Sanal Santral** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **6.907.-TL (Altıbindokuzyüzyedi Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**7)**

**Dosya No: 2018/2448**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** “*Vodafone Evde İnternet Siz Neredeyseniz Orada*” başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** Muhtelif televizyon kanallarında yayınlanan "*Vodafone Evde İnternet Siz Neredeyseniz Orada"*  başlıklı reklamlarda; *" (...) Bu işte bir iş var ama neyse. Bu işte bir iş yok. bu işte bir Vodafone var. Ev internetiniz istediğiniz yerde cep telefonunuzdan kullanma rahatlığı şimdi Vodafone Ev İnterneti'nde. Üstelik ücretsiz*" şeklinde ifadeler ile durağan yazıda; " *24 ay kalma sözünüze. Vodafone Evde İnternet bir sene boyunca ayda 44,90TL. Fiber. 24 Mbps Hız.50GB AKN"* , altyazıda ise " *Mobil faturalı olup yeni gelen veya mevcut Vodafone Net abonesi olanlar faydalanabilmektedir. Abonelik boyunca ayda 2 defa, günlük 4 GB cep telefonunda ve yüklendiğinden itibaren 24 saat içinde kullanılabilmektedir. Toplam hak ayda 8GB'dır. Kullanılmayan GB devredilmez. Vodafone Net kampanyada değişiklik yapma hakkını saklı tutar. Vodafone Fiber Max, Vodafone Net'in fiber altyapı üzerinden hizmet verebildiği noktalarla sınırlıdır. Kampanyalarda indirim süresi sonunda, standart kampanyalı paket ücreti uygulanacaktır. 31.05.2018'e kadardır. Adil Kullanım Kotası'nı aştığında internet kullanım hızı 8,16, 24,50, 100 Mbps'ye kadar olan paketlerde sırasıyla 3,5,8,16,24 Mbps’ye kadar hızlar düşürülecektir. Damga vergisi abonenin sorumluluğundadır. İptalde cayma bedeli yansır. KDV ve ÖİV dahildir. vodafone.com.tr "* , şeklinde ifadelere yer verildiği,

Aynı reklam filminin devam niteliğindeki "*Vodafone Evde İnternet Metin Nerede?"* başlıklı reklam filminde ise; " *Metin nerede? Bu işte bir iş var. Metin o akşam kayınvalidesinin sorularından bunalmış ve diziyi izlemek için karpuz alma bahanesiyle dışarı çıkmıştı. Vodafone Yanımda. Ev internetinden gelen 4GB hediyeyi de yükleyelim. Artık dizimi rahatça izleyebilirim. Manav: Hayırdır ne yapıyorsun dedim. Dizi izliyorum dedi. -Hay aksi. -Annem uyudu, gel de evde izle dizini. -Metin nihayet eve dönmüştü, âmâ evde her şey normale dönmüş müydü? -Kayınvalide karpuzu beklerken uyuyakaldı. Metin diziyi bitirdi. Okey oynuyor. Vodafone evde internet ayda iki kez cep telefonuna hediye 4gb internet göndermeye devam ediyor. "* ifadelerine yer verildiğitespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İki reklam filmi birlikte bir bütün olarak değerlendirildiğinde; " *Ev internetinizi istediğiniz yerde cep telefonunda kullanma rahatlığı" " Ev internetini cebe gönder. Artık dizimi rahatça izleyebilirim" "* V*odafone evde internet, istenildiği zaman cepten de kullanım rahatlığı sunmaya devam ediyor." " Vodafone evde internet siz neredeyseniz orada"* şeklinde ifade edilen ana vaat ile ortalama tüketici nezdinde ev interneti paketinin cep telefonları vasıtasıyla ev dışında kullanabileceği algısının yaratılmak istendiği, reklam kurgusu itibariyle ev interneti kotasının evde ve ev dışında mobil durumdayken de kullanılabileceği (dışarıda dizi izlemesi) mesajının verildiği, ancak ev dışındaki kullanımın ayda 2 kez 24 saat süreyle 4GB ile sınırlı olduğu bilgisine reklamda ortalama bir tüketicinin anlayacağı biçimde yer verilmediği,

Aynı şekilde ana vaatte sunulan 24 ay taahhüt bilgisi ile ilk 1 yıl boyunca 49,90TL ödeneceği bilgisine yer verilirken geri kalan 12 aylık süre için aylık ne kadar ödeneceği bilgisine durağan yazıda/dış seste yer verilmediği, altyazıda ise "standart paket ücreti" şeklinde ifadeye verildiği ancak " standart paket ücreti" hakkında bilgi verilmemesi nedeniyle tüketicilerin eksik bilgilendirildiği, böylece kullanım koşullarının altyazıda yer verilmesinin ana vaat-istisna uyumsuzluğu yarattığı,

Dolayısıyla söz konusu reklamların fiyat konusunda tüketicileri eksik bilgilendirmek suretiyle yanıltıcı nitelikte olduğu ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin, 7/1,7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/5-b, 9,11,13,28,29 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Vodafone Telekomünikasyon A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **276.345 TL (İkiyüzyetmişaltıbinüçyüzkırkbeş Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**8)**

**Dosya No: 2018/2449**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** “*Devreden Uyumlu 3*” tarifesine ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 26.07.2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: [www.vodafone.com.tr](http://www.vodafone.com.tr) adresli internet sitesinin 26.07.2018 tarihli görünümünde yer alan “*Uyumlu Tarife-Faturalı”* başlıklı reklamlarda “*Devreden Uyumlu 3 29TL Her Yöne 1000DK Her Yöne 1000SMS 3GB İnternet Hemen Başvur*” şeklinde tanıtımlara yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** *" Uyumlu Tarife 3"*  isimli tarifeye ilişkin *" 3GB internet,1000 SMS, 1000 dakika 29TL"*  şeklinden yapılan tanıtımlara istinaden Ceyda KARAKOYUNLU isimli tüketici 09.04.2018 tarihinde hattını firmaya taşıyarak söz konusu kampanyadan faydalandığı, ancak ardından müşteri temsilcisi tarafından aranarak kampanyanın iptal olduğu şeklinde yanlış bilgi verildiği ve söz konusu tarifeye en yakın "İşini Bilen Esnaf" tarifesine geçebileceği söylendiği, tüketici bu durumu kabul etmeyince de hat iptalinin gerçekleştirildiği, ancak [www.vodafone.com.tr](file:///D:\Users\33451814414\Documents\www.vodafone.com.tr) adresli internet sitesinde halen "Devreden Uyumlu 3" kampanyasına ilişkin tanıtımlara yer verildiği, tüketicinin söz konusu kampanya geçerli olduğu/devam ettiği halde kampanyadan faydalandırılmadığı, böylece tüketicinin güveninin kötüye kullanarak ve bilgi eksikliğini istismar ederek daha yüksek ücretli tarifeye geçirmeye çalışıldığı, böylece firma lehine haksız kazanç elde edilmek istendiği, dolayısıyla söz konusu reklamların tüketicileri yanıltıcı ve yanlış yönlendirici nitelikte olduğu, dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**ÖRTÜLÜ REKLAM**

**9)**

**Dosya No: 2017/3802**

**Şikayet Edilen: Sipas Ajans Rek. ve Yay. Org. San. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Vizyon 58 TV isimli televizyon kanalında yayınlanan “*Metafizik Alem*” isimli programda örtülü reklam yapıldığı iddiası

**Reklam Yayın Tarihi:** 18.06.2017

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler: “**Vizyon 58 TV” isimli televizyon kanalında yayınlanan “*Metafizik Alem*” isimli programın 18.06.2017 tarihinde yayınlanan bölümünde, program sunucusu Kürşad BERKKAN tarafından ‘Metafizik uzmanı’ unvanıyla Hakan KENAN isimli bir şahsın konuk edildiği, söz konusu programda yayına telefonla bağlanan izleyiciler ile gerçekleştirilen konuşmalarda; *“(K.Berkkan): Canlı yayın sonrası Tunç Bey, Hakan Bey’e ulaşırsanız, yapılmış o malzemelerin nereye saklandığını bire bir tarif edecek ve ben eminim… Bir sonraki programda arayıp Hakan Bey’e teşekkür edersiniz diye umut ediyoruz... Rümeysacığım, kendin ve annen için tekrar Hakan Hoca’ya ulaşıp programdan sonra profesyonel anlamda destek alabilirsin… Hakan Hocamızın da altta, alt bantta zaman zaman geçen telefon numaralarından, danışmanlık numaralarına da programdan sora ulaşabilirsiniz... Pek çoğumuz hayatında maalesef ki bu tür stres ve üzüntü sebebiyle biz nasip kanallarımız kapatıyoruz… Bu kanalların açılmasında profesyonel destek alabilirsin. Öğleden sonra aradığında Hakan Hocam sana yardımcı olacaktır… Öğleden sonra müsait olduğunuz bir vakitte Hakan Hocamızı ararsanız, bu konuda ne yapmanız gerektiği hususunda da size bilgi aktarmaktır... Tamam Duygu Hanım siz kapınıza bakın. İnşallah orada bulursanız ama dokunmayın, ne yapacağınız hususunda Hakan Hoca’yı ararsanız yardımcı olacaktır... Metafizik sıkıntı yaşayan bir eş karı koca. Mahkemeye gidip boşanma dilekçesini vermişlerdi... Fakat size ulaştılar. Ben şahidim… Bu tedavi süresinden sonra olaydan vazgeçtiler. Şimdi gayet mutlular... Hocam, bu kardeşimizin uzun süredir çocuğu olmuyor. Çocuğu olmamasının sebebi de kardeşimizin uzum süredir çocuğu olmuyor. Çocuğu olmamasının sebebi de Ümmü Sübyan dediğimiz vakıa… Sürekli düşük yapıyor ya da çocuğu bir şekilde olmuyor yani… Fakat Hakan Hoca’nın 21 günlük seansından sonra şimdi… o aile… gebe ve inşallah dünyaya bir çocuk getirecek...”* şeklinde ifadelere yer verildiği ve programın belli bölümlerinde Hakan Kenan isimli şahsa ait 0 541 483 36 20 şeklindeki cep telefonu numarasının ekranın alt kısmında yayınlandığıtespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu yayında, Hakan Kenan isimli şahsı övücü ve tüketicileri bu şahsa yönlendirici ifadelere yer verildiği, programın belli bölümlerinde Hakan Kenan isimli şahsa ait 0 541 483 36 20 şeklindeki cep telefonu numarasının ekranın alt kısmında yayınlandığı ve yayına bağlanan kişilerin Hakan Kenan isimli şahısla bağlantıya geçmek için bu numarayı arayabileceklerinin belirtildiği, böylelikle telefonla yayına bağlanan kişilerin yaşadıkları sıkıntıların giderileceği iddiasıyla Hakan Kenan isimli şahsa yönlendirildiği, dolayısıyla Hakan Kenan isimli şahsın örtülü reklamının yapıldığı,

Dolayısıyla, inceleme konusu programın anılan tarihteki yayınının;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Sipas Ajans Rek. ve Yay. Org. San. ve Tic. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **12.070.-TL (Onikibinyetmiş Türk Lirası)** **idari para ve anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**10)**

**Dosya No: 2017/3871**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** “Sözcü” Gazetesinin 03.10.2017 tarihli nüshasında yayınlanan *“Numaralı Gözlükleri Çöpe Atma Devri”* başlıklı yazıda örtülü reklam yapıldığı iddiası

**Reklam Yayın Tarihi:** 03.10.2017

**Yayınlandığı Mecra:** Gazete

**Tespitler:** “Sözcü” Gazetesinin 03.10.2017 tarihli nüshasında yer alan *“Numaralı Gözlükleri Çöpe Atma Devri”* başlıklı yazıda;

*“Uzun yıllar yurtdışında görev yapan ve Hollanda’da göz kliniği bulunan Bozkurt Şener, “Smile Lazer teknolojisiyle çok düşük ve çok yüksek dereceli göz bozukluklarında bile başarılı sonuçlar alıyoruz. Gözlük kullanmak tarih oluyor” dedi.*

*Şüphesiz gözlerimiz en değerli organlarımızdan… Bu nedenle göz sağlığı da çok önemli… Bazı insanlar doğuştan, bazıları ise sonradan oluşan görme bozuklukları nedeniyle hayat boyu gözlük takmak zorunda. Ancak son yıllarda göz tedavisinde gelişen teknolojilerin üst sınırlara ulaşmasıyla artık gözlüklerden tamamen kurtulmak mümkün. Uzun yıllar yurt dışında görev yapan ve Hollanda'da göz kliniği bulunan lazer ve katarakt uzmanı Doç. Dr. Bozkurt Şener, numaralı gözlük takan hastalara uygulanan lazer ve mercek tedavi teknolojileriyle gözlüklerin tamamen atıldığını anlattı.*

*İşte o röportaj: Göz tedavisinde son gelişmeler neler? İkiye bölmek gerek. Birincisi lazerler var, ikincisi de göz içi lensler var. 40 yaş ve altı, 40 yaş ve üstünde uygulanan yeni teknolojiler var. Lazer öncesinde RK denilen bir teknik vardı. Kornea üzerinde çizikler yaparak yapılan bir ameliyattı. Lazerin aslında bu çizmeyle hiçbir alakası yok ama ‘çizdirme' lafı bu ilk yöntemden kaldı. Lazer, yüzeyi tıraşlayarak şekillendirerek çalışır. Lazer gözün yüzeyindeki saat camı gibi bombeli olan şeffaf kornea tabakasında bir tür gözlüğün ya da kontakt lensin modelini çizer. Yani gözün kendi yüzeyini bir tür gözlük gibi kullanır. Lazer tedavisi tam olarak bu…*

*Risk faktörü var mı? Doğru seçilmiş hastaya, doğru kişi tarafından iyi bir aletle ve iyi bir teknikle yapılırsa yok denebilir. İlk nesil lazer teknolojisi gözün direkt yüzeyine uygulanan bir şekillendirmeydi. Daha sonra Dünyagöz'de birlikte çalıştığımız Giritli meslektaşımız Prof. Dr. Loannis Pallikaris'in bulduğu literatüre de geçen Lasik yöntemiyle ikinci nesil lazer cerrahisi gelişti. Buna bir de son dönemlerin en müthiş teknolojisi olan Smile Lazer teknolojisi eklendi.*

*Smile lazer teknolojisinden muhteşem diye bahsetmenizin nedeni nedir? Lasik dediğimiz ikinci nesilde kornea yüzeyinden bir dilim kesip kaldırıyoruz, altta kalan dokuya lazer tedavisi uygulayıp kaldırdığımız dokuyu tekrar kapatıyoruz. Burada amaç kornea dokusunun içinden göz numarası yaratan parçayı atmaktı. Üçüncü nesil dediğimiz Smile Lazer teknolojisinde ise kornea tabakasından atmak istediğimiz bu parçayı göze dokunmadan direkt kornea içinde yapıyoruz. Bunun yanına sadece 2 milimetrelik bir çizik yapıyoruz. Bu parçayı 2 milimlik yerden dışarıya çıkarıyoruz ve işlem tamamlanıyor. Gözün en dışında kalkan görevi gören tabakaya dokunmamış oluyoruz. Onun için operasyonun arkasından birkaç gün sonra boks bile yapabilir hasta. Gözün özel bir korumaya ihtiyaç yok. Kuru gözlerde ya da kurumaya eğilimli gözlerde de lazer uygulanabiliyor.*

*Kalın mercekli gözlük kullananlar da bu tedaviyle gözlükleri atabilecek mi? Tabii… 10 derecenin üstüne çıktık diyelim hastada ve 40 yaşın altında. Bunlarda göz içi lens dediğimiz bir yöntem var. Gözlüğün çok mikroskobik bir modelini düşünün o modeli biz gözün içine yerleştiriyoruz. Ömür boyu orada kalıyor. Bununla 20 dereceye kadar numaralı gözleri düzeltmemiz mümkün. Bir 10 dereceye kadar da lazerle düzeltiliyor****.*** *32 derece numarası olan ve bu yöntemle düzelttiğim hastam var.*

*40 yaş üstündekilere ne olacak? Katarakt ameliyatlarında kullanılan lensler de çok gelişti ve tek odaklı değil çok odaklı olması noktasına gelindi. Lensi gözün içine koyduğumuzda hem yakını, hem uzağı tedavi ediyoruz. Tüm odakları görür hale geliyor ve ömür boyu değişmiyor.*

*Göz sağlığımız için nelere dikkat etmeliyiz? Bir kere 6 aylıkken çocukları bir göz hekimi görmeli… Her şey normal bile olsa 2 yaşında muhakkak göz hekimi görmeli. Ailede bilinen göz hastalıkları varsa daha da dikkat edilmeli. Bunların hiçbiri yapılmadı ise ilkokul yaşına geldiğinde göz hekimine gidilmeli. En basit iki göz arasında numara farkı olduğunda ve bu tespit edilmediğinde geri dönüşü olmayan bir hale geliyor. İki göz arasında fark olan gözlerin muhakkak gözlükle düzeltilmesi gerek. 18 yaştan önce lazer yapılmıyor. 21 yaş ve üstüne uygulanıyor.*

*Katarakt ameliyatları deyince artık durup bir düşünülüyor. Merdiven altı merkezlerde insanlar gözünü kaybetti… Anlattığımızda bunlar çok basit gibi gözüküyor ama hepsi cerrahi işlemdir. Doğru bir merkezde doğru bir ölçüm ile testlere ve bu işi yapacak doğru doktora ihtiyaç var. Hastanın da uygulama için doğru kişi olması gerek. Önüne gelen herkese yapamazsınız. Arabada, uçakta ya da diğer teknolojilerde gelişmeler nasılsa aslında tıpta da öyledir. Hatta birkaç adım hızlı gidiyor. O yüzden doktorun da bu gelişmeleri takip edecek şekilde güncel olması gerekir. Bu teknolojileri satın almak bakımından merkezlerin de güncel olması gerekir. Teknoloji o kadar hızlı gelişiyor ki bizim sıradan doktorlar olmaktan ziyade bu teknolojiyi en çok ve en iyi kullanan doktorlar olmamız gerekiyor. Bu da normal araba kullanan insanla Formula 1 kullanan pilot arasındaki fark gibidir. İkisi de araba ama birini kullanmak için özel yetenek ve eğitim gerekli…”* şeklinde ifadelere yer verildiği,

Bunun yanında ilgili yazının yayınlandığı sayfanın orta kısmında yer alan ve röportaj yapan doktorun resmini de içeren “Doç. Dr. Bozkurt Şener Kimdir” başlıklı kısımda; *“Arkadaşımız Hande Zeyrek’e konuşan Doç. Dr. Bozkurt Şener, Galatasaray Lisesi’ni bitirdi, İstanbul tıp Fakültesi’ne girdi. İhtisasının bir dönemini Amerika’da yaptı. 1991’de doçent oldu. Hollanda’da 15 yıl önce lazer ve katarakt cerrahisi üzerine merkez açtı. 3 yıldır Dünyagöz Hastanesi’nde görev yapıyor****.****”* ifadelerine yer verildiğitespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu yazıda, röportajı veren Doç. Dr. Bozkurt Şener’e ve uyguladığı tedavi yöntemine yönelik olarak yer alan talep yaratıcı ve övücü ifadeler ile yine aynı doktorun çalıştığı hastane bilgisinin paylaşılması hususu bir arada değerlendirildiğinde, ilgili yazının tüketicileri adı geçen doktora yönlendirici nitelikte olduğu, yazıda ismi ve çalıştığı kuruluş adı geçen Doç. Dr. Bozkurt ŞENER’in tedavi yöntemlerine övücü atıflarda bulunulduğu ve yönlendirme yapıldığı,tüketicilerin aydınlanma ve bilgilenme ihtiyacını karşılama ve haber verme amacının dışına çıkılarak tüketici tercihlerini bilinçli olarak yönlendirebilecek şekilde bahsi geçen doktorun ve uyguladığı tedavi yönteminin teşvik edildiği, böylelikle adı geçen doktorun ve çalıştığı hastanenin örtülü reklamının yapıldığı,

Dolayısıyla, inceleme konusu yazının;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Estetik Yayıncılık A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **120.706.- TL (Yüzyirmibinyediyüzaltı Türk Lirası)** **idari para ve anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**KOZMETİK VE TEMİZLİK ÜRÜNLERİ**

**11)**

**Dosya No: 2016/1462**

**Şikayet Edilen: İrfan BAŞAR**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.firsatabaksana.com](http://www.firsatabaksana.com) adresli internet sitesinde yer alan *“Radian Massage Cream”* isimli ürüne ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 23.06.2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.firsatabaksana.com](http://www.firsatabaksana.com) adresli internet sitesinin 23.06.2016 tarihli görünümünde “Radian Massage Cream” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Bel Fıtığı Kremi ! Ağrılarınıza Gelen Yeni Çözüm. Radian Massage Cream Kaslarınızın Gevşemesine ve Günlük Hayatınızda Karşılaştığınız Bel Ağrılarınızın Azalmasına Yardımcı Olur.”, “AĞRILARINIZA GELEN YENİ ÇÖZÜM. Radian Masaj Kremi, 40 yıllık tecrübe geçmişi olan ve profesyonel bir masör tarafından hazırlanmış bir ilaçtır. Uygulama tarzı kendisine has olan bu krem bu güne kadar yüzlerce kişinin ağrılarını geçici olarak değil tamamen durdurmuştur. Her gün Radian Masaj Kremi sayesinde ağrılarından kurtulan insanların sayısı gittikçe artmaktadır. Radian Masaj Kremi İçeriği; Kaslarınızın gevşemesine ve günlük aktivitelerinizde karşılaştığınız bel ağrılarınızın giderilmesine yardımcı olur. Bel fıtıklarında görülen hareket kısıtlamalarını etkili uygulama yaparak ortadan kaldırılmasına yardımcı olur. Kremin sürüldüğü bölgede kan dolaşımının hızlanmasına yardımcı olur ve ağrıyan bölgenizde ağrı kalmaz. (…) Radian masaj kremi etkin içeriği sayesinde kasları gevşeterek rahatlatır. Gerilimi giderir, ağrılı bölgeye hareket kolaylığı sağlar harekete kısıtlılığı engeller.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** “Radian Massage Cream” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Bel Fıtığı Kremi ! Kaslarınızın Gevşemesine ve Günlük Hayatınızda Karşılaştığınız Bel Ağrılarınızın Azalmasına Yardımcı Olur. ve “AĞRILARINIZA GELEN YENİ ÇÖZÜM. (…) ilaçtır. (…) bu krem bu güne kadar yüzlerce kişinin ağrılarını geçici olarak değil tamamen durdurmuştur. Her gün Radian Masaj Kremi sayesinde ağrılarından kurtulan insanların sayısı gittikçe artmaktadır. Kaslarınızın gevşemesine ve günlük aktivitelerinizde karşılaştığınız bel ağrılarınızın giderilmesine yardımcı olur. Bel fıtıklarında görülen hareket kısıtlamalarını etkili uygulama yaparak ortadan kaldırılmasına yardımcı olur. Kremin sürüldüğü bölgede kan dolaşımının hızlanmasına yardımcı olur ve ağrıyan bölgenizde ağrı kalmaz. (…) Radian masaj kremi etkin içeriği sayesinde kasları gevşeterek rahatlatır. Gerilimi giderir, ağrılı bölgeye hareket kolaylığı sağlar harekete kısıtlılığı engeller.”* ifadelerine yer verildiği,

