**T.C.**

**TİCARET BAKANLIĞI**

**Reklam Kurulu Başkanlığı**

**BASIN BÜLTENİ**

**Toplantı Tarihi :** 14 Eylül 2021

**Toplantı Sayısı :** 313

**İLETİŞİM HİZMETLERİ**

**1)**

**Dosya No: 2020/4678**

**Şikayet Edilen: Hedef Çağrı Merkezi ve Telekomünikasyon Hiz. - Hilal KARAKAŞ**

**Şikayet Edilen Reklam/HTU:** 0850 473 07 15numaralı hat aracılığıyla gerçekleştirilen ticari uygulamalar

**Reklam/HTU Yayın Tarihi:** 2020

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

**Tespitler:** 0850 473 07 15 numaralı telefon hattından muhtelif tüketicilerin TTNET A.Ş. adına aranarak mevcut internet taahhütleri devam ettiği halde tüketicilere daha avantajlı sözleşmeler hakkında bilgi verilmek istendiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, 0850 473 07 15 numaralı telefon hattı aracılığıyla gerçekleştirilen ticari uygulamalarda, Türk Telekom ismi ile Hedef Çağrı Merkezi ve Telekomünikasyon Hiz. - Hilal KARAKAŞ lehine haksız kazanç elde edildiği, bu durumun haksız rekabete yol açtığı,

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

Dolayısıyla inceleme konusu ticari uygulamaların,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**2)**

**Dosya No: 2021/1074**

**Şikayet Edilen: Ahmet NAKUH - Ucuz Net**

**Şikayet Edilen Reklam/HTU:** 0850 484 13 39, 0850 484 18 03, 0850 484 12 57 ve 0850 484 12 03numaralı hatlar aracılığıyla gerçekleştirilen ticari uygulamalar

**Reklam/HTU Yayın Tarihi:** 2021

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

**Tespitler:** 0850 484 13 39, 0850 484 18 03, 0850 484 12 57 ve 0850 484 12 03numaralı hatlardan muhtelif tüketicilerin Türk Telekom adına arandığı belirtilerek bahsi geçen numaralar aracılığıyla ticari işlem gerçekleştirildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, 0850 484 13 39, 0850 484 18 03, 0850 484 12 57 ve 0850 484 12 03 numaralı hatlar aracılığıyla gerçekleştirilen telefon aralamalarında *“Türk Telekom’dan arıyoruz.”* şeklinde tanıtım yapıldığı, bu şekilde Türk Telekom Grubu bünyesinde yer alan firmalarla herhangi bir bağı bulunmadığı gerçeği altında anılan firmanın itibarından haksız biçimde yararlanıldığı ve Türk Telekom ismi ile ticari uygulamada bulunan firma lehine haksız kazanç elde edildiği, bu durumun haksız rekabete yol açtığı,

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

Dolayısıyla inceleme konusu uygulamaların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, ticari uygulamada bulunan **Ahmet NAKUH – Ucuz Net** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/13 üncü maddeleri uyarınca **11.429-TL. (Onbirbindörtyüzyirmidokuz Türk Lirası) idari para ve anılan ticari uygulamaları durdurma cezaları** verilmesinekarar verilmiştir.

**3)**

**Dosya No: 2021/1283**

**Şikayet Edilen: Cesur Dijital Reklam Bilgisayar San. Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam/HTU:** 0850 484 15 49 ve 0850 484 09 60 numaralı hatlar aracılığıyla gerçekleştirilen ticari uygulamalar

**Reklam/HTU Yayın Tarihi:** 2021

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

**Tespitler:** 0850 484 15 49 ve 0850 484 09 60 numaralı hatlardan muhtelif tüketicilerin Türk Telekom adına arandığı belirtilerek bahsi geçen numaralar aracılığıyla ticari işlem gerçekleştirildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, 0850 484 15 49 ve 0850 484 09 60 numaralı hatlardan muhtelif tüketicilerin arandığı ve bu aralamalarda TTNET A.Ş. adına arama yapıldığı belirtilerek mevcut internet taahhütleri devam ettiği halde tüketicilere daha avantajlı sözleşmeler hakkında bilgi verilmek istendiği,

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

Dolayısıyla inceleme konusu uygulamaların,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, ticari uygulamada bulunan **Cesur Dijital Reklam Bilgisayar San. Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/13 üncü maddeleri uyarınca **11.429-TL. (Onbirbindörtyüzyirmidokuz Türk Lirası) idari para ve anılan ticari uygulamaları durdurma cezaları** verilmesinekarar verilmiştir.