Ancak, Kozmetik Mevzuatına tabi bulunan tüm kozmetik ürünlerin, insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve etkileri geçici olan ürünler olması gerektiği; bu bağlamda inceleme konusu tanıtımlarda yer alan tedaviye yönelik ve endikasyon belirten ifadelerin ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği;

Bu nedenle, inceleme konusu tanıtımların;

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 ve 10 uncu maddeleri,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**12)**

**Dosya No: 2017/3594**

**Şikayet Edilen: Vitakap Sağlık ve Gıda Ürün Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** <https://ailemicinsaglik.com/> adresli internet sitesinde yayınlanan muhtelif kozmetik ve temizlik ürünlerine yönelik tanıtımlar ile *“Waterwipes Islak Mendil”* isimli ürüne ait ambalaj üzerinde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2016, 30.11.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet, ambalaj

**Tespitler:** <https://ailemicinsaglik.com/> adresli internet sitesinde yayınlanan; **“**Organik Jojoba Yağı” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Üstün nemlendirici etkisi, hamilelik döneminde ve doğum sonrasında oluşabilecek çatlakları ve kaşıntıları önlemeye yardımcı olur. (…)Amerika’nın Güneybatısındaki yerli bitki tohumlarından preslenen USDA-sertifikalı organik jojoba yağı cilt ve saç için nesillerdir saygı duyulan geleneksel doğal bir nemlendiricidir. En hassas ciltler için bile uygundur. (…) USDA sertifikalı %100 Organik Jojoba Yağı, tarım ilaçları, fungisidler veya herhangi bir kimyasal madde içermez. Damla sulama kullanılan ve el ile düzgün bir şekilde biçilen tarlalardan hasat edilmiş Jojoba tohumları soğuk preslenir ve arıtılmadan saf haliyle şişelenir. Herhangi bir yağlı kalıntı bırakmadan cildi nemlendirir. Tıkanmış gözenekleri etkili bir şekilde temizler. Saç derisine masaj yapıldığında derideki soyulmaların (pullanmaların) önlenmesine yardımcı olur..”* ifadelerine,

“Çay Ağacı Yağı Rahatlatıcı Sprey” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Küçük sıyrıklar ve böcek ısırıkların acısını hafifletir/dindirir. Güneş yanığıyla ilgili oluşan acıyı/huzursuzluğu rahatlatır. Yorgun ve ağrıyan ayakları rahatlatır.(…) “Desert Essence Eco-Harvest® Çay Ağacı Yağı’nın antiseptik özellikleri ile harmanlanmış botanik ekstratların karışımı en çok ihtiyacınız olduğu durumda cildiniz ve vücudunuz için rahatlık getirir. (…)”* ifadelerine,

“Çay Ağacı Özlü Yüz Temizleme Pedleri” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; “*cilt dokusunu onarır, (…) Ciltteki yağı azaltarak sivilce oluşumunu engeller. (…)“%100 Organik Eco- Harvest® Çay Ağacı Yağının Sihirli Etkisi (…) Desert Essence Çay Ağacı Özlü Yüz Temizleme Pedleri, %100 organik Eco- Harvest® çay ağacı yağı, lavanta, papatya ve aynısefa özlerinden oluşan tescilli formülü ile cilt dokusunu onarır, pürüzsüzleştirir ve parlaklık kazandırır. (…) Cildi yumuşatır”* ifadelerine,

“Waterwipes Islak Mendil” isimli ürüne yönelik tanıtımlarda; *“%99.9 saf su ve %0.1 greyfurt çekirdeği özütü içeren bebekler için doğal içerikli ıslak mendil. %99.9 saf su içeriği ile "yumuşak bir his" ve etkili temizlik sonucu verir. %0.1 greyfurt çekirdeği özütü ile cildi korumaya yardımcı olur ve nemlendirir”* ifadelerine, ürün ambalajının ön yüzünde; *“The world’s purest baby wipes (…) Chemical Free”* vearka yüzünde; *“WaterWipes are a fresh, natural product, free from chemicals and preservatives (..) Because we don’t use chemicals to ‘bind’ the liquid to the wipes like other brands (…)”* ve “*Benzersiz ve patentli teknoloji ile hijyenik oda koşullarında üretilmiştir. Hiçbir kimyasal katkı maddesi içermez. Sadece %99,9 saf su ve %0,1 greyfurt çekirdeği özütü içermektedir. Cildin doğal yapısını korur ve nemlendirir.”* ifadeleri ile ürün ambalajlarının arka yüzünde *“free from chemicals and preservatives (..) Because we don’t use chemicals to ‘bind’ the liquid to the wipes like other brands (…)”* ifadelerine ve internet sitesinde yer alan *“Organik Jojoba Yağı”, “Organik Çay Ağacı Yağı”, “Yeşil Elma ve Zencefil Özlü Organik Duş Jeli”, “Kokusuz Organik Duş Jeli”, “Kokusuz Organik El ve Vücut Losyonu”, “Baharatlı Vanilya Çayı Özlü Organik Duş Jeli”, “Tropikal Hindistan Cevizi Özlü Organik El ve Vücut Losyonu”* isimli ürünlere ilişkin tanıtımlarda *“organik”* ifadesine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Kozmetik Mevzuatına tabi bulunan tüm kozmetik ürünlerin, insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve etkileri geçici olan ürünler olması gerektiği; bu bağlamda inceleme konusu <https://www.ailemicinsaglik.com/> adresli internet sitesinde yer alan tedaviye yönelik ve endikasyon belirten ifadelerin ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği;

Diğer taraftan, firmaya ait <https://www.ailemicinsaglik.com/> adresli internet sitesinin 20.07.2018 tarihli görünümünde yer alan ifadelerinin doğruluğunun, bilimsel geçerliliği olan bilgi ve belgelerle ispatlanamadığı,

Bununla birlikte, firmaya ait <https://www.ailemicinsaglik.com/> adresli internet sitesinin 20.07.2018 tarihli görünümünde yer alan “Waterwipes Islak Mendil” isimli ürüne yönelik tanıtımlar ile ürün ambalajının ön yüzünde ürün içeriğine ilişkin olarak; *“Chemical Free”* ifadesine ve ürün ambalajlarının arka yüzünde *“free from chemicals and preservatives (..) Because we don’t use chemicals to ‘bind’ the liquid to the wipes like other brands (…)”* ifadelerine yer verilmek suretiyle, tüketiciler nezdinde tanıtımı yapılan ürünün kimyasal içermediği için benzer nitelikteki diğer ürünlerden üstün olunduğu algısı yaratılarak rakip ürünlerin kötülendiği, bu durumun Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin karşılaştırmalı reklamlar ile ilgili hükümlerine aykırı olduğu,

Ayrıca, inceleme konusu tanıtımlarda yer alan “Çay Ağacı Yağı Rahatlatıcı Sprey” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; *“antiseptik özellikleri ile”* ifadelerinin kullanılabilmesi için gerekli biyosidal ürün ruhsatının bulunmadığı,

Bu nedenle, inceleme konusu tanıtımların;

- Biyosidal Ürünler Yönetmeliğinin 5 inci ve 38 inci maddeleri,

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 ve 10 uncu maddeleri,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/1-b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/8, 8/1 inci, 9 uncu, 10 uncu, 26 ıncı ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Vitakap Sağlık ve Gıda Ürün Sanayi Ve Ticaret Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**13)**

**Dosya No: 2016/4621**

**Özün Sesi Yayıncılık Radyo ve Televizyon Kurumu A.Ş.**’ye ait *“Rumeli TV*" isimli televizyon kanalında yayınlanan reklamlarhakkındaki dosya ile ilgili görüşme ve değerlendirmelerin ***ertelenmesine*** karar verilmiştir.

**14)**

**Dosya No: 2016/4622**

**Benru Radyo Televizyon ve Uydu Yayıncılık A.Ş.**’ye ait *“İstanbul’un Sesi*" isimli radyo kanalında gerçekleştirilen tanıtımlarhakkındaki dosya ile ilgili görüşme ve değerlendirmelerin ***ertelenmesine*** karar verilmiştir.

**15)**

**Dosya No: 2016/4608**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait “365 TV” isimli televizyon kanalında gerçekleştirilen tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2016

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** Firmaya ait “365 TV” logolu televizyon kanalında gerçekleştirilen tanıtımlarda; 14.10.2016 tarihinde saat 12:42’de, 17.10.2016 tarihinde saat 17:50, 09:41, 21:23’te, 20.10.2016 tarihinde saat 08:43 ve 06:13’te, 22.10.2016 tarihinde saat 07:45’te yayınlanan reklamlarda “Çörekotlu Ardıç Yağlı Deva Kremi” isimli ürüne ilişkin olarak; “*Çörek otlu ardıç yağlı deva kremiyle giriyoruz. Deva kremimizi baş ağrısı, migren ağrısı, sinüzüt ağrısı, eklem ağrısı, boyun ağrısı, boyun fıtığı ağrısı, omuz ağrısı, adale ağrısı, kas ağrısı en önemlisi de romatizma. Romatizma ağrısı, bel ağrılarından 5 dakika içerisinde etkisini gösteren tamamen bitkisel, kullandığınız andan itibaren dua edeceksiniz”* şeklinde ifadelere yer verildiğitespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firmaya ait “365 TV” logolu televizyon kanalında gerçekleştirilen tanıtımlarda; 14.10.2016 tarihinde saat 12:42’de, 17.10.2016 tarihinde saat 17:50, 09:41, 21:23’te, 20.10.2016 tarihinde saat 08:43 ve 06:13’te, 22.10.2016 tarihinde saat 07:45’te yayınlanan reklamlarda “Çörekotlu Ardıç Yağlı Deva Kremi” isimli ürüne ilişkin olarak; “*Çörek otlu ardıç yağlı deva kremiyle giriyoruz. Deva kremimizi baş ağrısı, migren ağrısı, sinüzüt ağrısı, eklem ağrısı, boyun ağrısı, boyun fıtığı ağrısı, omuz ağrısı, adale ağrısı, kas ağrısı en önemlisi de romatizma. Romatizma ağrısı, bel ağrılarından 5 dakika içerisinde etkisini gösteren tamamen bitkisel, kullandığınız andan itibaren dua edeceksiniz”* şeklinde endikasyon belirten ve bilimsel ispata muhtaç ifadelerle tanıtım ve satışı yapılan söz konusu kozmetik ürünlere ilişkin, tüketiciler üzerinde bu ürünlerin tıpliteratüründe hastalık olarak tanımlanan ve hekim kontrolünde tedavi edilmesi gereken rahatsızlıkların anılan ürünlerle tedavi edildiği veya tedavisine yardımcı olunduğu izlenimioluşturulduğu ve mevzuatta izinverilen sağlık beyanlarının dışında sağlık beyanlarına yer verildiği; ancak *“krem”,*  şeklinde tanıtımı ve satışı yapılan ürünlerin haricen uygulanması nedeniyle “kozmetik ürün” olarak değerlendirilebileceği, bu durumda inceleme konusu tanıtımlarda yer alan ifadelerin kozmetik ürün tanımını aşan ve tüketicileri yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların,

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

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliği’nin 5/a, 5/b, 5/c, 5/ç, 5/d, 6 ve 7 nci maddeleri,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7, 9, 26 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **MCT Yayıncılık A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **11.625- TL (Onbirbinaltıyüzyirmibeş Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**SAĞLIK**

**16)**

**Dosya No: 2017/3830**

**Şikayet Edilen: Azaderm Sağlık Hizmetleri LTD. ŞTİ. (Özel Akif Mehmetoğlu Kliniği)**

**Şikayet Edilen Reklam:** <http://www.akifmehmetoğlu.com> adresli internet sitesi ile [www.facebook.com](http://www.facebook.com) ve [www.instagram.com](http://www.instagram.com) adresli sosyal paylaşım sitelerinde kuruluşa ait sayfalarda yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 06.04.2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.akifmehmetoglu.com](http://www.akifmehmetoglu.com) adresli internet sitesinin 06.04.2018 tarihli görünümünde;

-Ana sayfada; *“…Doktorumuz yüz ve vücut şekillendirme, sıkılaştırma ve gençleştirmede cerrahisiz başarılı sonuçlar sağlayan uygulamalar gerçekleştirmektedir… Doktorumuz profesyonel saç ekimi kadrosu ile saç naklini konforlu ve hatasız bir şekilde gerçekleştirmektedir… Kol bölgesindeki yap depolanmaları ve sarkma Lazer lipoliz ile çok başarılı bir şekilde tedavi edilmektedir… Kol bölgesi yap depolanmaları ve sarkma Lazer lipoliz ile çok başarılı bir şekilde tedavi edilebilmektedir.*”,

-“Dudak Dolgusu” başlığı altında; *“…Dudak dolgusu ile birlikte bu uygulamanın yapılması dudağı daha estetik hale getirmektedir.*”,

-“Dolgu İle Kalça Estetiği” başlığı altında; *“…Hızlı, Güvenli ve Doğal: Aquafilling. Aquafilling hidrofilik jeli estetik tıpta başarılan gerçek bir ilerlemedir. Yumuşak doku dolgularıyla ilgili inanışları kökünden değiştirmiştir. Aqualifting kadınların kalçalarının daha çekici ve doğal görünmesi için minimal invazif teknik sağlayan bir hidrofilik jeldir. Aqualifting uygulamasının klinik sonuçları beklentilerin ötesindedir. Bu dolgu maddesi popolara enjekte edilir; sonuçta ortaya büyük ve dik popolar çıkar. Popo hacminden veya şeklinden rahatsız olanlar polikliniğimizde Aquafilling uygulaması yaptırabilir… Aquafilling, insan dokularıyla tam uyumludur… Yavaş şekilde yıkılır ve yüksek güvenlikli, uzun sürekli bir etki sağlar…Sonuçta ortaya estetik ve çekici popo elde edilir…Aquafilling İle Ameliyatsız Popo Büyütme Avantajları:Hasta için travma oluşturan ve cerrahi olmayan bir işlemdir. Aquafilling dolgusu insan dokularıyla yüksek uyuma sahip bir biyolojik maddedir; bileşiminin %98’inin sudan oluşması sayesinde insan vücudunun doğal görünümünü verir. Uzun süreli etki sağlar. Kalıcılık süresi 5 ila 8 sene arasındadır. Uygulama sonrası silikon popo ameliyatında olduğu gibi popoda herhangi iz kalmaz. Dolgu maddesi sadece iğne ucu kadar açılan delikten popoya enjekte edilmekte ve işlem sonrası delik kapatılmaktadır. Uygulama için hastanede yatmaya gerek yok. İşlem 30-40 dakika gibi kısa sürede tamamlanır. Uygulamadan kısa süre sonra hasta sosyal yaşantısına ve iş yaşamına dönebilir. Yumuşak dokularla doğal kıvamda olması, popoların doğal görünümünü sağlar; aynı zamanda duyu hassasiyeti de tamamen korunmuş olur. Aquafilling Kalça Büyütme fiyatları ve diğer yöntemlerle karşılaştırılması: Kalça büyütme ameliyatı fiyatlarını araştıranlar bilir. Bu ameliyatlar masraflı olur. Ama diğer kalça büyütme estetiği yöntemleri ile karşılaştırma yaparsak Aquafilling yöntemi daha hesaplıdır. Diğer popo büyütme ameliyatı yöntemlerinin tek dezavantajı fiyatlar değildir. Örneğin yağ enjeksiyon ile popo büyütme yaptıranların en çok şikayet ettikleri konu yağın çok kısa sürede eridiği gözlemlenmektedir. Ama Aquafilling kalça estetiği ile büyütülen popo dolgunluğunu en az 5 sene korumaktadır. Bazı hastalarda bu 8 seneye kadar çıkmaktadır. Veya silikon popo ameliyatı. Bu yöntemle kalça estetiği yaptıranların en büyük şikayeti yapay durması, vücutta fazladan bir yükmüş gibi his oluşturması, zamanla buruşması-yapışması ve uzman ellerde yapılmamasından kaynaklı olarak içeride hareket etmesi yönündedir. Oysa Aquafilling yaptıranlar bilir, bu yöntemle kalça estetiği yaptırdığımızda enjekte edilen dolgu yumuşak dokuların kıvamında olduğu için tamamen doğal görünür ve vücuttan bir parça gibi izlenim oluşturur. Aynı zamanda, duyu kaybı da yaşanmaz…Tamamen doğal bir madde olan Aquafilling hidrofilik jeli vücutta hiçbir yan etki oluşturmaz…*”,

-“Dolgu ile Göğüs Büyütme” başlığı altında; *“…Dolguyla göğüs büyütme, yani Aquafilling uygulaması tıpta başarılan gerçek bir devrimdir. Bu uygulama implantlarla ilgili inanışları kökünden değiştirmiştir. Aquafilling meme dokularının daha çekici ve doğal görünmesi için invazif ve cerrahi olmayan bir yol sağlayan hidrofilik jeldir. Bu jel memelere enjekte edilir; sonuçta ortaya büyük ve dik memeler çıkar. Meme hacminden veya şeklinden rahatsız olanlar polikliniğimizde Aquafilling uygulaması yaptırabilir. Avantajları: Aquafilling yaptıranlar zaten bilir de, bir de bilmeyenler için Aquafilling ile göğüs büyütmenin avantajları hakkında yazalım: Memeye enjekte edilen bu dolgunun %98’i sudan oluştuğu için, meme dokularının doğallığını ve yumuşaklığını sağlarken, duyu hassasiyetini de tamamen korur. Uzun süreli etki sağlar. Kalıcılık süresi 5 ila 8 sene arasındadır. Tamamen doğal içerikli bir dolgu maddesi olduğundan vücut tarafından reddedilmez ve işlem sonrası herhangi yan etki görülmez. Cerrahi bir işlem olmadığı için meme travmaya maruz kalmaz. Hastalar işlemden kısa süre sonra günlük yaşantılarına dönebilir. Hemen ertesi gün yeni memelerle işe çıkabilir veya seyahat edebilir. Uygulama sonrası silikon ameliyatında olduğu gibi memede herhangi iz kalmaz. Dolgu maddesi sadece iğne ucu kadar açılan delikten memeye enjekte edilmekte ve işlem sonrası delik yara bandı ile kapatılmaktadır. Aquafilling uygulaması tamamen ağrısız bir uygulamadır. İşleme başlamadan memeler lokal olarak uyuşturuluyor. Aquafilling ile meme büyütme uygulaması oldukça kısa sürer. 30-40 dakika içerisinde yeni memelere kavuşmak mümkün. Bu uygulamanın bir güzelliği de şudur ki, işlem sonucunda size sürpriz olan, arzulamadığınız bir meme şekli ortaya çıkmaz. Uygulama esnasında, zaman-zaman aynada memelerinize bakarak fikirlerinizi söyleyebiliyorsunuz. Memeleri küçük olanlarda Aquafilling uygulaması harika sonuçlar doğurmaktadır. Bu hastalarda uygulama sonucunda hem ameliyatsız meme büyütme, hem de ameliyatsız göğüs dikleştirme sağlanmış olur…Mutlaka Okumanız Gereken Araştırma. Çoğu insanımızda bir önyargı vardır. Ameliyatsız göğüs büyütme mi olur diye. Ama yukarıdaki yazıyı okuduktan sonra eminiz ki, bu uygulamayı yaptırmaya karar vermeseniz bile en asından şu soruyu kendinize soruyorsunuzdur: Silikon taktırmak mı iyi yoksa bu yöntemle meme büyütmek mi? Şimdi size ünlü bilim adamları ve plastik cerrahlardan oluşan bir gurubun yaptığı araştırma sonuçlarını açıklayacağız. 2004 yılında 112 hastaya Aquafilling yöntemi ile meme büyütme uygulaması yapıldı ve bu hastalarla devamlı iletişim içinde olunarak istatistik tutuldu. Sekiz yıllık takip döneminde %95 hastada hiçbir komplikasyon görülmedi. Diğer küçük hasta grubunda da oluşan komplikasyonlar da yetersiz hijyen ve masaj kaynaklıdır. Araştırmalar zamanı, kalıcılık konusunda da oldukça olumlu sonuçlar gözlenmiştir. Tüm hastalar beşinci yıldan sekizinci yıla kadar estetik etkiden memnuniyetlerini sürdürdüler. Bazı olgularda, beş yıllık dönemin ardından Aquafilling meme büyütme işlemi üzerinde işlemler yapıldı. Şöyle soru geliyor bazen. Aquafillingin zararları yok mu? Bu soruya da tarafsız bir araştırma sonucu ile cevap verelim. Yine 2004 senesinde farklı hastalara farklı yöntemlerle göğüs estetiği yapıldı. Üç sene sonra şu sonuçlara varıldı. Silikon ameliyatı sonrası hastaların %30’u yeniden ameliyat isterken, Aquafilling hastalarının hiçbiri bu istekte bulunmadı. Silikonlu hastaların %15’i memede ağrılardan şikayet ederken, Aquafilling hastalarının sadece %1’i şikayet etti. Asimetri, implantın buruşması, meme ucu hissinin kaybı gibi şikâyetler de sadece silikon memeleri ameliyatına has şikâyetlerdir. Aquafilling Dolgu Fiyatları. Yazıyı okuduktan sonra, umarım “Küçük göğüsler nasıl büyür?” diye soran takipçilerimiz Aquafilling ile meme dolgusunun onlar için ideal bir yöntem olduğuna ikna olmuşlardır. Şimdi gelelim Aquafilling fiyatlarına. Aquafilling uygulaması fiyatlar dolgu miktarına göre değişiklik gösterebilir. Bununla beraber, ameliyatsız göğüs estetiği fiyatları silikon ameliyatı fiyatları ile aşağı yukarı aynı fiyattadır. Yani silikon taktırma fiyatları ne kadarsa Aquafilling fiyatı da aşağı yukarı aynıdır.*”,

-“Gıdı Estetiği” başlığı altında; “*…Gıda estetiği işlemi; hastayı korkutacak, kaygılandıracak bir ameliyat değildir…”* ifadeleri ile tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere,

-“Cilt Gençleştirme” başlığı altında; *“…Üstelik aquashine yüz dışında boyun, dekolte ve eller gibi yaşımızı yansıtan bölgelere de rahatlıkla uygulanabilir. Cilt yenileme için ideal ürün olan Aquashine’ın içeriği çok zengindir…sağlıklı doku oluşmasını sağlayan etkili bir lazer sistemidir...*”,

-“Burun Dolgusu” başlığı altında; *“…estetik bir bakış açısı ile burundaki kusurları ortadan kaldırmak amacı ile uygulanmaktadır…*”,

-“Botoks Uygulamaları” başlığı altında; “*…oluşan kırışıklıkları gidermek için en etkili yöntem mimik kaslarını durduran ve doku ezikliğinin önüne geçen botilium toksin uygulamasıdır…botoks uygulaması sonucu tamamen kaybolurken…Bunun üzerinde kırışıklık tedavisinin tam çözümü için botoks uygulamasına farklı yöntemlerde eklenmesi gerekebilir…”,*

-“Dolgu Uygulamaları” başlığı altında; *“…Göz altı çukurlar hyalünorik asit uygulaması ile giderilebilir…dolgu uygulanarak istenilen sonuç elde edilir…Uygulama ile ortaya doğru dolgunlaşan ve canlı, parlak ve nemli görünümlü dudaklar elde edilir…*”,

-“Ameliyatsız Popo Estetiği” başlığı altında; *“…Bazı kadınlar hafif estetik kusurlarını kendilerine çok dert eder ve herkesin bu kusurunun farkında olduğunu zannederek depresyona girer. Bu bazılarında burun eğriliği, bağzılarında kepçe kulak, bazılarında da küçük memeler veya popolar olabilir. Ama artık günümüzde bunların hiçbirisi sorun değil. Bu sorunları estetik ameliyatla, bazıları da ameliyatsız yöntemlerle çözülmektedir. Artık özgüveni geri getirmenin ve içimizdeki güzelliği keşfetmenin zamanı…Yağ transferi ile kalça büyütme zamanı popoya enjekte edilen yağların yüzde 70’e kadarının çok kısa sürede eridiği gözlemlenmektedir. Ama hidrofilik jel kalça estetiği ile büyütülen popo dolgunluğunun en az 5 sene korunmaktadır. Bazı hastalarda bu 8 seneye kadar çıkmaktadır…*”,

-“Meme Büyütme” başlığı altında; “*…Yağ enjeksiyonu işleminde, aktarılan yağların neredeyse yarısı 6 Ay’a kadar kalıcılığını koruyabilmektedir. Hidrofilik jel de ise, uzun süreli klinik etki 5 ila 8 yıla kadar sürdürülmektedir. Bu nedenle hidrofilik jel dolgunlaştırma ve büyütme işlemlerinde daha çok tercih edilmektedir…”,*

-“Kol inceltme” başlığı altında; “*…Gıdı lazer lipoliz; kişiyi 15 yaş daha genç gösterir ve uzun yıllar da kalıcılığını korur…dolayısı ile iz sorunu yaşanmaz…”,*

-“Skar (İz) Tedavisi” başlığı altında; *“…Skar tedavisi için en uygun lazer tipi fraksiyonel lazerdir…Seans aralarında iz azaltıcı krem ya da slikon tabaka ile baskılı kıyafet kullanımı elde edilen sonucun başarısını arttırır…*”,

-“Varis Tedavisi” başlığı altında; “*…Lazerle varis tedavisinin ameliyattan farkları nelerdir? Lazerle varis tedavisinde narkoz gerekmez. Bacaklarda hiçbir şekilde iz kalmaz. Hastaneye yatış gerekmez. Hastalar işlemden hemen sonra yürüyerek eve dönebilir… hastanın genel anestezi alması gerekmediğinden, hasta işlem sonrası kalkıp günlük hayatına devam edebiliyor. Bu nedenle çok tercih edilen bir yöntemdir…”* gibi ifadeler ile,

- “*Yanak Dolgusu, Dudak Dolgusu*” başlıklı videolar içerisinde tıbbi işlemlerin uygulanmasına ilişkin görüntülere yer verildiği,

[www.instagram.com](http://www.instagram.com) adresli sosyal paylaşım sitesinin 06.04.2018 tarihli görünümünde “dr.akifm” kullanıcı isimli sayfada yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *“…Hastalarımız mutlu ve memnun, dolayısıyla biz de mutluyuz…Akne izlerine gelişen lazer tedavisi ile veda edin! Akne izinin tipine ve derecesine göre seçilecek uygun lazer tedavisiyle, izleriniz saklamak için kullandığınız yoğun kapatıcılara veda edin ve sağlıklı bir cilde merhaba deyin! Uygulama sırasında ve sonrasında soyulma, pullanma ve dökülme olmaz. Hasta sosyal yaşamını aksatmadan öğle arasında bile uygulanabilir…Kim gülerken bile mutsuz ve yorgun gözükmek ister ki? Nazolabial bölgedeki çizgiler ifadenizi daima yorgun ve mutsuz gösterir. Ancak çözümü sandığınızdan daha da kolay. Hyalüronik asit içerikli dolgular ile mimik kaslarınıza herhangi bir zarar vermeden, ağız kenarındaki çizgilere tek seansta veda edin!...Sürekli dökülen, çabuk kırılan ve güçsüz saçlarınızla artık baş edemiyorsanız çözümü mezoterapi ile çok basit!...önemli bir tedavi yöntemidir…somon DNA’sı ile mucizeye hazır mısınız?...Bu size kaçınılmaz son gibi gelmesin, çünkü Somon DNA uygulaması sayesinde daha ilk seansta cildinizi ışıldamaya ve kaybettiği fresh görünüme kavuşmaya başlar. Somon DNA’sı ile daha genç ve canlı bir cilde hazır mısınız?*” gibi ifadeler ile tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere yer verildiği; ayrıca, *“…Göz kapağı işlemi hakkında endişelerim çok vardı açıkçası ama Akif bey beni o kadar rahattı ki anlatamam. İşlemden ve sonucundan çok memnunum. Gençleştim desem abartmış olmam yani o kadar iyi çalışanlarına samimi davranışlarından dolayı çok teşekkür ediyorum. Sevgiler…*” gibi ifadeler ile şahsa yönelik teşekkür, onay ve tavsiye ifadelerine yer verildiği,

[www.facebook.com](http://www.facebook.com) adresli sosyal paylaşım sitesinin 06.04.2018 tarihli görünümünde “Uzm. Dr. Akif Mehmetoğlu” kullanıcı isimli sayfada yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *“…başarılı uygulamalarla kısa sürede adından bahsettiren, işini özveriyle yapan bir dermatolog olmuştur…kliniğinde aşağıdaki işlemleri son teknoloji yöntem ve tekniklerle uygulamaktadır…Hastalarımız mutlu ve memnun, dolayısıyla biz de mutluyuz…Akne izlerine gelişen lazer tedavisi ile veda edin! Akne izinin tipine ve derecesine göre seçilecek uygun lazer tedavisiyle, izlerinizi saklamak için kullandığınız yoğun kapatıcılara veda edin ve sağlıklı bir cilde merhaba deyin! Uygulama sırasında ve sonrasında soyulma, pullanma ve dökülme olmaz. Hasta sosyal yaşamını aksatmadan öğle arasında bile uygulanabilir…Akne izi tedavisinde, kalıcı yöntemler artık mucize değil!…Ameliyatsız dolgu uygulamasıyla popo estetiğinde devrime hazır mısınız?…Kim gülerken bile mutsuz ve yorgun gözükmek ister ki? Nazolabial bölgedeki çizgiler ifadenizi daima yorgun ve mutsuz gösterir. Ancak çözümü sandığınızdan daha da kolay! Hyalüronik asit içerikli dolgular ile mimik kaslarınıza herhangi bir zarar vermeden, ağız kenarındaki çizgilere tek seansta veda edin!...Sürekli dökülen, çabuk kırılan ve güçsüz saçlarınızla artık baş edemiyorsanız çözümü mezoterapi ile çok basit!…mevcutta olan saçların güçlenmesini sağlayan önemli bir tedavi yöntemidir…Şişlik yok. Morluk yok. Ameliyatsız, ağrısız burun dolgusu ile siz de ifadenize estetik katın! Nasıl mı? Detaylı bilgi için…Çoğu kadın gibi siz de makyaj teknikleri ile yanaklarınıza dolgunluk katmaya çalışıyorsanız, ameliyatsız, ağrısız dolgun ve doğal yanaklar için bize bir uğrayın. Çökmüş ve sarkmış yanaklarınıza yanak dolgusu ile hacim verin!…Zamanın izlerini yüzünüzde taşımayın! Botoks ile mimik çizgilerinize veda edin!…Orantılı ve çekici bacaklara sahip olmanın ameliyatsız ve ağrısız yolu ile tanışın! Doğuştan ya da sonradan oluşan orantısız ve çarpık bacaklar, kişilerde özgüven eksikliği yaşattığı gibi giyecek tercihlerinde de oldukça zorlanmaktadır. Ancak çözümü çok kolay! Ameliyatsız bir işlemdir…İnce ve çarpık bacaklara Bacak Dolgusu ile veda edin!…Giymeye çekindiğiniz kolsuz kıyafetlerden vazgeçmeden önce bize bir uğrayın!…Kol bölgesindeki inatçı yağlardan kurtulmak Ameliyatsız Lazer Lipoliz uygulamasıyla artık çok kolay!…Kızarık ve çökük gözaltları size her zaman yorgun, uykusuz ve mutsuz gösterir. Gözlerimizin çok şey anlattığını düşünürsek ifademiz mutluyken bile neden gözleriniz mutsuz ve yorgun olsun ki? Neyse ki çözümü çok kolay! Hyalüronik asit içerikli dolgu sayesinde gözaltlarınızdaki değişimi 15 dakika içinde bile gözle görmek mümkündür…*” gibi ifadeler ile tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere yer verildiği; ayrıca, *“…Göz kapağı işlemi hakkında endişelerim çok vardı açıkçası ama Akif bey beni o kadar rahattı ki anlatamam. İşlemden ve sonucundan çok memnunum. Gençleştim desem abartmış olmam yani o kadar iyi çalışanlarına samimi davranışlarından dolayı çok teşekkür ediyorum. Sevgiler…”* gibi ifadeler ile şahsa yönelik teşekkür, onay ve tavsiye ifadelerine yer verildiği,

Diğer taraftan, söz konusu sağlık kuruluşunun ruhsatında yer verilen "Hasta Kabul ve Tedavi Edeceği Uzmanlık Dalları" altında ifade edilen ve sağlık kuruluşunun yetki alanını gösteren Genel Pratisyenlik, Kulak Burun Boğaz Hastalıkları ve Diş Hastalıkları dışında yer alan ve özel uzmanlık gerektiren "Dermatoloji" alanında da faaliyet gösterdiği,

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar**: İnceleme konusu internet sitelerinde yer alan ifadelerin ve görüntülerin, tabip tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlerle ilgili olduğu; bu nedenle, söz konusu tanıtımların bilgilendirme kapsamını aşarak “reklam’’ niteliğinde değerlendirildiği ve sağlık alanında çalışan kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı, talep yaratıcı nitelikte olduğu ve kuruluşa yönlendirme yaparak, benzer alanda faaliyet gösteren kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açtığı, ayrıca, sağlık kuruluşunun ruhsatında yetki alanında olmayan ve özel uzmanlık gerektiren bir alanda faaliyet gösterdiği, tüm bu durumların da;

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

- Tıbbi Deontoloji Tüzüğünün 8, 9 ve 39 uncu maddeleri

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

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

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi.

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Azaderm Sağlık Hizmetleri Ltd. Şti. (Özel Akif Mehmetoğlu Kliniği)**  hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **69.086 TL (Altmışdokuzbinseksenaltı Türk Lirası)** **idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**17)**

**Dosya No: 2017/2004**

**Şikayet Edilen:** **Naturel Hair Saç Sorunları Merkezi**

**Şikayet Edilen Reklam:** <http://naturelhair.com>, <https://www.facebook.com/AnkaraNaturelSacEkimi>, <http://www.sacekiminaturel.com> adresli internet sitelerinde ve *“Saç sorunlarında kişiye özel 4 çözüm”* ibareli broşürlerde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 21.05.2018

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, broşür

**Tespitler:** <http://naturelhair.com> adresli internet sitesinin 21.05.2018 tarihli görünümünde örnek olarak; Ana sayfasında; *“DHİ (Saç ekim kalemi) Saç ekimi ile bir günde doğal, ömür boyu dökülmeyen sağlıklı saçlar…”* gibi ifadelere yer verildiği, - “*Mutlu Müşterilerimiz”* başlığı altında; *“Ben saç ekimi için Almanya’dan geldim. Saç ekimini çok araştırdım çünkü Türkiye’de çok mağdur olanları duydum o yüzden güvenmem kolay olmadı. Ama ön yargılarım hastaneyi ve ekibi görünce değişti. Aldığım hizmet ve operasyondan çok memnun kaldım. Her şey çok güzeldi çok teşekkürler… İnternette ve reklamlarda abarttıklarını düşünmüştüm ama yapılan saç ekim operasyonu başarısı, ilgileri ve alakaları gerçekten çok iyiydi az bile anlatmışlar...”* gibi kuruluşu övücü ifadelere yer verildiği, kuruluşun*“Naturel Hair Center”* olarak isimlendirildiği,

<https://www.facebook.com/AnkaraNaturelSacEkimi> adresli internet sitesinin 21.05.2018 tarihli görünümünde örnek olarak;*“Son teknoloji! DHI tekniği… Saç ekimi ile bir günde doğal, ömür boyu dökülmeyen sağlıklı saçlar… Son teknoloji… DHI tekniğinin avantajları… ”*gibi ifadelere yer verildiği, saç ekimi işlemine ilişkin hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği, kuruluşun*“Naturel Hair Center”* olarak isimlendirildiği,

<http://www.sacekiminaturel.com> adresli internet sitesinin 21.05.2018 tarihli görünümünde örnek olarak;*“Fue saç ekimi”, “Saç simülasyonu”* gibi başlıklar altında hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği, “*PRP tedavisi*” başlığı altında saç ekimi işlemine yönelik uygulama görüntüsüne yer verildiği, *“Saç sorunlarında kişiye özel 4 çözüm”* ibareli broşürlerde; *“Dünyanın saçını ekiyoruz… Fue yöntemi sayesinde doğal görünümlü saçlara 1 gün içerisinde kavuşabilirsiniz! Saçınız aklınızda değil başınızda kalsın… Prp tedavisi ile saç dökülmesine son! Saçsızlığa kökünden çözüm!”* gibi ifadelere yer verildiği,

kuruluşun*“Naturel Saç Sorunları Merkezi”* olarak isimlendirildiği, diğer taraftan kuruluşa ait *“Naturel hair saç ekimi”* ibareli kartvizitlerde Ayşe KANTAR isimli şahsın *“Saç ekim uzmanı”* unvanını kullandığı tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

- Ticari reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/ğ, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5, 7/6, 26 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Naturel Hair Saç Sorunları Merkezi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**18)**

**Dosya No: 2017/2147**

**Şikayet Edilen:** **Barış İyilik Sağlık Güzellik Dan. Hizm. Med. Koz. Paz. İnş. Taah. Dış Tic. Ltd. Şti. (Barış Klinik)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 20.06.2017

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <https://www.barisklinik.com/> adresli internet sitesinin 20.06.2017 tarihli görünümünde örnek olarak; ana sayfasında; “*Bizi diğerlerinden ayıran şey, Kişiselleştirilmiş Hasta Bakımıdır. Uzman hekim ve uzman sağlık personeli ile olağanüstü bir sağlık deneyimi sağlamaktayız. Modern Tıbbi Olanaklar… Kliniğimizi ziyaret ettiğinizde dünya standartlarında hizmet alırsınız. Modern Ekipmanlar… Barış Klinik Merkezinde, çok yetenekli tıp uzmanlarımız size en iyi sağlık hizmetlerini sunmaktadır. Koruyucu bakım ve kontrollerden aşılara ve testlere kadar, en iyi doktorlar ve personelimiz ile sizi ve ailenizi her gün sağlıklı ve güçlü tutmak için çalışıyoruz. Kişisel sağlık planınız hazır! Kendiniz veya Aileniz İçin Hemen Bizi Arayın (0232) 600 30 30…”,* *“Kadın hastalıkları ve doğum”* başlığı altında; *“Kadın Doğum Polikliniğimizde kadın hastalıkları ve doğumla ilgili tüm modern yaklaşımlar deneyimli ekibimizle birlikte hastalarımıza sunulmaktadır. Uzman doktorlarımız tarafından normal ve riskli gebeliklerin takibi, poliklinik hizmetleri, doğum, sezeryan, müdahale ve jinekolojik ameliyat hizmetleri verilmektedir. Bunların yanı sıra kısırlık tanı ve tedavisi, menopoz tetkik ve tedavisi de yapılmaktadır. Ağrısız doğum… Yeni doğan için özel hazırlanmış, son teknolojik cihazlarla donanımlı bebek yoğun bakım odalarımızda gerektiğinde anında müdahale ve gözlem olanağı da mevcuttur. Anne adaylarımın isteğine göre ağrısız doğum olarak bilinen epiduralanestezik doğum ve epiduralspinal anestezili sezeryanda yapılmaktadır. Anne ve bebekleri için güler yüzlü ekibimizle doğum ve sonrasında da hizmetinizdeyiz…”,* *“Barış ÇOBAN Kimdir? Uzm. Dr. Barış ÇOBAN”* başlığı altında; “*…Hizmet yıllarında bilgisi ve donanımının yanında hasta memnuniyetine ve insanı ilişkileri ile kısa zamanda üne kavuşan Barış Çoban 2011 yılında yoğun istek üzerine kendi muayenesinde hizmet vermeye başladı. Günümüzde Barış Klinik (https://www.facebook.com/barisklinik/) adlı son teknoloji ve donanıma sahip bünyesinde psikoloji güzellik merkezi ve çocuk hastalıklarını da barındıran klinikte hizmet veren Uzman Doktor Barış Çoban'ı hastaları tarafından Barış Klinikte de yalnız bırakılmadı…”*gibi ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar: Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu internet sitesi ile sağlık alanında faaliyette bulunan kuruluşa yönlendirme yapıldığı, söz konusu internet sitesinde yer alan ifade ve görüntülerin tıbbi işlemlerle ilgili ve talep yaratıcı nitelikte olduğu, sağlık alanında çalışan kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı, diğer kuruluşlar açısından da haksız rekabete yol açtığı ve bilgilendirme sınırını aşarak *“reklam”* olarak değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Barış İyilik Sağlık Güzellik Dan. Hizm. Med. Koz. Paz. İnş. Taah. Dış Tic. Ltd. Şti. (Barış Klinik)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**19)**

**Dosya No: 2017/3836**

**Şikayet Edilen:** **Filiz BOZKURT (Pudra Butik Güzellik Salonu)**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.pudrabeylikduzu.com](http://www.pudrabeylikduzu.com) ve [www.pudraguzellik.com](http://www.pudraguzellik.com) adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 10.05.2018

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.pudrabeylikduzu.com](http://www.pudrabeylikduzu.com) adresli internet sitesinin 10.05.2018 tarihli görünümünde örnek olarak; *“Ütüleme Epilasyon”* başlığı altında; *“Ütüleme Epilasyon… Ütüleme Diode Sistem Epilasyon; Ütüleme diode lazer en yeni sistem olmakla beraber memnuniyeti en üst seviyede yaşatan, hızlı, ağrısız, konforlu, yanık riski taşımayan herkesin gönül rahatlığı ile tercih edebileceği bir yöntemdir. (Clean Lite Diode)Lazer epilasyon nasıl etkiler? Lazer enerjisi kıl gövdesindeki melanin pigmenti tarafından emilir. Emilen enerji, ısı enerjisine dönüşür ve kıl gövdesi ısı yoluyla etraf dokulara zarar vermeden selektif olarak yok edilmiş olur. Lazer seansından sonraki ilk 7-10 gün içinde cansız kıl gövdeleri yuvalarından dışarı çıkarak kendiliğinden döküleceklerdir. Lazer epilasyonun etki mekanizması, kıl varlığını gerektirdiğinden, lazer süreci sırasında kılları dipten alan (epile eden) yöntemlerden (ağda, cımbız, iplik, epilatör) kaçınılmalıdır. Kılı deri yüzeyinden alan (depile eden) yöntemler (tüy dökücü krem, jilet) ise kullanılabilir. Epilasyon birçok merkezde yapılıyorsa da, artık herkes belli bir kalitenin üzerinde hizmet alma arayışı içinde. Epilasyon için kullanılan cihazının cinsi, uygulama yapılan Epilasyon merkezi, uygulamayı yapan ekibin deneyimi, Epilasyon fiyatları gibi birçok kritere bakarak tercih edecekleri lazer epilasyon merkezini seçiyorlar...”* gibi ifadelere yer verildiği, *“Fiyat Listesi”* başlığı altında; *“Tüm Vücut Bölge 2300 TL… Epilasyon Paket 5, 1800TL… Epilasyon Paket 4, 1600 TL… Epilasyon Paket 2, 1300 TL… Epilasyon Paket 3, 1400 TL… Epilasyon Paket 1, 1000 TL…”*gibi ifadelerle tıbbi işlemlere yönelik fiyat bilgisi de verilerek kampanyaların düzenlendiği, [www.pudraguzellik.com](http://www.pudraguzellik.com) adresli internet sitesinin 16.10.2017 tarihli görünümünde örnek olarak;