**4)**

**Dosya No: 2021/1284**

**Şikayet Edilen: Tursat Çağrı Merkezi ve Kargo Hiz. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam/HTU:** 0850 777 02 90 numaralı hat aracılığıyla gerçekleştirilen ticari uygulamalar

**Reklam/HTU Yayın Tarihi:** 2020

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

**Tespitler:** 0850 777 02 90 numaralı telefon hattından muhtelif tüketicilerin Türk Telekom adına arandığı belirtilerek bahsi geçen numaralar aracılığıyla ticari işlem gerçekleştirildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, 0850 777 02 90 numaralı telefon hattından muhtelif tüketicilerin arandığı ve bu aralamalarda TTNET A.Ş. adına arama yapıldığı belirtilerek mevcut internet taahhütleri devam ettiği halde tüketicilere daha avantajlı sözleşmeler hakkında bilgi verilmek istendiği,

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

Dolayısıyla inceleme konusu uygulamaların,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**5)**

**Dosya No: 2021/1328**

**Şikayet Edilen: Caner ÖZMEN**

**Şikayet Edilen Reklam/HTU:** 0850 480 09 23 numaralı hat aracılığıyla gerçekleştirilen ticari uygulamalar

**Reklam/HTU Yayın Tarihi:** 2021

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

**Tespitler:** 0850 480 09 23 numaralı telefon hattından muhtelif tüketicilerin Türk Telekom adına arandığı belirtilerek bahsi geçen numaralar aracılığıyla ticari işlem gerçekleştirildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, 0850 480 09 23 numaralı telefon hattından muhtelif sayıda tüketicinin Türk Telekom adına arandığı ve bu aramalarda "Türk Telekom" hizmetlerine yönelik tanıtımlar yapıldığı, ancak "Türk Telekom" ortak markası ile herhangi bir bağı bulunmadığı gerçeği altında ticari uygulamada bulunan şahıs tarafından Türk Telekom firmasının itibarından haksız biçimde yararlanıldığı ve Türk Telekom ismi ile muhatap şahıs lehine haksız kazanç elde edildiği ve bu durumun haksız rekabete yol açtığı,

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

Dolayısıyla inceleme konusu uygulamaların,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**6)**

**Dosya No: 2021/1866**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** @vodafonered adresli instagram hesabında “Genç Red 20” tarifesine ilişkin yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 18.03.2021, 20.06.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** “Genç Red 20” başlıklı tarifeye ilişkin reklamlarda “*Genç Red 20 Online'a Özel İlk Üç Ay İndirimli Fiyat. 20 GB+Sınırsız Oyun 1000 DK 45 TL İlk Ay 20 GB Hediye*” ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, @vodafonered adresli Instagram hesabında “Genç Red 20” tarifesine ilişkin yayınlanan reklamlarda, sırasıyla Instagram, Facebook, Twitter, Whatsapp ve Facebook Messenger uygulamalarının logolarına yer verilerek bu uygulamaların anılan tarife kapsamında sınırsız kullanılabileceğinin vaat edildiği, ancak söz konusu uygulamalardan yalnızca Whatsapp ve Facebook Messenger kullanımının anılan tarife kapsamında sınırsız olduğu, dolayısıyla tanıtımlarda sunulan vaadin gerçeği yansıtmadığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**7)**

**Dosya No: 2021/2125**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** www.superonline.net adresli internet sitesinde yayınlanan "Turkcell Ev İnterneti" başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 12.07.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Temmuz 2021 ayında www.superonline.net adresli internet sitesinde yayınlanan "Turkcell Ev İnterneti" başlıklı reklamlarda "Neden Turkcell Ev İnternetini Seçmeliyim? (...) İnternet İptal Bedeliniz Bizden. Turkcell Fiber'e geldiğinizde, diğer operatörlerden almış olduğunuz internet hizmetine ait iptal bedelini belli limitlerde karşılıyoruz." ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, www.superonline.net adresli internet sitesinde yayınlanan "Turkcell Ev İnterneti" başlıklı reklamlarda tüketicilerin farklı firmalardan aldıkları internet hizmetini sonlandırmaları halinde ödemeleri gereken iptal bedelinin belirli bir miktarının Superonline İletişim Hiz. A.Ş. tarafından karşılanacağının vaat edildiği anlaşılmış olup bu vaade ilişkin detaylı bilginin, her kampanyanın yer aldığı internet sayfasında bulunan "Şartlar" kısmında ve ayrıca ilgili kampanyaya ait taahhütnamede yer aldığı görülmüştür. Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların, Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin ilgili hükümleri ile 6502 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 ve 62 nci maddelerine **aykırı olmadığına** karar verilmiştir.