Sunulan hizmetler arasında; *“Hacamat, dövme silme”* gibi tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

- Ticari reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5, 7/6, 26 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Filiz BOZKURT (Pudra Butik Güzellik Salonu)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**20)**

**Dosya No: 2017/4131**

**Şikayet Edilen:** **Bora Küçükyazıcı (Brain Center)**

**Şikayet Edilen Reklam:** <http://www.braincenter.com.tr> adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 28.06.2018

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <http://www.braincenter.com.tr> adresli internet sitesinin 28.06.2018 tarihli görünümünde örnek olarak; sunulan hizmetler arasında; “*Hiperaktivite, dikkat bozukluğu, depresyon, kaygı bozukluğu*” gibi klinik psikologların uygulama yetkisinde olan tedavi yöntemlerinin tanıtımlarının yapıldığı tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

- Ticari reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5, 7/6, 26 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**21)**

**Dosya No: 2018/397**

**Şikayet Edilen:** **Erdem Bulut DUR**

**Şikayet Edilen Reklam:** <http://www.erdembulut.com> ve <https://www.instagram.com/explore/locations/435673295/dis-hekimi-erdem-bulut-dur/> adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 24.07.2018

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <http://www.erdembulut.com> adresli internet sitesinin 24.07.2018 tarihli görünümünde örnek olarak; “*Kalite yeni yaklaşımlarla tedavi*…” gibi ifadelere yer verildiği,

“*Uygulamalar*” başlığı altında hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği, <https://www.instagram.com/explore/locations/435673295/dis-hekimi-erdem-bulut-dur/> adresli internet sitesinin 24.07.2018 tarihli görünümünde; hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu internet sitelerinde yer alan ifade ve görüntülerin tıbbi işlemlere yönelik talep yaratıcı nitelikte olduğu ve şahsa yönlendirme yaparak, sağlık alanında çalışan şahsın faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı ve diğer kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açtığı değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**22)**

**Dosya No: 2018/404**

**Şikayet Edilen:** **Dentram Diş Hekimliği ve Sağlık Hizm. Tur. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** <https://www.dentram.com>, [https://www.instagram.com/ dentramdisklinigi/](https://www.instagram.com/%20dentramdisklinigi/) ve [https://www.facebook.com/ dentramdisklinigi](https://www.facebook.com/%20dentramdisklinigi) adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 23.07.2018

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <https://www.dentram.com> adresli internet sitesinin 23.07.2018 tarihli görünümünde örnek olarak; Ana sayfada*; “Her yaşta yapılabilen ortodontik tedaviler ile sağlıklı dişler kusursuz gülüşler… Zygoma İmplantı ve All on fourile diş eksikliğine aynı gün çözüm…”,*

*“Hakkımızda”* başlığı altında; *“Hizmet Anlayışımız… Sağlık alanında uzun yıllardır hizmet veren bir klinik olarak, hastalarımızın en yüksek standartlarda sağlık hizmeti alması, konforu ve memnuniyeti vazgeçilmez önceliğimizdir. Bu yaklaşım gereği, 2014 yılında ISO 9001:2008 Kalite Yönetim Sistemine geçiş için gerekli standartları uygulamaya geçirerek sertifikasyon sürecini tamamladık.”,*

*“Neden biz”* başlığı altında; *“DENTRAM Diş Klinikleri; kuruluş yılı olan 1994’ten beri tüm hekim ve çalışanları ile hastalarımızın uluslararası standartlarda sağlık hizmeti alması için en yüksek gayreti göstermeyi ilke edinmiştir. Ağız ve diş sağlığı gibi yaşam kalitesini doğrudan etkileyen bir alanda hizmet veriyor olmanın bilinciyle; diş hekimliği alanındaki akademik birikimden faydalanan, en son teknolojik gelişmeleri yakından takip ederek uygulayan, sürekli gelişimi hedefleyen bir yaklaşımı benimsiyoruz. Hasta memnuniyetinden taviz vermeyen hizmet anlayışımızla, 23. yılımızda ilk günkü heyecanımızla hastalarımızın yanındayız. 23 yıllık ağız ve diş sağlığı deneyimimiz ve Ağız Diş ve Çene Cerrahisi Uzmanı Prof. Dr. Serhat Yalçın ve Ortodonti Uzmanı Dr. Aylin Yalçın’ın yönetimiyle, tüm ilgili disiplinlerdeki uzman diş hekimlerimizle hastalarımıza mümkün olan en iyi hizmeti verme yolunda çalışmalarımızı sürdürüyoruz.”* gibi ifadelere yer verildiği,

*“Gülüş Tasarımı”* başlığı altında hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği, <https://www.instagram.com/dentramdisklinigi/> adresli internet sitesinin 23.07.2018 tarihli görünümünde örnek olarak; *“Estetik dolgu ile ön dişler arasındaki boşluğun kapatılması. Bu ufak düzeltmenin yüz ifadesinde yarattığı farklılığa dikkatinizi çekiyoruz. Bu tedavi klinikte 1 saatte gerçekleştiriliyor.” Bu tedaviye ilgi duyacağını yada ihtiyacı olduğunu düşündüğünüz arkadaşlarınızı tagleyin… Bilgilendirelim…”* gibi ifadelerle hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği,

<https://www.facebook.com/dentramdisklinigi> adresli internet sitesinin 23.07.2018 tarihli görünümünde örnek olarak; *“Yüzünüzü güldüren uzmanlık ve teknoloji…”* gibi ifadelerle hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu internet sitelerinde yer alan ifade ve görüntülerin tıbbi işlemlere yönelik talep yaratıcı nitelikte olduğu ve şahsa yönlendirme yaparak, sağlık alanında çalışan şahsın faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı ve diğer kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açtığı değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**23)**

**Dosya No: 2018/940**

**Şikayet Edilen:** **Medicadent Sağlık Hizm. Tic. AŞ.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [https://www.facebook.com/Medicadent. Agiz.ve.DisSagligi.Poliklinigi](https://www.facebook.com/Medicadent.%20Agiz.ve.DisSagligi.Poliklinigi) ve <http://www.medicadent.com/medicadent-instagram/> adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 24.07.2018

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <https://www.facebook.com/Medicadent.Agiz.ve.DisSagligi.Poliklinigi> adresli internet sitesinin 24.07.2018 tarihli görünümünde; *“Baharda gülümsemenizi saklamayın! Gülüş dizaynında, kişilerin diş, yüz ve karakter yapısı değerlendirilerek; doğala en yakın sağlıklı ve beyaz bir gülümseme sahibi olması hedeflenir. Zafer KAZAK, Msc DDS Protetik Diş Tedavisi: Aydan GÜRCAN, DDS PhD stu\*\*\* Bilgilendirme amaçlı paylaşımdır…”,* *“İnsan sağlığı ciddi bir iştir. Teknolojik ekipmanlarla ve yüksek konsantrasyon altında müdahale edilmeyi gerektirir…”,* *“Bu koltuk her zaman o kadar da korkutucu olmayabilir. 🤗 Hastasını dinleyen, endişelerini anlamaya çalışan ve size uygun olan tedavi tekniğini uygulayan hekimler tüm hastaların hakkıdır. \*\*\*\* Bilgilendirme amaçlı paylaşımdır…”* gibi ifadelere yer verildiği, tıbbi işlemlerin uygulama görüntülerine ve hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği,

<http://www.medicadent.com/medicadent-instagram/> adresli internet sitesinin 24.07.2018 tarihli görünümünde örnek olarak; hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu internet sitelerinde yer alan ifade ve görüntülerin tıbbi işlemlere yönelik talep yaratıcı nitelikte olduğu ve şahsa yönlendirme yaparak, sağlık alanında çalışan firmanın faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı ve diğer kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açtığı değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Medicadent Sağlık Hizm. Tic. AŞ.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**24)**

**Dosya No: 2018/1030**

**Şikayet Edilen:** **Prof. Dr. Murat TÜREGÜN (MarabelisEstetik Cerrahi Kliniği)**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.marebelis.com](http://www.marebelis.com) adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 24.07.2018

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <http://marebelis.com> internet sitelerinin 24.07.2018 tarihli görünümünde;

“*Hakkımızda”* başlığı altında; *“İleri düzeyde kozmetik yöntemleri bünyesinde bulunduran modern gelişmiş Estetik ve Plastik Cerrahi kliniğidir. Prof. Dr. Murat TÜREGÜN tarafından kurulan MAREBELİS İstanbul’un saygın ve işinin ehli Estetik Cerrahlarını ve doktorları ile hizmet sunmaktadır. Estetik, zayıflama ve kozmetik uygulamalarda dünyaca ünlü markaların son teknoloji cihazlarıyla Nişantaşı’nda hizmet vermeye başlayan MAREBELİS Estetik; Güler yüzlü ve alanında uzman personeli, kaliteli hizmet anlayışı, temiz ve şık ortamı ile müşteri memnuniyetini en üst seviyede tutan yaklaşımı sayesinde kısa sürede adını duyurmuştur. Lazer uygulamaları ve Hydrafacial cilt yenileme tedavilerine ağırlık vermekle birlikte modern cerrahi yöntemlerde ve özellikle ameliyatsız alternatiflerde uzmanlaşan MAREBELİS size etkili ve güvenilir tedavileri sunan anti-ageing klinikleri için çıtayı belirlemektedir…”* gibi ifadelere yer verildiği, *“Marebelis Estetik’te Yaz Kampanyaları Başladı… Yaz ayları geldiğinde, hepimiz bir yenilenme ve kendimizi şımartma dönemine gireriz. Başta bölgesel yağlar olmak üzere fazla kilolardan kurtulmak, vücudunu kışın ağırlığından kurtarmak ve yepyeni bir ciltle yazı olabildiğince keyifli geçirmek isteyenler için; özel yaz kampanyalarımızı başlattık. Medikal estetiğin, ameliyatsız uygulamaları için geliştirilmiş son teknoloji ürünü cihazların etkinliği, kliniğimizdeki uzman kadromuzun deneyimiyle birleşince ortaya sizi çok memnun edecek sonuçlar çıkıyor. Farklı hedef ve kapsamdaki özel kampanya paketlerimizi gelin birlikte inceleyelim…”, “Venus Legacy ile İddialı Sonuçlar… Hem yüz hem de vücudun çeşitli bölgelerinde kullanılabilen Venus Legacy™, günümüzün medikal estetik teknolojisiyle fark yaratan, iddialı sonuçlar yaratıyor. Cilt sıkılaştırma, vücut şekillendirme, selülit tedavisi, bölgesel yağların ortadan kaldırılması, sarkma, kırışıklık tedavisi gibi pek çok uygulama alanı mevcuttur. Multi-Polar Radyo Frekans teknolojisinin yarattığı lipoliz etkisi sayesinde, hiçbir ağrı ya da iz söz konusu olmadan tüm cilt tiplerinde güvenle kullanılır. Aynı zamanda non- termal bir teknoloji olan Pulsed Electro Magnetic Fields (PEMF) sayesinde, cildin doğal yenilenme süreçlerini tetikler. En büyük avantajlarından biri ise yaz döneminde de kullanılabilmesidir. Kampanya Paketi: Venüs Beden: 8 Seans Paket + 2 Seans AWT Hediyeli. Venüs Yüz: 4 Seans Paket + 2 Seans Extra Venüs Yüz Hediyeli…”,* *“Lazer Epilasyonda Güvenli Ellerdesiniz… Kampanya Paketi: Genital + koltuk altı 6 Seans Paket (850 TL) alana 200 ml güneş koruyucu hediye…”* gibi ifadelerle tıbbi işlemlere ilişkin fiyat bilgisi de verilerek kampanyaların düzenlendiği,

“*Burun dolgusu*” başlığı altında tedavi öncesi ve sonrası görüntülere yer verildiği, kuruluşun *“Estetik Cerrahi & Medikal Estetik”*olarak isimlendirildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu internet sitesinde yer alan ifade ve görüntülerin tıbbi işlemlere yönelik talep yaratıcı nitelikte olduğu ve şahsa yönlendirme yaparak, sağlık alanında çalışan şahsın faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı ve diğer kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açtığı değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Prof. Dr. Murat TÜREGÜN (MarabelisEstetik Cerrahi Kliniği)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**25)**

**Dosya No: 2018/1031**

**Şikayet Edilen:** **Özel Yenibosna Safa Hastanesi**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Lazer epilasyonda şok kampanya”* ibareli kısa mesajlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2018

**Yayınlandığı Mecra:** Kısa mesaj

**Tespitler:** Tüketicilere gönderilen kısa mesajlarda; “*Lazer epilasyonda şok kampanya… Alexandrite ve ütüleme sistemiyle yapılan uygulamalar için bizi arayınız… Tel:0 533 898 17 01… Yenibosna Safa Hastanesi… B021…”* gibi ifadelere yer verildiği, tıbbi işlemlere ilişkin kampanyaların düzenlendiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu kısa mesajlarda yer alan ifade ve görüntülerin tıbbi işlemlere yönelik talep yaratıcı nitelikte olduğu ve şahsa yönlendirme yaparak, sağlık alanında çalışan firmanın faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı ve diğer kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açtığı değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

- Özel Hastaneler Yönetmeliğinin 60 ıncı maddesi,

- Ticari reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5, 7/6, 26 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**26)**

**Dosya No: 2018/1184**

### Şikayet Edilen: Ferhat KARABEL (Miralife Güzellik Salonu)

**Şikayet Edilen Reklam:** <https://tr.foursquare.com/v/miralife-g%C3%BCzellik-merkezi/598c539a6cf01a219e457523> adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 19.10.2018

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [https://tr.foursquare.com/v/miralife-g%C3%BCzellik-merkezi/ 598c539a6cf01a219e457523](https://tr.foursquare.com/v/miralife-g%C3%BCzellik-merkezi/%20598c539a6cf01a219e457523) adresli internet sitesinin 19.10.2018 tarihli görünümünde; *“Haftaya dövme silerek başlayalım…”* gibi ifadelere yer verildiği, sunulan hizmetler arasında; *“Dövme silme”* gibi tanıtımlara yer verildiği, kuruluşun *“Mira Life Güzellik Merkezi”* olarak isimlendirildiği tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

- Ticari reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5, 7/6, 26 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**27)**

**Dosya No: 2018/1188**

### Şikayet Edilen: Derin Güzellik Merkezi San. ve Tic. Ltd. Şti.

**Şikayet Edilen Reklam:** <https://www.facebook.com/Derin-G%C3%BCzellik-merkezi-147861442523871/> adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 19.07.2018

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <https://www.facebook.com/Derin-G%C3%BCzellik-merkezi-147861442523871/> adresli internet sitesinin 19.07.2018 tarihli görünümünde; *“Kimyasal Peeling… Bakers, Fenol ve Jessner's solüsyonları ile yapılan peeling yöntemidir. Ciddi oranda soyulma gerçekleştirilmektedir. Akne ve sivilce izleri, skarlar, cilt lekeleri ve kırışıklıkların tedavisinde çok etkilidir.”* gibi ifadelere yer verildiği,

“*Kimyasal Peeling*” işlemine ilişkin hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine, sunulan hizmetler arasında; *Lazer epilasyon, dövme silme, kimyasal peeling, leke tedavisi”* gibi tanıtımlara yer verildiği, kuruluşun *Derin Güzellik Merkezi”* olarak isimlendirildiği tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

- Ticari reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/ğ, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5, 7/6, 26 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Derin Güzellik Merkezi San. ve Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**28)**

**Dosya No: 2018/1189**

### Şikayet Edilen: Semih SEZGİN (Başkent Estetik Güzellik Salonu)

**Şikayet Edilen Reklam:** <http://www.baskentestetik.net>/ ve <https://www.facebook.com/Ba%C5%9Fkent-Estetik-Ankara-1922744037983184/> adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 19.07.2018

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <http://www.baskentestetik.net>/ adresli internet sitesinin 20.07.2018 tarihli görünümünde; kuruluşun *“Başkent Estetik”* olarak isimlendirildiği, sunulan hizmetler arasında; *“Lazer epilasyon, dövme silme, saç mezoterapisi”* gibi doktor kontrolünde uygulanması gereken ve güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara yer verildiği,

<https://www.facebook.com/Ba%C5%9Fkent-Estetik-Ankara-1922744037983184/> adresli internet sitesinin 20.07.2018 tarihli görünümünde; kuruluşun *“Başkent Estetik”* olarak isimlendirildiği, sunulan hizmetler arasında; *“Buz lazer epilasyon, dövme silme”* gibi tanıtımlara yer verildiği, *“Dövme silme”* gibi tıbbi işlemlerin uygulama görüntülerine yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

- Ticari reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/ğ, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5, 7/6, 26 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

### Buna göre, reklam veren Semih SEZGİN (Başkent Estetik Güzellik Salonu) hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca anılan reklamları durdurma cezası verilmesine karar verilmiştir.

**29)**

**Dosya No: 2018/1472**

**Şikayet Edilen:** **Op. Dr. Yurdakul İlker MANAVBAŞI**

**Şikayet Edilen Reklam:** <http://www.drilkermanavbasi.com> ve <https://www.facebook.com/Op.Dr.IlkerManavbasi> adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 24.07.2018

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <http://www.drilkermanavbasi.com> adresli internet sitesinin 24.07.2018 tarihli görünümünde; “*Hasta Mesajları*” ve “*Hasta Yorumları*” gibi başlıklar altında yorumlara yer verildiği,

<https://www.facebook.com/Op.Dr.IlkerManavbasi> adresli internet sitesinin 24.07.2018 tarihli görünümünde; “*Burun eğriliğini biz doktorlar işte böyle görüyoruz! î i Bu kişi çoğu zaman tek tarafından hatta bazen iki tarafından da sağlıklı nefes alamıyordur. 2,5 saatlik bir estetik burun ameliyatı ile bu eğriliği düzeltmek benim işim*…” gibi ifadelere ve tıbbi işlemlere ilişkin hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu internet sitelerinde yer alan ifade ve görüntülerin tıbbi işlemlere yönelik talep yaratıcı nitelikte olduğu ve şahsa yönlendirme yaparak, sağlık alanında çalışan şahsın faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı ve diğer kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açtığı değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**30)**

**Dosya No: 2018/1983**

**Şikayet Edilen:** **Op. Dr. Taha MEHMETOĞLU**

**Şikayet Edilen Reklam:** <http://drtahamehmetoglu.com>, https://www.facebook.com /Op.Dr.Taha.Mehmetoglu ve [https://www.instagram.com/ explore/locations/318948855 /drestehaus-drtaha-mehmetoglu-estetik-klinigi/](https://www.instagram.com/%20explore/locations/318948855%20/drestehaus-drtaha-mehmetoglu-estetik-klinigi/) adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 24.07.2018

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <http://drtahamehmetoglu.com> adresli internet sitesinin 25.07.2018 tarihli görünümünde; “*Hayallerinizdeki değişimi ertelemeyin… Bizi arayın…”* gibi ifadelere yer verildiği,

<https://www.facebook.com/Op.Dr.Taha.Mehmetoglu> adresli internet sitesinin 25.07.2018 tarihli görünümünde; *“Küçük bir dokunuşla büyük değişimlere merhaba deyin… Hayallerinizi ertelemeyin… Telefon: 0545 441 47 77; 0212 441 47 77. 🖥Web: www. drtahamehmetoglu.com info@drtahamehmetoglu.com Not: Bu içerik bilgilendirme amaçlı paylaşılmıştır…”* gibi ifadeler yer verildiği, *“En doğal bir burun ameliyatı kişinin yüzüne yakışan bir sonuçtur… Telefon: 0545 441 47 77; 0212 441 47 77. Web: www. drtahamehmetoglu.com info@drtahamehmetoglu.com Not: Bu içerik bilgilendirme amaçlı paylaşılmıştır…”* gibi ifadelerle hastaların tedavi sonrası görüntülerine yer verildiği, *“Burun estetiğinde doğallıktan yanayım…”* gibi ifadelerle burun estetiği gibi tıbbi işlemlere yönelik hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği,

<https://www.instagram.com/explore/locations/318948855/drestehaus-drtaha-mehmetoglu-estetik-klinigi/> adresli internet sitesinin 25.07.2018 tarihli görünümünde; tıbbi işlemlere yönelik hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu internet sitelerinde yer alan ifade ve görüntülerin tıbbi işlemlere yönelik talep yaratıcı nitelikte olduğu ve şahsa yönlendirme yaparak, sağlık alanında çalışan şahsın faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı ve diğer kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açtığı değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

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

**31)**

**Dosya No: 2018/1984**

**Şikayet Edilen:** **Altuğhan Cahit VURAL (Rejuvent Klinik)**

**Şikayet Edilen Reklam:** <https://www.facebook.com/rejuventestetik> ve <https://www.instagram.com/rejuvent/> adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 25.07.2018