**8)**

**Dosya No: 2021/456**

**Şikayet Edilen: Future Teknoloji Ticaret A. Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait “İstegelsin” mobil uygulaması ve internet sitesi üzerinden gerçekleştirilen “Digitürk üyelerine ücretsiz teslimat fırsatı” başlıklı kampanya

**Reklam Yayın Tarihi:** 08.05.2020, 08.06.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, Mobil Uygulama

**Tespitler**: “İstegelsin” adlı mobil uygulaması ve internet sitesi üzerinden “*Digiturk Üyelerine Özel Ücretsiz Teslimat Fırsatı!”* başlıklı kampanyanın müşterilere duyurulduğu görselde; *“Digitürk Kampanya Koşulları; Kampanya 08.05.2020 00: 00 - 08.06.2020 23:59 tarihlerinde geçerlidir. Siparişlerin bu tarih aralığında oluşturulması gerekmektedir. Her kullanıcı kampanyadan 1 kez faydalanabilir. Kampanya Digiturk üyelerine özel ücretsiz teslimat fırsatı sağlamaktadır. Kampanya ürünler sepete eklendikten sonra Kupon Kodunun kullanılmasının ardından uygulanacaktır. Bir alışverişte sadece bir adet kupon kodu kullanılabilir, kodlar tek kullanımlıktır. İptal ve iade durumlarında kupon kodu tekrardan kullanılamaz. İndirim koduna sahip kişilerin kampanyadan faydalanabilmesi için Digiturk üzerinden aldıkları kupon kodunu Kupon Kodu alanına girmeleri ve KUPON KODU butonuna basmaları gerekmektedir. Kupon kodlarını https://onlineislemler.digiturk.com.tr/ adresine veya online işlemler uygulamasına üye bilgileri üzerinden giriş yapılarak alınabilir. İstegelsin ve Digiturk kampanyayı durdurma ve değiştirme hakkını saklı tutar.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, "İSTEGELSİN” mobil uygulaması ve internet sitesinde yayınlanan *"Digitürk üyelerine ücretsiz teslimat fırsatı"* başlıklı kampanya kapsamında şikayet sahibi tüketicinin anılan hizmetten yararlandığına ilişkin firma tarafından yapılan açıklamalar ve sunulan belgeler göz önüne alınarak herhangi bir aldatıcı/yanıltıcı ifadeye/uygulamaya yer verilmediği anlaşılmış, dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin ilgili hükümleri ile 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 ve 62 nci maddelerine **aykırı olmadığına** karar verilmiştir.

**9)**

**Dosya No: 2021/4019**

**Şikayet Edilen: Eksen Elektronik ve Uydu Sistemleri-Gencer TOPRAK**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait www.eksenuydu.com adresli internet sitesinde satılan IPTV cihazlarına ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 09.06.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: Anılan internet sitesinde *"Arnix, EXN, Formuler, Dreamstar, Botech, Hiremco..."* gibi IPTV çalıştıran cihazların satışı ve tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, anılan internet sitesinde *"Arnix, EXN, Formuler, Dreamstar, Botech, Hiremco..."* gibi IPTV çalıştıran cihazların satışı ve tanıtımının yapıldığı, her ne kadar bazı cihazlar için *"Firmamız asla sözleşmeli abonelik kanallarının yayın içeriğinin satışını yapmaz ve bu tür yayınları hediye olarak yüklemez"* uyarısı yer aldığı tespit edilse de; Netflix, Bluetv ve Beinconnect gibi tüketicilerin belirli bir ücret ödeyerek satın aldığı ve abone olduğu lisanslı yayınların illegal olarak yer aldığı "Hiremco Enjoy Plus" isimli IPTV özellikli cihaza ilişkin olarak *"bu yayınların lisanslı aplikasyonlarının anılan cihazda yüklü olarak geldiği"* hususuna ilişkin herhangi bir ispatlayıcı belge sunulamadığı, söz konusu cihazın anılan lisanslı yayınlarla arasındaki yasal bağının kanıtlanamadığı, *"bu yayından Hiremco firması sorumludur, içerik firmamıza ait değildir"* uyarısı yer verildiği ifade edilse de; anılan uyarının firmanın yükümlülüğünü ortadan kaldırmayacağı, sonuç olarak söz konusu tanıtımların tüketicilerin satın alma iradesini yanlış yönlendirici ve Netflix, Bluetv ve Beinconnect gibi tüketicilerin belirli bir ücret ödeyerek satın alarak abone olduğu lisanslı yayın sahipleri açısından haksız rekabete yol açıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7, 9, 11, 28, 29, (Ek-Haksız Ticari Uygulama Olarak Kabul Edilen Örnek Uygulamalar-A-Aldatıcı Ticari Uygulamalar metni/8) ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Eksen Elektronik ve Uydu Sistemleri-Gencer TOPRAK** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**ÖRTÜLÜ REKLAM**

**10)**

**Dosya No: 2021/4007**

**Şikayet Edilen: Ali İhsan ELMAS**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.prettymothermag.com adresli internet sitesinde yer alan 10.05.2021 tarihli “Sağlık İçin Destek!” başlıklı yazı

**Reklam Yayın Tarihi:** 10.05.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: Yapılan incelemede, www.prettymothermag.com.com adresli internet sitesinde yer alan 10.05.2021 tarihli *“Sağlık İçin Destek!”* başlıklı yazıda:

*“Zade Vital’in en yeni üyesi Miniza Serisi, çocukların sağlıklı gelişimine destek olmak amacıyla geliştirilmiş. Çocuklar için geliştirilen şurup formundaki 5 özgün lezzetle buluşan özel seri, birbirinden farklı ihtiyaçları karşılıyor. Miniza Serisi’nde yer alan Türkiye’de bir ilk olma özelliğine sahip Omaga 3 Yer Fıstıklı ve Omega 3 Çörek Otu Yağı çocukların favorisi olmaya aday…*

*Zade Vital’den çocukların geleceğe sağlam ve sağlıklı adımlar atması için yepyeni bir seri; Miniza Serisi… Omega 3 Balık Yağı, Omega 3 Yer Fıstıklı ve Omega 3 Çörek Otu Yağı gibi içeriklerin yanı sıra Multi ve Sistifix ürünleriyle de çocukların vazgeçilmez destekçisi olabilir. Çocukların ihtiyaç duydukları formülleri ön plana çıkaran Zade Vital, ailesinin en yeni ürünlerini, farklı vitamin içerikleriyle de zenginleştirmiş.*

*Miniza Serisi’nin Yer Fıstığı Yağı ve Çörek Otu Yağı ile destekenmiş Omega 3 bileşenleri sayesinde alanında bir ilke imza atmış. Yeni seri, çocukların sağlıklı bir şekilde gelişimini desteklerken yer fıstığı yağı ile iştahlarının açılmasına da yardımcı oluyor.*

*Omega 3 Balık Yağı ve Çörek Otu Yağı özellikle alerjik semptomların minimize edilmesinde önemli bir rol oynuyor. EPA ve DHA açısından zengin olan Omega 3 kaynaklı Balık yağı şuruplar, çocukların beyin fonksiyonlarının gelişimini olumlu yönde etkilemesiyle de ön plana çıkıyor.*

*Miniza Multi ise içeriğindeki iyot oranıyla çocukların büyümesine katkıda bulunuyor, D vitamini sayesinde çocuklarda normal büyüme ve kemik gelişimini destekliyor. Formülündeki Vitamin B12, B6, C ve Selenyum ve Çinko yardımıyla bağışıklık sisteminin normal fonksiyonuna da destek sağlıyor.*