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <https://www.facebook.com/rejuventestetik> adresli internet sitesinin 25.07.2018 tarihli görünümünde; *“Çene dolgusu ile ameliyatsız, kısa süre daha çekici bir yüz hattına sahip olabilirsiniz…”,* *“H100 aşısı yeni nesil bir cilt gençleştirme kokteylidir. Cildin nem kapasitesini arttırır… Hücre yenilenmesini hızlandırır… Cildin yeniden yapılanmasını sağlar... Siz de doğru adreste gençleşmek istiyorsanız detaylı bilgi ve randevu için: 05322744664…”,* *“Skar izlerini enerjet ile yüzümüzden atma vakti! Dolgu uygulamalarında son teknoloji enerjet çok daha iyi sonuçlar ile karşımızda. İğnesiz ve dolayısıyla ağrı ya da acı hissetmeden cilt yenileme, gençleştirme, kırışıklık tedavisi, skar izlerinin temizlenmesi, el gençleştirme ve daha birçok tedavide kullanılan bu uygulama kliniğimizin gözbebeği oldu. Şimdi detaylı bilgi ve randevu almak için bizlere ulaşabilirsiniz…”,* *“İyi bir gülümsemeye sahip olmak için beyaz dişlere ihtiyacımız olduğu kadar orantılı dudaklara da ihtiyacımız var! İnsanlar ile karşılıklı iletişime geçtiğimizde ilk dikkat edilen yerin göz, burun, dudak üçlüsü olduğu düşünülürse, dudakların imajımız üzerinde önemli bir etkisi olduğu söylenebilir. Dudak şeklimizin yüzümüz ile orantılı olması, kendi içinde alt ve üst dudak orantısının olması genel görüntümüzün idealliği üzerinde etkilidir. Bazı kişilerde dudaklardaki altın oran bulunmamakta, kimi hastalarımızda üst dudak çok ince iken kimi hastalarımızda üst dudak alt dudağa göre daha geridedir... Bu pozisyon bozuklukları dudak dolgusu ile kolaylıkla giderilebilir, aynı zamanda dudak dolgusu sadece pozisyon bozukluklarında değil; dudak konturunun belirginleştirilmesinde, dudak köşelerinin netleştirilmesinde, dudak kenarındaki çizgilerin giderilmesinde de kullanılmaktadır. Şimdi detaylı bilgi ve randevu almak için bize ulaşabilirsiniz…”* gibi ifadelere yer verildiği, tıbbi işlemlere yönelik uygulama görüntülerine ve hastaların tedavi öncesi-sonrası görüntülerine yer verildiği,*“Pazar Sürprizi! Enerjet ve PRP uygulamalarından herhangi birini yaptıran herkese 1 seans Karbon Peeling hediye… Bu fırsatı kaçırmayın…”* gibi ifadelerle tıbbi işlemlere ilişkin kampanyaların düzenlendiği,

<https://www.instagram.com/rejuvent/> adresli internet sitesinin 25.07.2018 tarihli görünümündeörnek olarak; *“Hastamızın 1. ay rinoplasti ameliyatı kontrolü; Ameliyat: Kapalı teknik piezo… Ameliyat sonrası: Minimum morluk ve ödem, nerdeyse hiç yok…”* gibi ifadelere yer verildiği,

*“Çene dolgusu, burun dolgusu, dudak dolgusu, rinoplasti”* gibi tıbbi işlemlere yönelik hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu internet sitelerinde yer alan ifade ve görüntülerin tıbbi işlemlere yönelik talep yaratıcı nitelikte olduğu ve şahsa yönlendirme yaparak, sağlık alanında çalışan şahsın faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı ve diğer kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açtığı değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Altuğhan Cahit VURAL (Rejuvent Klinik)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**32)**

**Dosya No: 2018/2057**

**Şikayet Edilen:** **Moss Dental Ağız ve Diş Sağ. Hizm. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** <https://mossdental.com/> ve <https://www.facebook.com/mossdental/> adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 25.07.2018

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <https://mossdental.com/> adresli internet sitesinin 25.07.2018 tarihli görünümünde; *“İmplant diş tedavisi… Eksik dişler için en ideal çözüm... Zirkonyum diş… Gülümsemenizi geri kazanın… Amaçları işbirliğini rekabetten daha değerli sonuçları olduğunu göstermektir. Diş kliniği işletmek uzun ve yorucu bir yoldur. Hele de temel ilkeniz %100 HASTA MEMNUNİYETİ olmuşsa…”* gibi ifadelere yer verildiği,

<https://www.facebook.com/mossdental/> adresli internet sitesinin 25.07.2018 tarihli görünümünde; *“Kadın gülerse dünya güler. Gülümseyen kadınların artması için; Diş temizleme (Detertraj) hizmetimizde %50, Zirkonyum kaplamada %15 İndirim Sunuyoruz... 8 Mart Dünya Kadınlar Günü’nde Tüm Kadınlarımıza Armağan Olsun… 18 Yaş Üstü tüm kadınlarımız 15 Mart 2018 tarihine kadar yararlanabileceklerdir. Bilgi ve randevu için : 549 485 00 70…”,* *“Kompozit dolgu tedavisinin en büyük avantajı estetik olmalarıdır. Ayrıca bu dolgular dişlere iyice bağlandığı için diş dokularını destekler, kırılmaları ve sıcaklık geçmesini engeller. Kompozitler, yalnızca çürükleri restore etmek için değil, dişlerin rengini ve biçimini değiştirerek kozmetik etkileri için de kullanılabilmektedirler. Kusursuz bir gülüş işte bu kadar!”,* *“Eksik Dişiniz İçin Eksiksiz Çözümü Sunuyoruz. #implant… Üstelik Şimdi Sürpriz İndirim Avantajıyla... Detaylı Bilgi ve Danışma İçin Whatsapp Hattı: 0549 485 00 70…”,*

“*Hikayemiz*” başlığı altında; *“Ağız ve Diş Sağlığı alanında modern yöntem ve cihazların önemi asla küçümsenemez. Ama bunları kullanan hekimlerin üstün mesleki ve insani değerlere sahip olması vazgeçilmez ilkemizdir. O yüzden diyoruz ki teknoloji sadece bir araçtır. Ne kadar modern olursa olsun onu kullanan insanın hangi amaca hizmet ettiği temel dinamiktir. Öykümüz işine aşkla bağlı iki diş hekiminin başarı yolunda durmaksızın koşuşturmasının kısa hikayesidir. Diş Hekimi Ömer Faruk ve Hakan her ne kadar farklı kimlikleri temsil etseler de; birlikte maraton koşmanın imkansız olmadığını ispatlamışlardır meslektaşlarına. İşbirliğinin rekabetten daha değerli sonuçları olduğunu göstermektir amaçları. Uzun ve yorucu bir yoldur diş kliniği işletmek. Hele de %100 HASTA MEMNUNİYETİ temel ilkeniz olmuşsa. Bu uzun ve yorucu yolculuk 1993 yılında Bahçelievler’de başladı. Geceler gündüzlere karıştı, sayılar dualara mağlup oldu. Her gün “kaç hasta baktık?” sorusu yerine “her hastamızı memnun edebildik mi?” sorusu bugünü anlatan felsefeydi. Yıllar yılları kovaladı ve “Sizinle bu maratonda bize de yer var mı?” diyen, mesleğine aşık diğer hekimlerle ekip zenginleşti. Memnuniyet sınırlara sığmayınca, yoğun talebe cevap vermek için 2. adres aranmaya başlandı. Başakşehir hem kalite çizgisi hem de beklentiler açısından “tam yeri” idi. Müjdeli haber bölgeden gelen hastalarla paylaşıldığında “Ne iyi ettiniz!” yorumları ve teşekkürler birbirine karıştı. 2014 yılı Haziran ayında sanki yıllardır hizmet veriyormuş gibi bölge halkının teveccühüne mazhar oldu Başakşehir Mossdental… Bu yolculuğa çıkarken “Ne kadar hasta bakabiliriz?” sorusu yerine “Ne kadar memnun ederiz?” sorusu sorulmuştu. “Nasıl daha fazla memnun ederiz?” sorusu her zaman kafaları meşgul etmeye devam edecek. Yolculuk Başakşehir’de de bitecek gibi görünmüyor. Zira daha fazla memnun edilmeyi hak eden onca insan bu anlayışa muhtaç iken…”* gibi ifadelere yer verildiği,

*“Diş taşı temizliği tedavisini canlı yayınımızla gerçekleştiriyoruz…”* gibi ifadelerle tıbbi işlemlerin uygulama görüntülerine yer verildiği, tıbbi işlemlere ilişkin hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu internet sitelerinde yer alan ifade ve görüntülerin tıbbi işlemlere yönelik talep yaratıcı nitelikte olduğu ve şahsa yönlendirme yaparak, sağlık alanında çalışan şahsın faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı ve diğer kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açtığı değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Moss Dental Ağız ve Diş Sağ. Hizm. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**33)**

**Dosya No: 2018/2297**

**Şikayet Edilen:** **Aday Sağlık ve Turizmi Hiz. Dan. Ltd. Şti. (Emphair Saç Ekim Merkezi)**

**Şikayet Edilen Reklam:** <https://www.emphair.com/> ve <https://www.facebook.com/emphair/> adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 26.07.2018

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <https://www.emphair.com/> adresli internet sitesinin 26.07.2018 tarihli görünümünde örnek olarak; “*Saç ekimi… 14 Yıl Tecrübeli Ekip ile Saç Ekimi… Neden EmpHair… 11 Tecrübe, 35 ülke, 2 şube, 72 uzman personel, 28,000 saç ekimi…”* gibi ifadelere yer verildiği, “*Müşteri Yorumları”* başlıklı bölümde tıbbi bir işlem olan saç ekim işlemine ilişkin kuruluşu övücü ve kuruluşa yönlendirici ifadelere yer verildiği, “*Saç Ekimi Sonrası*” başlıklı bölümde hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği, kuruluşun*“Emmphair Saç Analizi ve Saç Ekimi, Emphair Saç Ekim Merkezi”* olarak isimlendirildiği, <https://www.facebook.com/emphair/> adresli internet sitesinin 26.07.2018 tarihli görünümünde örnek olarak; *“5 seanslık PRP tedavisi ile saçlarınız dökülmeden önleminizi alın. Bilgi için; Whatsapp: 05433450722 numaralı hattımızdan bilgi alabilirsiniz.”* gibi ifadelerle tıbbi işlemlerin uygulama görüntülerine yer verildiği, kuruluşun*“Emmphair Saç Ekimi ve Saç Sağlığı”* olarak isimlendirildiği, “*Hakkında*” bölümünde; “*Emphair ile güzel görünmek, güzel hissetmek çok kolay. Uzman kadromuz ile hizmetinizdeyiz...”* gibi ifadelere yer verilerek, kuruluşun “*Estetik Cerrah · Sağlık/Güzellik · Saç Ekimi Hizmeti*” ifadeleriyle tanıtıldığı, tıbbi bir işlem olan saç ekim işlemine ilişkin hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği, saç ekimi işlemine yönelik kuruluşu övücü ve kuruluşa yönlendirici yorumlara ve hasta videolarına yer verildiği, diğer taraftan 23.04.2018 tarihli Sözcü Gazetesi’nin internet sayfasında; *“Tıraşsız saç ekimi… 12 yıllık deneyim, uzman ekip ve makul fiyatlarla ömür boyu garanti… Emphair…*” gibi ifadelere yer verildiği, Google arama sayfasının 07.05.2018 tarihli görünümde; “*12 yıllık deneyim… Uzman kadro… 3 Dakikada saç ekimi fiyatı alın… www.emphair.com/sac-ekim... Ömür boyu garanti ile saç ektirin, kel kalmak kaderiniz olmasın… Canlı destek hattı, 3 dk’da fiyat al, ücretsiz saç analizi… Sizi hemen arayalım…”* gibi ifadelerle “*Reklam*” ibaresiyle tanıtım yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu internet sitelerinde yer alan ifade ve görüntülerin, sağlık alanında faaliyeti olmayan kuruluşun, sağlık alanında faaliyet gösterdiği ve tabip tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemleri uyguladığı yönünde bir algı oluşturduğu; dolayısıyla, söz konusu tanıtımların ilgili mevzuata aykırı olarak benzer kuruluşlar arasında haksız rekabete yol açtığı, tüketici yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Aday Sağlık ve Turizmi Hiz. Dan. Ltd. Şti. (Emphair Saç Ekim Merkezi)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma ve 69.086 TL (Altmışdokuzbinseksenaltı Türk Lirası) idari para cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**34)**

**Dosya No: 2018/2610**

**Şikayet Edilen:** **Estemina Estetik Güzellik ve Sağlık Hiz. Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** <http://www.universalestetik.com.tr/iletisim.php> ve <https://www.facebook.com/pg/universalestetik/> adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 26.07.2018

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <http://www.universalestetik.com.tr/iletisim.php> adresli internet sitesinin 26.07.2018 tarihli görünümündeörnek olarak; *“Lazer lipoliz… İnatçı yağlardan kurtularak vücudunuzu şekillendirin… Altın iğne ile lekesiz ve pürüzsüz cilde kavuşun… Lazer Epilasyon… Lazer epilasyonda etkin sonuçlar için hibrit çözümler…”, “Kurumsal” başlığı altında; “Unıversal Estetik Danışmanlığı… Universal estetik, 2014 yılında düşünce şeklinde ortaya konmuş estetik plastik cerrahi uzmanı Op. Dr Ali TUNCER önderliğinde 2015 yılında kurulmuştur. Medikal estetik, estetik cerrahi, plastik ve rekonstrüktif cerrahi ve saç ekimi alanlarında hizmet vermektedir. Amacımız bu alanlarda kaliteli güven duyabileceğiniz şekilde hizmet vermektir. Bunu yaparken dünyanın en ileri teknolojisiyle donanımlı, tıbbın son gelişmelerini uygulayan memnuniyet odaklı bir ortam oluşturmak ve kişinin kendisini evindeymiş gibi özel hissetmesini sağlamaktır. Estetik merkezleri çoğunlukla Bursa’mızın batı tarafına açılmaktadır. Takdir edersiniz ki şehrin merkezinde ve doğu tarafında bu tarzda açılan kaliteli hizmet veren alanında uzman doktorların başında bulunduğu butik tarzda bir merkez bulunmamaktadır. Bu eksiklik, insanların bu alanda kaliteli hizmet arayışı bizleri Bursa’nın merkezine konumlanmaya itti. Umarım doğru karar vermişizdir. Herkesin estetiğe, güzel görünmeye ihtiyacı var. Evrensel güzellik sloganıyla çıktığımız bu yolda yolunuz bize düşerse kaliteli hizmet alacağınızdan hiç şüpheniz olmasın. Mutluluk ve esenlik dileklerimizle…”* gibi ifadelere yer verildiği, *“Tanıtım Filmi”* başlığı altında tıbbi işlemlerin uygulama görüntülerine yer verilen tanıtım videosuna yer verildiği, kuruluşun “*Unıversal Aesthetıc Cerrahi ve Ameliyatsız Estetik Danışmanlığı,* *Universal Estetik Sağlık Grubu* ” olarak isimlendirildiği, [https://www.facebook.com/pg/ universalestetik/](https://www.facebook.com/pg/%20universalestetik/) adresli internet sitesinin 26.07.2018 tarihli görünümündeörnek olarak; kuruluşun “*Unıversal Estetik,* *Estetik Cerrah · Güzellik Merkezi Lazer Epilasyon Hizmeti* ” olarak isimlendirildiği, *“Mucize tedavi ozon terapi… Majör(damar içi),minör (kas içi), #Ozon sauna gibi farklı yöntemler ile vücuda aktif oksijen moleküllerinin verilmesi şeklinde uygulanan Ozon tedavisi, ozon terapi pek çok hastalık için kullanılabildiği gibi estetik uygulamalarda da oldukça faydalı… Ayrıntılı bilgi için kliniğimize bekliyoruz…”, “Yüz, boyun ve dekolte bölgesinde sarkmalar mı başladı? Öyleyse önleyici tedavileri planlamaya başlama zamanı geldi! Ultraskin gelişmiş teknolojisi ile tek seansta, cilt altındaki kolajen üretimini destekleyerek lifting etkisi oluşturmak ve daha gergin bir cilde kavuşmak mümkün. Kliniğimize bekliyoruz. Kampanya ve indirimlerimizi kaçırmayın! Ücretsiz görüşme ve konsültasyon için hemen ulaşın…”, “Universal Estetik… Dudak Dolgusu ile herhangi cerrahi bir müdahale olmadan, anestezi olmadan, istediğiniz görünüme kavuşabilirsiniz… Kampanya ve indirimlerimizi kaçırmayın! FUE Tekniği Saç Ekimi ile Hemen Tanış, Fırsatları Kaçırma... Kampanya ve indirimlerimizi kaçırmayın!”* gibi ifadelere yer verilerek tıbbi işlemlere ilişkin kampanyaların düzenlendiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu internet sitelerinde yer alan ifade ve görüntülerin tıbbi işlemlere yönelik talep yaratıcı nitelikte olduğu ve şahsa yönlendirme yaparak, sağlık alanında çalışan şahsın faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı ve diğer kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açtığı değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Estemina Estetik Güzellik ve Sağlık Hiz. Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma ve 69.086 TL. (Altmışdokuzbinseksenaltı Türk Lirası) idari para cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**35)**

**Dosya No: 2018/2625**

**Şikayet Edilen:** **Lokal Yapı ve Sağlık Hizmetleri Eğitim Turizm San. Tic. Ltd. Şti. (Özel Karataş Hastanesi)**

**Şikayet Edilen Reklam:** <http://www.karatashastanesi.com.tr/> ve [https://www.facebook.com/ obezitecerrahisiklinigi/](https://www.facebook.com/%20obezitecerrahisiklinigi/) internet sitelerinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 28.06.2018

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <http://www.karatashastanesi.com.tr/> adresli internet sitesinin 28.06.2018 tarihli görünümünde örnek olarak; ana sayfada, *“İzmir hastane rehberi”* başlığı altında; *“Sağlığınızı kaybettiğiniz durumlarda size en iyi tedaviyi uygulayacak olan bir İzmir Hastanesi olan Özel Karataş Hastanesi kendinizi güvende hissedeceğiniz hastanelerden birisidir. İzmir hastane doktorları alanında uzman olup çok iyi bir şekilde muayene ve tedavi edilmenize yardımcı olurlar. Güvenli ve kaliteli bir tedavi hizmeti sunan Özel Karataş Hastanesi SGK ile de anlaşmalıdır. İzmir hastaneleri hastalarının kaliteli ve en iyi şekilde muayene edilmelerini ve tedavi edilmesini sağlar. Hastaların memnuniyeti ön plandadır. Hastane günümüzde sürekli değişen ve gelişen teknolojik gelişmelere de uyum sağlar. Tedaviler en yeni yöntemlerle yapılmaktadır. Evrensel standartlara uyum sağlayacak donanıma ulaşmayı hastane kendine ilke edinmiştir. Hastalığınızın tedavisinde seçeceğiniz hastane ve doktorlar çok önem taşımaktadır… Ayrıca İzmir saç ekimi en iyi teknolojiler ile hastanemizde yapılmaktadır…”,* *“Tarihçemiz”* başlığı altında; *“Sağlığınızın arkasındayız… İzmir’in ilk özel hastanesi olma ayrıcalığını 200 yıllık bir tecrübe ve bilgi birikimi ile koruyan Özel Karataş Hastanesi, artık sadece kadın doğum değil tüm branşlarda hizmetinizde… Kadın Doğum konusunda İzmir’de hayli iddialı olup, aylık doğum sayısı en yüksek hastanelerden biridir…200 yıllık tecrübe ve bilgi birikimimiz, tüm çalışanlarımıza aşıladığımız etik değerlere bağlılık ve hasta memnuniyeti odaklı yaklaşımımız ile halkımıza her geçen gün daha iyi sağlık hizmeti veriyor, her daim sağlığınızın arkasında olmaya devam ediyoruz…”,“Neden biz”* başlığı altında*; “Sizleri ailemizin bir parçası olarak görürüz… Hastalarımız hastane soğukluğundan uzak bir ortamda, misafirlerimiz olarak ağırlanır ve Özel Karataş Hastanesi Ailesinin daimi bir ferdi olarak ayrılırlar. Hastanemizden hizmet almayı tercih eden siz değerli hastalarımızın memnuniyeti önceliğimiz olup, güler yüzlü ve hasta memnuniyetini ilke edinmiş personelimiz ile tüm süreçlerinizi kolaylaştırmak için her zaman yanınızdayız. Dilek, görüş ve önerileriniz bizim için değerlidir. Geri bildirimleriniz hizmetlerimizdeki üstün kalite anlayışını her gün bir üst seviyeye çıkarmamıza ve mükemmeliyetçi hizmet yaklaşımımıza destek vermektedir. Bizi tercih ettiğiniz için teşekkür eder, sağlıklı günler dileriz.”* gibi ifadelere yer verildiği, <https://www.facebook.com/obezitecerrahisiklinigi/> adresli internet sitesinin 28.06.2018 ve 06.07.2018 tarihli görünümlerinde örnek olarak; *“Cenk DEDEOĞLU obezite ameliyatından önce yaşadığı sıkıntıları ve ameliyattan sonra yaşadıklarını sizlerle paylaşıyor. Tüp mide ile ideal kilonuza hızlı ve kalıcı olarak ulaşın!”,* “*Karataş Hastanesi Obezite Cerrahisi… Obezite cerrahisi ile kapalı işlem; minimum ameliyat izi, üç gün yatış; hızla eve dönüş, ücretsiz konaklama ve ️ulaşım… Obezite ve Diyabet Cerrahisi Danışma Hattı - 0549 441 41 70”,* *“Tüp mide ile obeziteye dur de!”,* *“Tüp mide ile obeziteden kurtul! Numaranızı bırakın, sizi arayalım…”,* “*Obezite cerrahisi ile kapalı işlem, minimum ameliyat izi ve 3 gün yatış, hızla eve dönüş! Mide hacmi %80 oranında küçüldüğü için daha az acıkır, daha az yersiniz! Obezite ve Diyabet Cerrahisi Danışma Hattı - 0 549 441 41 70…* [*https://goo.gl/OniimA*](https://goo.gl/OniimA) *Opr. Dr. M. Yalım Uçtum…”,* - “*10 Saniyede fiyat al…* *Obezite cerrahisi ile kapalı işlem, minimum ameliyat izi ve 3 gün yatış, hızla eve dönüş! Ücretsiz konaklama ve ulaşım…”, “Hayatla barışın ; Obeziteyle vedalaşın!! Bir sürü diyet programı uyguladım; yeri geldi aç kaldım ama bir türlü başarılı olamadım diyorsanız... Yalnız değilsiniz. Obezitenin en etkili ve kalıcı tedavisi için hemen bizi arayın; farkı yaşayın... Detaylı Bilgi ve Randevu İçin 0549 441 41 70…”* gibi ifadelere yer verildiği, hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu internet sitelerinde yer alan ifade ve görüntülerin tıbbi işlemlere yönelik talep yaratıcı nitelikte olduğu ve şahsa yönlendirme yaparak, sağlık alanında çalışan şahsın faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı ve diğer kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açtığı değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

- Özel Hastaneler Yönetmeliğinin 60 ıncı maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Lokal Yapı ve Sağlık Hizmetleri Eğitim Turizm San. Tic. Ltd. Şti. (Özel Karataş Hastanesi)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**36)**

**Dosya No: 2018/2882**

**Şikayet Edilen:** **Gülcan ERDEM (Alya Estetik)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 26.07.2018

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <http://alyaguzellik.com/> adresli internet sitesinin 26.07.2018 tarihli görünümünde örnek olarak; sunulan hizmetler arasında; *“Diode lazer epilasyon, çatlak tedavisi, akne tedavisi, leke tedavisi, kimyasal peeling”* gibi doktor kontrolünde uygulanması gereken ve güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara yer verildiği, *“Leke tedavisi, kimyasal peeling”* gibi başlıklar altında hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülere yer verildiği, kuruluşun *“Alya Estetik”* şekillerinde isimlendirildiği tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Gülcan ERDEM (Alya Estetik)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**37)**

**Dosya No: 2017/2716**

**Şikayet Edilen: Op. Dr. Polat YİĞİT (Konhair Saç Ekim Merkezi)**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.konhair.com.tr](http://www.konhair.com.tr) ve [www.facebook.com/konhair](http://www.facebook.com/konhair)adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 18.07.2018

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Kuruluşun*“Konhair Saç Ekim Merkezi”* olarak isimlendirildiği,

[www.konhair.com.tr](http://www.konhair.com.tr) adresli internet sitesinin 18.07.2018 tarihli görünümünde örnek olarak;“

-Ana sayfasında; *“Konhair Ankara’nın saç sorunları merkezi. Sadece imajınız değil, hayatınız değişecek. 1998 yılından bu yana konusunda uzman kadromuzla son teknoloji PRP + FUE/DHI sistemleriyle saç ekimi yapıyoruz. Ankara'da saç ekimi hizmeti veren en eski merkezlerden biriyiz. Ekip olarak edindiğimiz deneyim ve yaptığımız saç ekimlerindeki başarılı sonuçlar ile kıvanç duyuyoruz. 1998 yılından beri saçlarını ektiğimiz binlerce hastamızın memnuniyeti kıvancımızın temel kaynağıdır. Sizin de memnuniyetinizi temin etmek için buradayız. Saç kaybı, saç dökülmesi veya her ne sebeple olursa olsun saç ekimi yaptırmayı düşünüyorsanız, bizimle görüşmeden karar vermeyin deriz. Sağlığınız riske atacağınız bir lüks değildir. Bizimle sağlığınızın güvenli ellerde olduğundan emin olabilirsiniz.”* gibi ifadelere yer verildiği,

- “*FUE Tekniği ile Saç Ekimi”* başlığı altında; *“FUE saç ekimi, şu anda dünyada çok yaygın olarak kullanılmakta ve memnun edici sonuçlar alınmaktadır. Avantajları; kesme yok, dikiş yok, kanama yok, fire yok, iz yok, daha sıkı ekim imkanı, daha doğal bir görünüm, istenilen tarafa yön verme, daha fazla doku transferi, kısa sürede iyileşme, seanslar arası bekleme yok, sakaldan saça nakil, saçtan sakala nakil, göğüs kılları transferi*” gibi ifadelere yer verildiği,

- “*DHI Tekniği ile Saç Ekimi”* başlığı altında; *“PRP Destekli DHI - Enjeksiyon Saç Ekimi. Biliyorsunuz, Günümüz teknolojisinde, Saç Ekimi Araştırmaları, çok hızlı bir şekilde gelişmektedir. DHI Saç Ekimi ( Direk Saç Ekimi) yöntemi de, bu gelişmelerden biridir. Konhair Olarak bizlerde, Dünyadaki gelişen saç ekim yöntemlerini, yakinen takip etmekte ve kısa sürede ekibimize yurt dışı ve yurt içi eğitimler aldırmaktayız. Yaklaşık 4 yıl Kliniğimiz, DHI yöntemiyle Saç Ekimi yapmaktadır. FUE ile DHI saç ekimi arasındaki farklar**…hem delik açtığı ve hem de el değmeden saçları cilt altına enjekte ettiği için, başarı yüzde oranı daha yüksekti. Avantajları; kesme yok, dikiş yok, kanama yok, fire yok, iz yok, daha sıkı ekim imkanı, daha doğal bir görünüm, istenilen tarafa yön verme, daha fazla doku transferi, kısa sürede iyileşme, seanslar arası bekleme yok, sakaldan saça nakil, saçtan sakala nakil, göğüs kılları transferi.”* gibi ifadelere yer verildiği,

[www.facebook.com/konhair](http://www.facebook.com/konhair) adresli internet sitesinin 18.07.2018 tarihli görünümünde örnek olarak; *“Ramazan'a özel ekstra fırsatlar ile birlikte doğal saçlarınıza kavuşun. Saç ekimi son adresiniz Konhair olsun. 2018’e girmeden kaydınızı yaptırın yeni yılda avantajlı fiyatlardan yararlanın.1998’den 2018’e 20 yıllık tecrübe, 19.000 üzerinde saç ekimi, tecrübeli ekip, değişmeyen sonuçlar, %90 üzerinde hasta memnuniyeti. Konhair 20 yaşında. Bizi tercih edenlere teşekkür ediyoruz. Siz de saç ekimi için Konhair'i aramadan son kararınızı vermeyin.”*gibi ifadelere ve tedavi öncesi sonrası görüntülere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu tanıtımların tabip tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlere yönelik olduğu, tıbbi işlemlerin reklamının yapılmasının ise ilgili mevzuata aykırı olduğu; bu tanıtımların sağlık alanında çalışan kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm veren, ilgili mevzuatta tıbbi işlemlere ilişkin izin verilen bilgilendirme ve tanıtım faaliyetleri kapsamını aşan, talep yaratıcı ve diğer sağlık kuruluşları aleyhine haksız rekabete yol açıcı nitelikte olduğu,

Bununla birlikte; kuruluşun*“Konhair Saç Ekim Merkezi”* olarak isimlendirildiği; ancak ilgili mevzuatta bu şekilde tanımlanan bir kuruluş türünün bulunmadığı, kuruluşun şayet bir “sağlık kuruluşu” olarak faaliyet göstermekte ise, bu isimle tanıtım yapmasının ilgili mevzuata aykırı olduğu; bu durumda da, söz konusu tanıtımlarda kuruluşun türünün açıkça belirtilmemesi sebebiyle tüketicilerin yanıltıldığı,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Op. Dr. Polat YİĞİT (Konhair Saç Ekim Merkezi)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**GIDA**

**38)**

**Dosya No: 2016/3886**

**Şikayet Edilen: Bio Organik Yaşam Ürünleri Pazarlama Dış Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.bioorganik.com.tr](http://www.bioorganik.com.tr) adresli internet sitesinde muhtelif ürünlere ilişkin yapılan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 07.10.2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.bioorganik.com.tr](http://www.bioorganik.com.tr) adresli internet sitesinde satışı gerçekleştirilen muhtelif ürünlere ilişkin yapılan tanıtımlarda;

“Organik Chia Tohumu isimli ürün ile ilgili; *“Organik chia tohumu zengin aııtioksidan içeriğidir. Antioksidanlar hücrelere zarar vererek yaşlanmalarına ve kanser gibi rahatsızlıklara sebep olan serbest radikallerin oluşumuna karşı savaşır.”*; Himalaya Kristal Tuz Lambası isimli ürün ile ilgili; *“Kristal tuz lambaları, "Negatif İyon " yayarak iç mekanlardaki hava kalitesini arttırır. Doğal bir negatif iyon jeneratörü olan bu lambalar gerçek anlamda "Havanın Vitamini"dirler. Negatif iyonların Faydaları Nezle, migren, astım gibi rahatsızlıklara iyi gelir, akciğerlerin kapasitesini yükseltir. Bağışıklık sistemini güçlendirir. Bebek ya da çocukların yanında fiziksel, ruhsal gelişim için temiz hava sağlar.”,* Organik Aspir Yağı isimli ürün ile ilgili; *“Aspir yağı faydaları uygulandığı bölgede yağ yakısını hızlandırarak bölgesel olarak incelme ve zayıflamanıza yardımcı olur. Aspir yağının içerek kullanımında ki faydaları vücuttaki yağ oranını azaltarak, daha küçük yağ moleküllerin dönüştürerek vücuttan atımını kolaylaştırmaktadır. Doğum sonrası çatlakları azaltmaya yardımcı olur. Kabızlığı giderici etkisi vardır. Terletici, idrar söktürücü, kurt düşürücü etkisi de vardır.”,* Organik Hindistan Cevizi Sütü isimli ürün ile ilgili; *“Ülser ve reflü gibi mide rahatsızlıklarının iyileşmesini destekler. Anti bakteriyel, mikrobiyal koruma sağlar. Birkaç değişik anti oksidan içerir ve vücudumuzu kanserden korur. Kan şekerinin dengelenmesine yardımcı olur. Tansiyonun düşmesine/dengelenmesine yardım eder. Eklemlerdeki enflamasyonu ve romatizmal ağrıları azaltır.”,* Organik Siyez Buğdayı isimli ürün ile ilgili; *“Siyez buğdayının faydaları arasında, bağırsak kanserinin; ve kabızlığın önlenmesi ile birlikte, anne karnındaki bebek, ve çocukların gelişiminin daha sağlıklı olması, vücuda alınan radyasyon oranının azalmasının sağlanması, bakteri oluşumunun önlenmesi gibi etkilerden de söz etmek gerekmektedir.”,* Doğal Goji Berry Meyvesi isimli ürün ile ilgili; *“Cinsel iktidarsızlık ve büyüme hormonlarına iyi gelir. Kalp ve kan basıncına faydası olan maddeler içerir. Doğurganlık yetisini arttırır. Şeker ve insülin seviyesini düzenler.* ”

şeklinde ifadelerin kullanıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu internet sitesinde yapılan tanıtımlarda, sağlık beyanlarına yer verilerek söz konusu ürünlerin insan fizyolojisine ve/veya metabolizmasına etki eden bir “tıbbi ürün” gibi tanıtıldığı, böylece sadece anılan ürünlerin tüketilmesiyle çeşitli hastalıkların tedavi edilebileceği izlenimi oluşturulduğu ve söz konusu iddiaların da bilimsel olarak ispata muhtaç olduğu; ayrıca 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, dolayısıyla her koşulda mevzuata aykırılık teşkil eden bu tanıtımların,

**-** Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 5 ve 6 ncı maddeleri,

- İnceleme konusu reklamların yayınlandığı tarihte yürürlükte bulunan mülga Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliği’nin 6, 40 ve 42 nci maddeleri,

-5996 sayılı Veteriner Hizmetleri, Bitki Sağlığı, Gıda ve Yem Kanunu’nun 24 üncü maddesinin üçüncü fıkrası,

- 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 ve 26 ncı maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,reklam veren **Bio Organik Yaşam Ürünleri Pazarlama Dış Ticaret Ltd. Şti.** isimli kuruluş hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**39)**

**Dosya No: 2016/4005**

**Şikayet Edilen: Zehra Güzelocak Bey Organik Gıda Pazarlama**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.beyorganik.com](http://www.beyorganik.com) adresli internet sitesinde satışı gerçekleştirilen muhtelif ürünlere ilişkin yapılan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 04.11.2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.beyorganik.com](http://www.beyorganik.com) adresli internet sitesinin 04.11.2016 tarihli görünümünde yapılan tanıtımlarda;

“Organik Mas Fasulyesi isimli ürün ile ilgili; *“Bağırsak düzenleyici etkisi vardır. Şeker düzeyini düşürür. Hücre yenilenmesine yardımcı olur.”,* Organik Üzüm Pekmezi isimli ürün ile ilgili; *“Vücutta kan yapımında kullanılması, enerji vermesi, iştah açması belirgin özelliklerindendir. Gebelikte bebek gelişimi ve anne adayları için çok faydalıdır. Ayrıca mide, bağırsak ve böbrekler üzerine olumlu etkileri vardır. Damar sertliğine iyi gelir ve kan dolaşımını kolaylaştırır.”,* Organik Kuru Kayısı isimli ürün ile ilgili; *“Beynin düzenli çalışmasını sağlayan, stresi azaltan, karaciğerdeki tahribatları onaran, kemiklerin sağlıklı olmasında önemli rol oynayan, kan yapımını artırarak kansızlığa engel olan, ülserlerin iyileşmesine katkıda bulunan, kansere karşı koruyucu bir etkiye sahip olan, kalp kaslarını kuvvetlendirir.”,* Organik Dut Pekmezi isimli ürün ile ilgili; *“Anemik hastalarca besin olarak alınması çok yararlıdır. Özellikle mide hastalıkları, ülsere iyi gelir. Astım ve bronşit hastalıklarında, soğuğa karşı vücut direncinin artırılmasında kullanılır. Bebeklerin ve çocukların zeka ve bedensel gelişimine yardımcı olur. Organik Kekik isimli ürün ile ilgili; Bağışıklığı arttırıcı, kan şekerini dengeleyici, antioksidan, mantar ve bakterilere karşı koruyucu etkileri ile oldukça değerli bir baharattır.”* Organik Papatya Çayı isimli ürün ile ilgili; *“Uyku bozuklukları tedavisinde kullanılır. Romatizmal rahatsızlıklar için kullanılır. Deri döküntüsüne yol açan cilt hastalıkların belirtilerini hafifletir. Yemeklerden sonra sindirime yardımcı olarak kullanılır. Gastrit ve ülseratif kolit tedavisinde kullanılır. Sabah bulantılarını hafifletir Alerji belirtilerini azaltır Stresi azaltır. Bağırsak sorunlarını giderir. Diş eti hastalıkları önler. Ağız iltihaplarını iyileştirir. Sırt ve bel ağrılarını hafifletir. Boğaz ağrısını alır. Apse tedavisinde gargara suyu olarak kullanılır. Organik Nane isimli ürün ile ilgili; İçerdiği uçucu yağlar nedeniyle mide bulantılarını keser. Gebelikteki ve yolculuklardaki kusma refleksini bastırır. Grip ve nezlede yüksek ateşin düşürülmesinde değerli bir yardımcıdır. Mide ve bağırsak gazlarını söktürücüdür. Bağırsaklardaki kolit yaralarının iyileşmesinde etkili rol oynar.”* Organik Antep Fıstığı isimli ürün ile ilgili; *“B1 vitamini ile kan oluşumuna yardım eden, kandaki kolesterolü düşüren, kavrama yeteneği ve öğrenme gibi beyin fonksiyonlarını geliştiren, enerji veren, yaslanmaya karşı koruyan, sigara ve alkolün zararlı etkilerini azaltan, içerdiği lif sayesinde kan şekerini dengeleyen ve kabızlığa iyi gelir. ”* ifadelerinin kullanıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu internet sitesinde yapılan tanıtımlarda, sağlık beyanlarına yer verilerek söz konusu ürünlerin insan fizyolojisine ve/veya metabolizmasına etki eden bir “tıbbi ürün” gibi tanıtıldığı, böylece sadece anılan ürünlerin tüketilmesiyle çeşitli hastalıkların tedavi edilebileceği izlenimi oluşturulduğu ve söz konusu iddiaların da bilimsel olarak ispata muhtaç olduğu; ayrıca 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, dolayısıyla her koşulda mevzuata aykırılık teşkil eden bu tanıtımların,

**-** Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 5 ve 6 ncı maddeleri,

- İnceleme konusu reklamların yayınlandığı tarihte yürürlükte bulunan mülga Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliği’nin 6, 40 ve 42 nci maddeleri,

-5996 sayılı Veteriner Hizmetleri, Bitki Sağlığı, Gıda ve Yem Kanunu’nun 24 üncü maddesinin üçüncü fıkrası,

- 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 ve 26 ncı maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,reklam veren **Zehra Güzelocak Bey Organik Gıda Pazarlama** isimli kuruluş hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**40)**

**Dosya No: 2017/993**

**Şikayet Edilen: Kibarlı Pazarlama Day. Tük. Malları Reklam ve Kırtasiye Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.kibarli.net](http://www.kibarli.net) adresli internet sitesinde yer alan **“Kibarlı”** markalı ürün tanıtımları

**Reklam Yayın Tarihi:** 18.01.2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: [www.kibarli.net](http://www.kibarli.net) adresli internet sitesinin 18.01.2018 tarihli görünümünde yer alan “Kategoriler” başlığı altında; *“Böbrek hastalıkları, Cinsel hastalıklar, Çocuk hastalıkları, Deri ve cilt hastalıkları, Eklem hastalıkları, Kadın hastalıkları, Prostat, Kalp damar hastalıkları”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; inceleme konusu tanıtımlarda endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç ifadeler kullanılarak mevzuatta izin verilen sağlık beyanlarının dışına çıkan tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği, böylelikle *gıda* takviyesi niteliğindeki söz konusu ürünlerin insan fizyolojisine ve/veya metabolizmasına etki eden bir “tıbbi ürün” gibi tanıtıldığı, *tıp literatüründe hastalık olarak tanımlanan ve hekim kontrolünde tedavi edilmesi gereken bazı sağlık sorunlarının anılan ürünle tedavi edildiği veya tedavisine yardımcı olunduğu izlenimi oluşturularak tüketicilerin yanıltıldığı*, ayrıca şayet anılan ürünler söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “gıda takviyesi” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilen ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuat gereği yasak olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

- Türk Gıda Kodeksi Gıda Etiketleme ve Tüketicileri Bilgilendirme Yönetmeliğinin7 nci maddesi,

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

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Kibarlı Pazarlama Day. Tük. Malları Reklam ve Kırtasiye Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**41)**

**Dosya No: 2017/1045**

**Şikayet Edilen: Esra SARI**

**Şikayet Edilen Reklam: “Goji Berry ve Çörek Otu Tanıtım Seti”** adlı ürünün satışına yönelik olarak 0 (546) 549 55 24 numaralı telefon hattı aracılığıyla gerçekleştirilen ticari uygulama

**Reklam Yayın Tarihi:** 13.03.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Telefon

**Tespitler**: Esra SARI adlı şahsa ait olduğu tespit edilen 0 (546) 549 55 24 numaralı telefon hattı aracılığıyla, tüketicilere Prof. Dr. İbrahim Saraçoğlu’na ait olduğu iddia edilen “Goji Berry ve Çörek Otu Tanıtım Seti” adlı ürünün kargo ile gönderildiği ve anılan ürünün 49 TL karşılığında kapıda ödemeli olarak satın alınabileceği bilgisinin verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; Esra SARI adlı şahsa ait olduğu tespit edilen 0 (546) 549 55 24 numaralı telefon hattı aracılığıyla, tüketicilere Prof. Dr. İbrahim Saraçoğlu’na ait olduğu iddia edilen “Goji Berry ve Çörek Otu Tanıtım Seti” adlı ürünün kargo ile gönderildiği ve anılan ürünün 49 TL karşılığında kapıda ödemeli olarak satın alınabileceği bilgisinin verildiği, böylelikle Prof. Dr. İbrahim Saraçoğlu’nun adı ve *“profsaracoglu”* markasının onayı olmaksızın izinsiz şekilde kullanılarak haksız ticari uygulamada bulunulduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu ticari uygulamanın;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 28/1, 28/2, 28/4, 29/1, 29/2 ve 29/3 maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 62 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**42)**

**Dosya No: 2017/4840**

**Şikayet Edilen: Zeypa Elektrik Elekt. ve Gıda Mad. Alım Satım Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Yek Tv logolu televizyon kanalında yayınlanan “Yılın Dev Kampanyası 3 Bal + Ayakkabı + Telefon” başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 15.09.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler**: Yek Tv logolu televizyon kanalında 15.09.2017 tarihinde saat 13:56’da yayınlanan tele-alışveriş reklamlarında;

Ekranda yayın boyunca yer alan durağan yazıda; *“Yılın Dev Kampanyası, Şok Kampanya 3 Bal + Ayakkabı + Telefon, 3 Petek veya 3 Süzme Bal. 0212 912 30 92. 100 TL +Kargo. Satış Rekorları Kırıyor! Daniel Caran Ayakkabı Hediye, Cep Telefonu Hediye”* şeklinde,

Sunucu şahıs tarafından yapılan tanıtımlarda; *“Sunucu: (…)Kampanyamız çok güzel bir kampanya. (…)Çünkü çok uygun fiyata bol miktarda biz sizlere ürün göndereceğiz. Bir yandan bal göndereceğiz. Bir yandan sizlere çok güzel bir cep telefonu göndereceğiz. Bir yandan da sizlere çok şık bir ayakkabı göndereceğim sevgili izleyenlerimiz. (…)Çok kaliteli ayakkabılarımız 80-90 TL’lik bir fiyatı var. (…)Bizler çok miktarda bol miktarda aldığımız için sizlere bunu hediye olarak gönderebiliyoruz sevgili izleyenlerimiz. (…)Şimdi bir kavanoz bal dışarıda almak istediğiniz zaman 20 TL, 30 TL, 40 TL veya 50 TL yerine göre değişiyor. Bazen çok lüks mağazalarda 100 TL’ye kadar da satılabiliyor. (…)Yani aklınızdaki soru işaretleri bundan kaynaklanıyor. Hani bu kadar bal bu fiyatlara olabilir mi ucuz mu değil mi? Siz oralarla kıyaslamayın. Adam mesela 70.000 Dolar (…)kira ödüyorsa bir kilo balın fiyatını sizlere 100 Dolar da diyebilir. (…)Biz arıcılarımızdan toptan aldığımız o güzel balları, bol miktarda aldığımız balları sizlere uygun rakamlara gönderdiğimiz için uygun. (…)Bir de yanında size cep telefonu hediyem var. Dünyaca ünlü markalar var. Samsung var, Nokia var, Alcatel var. Bu telefonlardan herhangi birisi kutu dışında sizin kapınıza kadar gelecek. (…)Bakın bunlar tuşlu cep telefonu. Yani sizin kullanmış olduğunuz dokunmatik telefonlardan falan değil. Bu tuşlu cep telefonu biliyorsunuz ki kullanım alanı çok fazla. Niye? Çok zaman almıyor. Hatta çok ünlü iş adamları biliyorsunuz ki akıllı telefonlar kullanmak yerine tuşlu cep telefonlarını tercih ediyorlar ki çok fazla zamanları israf olmasın. (…)Bunun ederi 100 TL, 150 TL veya bazı internet sitelerinde 250 TL’ye satılıyor. Ama biz sizlere bunu ücretsiz göndereceğiz. (…)Tekrar söyleyeyim 3 kutu petek bal siparişi verebilirsiniz 100 TL’ye. Yanında bir çift çok güzel bir ayakkabı geliyor sizlere. 80-90 TL aralığında bir fiyatı var. Mağazalarda satılan çok kaliteli bir ayakkabı. Daha sonra bir adet de cep telefonumuz var bakın. Tuşlu cep telefonlarımızdan herhangi birisi kapınıza kadar gelecek. (…)Toplamda ederi 200-300 TL tutuyorken biz sadece sizlerden 100 TL talep ediyoruz.”* şeklinde,

İnceleme konusu tanıtımlarda yer alan alt yazı metninde ise; *“1 kavanoz süzme bal bürüt 500 gr. gelmektedir. 1 kutu petek bal 400 gr. gelmektedir. Aksi belirtilen gramajlardan firmamız sorumlu değildir. Tüketici hiç bir sebep göstermeksizin ürünü 15 gün içerisinde iade hakkına sahiptir. Reklam veren firma: Zeypa Elektrik Elektronik ve Gıda Maddeleri Alım Satım Ticaret Limited Şirketi, hediye olarak herkese 1 adet cep telefonu gönderilecektir. Model markaları ve modelleri farklılık gösterebilir. Cep telefonunun fiyatı serbest piyasada farklılık gösterebilir. kargoda ekrandaki bal ve telefon paketinden farklı paket size gelirse lütfen teslim almayınız.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; inceleme konusu tanıtımlarda 100 TL karşılığında bal satın alan tüketicilere hediye olarak gönderileceği iddia edilen cep telefonu ve ayakkabı kampanyasının serbest piyasa koşulları dikkate alınsa dahi gerçekçi olmadığı, ayrıca hediye ürünlerin verilmesine ilişkin geçerlilik süresinin açıklanmadığı, bu nedenlerle söz konusu hediye ürünler ile ilgili olarak tüketicilerin yanıltıldığı,

Diğer taraftan, inceleme konusu tanıtımlarda yer alan metin boyutu ve harf düzeninin ilgili mevzuat hükümlerine uygun olmadığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 9/1, 9/5, 15/1-b, 19/1 ve 19/3 maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Zeypa Elektrik Elekt. ve Gıda Mad. Alım Satım Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri **12.070-TL (Onikibinyetmiş Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**43)**

**Dosya No: 2017/4844**

**Şikayet Edilen: Zeypa Elektrik Elekt. ve Gıda Mad. Alım Satım Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Maksim Tv logolu televizyon kanalında yayınlanan **“Görkem Bal”** isimli ürüne ilişkin reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 12.10.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler**: Maksim Tv logolu televizyon kanalında 12.10.2017 tarihinde saat 17:44’de yayınlanan tele-alışveriş reklamlarında;

Ekranda yayın boyunca yer alan durağan yazıda; *“5 Süzme, 2 Petek Bal 100 Tl+ Kargo/ Hemen Arayın 0212 9123094 / Samsung G- 1205 Hediye”* şeklinde,

Sunucu şahıs tarafından yapılan tanıtımlarda; *“Meriç Erkan: (…)Bugünkü kampanyamız şöyle. 5 tane süzme bal, yanında da 2 tane petek bal yollayacağım. Bunu zaten gidip normal bir yerden almaya kalksanız 100-150 lira para verirsiniz. Hediyen ne diyeceksiniz. Biliyorsunuz hediyesi ürününden daha pahalı olan kampanyalar yapıyorum. En kullanışlı telefonlarından birini yollayacağım size. Dünyanın bildiği marka Samsung. En kullanışlısından GT serisinden 1205. (…)Biz şu markayı yolluyoruz deyip başka bir marka yollayacak kadar şerefsizleşmedik. (…)Bilinen bir firmanın reklamını yapıyorum(…) Şimdi ben diyorum ki size 7 tane bal yolluyorum yanında da telefon yolluyorum. Bir de ters düşünün şu telefonu almaya kalksanız bu GT serisinin 150-180 lira gibi bir fiyat istiyorlar. Yani biz size kaça gönderiyoruz bu kampanyalı telefonu 100 liraya. Ne demek oluyor, ben size telefonu gönderiyorum 100 liraya yanında da yeni sezon balların tadına bakmanızı istiyorum. (…)Tam 7 adet balı aslında bedava gönderiyorum.(…)Balın yanında telefon değil, telefonun yanında bal veriyorum. (…)Onun için elinizi çabuk tutun. Aşağıdaki numaralardan çağrı dahi bıraksanız biz size dönüyoruz.”* şeklinde,

İnceleme konusu tanıtımlarda yer alan alt yazı metninde ise; *“Kampanya 26.09.2017-05.11.2017 tarihleri arasında geçerlidir. 1 kavanoz süzme bal brüt 375 gram gelmektedir. Aksi belirtilen gramajlardan firmamız sorumlu değildir. Tüketici hiçbir sebep göstermeksizin ürünü 15 gün içerisinde iade etme hakkına sahiptir. Reklamı veren firma Zeypa Elektrik Elektronik ve Gıda Maddeleri Alım Satım Ticaret Şirketi. Hediye olarak herkese 1 adet Samsung GT-1205 cep telefonu gönderilecektir.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; inceleme konusu tanıtımlarda 100 TLkarşılığında bal satın alan tüketicilere hediye olarak gönderileceği iddia edilen cep telefonukampanyasının serbest piyasa koşulları dikkate alınsa dahi gerçekçi olmadığı, bu nedenlerle sözkonusu hediye ürünler ile ilgili olarak tüketicilerin yanıltıldığı,

Diğer taraftan, inceleme konusu tanıtımlarda yer alan metin boyutu ve harf düzeninin ilgili mevzuat hükümlerine uygun olmadığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 9/1, 9/5, 19/1 ve 19/3 maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Zeypa Elektrik Elekt. ve Gıda Mad. Alım Satım Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri **12.070-TL (Onikibinyetmiş Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**44)**

**Dosya No: 2018/2127**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** Ankara ilinde bulunan BİM Market Esat Şubesi’nde yer alan mağaza içi tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 06.02.2018-14.03.2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Etiket

**Tespitler**: Firma ile Et ve Süt Kurumu arasında imzalanan “Taze Karkas Et Satış Sözleşmesi” gereği yürütülen et kampanyası gereği; 500gr kıyma ürünü satış fiyatının 14,50 TL, 500 gr kuşbaşı ürünü satış fiyatının ise 15,50 TL olarak belirlendiği,

Ankara ilinde bulunan BİM Market Esat Şubesi’nde 06.02.2018-14.03.2018 tarihleri arasında yer alan fiyat etiketlerinde ise; Emin markalı 500 gr kıyma ürünü fiyatlarının 16,50 TL olarak gösterilip üzeri çizilerek 1 TL indirim ile 14,50 TL üzerinden, Emin markalı 500 gr kuşbaşı ürünü fiyatlarının da 17,50 TL olarak gösterilip üzeri çizilerek 15,50 TL üzerinden satışa sunulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firma ile Et ve Süt Kurumu arasında imzalanan “Taze Karkas Et Satış Sözleşmesi” gereği yürütülen et kampanyası gereği; 500gr kıyma ürünü satış fiyatının 14,50 TL, 500 gr kuşbaşı ürünü satış fiyatının ise 15,50 TL olarak belirlendiği,

Ankara ilinde bulunan BİM Market Esat Şubesi’nde 06.02.2018-14.03.2018 tarihleri arasında yer alan fiyat etiketlerinde ise; Emin markalı 500 gr kıyma ürünü fiyatlarının 16,50 TL olarak gösterilip üzeri çizilerek 1 TL indirim ile 14,50 TL üzerinden, Emin markalı 500 gr kuşbaşı ürünü fiyatlarının da 17,50 TL olarak gösterilip üzeri çizilerek 15,50 TL üzerinden satışa sunulduğu, böylelikle sözleşme gereği piyasaya göre daha ucuza ve belli bir fiyatla satılması gereken et ürünlerinin fiyat etiketlerinin indirim yapılıyormuş gibi gösterilerek tüketicilerin yanıltıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 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.

**EĞİTİM**

**45)**

**Dosya No: 2018/2944**

**Şikayet Edilen: T.C. Haliç Üniversitesi**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Grup indirimleri” başlıklı reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Üniversite tarafından <http://aday.halic.edu.tr/tr/burs-indirimler> adresli internet sitesinde “Grup indirimleri” başlığı altında;

* *“Yüksek Lisans Programlarımızda, 5-9 kişilik grup oluşturan öğrencilere %35,*
* *Yüksek Lisans Programlarımızda, 10-20 kişilik grup oluşturan öğrencilere %40,*

*Yüksek Lisans Programlarımızda, 21 kişi ve üzeri grup oluşturan öğrencilere ise %50 indirim yapılır.”* şeklindeki ifadeler ile reklam ve tanıtım faaliyetinde bulunulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** <http://aday.halic.edu.tr/tr/burs-indirimler> adresli internet sitesinde “Grup indirimleri” başlığı altında;

* *“Yüksek Lisans Programlarımızda, 5-9 kişilik grup oluşturan öğrencilere %35,*
* *Yüksek Lisans Programlarımızda, 10-20 kişilik grup oluşturan öğrencilere %40,*
* *Yüksek Lisans Programlarımızda, 21 kişi ve üzeri grup oluşturan öğrencilere ise %50 indirim yapılır.”*

şeklinde tanıtımı yapılan kampanya kapsamında ana vaat olarak belirli sayıda kişiden oluşan gruplara kişi sayısına göre değişen oranlarda indirim uygulanacağının belirtildiği ancak söz konusu indirimin kullanılabilmesi için tüketicilerin kayıt dönemi öncesinde başvurması yönünde bir istisna getirildiği ve bu istisnanın Reklam Mevzuatının temel unsurlarından olan ana vaadin esaslı unsurlarının açık ve anlaşılır bir biçimde reklamın ana mesajında belirtilmesi hususuna aykırı olduğu değerlendirilmiş olup,

Bu nedenle, inceleme konusu reklamların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre,reklam veren **T.C. Haliç Üniversitesi** hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**TEKNOLOJİ**

**46)**

**Dosya No: 2018/433**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.hepsiburada.com](http://www.hepsiburada.com) adresli internet sitesinde satışı gerçekleştirilen “Acer x127H 3300 Ansilümen 1024x768 20.000:1 HDMI DLP Projeksiyon Cihazı” adlı ürüne ilişkin yapılan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.hepsiburada.com](http://www.hepsiburada.com) adresli internet sitesinde, 1.749,00-TL satış fiyatı ile tüketicilere sunulan “Acer x127H 3300 Ansilümen 1024x768 20.000:1 HDMI DLP Projeksiyon Cihazı” adlı ürüne ilişkin yapılan tanıtımlarda, *“Ekstra %73 indirimli fiyat 476,72 TL Bu ürünün ekstra indirimli son fiyatıdır, sepete ekleyin fırsatı kaçırmayın!”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.hepsiburada.com](http://www.hepsiburada.com) adresli internet sitesinde, 1.749,00-TL satış fiyatı ile tüketicilere sunulan “Acer x127H 3300 Ansilümen 1024x768 20.000:1 HDMI DLP Projeksiyon Cihazı” adlı ürüne ilişkin yapılan tanıtımlarda, *“Ekstra %73 indirimli fiyat 476,72 TL Bu ürünün ekstra indirimli son fiyatıdır, sepete ekleyin fırsatı kaçırmayın!”* şeklinde ifadelere yer verildiği;

Buna göre, inceleme konusu reklamlara istinaden başvuru sahibi tüketici tarafından indirimli fiyat üzerinden alışveriş yapıldığı; ancak, ürünün stoklarda bulunmadığı gerekçesiyle anılan firma tarafından siparişin iptal edildiği; dolayısıyla, söz konusu reklamlarda yer alan vaadin yerine getirilmeyerek tüketicilerin yanıltıldığı;

Bununla birlikte, indirimli satışın başlangıç ve bitiş tarihleri ile indirimli olarak satışa sunulan mal veya hizmetin miktarının sınırlı ise bu miktarın açık ve anlaşılır bir biçimde belirtilmesi gerektiği halde belirtilmediği;

Ayrıca, anılan 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 476,72-TL satış fiyatı üzerinden edinmeye davet ederek haksız ticari uygulamada bulunduğu;

Bu nedenle, anılan reklamların;

- 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 ve 28 ve 32 nci 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,reklam veren **D-Market Elektronik Hizmetler ve Tic. A.Ş.** isimli kuruluş hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**DAYANIKLI TÜKETİM MALLARI**

**47)**

**Dosya No: 2018/1013**

**Şikayet Edilen: Toyota Türkiye Pazarlama ve Satış A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.toyota.com.tr](http://www.toyota.com.tr) adresli internet sitesinde *“Toyota Orijinal Yağları”* başlığı ile yapılan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 20.07.2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.toyota.com.tr](http://www.toyota.com.tr) adresli internet sitesinde *“Toyota Orijinal Yağları”* başlığı ile yapılan tanıtımlarda, *“Motor ve dişli yağları, aracınız için görünmeyen ama hayati önem taşıyan koruyucu maddelerdir. Bu yüzden Toyota Orijinal Yağları Toyota'nız için en doğru seçim. Toyota olarak dünyanın en iyi motorlu taşıtlarını üretiyor olmaktan dolayı gururluyuz. Doğal olarak müşterilerimize sunduğumuz her türlü yedek parça ve aksesuar da her yönüyle test edilmiş, tamamen güvenilir ve Toyota marka araçlarla %100 uyumludur. Motor yağları, aracınızın görünmeyen bir parçası olmasına rağmen hayati önem taşımaktadır. Bu sebeple, sunduğumuz en üst kalitede motor yağları tüm orijinal parça gruplarımızın önemli bir kısmını oluşturmaktadır. Tüm Toyota motor yağları, uluslararası tanınan API (Amerikan Petrol Enstitüsü) ve ACEA (Avrupa Otomobil Üreticileri Birliği) standartlarını karşılamanın yanı sıra kalite ve performansla ilgili daha yüksek standartları da karşılar. Toyota'da, geliştirilen yağların en yüksek performansı vermesi için optimum kalite ve özelliklerde oluşunu sağlamak amacıyla gerçek araç ve parçaları üzerinde testler yapılır. TGMO (Toyota Orijinal Motor Yağları) ürün gamı dizel motorlar için özel olarak geliştirilmiş motor yağlarından, mineralden sentetiğe, yüksek performanstan genel kullanıma kadar her türlü motor yağını içerir. Dişli yağları TGMO (Toyota Orijinal Motor Yağları) ürün gamının öneli bir kısmını oluşturur ve üniversal dişli yağları ve otomatik şanzıman yağlarını da içerir. TGMO (Toyota Orijinal Motor Yağları) ürün gamı, mevcut ve geçmişte satılan tüm Toyota modelleri için özel olarak geliştirilmiştir. Bu sebeple, hangi Toyota modelini kullanıyor olursanız olun, Toyota Yetkili Servisleri'nin size sunduğu tüm TGMO (Toyota Orijinal Motor Yağları) ürünleri ihtiyacınızı en iyi şekilde karşılayacaktır.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.toyota.com.tr](http://www.toyota.com.tr) adresli internet sitesinde *“Toyota Orijinal Yağları”* başlığı ile yapılan tanıtımlarda, “*TGMO (Toyota Orijinal Motor Yağları) ürün gamı, mevcut ve geçmişte satılan tüm Toyota modelleri için özel olarak geliştirilmiştir. Bu sebeple, hangi Toyota modelini kullanıyor olursanız olun, Toyota Yetkili Servisleri'nin size sunduğu tüm TGMO (Toyota Orijinal Motor Yağları) ürünleri ihtiyacınızı en iyi şekilde karşılayacaktır.”* İfadelerine yer verildiği; buna göre, TGMO *(Toyota Orijinal Motor Yağları)*  adlı ürünün Toyota markalı araçların teknik özelliklerine göre geliştirilen ve şikayet edilen firma tarafından satışı yapılan bir ürün olduğu, ancak, yetkili servislerin veya araçlara bakım yapan bir özel servisin TGMO ile aynı özellikleri taşıyan, araç üreticisi tarafından belirlenmiş yağ özelliklerine sahip başka eşdeğer ürünü kullanmalarının mümkün olduğu; inceleme konusu reklamlarda ‘Toyota’ markalı araçlarda yalnızca TGMO kullanılabileceğine ilişkin bir talimat ya da taahhüt bulunmadığı değerlendirilmiş olup, şikayete konu iddiaların Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin ilgili hükümleri ile 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**48)**

**Dosya No: 2018/2132**

**Şikayet Edilen: Mercedes-Benz Türk A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.mercedes-benz.com.tr](http://www.mercedes-benz.com.tr) adresli internet sitesinde ***“Uzatılmış Garanti Paketi”*** başlığı ile yapılan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 26.07.2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.mercedes-benz.com.tr](http://www.mercedes-benz.com.tr) adresli internet sitesinin 26.07.2018 tarihli görünümünde, *“Uzatılmış Garanti Paketi”* başlığı ile yapılan tanıtımlarda yer alan ana vaatte; *“Bu süre içinde teknik arızalardan kaynaklanan onarımlarda işçilik bedeli de dahil olmak üzere tüm masraflarınız Mercedes-Benz tarafından karşılanıyor.”* ifadelerinin kullanıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.mercedes-benz.com.tr](http://www.mercedes-benz.com.tr) adresli internet sitesinin 26.07.2018 tarihli görünümünde, *“Uzatılmış Garanti Paketi”* başlığı ile yapılan tanıtımlarda yer alan ana vaatte; *“Bu süre içinde teknik arızalardan kaynaklanan onarımlarda işçilik bedeli de dahil olmak üzere tüm masraflarınız Mercedes-Benz tarafından karşılanıyor.”* ifadelerinin kullanıldığı; ancak, inceleme konusu reklamlarda, uzatılmış garanti paketi kapsamında sayılmayan ve tüketicilerin satın alma kararını değiştirebilecek nitelikteki istisnai bilgilere yer verilmediği; bu nedenle tüketicilerin şikayet edilen firma tarafından sunulan ihtiyari garanti hizmeti hakkında eksik bilgilendirilerek yanıltıldığı;

Bu nedenle, anılan reklamların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,reklam veren **Mercedes-Benz Türk A.Ş.** isimli kuruluş hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **69.086-TL(Altmışdokuzbinseksenaltı TürkLirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**49)**

**Dosya No: 2018/2148**

**Şikayet Edilen: Beyaz Filo Oto Kiralama A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** 09.05.2018 tarihinde tüketicilere gönderilen kısa mesajlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 09.05.2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Kısa mesaj

**Tespitler:** 09.05.2018 tarihinde tüketicilere gönderilen kısa mesajda; *“Sizin aracınıza özel kampanya! 31 Mayıs’a kadar Opel profesyonel bakım kampanyası (Hava+yağ+polen+yakıt filtreleri+yağ değişimi) ve check-up sadece 349 TL(…)”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** tarafından 09.05.2018 tarihinde tüketicilere gönderilen kısa mesajda; *“Sizin aracınıza özel kampanya! 31 Mayıs’a kadar Opel profesyonel bakım kampanyası (Hava+yağ+polen+yakıt filtreleri+yağ değişimi) ve check-up sadece 349 TL(…)”* şeklinde ifadelere yer verilmesine rağmen; inceleme konusu reklamlarda bahsi geçen hizmetlerin, başvuru sahibi tüketiciye ait otomobilin diesel olduğu gerekçesiyle 499-TL satış fiyatı ile sunulmak istendiği; bu nedenle, anılan reklamların, tüketicileri eksik bilgilendirerek yanılttığı;

Bu nedenle, anılan reklamların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin; 5/1-c, 5/1-ı 71, 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 **Beyaz Filo Oto Kiralama A.Ş.** isimli kuruluş hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**TURİZM**

**50)**

**Dosya No: 2017/2831**

**Şikayet Edilen: İyon Otel Turizm Yatırımları Tic. ve San. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** ***“Blue Vista Hill Hotel”*** isimli tesise ilişkin olarak www.tripadvisor.com.tr, www.neredekal.com ve www.otelz.com adresli internet siteleri ile tesisin girişinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 24.08.2017, 18.01.2018

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, tabela

**Tespitler:** İyon Otel Turizm Yatırımları Tic. ve San. A.Ş.’yeait ***“Blue Vista Hill Hotel”*** isimli tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi bulunmamasına karşın, www.tripadvisor.com.tr, www.neredekal.com ve www.otelz.com adresli internet sitelerinin 18.01.2018 tarihli görünümlerinde yer alan tanıtımlarda ve tesisin girişinde yer alan tabelada ***“5 Yıldızlı Otel”*** şeklinde reklamının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İyon Otel Turizm Yatırımları Tic. ve San. A.Ş.’yeait ***“Blue Vista Hill Hotel”*** isimli tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi bulunmamasına karşın, www.tripadvisor.com.tr, www.neredekal.com ve www.otelz.com adresli internet sitelerinin 18.01.2018 tarihli görünümlerinde yer alan tanıtımlarda ve tesisin girişinde yer alan tabelada ***“5 Yıldızlı Otel”*** şeklinde reklamının yapılmasının tüketiciyi aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu, bu durumun da;

- Turizmi Teşvik Kanunu’nun 5/a maddesi,

- Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmeliğin 16 ncı maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **İyon Otel Turizm Yatırımları Tic. ve San. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **69.086.TL (Altmışdokuzbinseksenaltı Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**51)**

**Dosya No: 2017/2832**

**Şikayet Edilen: Sait UĞUR**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Uğur Restaurant”* isimli tesise ilişkin olarak www.mekan360.com adresli internet sitesinde yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 18.01.2018

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Sait UĞUR’a ait olup, Belediye İşyeri Açma ve Çalışma ve Ruhsatı ile faaliyet gösteren *“Uğur Restaurant”* isimli tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan Turizm İşletmesi Belgesi bulunmamasına karşın, www.mekan360.com adresli internet sitesinde, *“T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Onaylı Firma” , “Firmamız Turizm Bakanlığı onaylıdır.”* şeklinde ifadelere yer verilmek suretiyle Turizm Belgeli tesis olarak tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Sait UĞUR’aait olup, Belediye İşyeri Açma ve Çalışma ve Ruhsatı ile faaliyet gösteren *“Uğur Restaurant”* isimli tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan Turizm İşletmesi Belgesi bulunmamasına karşın, www.mekan360.com adresli internet sitesinde, *“T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Onaylı Firma” , “Firmamız Turizm Bakanlığı onaylıdır.”* şeklinde ifadelere yer verilmek suretiyle Turizm Belgeli tesis olarak tanıtımının yapılmasının tüketiciyi aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu, bu durumun da;

- Turizmi Teşvik Kanunu’nun 5/a maddesi,

- Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmeliğin 16 ncı maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**52)**

**Dosya No: 2017/3699**

**Şikayet Edilen: Deryalar Turizm İşletmecilik Tic. ve San. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Hedef Resort & Spa Hotel”*isimli tesise ilişkin olarak www.tripadvisor.com.tr, www.trivago.com.tr ve www.otelz.com adresli internet siteleri ile tesise ait tabelada yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 25.01.2018

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, tabela

**Tespitler:** Deryalar Turizm İşletmecilik Tic. ve San. A.Ş.’yeait *“Hedef Resort & Spa Hotel”* isimli tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi bulunmamasına karşın, www.tripadvisor.com.tr, www.trivago.com.tr ve www.otelz.com adresli internet sitelerinin 25.01.2018 tarihli görünümlerinde ve tesise ait tabelada yer alan tanıtımlarda *“5 Yıldızlı Otel”* olarak reklamının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Deryalar Turizm İşletmecilik Tic. ve San. A.Ş.’yeait ***“****Hedef Resort & Spa Hotel”* isimli tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi bulunmamasına karşın, www.tripadvisor.com.tr, www.trivago.com.tr ve www.otelz.com adresli internet sitelerinin 25.01.2018 tarihli görünümlerinde ve tesise ait tabelada yer alan tanıtımlarda *“5 Yıldızlı Otel”* olarak reklamının yapılmasının tüketiciyi aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu, bu durumun da;

- Turizmi Teşvik Kanunu’nun 5/a maddesi,

- Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmeliğin 16 ncı maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Deryalar Turizm İşletmecilik Tic. ve San. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **69.086.TL (Altmışdokuzbinseksenaltı Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**53)**

**Dosya No: 2017/3900**

**Şikayet Edilen: Akbil Emlak İnş. Tur. Kuy. Hay. Gıda Oto. Kir. İth. İhr. San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Akbil Hotel”* isimli tesise ait broşür ve kartvizitler

**Reklam Yayın Tarihi:** 27.10.2017

**Yayınlandığı Mecra:** Broşür, kartvizit

**Tespitler:** Akbil Emlak İnş. Tur. Kuy. Hay. Gıda Oto. Kir. İth. İhr. San. ve Tic. Ltd. Şti.’yeait olup, 02.05.2018 tarihinde Gürsul Tur. Taş. İnş. Mal. İnş. Oto. İth. İhr. San. ve Tic. Ltd. Şti. unvanlı firmaya devredilen *“Akbil Hotel”* isimlitesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi bulunmamasına karşın, söz konusu işletmenin tanıtımına yönelik olarak 2017 yılı içerisinde yayınlanan broşür ve kartvizitlerde *“3 Yıldızlı Otel”* şeklinde tanıtım yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Akbil Emlak İnş. Tur. Kuy. Hay. Gıda Oto. Kir. İth. İhr. San. ve Tic. Ltd. Şti.’yeait olup, 02.05.2018 tarihinde Gürsul Tur. Taş. İnş. Mal. İnş. Oto. İth. İhr. San. ve Tic. Ltd. Şti. unvanlı firmaya devredilen *“Akbil Hotel”* isimlitesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi bulunmamasına karşın, söz konusu işletmenin tanıtımına yönelik olarak 2017 yılı içerisinde yayınlanan broşür ve kartvizitlerde *“3 Yıldızlı Otel”* şeklinde reklamının yapılmasının tüketiciyi aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu, bu durumun da;

- Turizmi Teşvik Kanunu’nun 5/a maddesi,

- Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmeliğin 16 ncı maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Akbil Emlak İnş. Tur. Kuy. Hay. Gıda Oto. Kir. İth. İhr. San. ve Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **6.034.TL (Altıbinotuzdört Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**54)**

**Dosya No: 2017/4161**

**Şikayet Edilen: Bahak Tur. İnş. Taş. Tarım Gıda Kuy. San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Palmiye Garden Hotel”*isimli tesise ilişkin olarak www.hotelpalmiyegarden.com, www.tripadvisor.com.tr, www.trivago.com.tr, www.facebook.com ve www.hotelscombined.com adresli internet sitelerinde ve tesis binasında yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 30.01.2018

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, tabela

**Tespitler:** Bahak Tur. İnş. Taş. Tarım Gıda Kuy. San. ve Tic. Ltd. Şti.’ye ait *“Palmiye Garden Hotel”* isimli tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi bulunmamasına karşın, www.hotelpalmiyegarden.com, www.tripadvisor.com.tr, www.trivago.com.tr, www.facebook.com ve www.hotelscombined.com adresli internet sitelerinin 30.01.2018 tarihli görünümlerinde ve tesis binasında yer alan tanıtımlarda *“3 Yıldızlı* ***Otel”*** olarak reklamının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Bahak Tur. İnş. Taş. Tarım Gıda Kuy. San. ve Tic. Ltd. Şti.’ye ait *“Palmiye Garden Hotel”* isimli tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi bulunmamasına karşın, www.hotelpalmiyegarden.com, www.tripadvisor.com.tr, www.trivago.com.tr, www.facebook.com ve www.hotelscombined.com adresli internet sitelerinin 30.01.2018 tarihli görünümlerinde ve tesis binasında yer alan tanıtımlarda *“3 Yıldızlı Otel”* olarak reklamının yapılmasının tüketiciyi aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu, bu durumun da;

- Turizmi Teşvik Kanunu’nun 5/a maddesi,

- Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmeliğin 16 ncı maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Bahak Tur. İnş. Taş. Tarım Gıda Kuy. San. ve Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **69.086.TL (Altmışdokuzbinseksenaltı Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**DİĞER**

**55)**

**Dosya No: 2018/985**

**Şikayet Edilen: Uğur Kaçar (Saray AVM)**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şahsa ait “*Saray AVM kapanıyor kasada her şey etiketin yarısı*” başlıklı reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Afiş

**Tespitler:** Giresun Ticaret İl Müdürlüğü tarafından gerçekleştirilen denetimler neticesinde firmanın indirimli satış hükümlerine uygun hareket ettiği tespit edilmiştir. Diğer taraftan, elde edilen yazışmalar neticesinde, firmanın faaliyetinin sürdürdüğü tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Şahsa ait Giresun Saray AVM adlı işyerinin dış yüzeyinde yer alan afişlerde ve ilgili tarafından dağıtılan broşürlerde yer verilen “*Saray AVM kapanıyor”* ilanının aksine işyerinin kapanmasının söz konusu olmadığı dolayısıyla belirtilen reklamlarda yer alan ifadelerin gerçeği yansıtmadığı, tüketicilerin satın alma kararını etkileyen söz konusu uygulamanın aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Bu nedenle, inceleme konusu reklamların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/3, 7/4, 7/5; 29/1, 29/3-b; 32/1 maddeleri,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin “Haksız Ticari Uygulama Olarak Kabul Edilen Örnek Uygulamalar” başlıklı ekinin A/7 maddesi,

- Perakende Ticarette Uygulanacak İlke ve Kurallar Hakkında Yönetmeliğin 7/3 maddesi,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,reklam veren **Uğur KAÇAR** isimi şahıs hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri dahilinde belirtilen hususlara ilişkin olarak, **6.907 TL (Altıbindokuzyüzyedi Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**56)**

**Dosya No: 2018/1855**

**Şikayet Edilen: D Elektronik Şans Oyunları ve Yayıncılık A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından tüketicilere gönderilen elektronik posta mesajlarında yer alan “*en güvenilir Milli Piyango gişesi Nesine.com’dur. …bahisseverlerin resmi sponsoru Nesine.com, … üyelerine daima şans getiren şanslı bir bayidir****”*** şeklindeki tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firma tarafından tüketicilere gönderilen elektronik posta mesajlarında *“en güvenilir,… resmi sponsoru, …üyelerine daima şans getiren şanslı bir bayidir”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:**  Firma tarafından tüketicilere gönderilen elektronik posta mesajlarında *“Nesine.com aynı zamanda “Şanslı Bayii”niz olarak Milli Piyango İdaresi’nin yasal elektronik bayisidir. İnternetteki en güvenilir Milli Piyango gişesi Nesine.com’dur. İddia ve Spor Toto’da kazandırmaya devam eden bahisseverlerin resmi sponsoru Nesine.com, “Büyük İkramiyelerin” çıktığı biletleri satan, üyelerine daima şans getiren şanslı bir bayidir”* şeklinde tanıtımlara yer verildiği ancak bu iddiaları kanıtlayacak nitelikte bilgi ve belge sunulmadığı tespit edilmiş olup tüketicilerin satın alma kararını etkileyen söz konusu uygulamanın aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Bu nedenle, inceleme konusu reklamların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/3, 7/4, 7/5, 8/1-a, 8/1-b, 8/1-e, 10/1, 28/1, 28/2, 29/1, 29/2-a, 30/1, 32/1 maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,reklam veren **D Elektronik Şans Oyunları ve Yayıncılık A.Ş.** unvanlı firma hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**57)**

**Dosya No: 2018/2081**

**Şikayet Edilen: Turkuvaz Müzik Kitap Mağazacılık Pazarlama A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait [www.dr.com.tr](http://www.dr.com.tr) adresli internet sitesinde yayınlanan “Sence Kim Kazanır?” başlıklı reklamlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ait [www.dr.com.tr](http://www.dr.com.tr) adresli internet sitesinde yayınlanan “Sence Kim Kazanır” başlıklı kampanya kapsamında kazananların 06.03.2018 tarihinde ilan edileceği hususuna yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firma tarafından düzenlenen ve *“Sence Kim Kazanır? Bu yıl Oscar’ı kazanacakları tahmin et ve 50 TL’lik indirim kodu kazanma şansı yakala”* ifadeleri ile tanıtımı yapılan ödüllü anket kampanyasına ait sonuçların 06.03.2018 tarihinde ilan edileceğinin belirtilmesine rağmen tüketicilere herhangi bir bilgilendirme yapılmamasının tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Bu nedenle, inceleme konusu reklamların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/3, 7/4, 7/5, 9/1, 15/1-a, 15/1-b, 15/1-c, 28/1, 28/2, 29/1, 30/1, 32/1 maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,reklam veren **Turkuvaz Müzik Kitap Mağazacılık Pazarlama A.Ş.** unvanlı firma hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**58)**

**Dosya No: 2018/2662**

**Şikayet Edilen: Onaltın Yapı Gıda Otomotiv Paz. İç ve Dış Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından Bosphorus Ankara projesi kapsamında gerçekleştirilen reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet, broşür

**Tespitler:** Firmaya ait Bosphorus Ankara projesi kapsamında hazırlanan internet sitesi ile kataloglarda sosyal tesisler, duvar kağıdı ve asansörlerle ilgili vaatler ile tüketicilere teslim edilen mallar arasında farklılıklar bulunduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firma tarafından Bosphorus Ankara projesi kapsamında internet sitesi üzerinden gerçekleştirilen tanıtımlar ile tüketicilere sunulan kataloglarda; sosyal alanlar başlığı altında yapılacağı beyan edilen “yüzme havuzu, spor salonu, hamam, sauna, soğuk duş, profesyonel toplantı-balo salonu, shopping center”in ücret karşılığında tüketicilere sunulacağına yönelik herhangi bir bilgilendirme yapılmamasına rağmen tüketicilerden kullanım bedeli talep edilmesi, proje kapsamında kullanılacağı taahhüt edilen “Schindler, Kone veya Otis” marka asansörler yerine yerli bir asansör firmasının (Türklift) ürünlerinin kullanılması ve ithal duvar kağıdı kullanılacağının vaat edilmesine rağmen yerli duvar kağıdı kullanılmasının tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Bu nedenle, inceleme konusu reklamların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/3, 7/4, 7/5-a, 9/1, 18/1, 18/2, 28/1, 28/2, 29/1, 29/2-a, 30/1, 32/1 maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,reklam veren **Onaltın Yapı Gıda Otomotiv Paz. İç ve Dış Tic. A.Ş.** unvanlı firma hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**59)**

**Dosya No: 2018/3196**

**Şikayet Edilen: Mehmet Karamazı**

**Şikayet Edilen Reklam:** Mehmet Karamazı tarafından [www.trendyol.com.tr](http://www.trendyol.com.tr) adresli internet sitesinde yayınlanan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.trendyol.com.tr](http://www.trendyol.com.tr) adresli internet sitesinde Mehmet Karamazı tarafından üretilen ürünlere ilişkin indirimli satış reklamlarının yayınlandığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Mehmet Karamazı tarafından [www.trendyol.com.tr](http://www.trendyol.com.tr) adresli internet sitesinde satışa sunulan ürünlerin tedarik edilemediği gerekçesiyle ilgili şahısca iptal edildiği ancak söz konusu ürünlerin şahsa ait internet sitesinde daha yüksek fiyatlarla satışının sürdüğü, tüketicilerin satın alma kararını etkileyen bu uygulamanın aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup;

Bu nedenle, inceleme konusu reklamların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,reklam veren **Mehmet Karamazı** isimi şahıs hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri dahilinde belirtilen hususlara ilişkin olarak, **69.086 TL (Altmışdokuzbinseksenaltı Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**60)**

**Dosya No: 2018/3197**

**Şikayet Edilen: Koray Spor Spor Malzemeleri San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait [www.korayspor.com](http://www.korayspor.com) adresli internet sitesi üzerinden gerçekleştirilen *“50 saatlik %50 indirim”* başlıklı reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.korayspor.com](http://www.korayspor.com) adresli internet sitesi üzerinden *“50 saatlik %50 indirim”* şeklindeki ifadeleri içeren bir kampanya gerçekleştirildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firmaya ait [www.korayspor.com](http://www.korayspor.com) adresli internet sitesi üzerinden gerçekleştirilen *“50 saatlik %50 indirim”* başlıklı kampanya kapsamında satışa sunulan ürünlerin stoklarda olmadığı veya ürünlerde hata olduğu gerekçesiyle iptal edildiği ancak söz konusu ürünlere ilişkin olarak Reklam Mevzuatında açıkça belirtildiği üzere stok bilgilerine yer verilmediği tespit edilmiş olup söz konusu uygulamanın tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Bu nedenle, inceleme konusu reklamların;

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin “Haksız Ticari Uygulama Olarak Kabul Edilen Örnek Uygulamalar” başlıklı ekinin A/7 ve A/5 maddesi,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,reklam veren **Koray Spor Spor Malzemeleri San. ve Tic. Ltd. Şti.** unvanlı firma hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**61)**

**Dosya No: 2018/3198**

**Şikayet Edilen: Bayram YÜCEL (Engelsiz-Hayat)**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şahıs tarafından, ilgiliye ait iptal edilen İş Yeri Dışında Satış Yetki Belgesi aracılığıyla gerçekleştirilen uygulamalar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Diğer

**Tespitler:** Bayram Yücel adlı şahsın kendisine ait olan ve iptal edilen İş Yeri Dışında Satış Yetki Belgesi’nin renkli fotokopisi ile satış yaptığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Adana Ticaret İl Müdürlüğü tarafından gerçekleştirilen inceleme neticesinde, şahsa ait İş Yeri Dışında Satış Yetki Belgesinin 02/02/2018 tarihinde iptal edilmesine karşın 13/02/2018 tarihinde iptal edilen yetki belgesinin renkli kopyasının kullanılması suretiyle ilgili şahıs tarafından satış yapıldığının tespit edildiği, tüketicilerin satın alma kararını etkileyen söz konusu uygulamanın aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Bu nedenle, inceleme konusu reklamların;

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin “Haksız Ticari Uygulama Olarak Kabul Edilen Örnek Uygulamalar” başlıklı ekinin A/2; A/4; A/8 maddeleri

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,reklam veren **Bayram YÜCEL** hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri dahilinde belirtilen hususlara ilişkin olarak, **6.907 TL (Altıbindokuzyüzyedi Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**62)**

**Dosya No: 2018/3199**

**Şikayet Edilen: Birlik Oyuncak San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından üretilen “Mazlum Ayı” adlı ürüne ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj

**Tespitler:** Firma tarafından üretilen “Mazlum Ayı” isimli oyuncağın ambalajında “İki renkli, karnına veya kafasına vurulduğunda 25 farklı komik cümle kuran, kolasını içip ses çıkaran Mazlum ayıcık” ifadeleri ile satışa sunulduğu ve ürün ambalajında “Kurduğum Cümleler” başlığı altında bulunan *“Vur vur hoşuma gidiyor”, “Heyt… Var mı bana yan bakan?”, “Kırdın kırdın”, “Elhamdülillah dayağa doyduk”, “Benim babam senin babanı döver”, “Sen neymişsin be ağabey”, “Vur vur hoşuma gidiyor”, “Boyum kısa olmasa döverdim ama neyse”, “Seni döverdim ama dayak yerim diye korkuyorum”, “El el değil balyoz mübarek”, “Varsa şekliniz çıkışta bekleriz”, “Babalık, ne vuruyorsun?” ve “Yanlışımız olduysa affet baba”* gibi ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firma tarafından üretilen “Mazlum Ayı” isimli oyuncağın ambalajında yer alan “İki renkli, karnına veya kafasına vurulduğunda 25 farklı komik cümle kuran, kolasını içip ses çıkaran Mazlum ayıcık” ifadeleri ile “Kurduğum Cümleler” başlığı altında bulunan *“Vur vur hoşuma gidiyor”, “Heyt… Var mı bana yan bakan?”, “Kırdın kırdın”, “Elhamdülillah dayağa doyduk”, “Benim babam senin babanı döver”, “Sen neymişsin be ağabey”, “Vur vur hoşuma gidiyor”, “Boyum kısa olmasa döverdim ama neyse”, “Seni döverdim ama dayak yerim diye korkuyorum”, “El el değil balyoz mübarek”, “Varsa şekliniz çıkışta bekleriz”, “Babalık, ne vuruyorsun?” ve “Yanlışımız olduysa affet baba”* vb. ifadelerin Reklam Mevzuatı ile çocuklara yönelik olarak getirilen korumayı bertaraf ettiği değerlendirilmiş olup,

Bu nedenle, inceleme konusu reklamların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/1-c, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 9/1, 24/1-a, 24/1-b, 24/1-d, 24/1-f, 24/1-h ve 32/1 maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,reklam veren **Birlik Oyuncak San. ve Tic. Ltd. Şti.** hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri dahilinde belirtilen hususlara ilişkin olarak, **6.907 TL (Altıbindokuzyüzyedi Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**63)**

**Dosya No: 2018/2273**

**Şikayet Edilen: Multi İstanbul Emlak Geliştirme ve Yatırım A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Forum İstanbul isimli AVM tarafından düzenlenen kampanyaya ilişkin muhtelif mecralarda gerçekleştirilen tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2018

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, Afiş

**Tespitler:** Firmaya ait Forum İstanbul AVM tarafından “instagram” hesaplarından gerçekleştirilen tanıtımlar ile yine firmaya ait afişlerde; “*Forum İstanbul’da geçerli mağazalardan aynı gün içerisinde tek fişle yapacağınız 250-500 TL arası alışverişinize 50 TL, 500 TL ve üzeri, alışverişinize de 100 TL para yüklü Forum İstanbul Card hediye”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firma tarafından yapılan açıklamalar ve Bakanlığımızca yapılan araştırmalar doğrultusunda bahsi geçen internet sitesi tanıtımları ile afişlerde yer alan tanıtımlarda herhangi bir aykırılık olmadığı anlaşılmış olup; anılan reklamların Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin ilgili hükümleri ile 6502 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 ve 62 nci maddelerine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.