*Turna Yemişi ve C Vitamini D-Mannoz’un gücüyle geliştirilen Sistifix, çocuklarda sıkça görülen üriner enfeksiyonların oluşumunu tamamen doğal içeriği ile güvenli bir şekilde engellemeye yardımcı oluyor.”* ifadeleri ile *“Zade Vital Miniza Omega 3 Balık Yağı ve Çörek Otu Yağı İçeren Takviye Edici Gıda”, “Zade Vital Miniza Multivitamin Multimineral İçeren Takviye Edici Gıda”* ve *“Zade Vital Miniza Omega 3 ve Yer Fıstığı Yağı İçeren Takviye Edici Gıda”* ürünlerine ait görsellere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, www.prettymothermag.com adresli internet sitesinde yer alan 10.05.2021 tarihli *“Sağlık İçin Destek!”* başlıklı yazı ile toplumun aydınlatılma ve bilgilendirilme ihtiyacını karşılama ve haber verme amacının dışına çıkılarak “Zade Vital” markalı gıda takviyeleri ile ilgili övücü ve talep yaratıcı birçok ifadeye yer verildiği, yazıda geçen ifadelerin Yönetmelik’te belirtilen *abartısız ve orantılı olma, tüketicilerin aydınlanma ve bilgilenme ihtiyacını karşılama ve tüketici tercihlerini bilinçli olarak yönlendirebilecek şekilde mal veya hizmetlerin kiralanmasının veya satın alınmasının teşvik edilmemesi* ölçülerini aştığı, dolayısıyla “Zade Vital” markalı ürünlerin örtülü reklamının yapıldığı değerlendirilmiş olup,

 Dolayısıyla inceleme konusu yazının;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 22, 23 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**11)**

**Dosya No: 2021/3680**

**Şikayet Edilen: Diyetisyen Berrin YİĞİT**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.instagram.com adresli sosyal medya platformunda “diyetisyenberrinyigit” kullanıcı adıyla çeşitli tarihlerde yapılan paylaşımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 30.07.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com adresli sosyal medya platformunda “diyetisyenberrinyigit” kullanıcı adıyla çeşitli tarihlerde yapılan paylaşımlarda, "Bigaia", "Ocean" ve "Dardanel" gibi pek çok markaya ait ürünlere ilişkin reklam olduğu açıkça belirtilmeden ifadelere ve fotoğraflara yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, www.instagram.com adresli sosyal medya platformunda “diyetisyenberrinyigit” kullanıcı adıyla çeşitli tarihlerde yapılan paylaşımlarda, "Bigaia", "Ocean" ve "Dardanel" gibi pek çok markaya ait ürünlere ilişkin reklam olduğu açıkça belirtilmeksizin yönlendirme içeren ifadelere yer verildiği;

Bu nedenle, www.instagram.com adresli sosyal medya platformunda “diyetisyenberrinyigit” kullanıcı adıyla yapılan paylaşımlarda, tüketicilerin aydınlanma, bilgilendirilme ihtiyacını karşılama ve haber verme amacının dışına çıkılarak çeşitli marka ve ürünlerin örtülü reklamının yapıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**12)**

**Dosya No: 2021/3894**

**Şikayet Edilen: Uzm. Dr. Ali Fuat SERPEN**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.instagram.com adresli sosyal medya platformunda *“uzm.dr.alifuatserpen”* kullanıcı adıyla muhtelif tarihlerde yayınlanan paylaşımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 05.08.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com adresli sosyal medya platformunda “uzm.dr.alifuatserpen” kullanıcı adıyla muhtelif tarihlerde yapılan paylaşımlarda, "Orzax Ocean Sarı Destek Vitamin D3", "Orzax Ocean MethylB12", "Enterogermina", "İncia", "Trukid", "Eğriçayır Balı Propolis Ampulü" ve "Eğriçayır Balı Nar Sulu Bio Propolis Kids Ampul" gibi çeşitli markalara ait ürünlere ilişkin reklam olduğu açıkça belirtilmeden ifadelere ve fotoğraflara yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, www.instagram.com adresli sosyal medya platformunda *“uzm.dr.alifuatserpen”* kullanıcı adıyla muhtelif tarihlerde yapılan paylaşımlarda, *"Orzax Ocean Sarı Destek Vitamin D3", "Orzax Ocean MethylB12", "Enterogermina", "İncia", "Trukid", "Eğriçayır Balı Propolis Ampulü" ve "Eğriçayır Balı Nar Sulu Bio Propolis Kids Ampul"* gibi çeşitli markalara ait ürünlere ilişkin reklam olduğu açıkça belirtilmeksizin yönlendirme içeren ifadelere yer verildiği;

Bu nedenle, inceleme konusu paylaşımlarda, tüketicilerin aydınlanma, bilgilendirilme ihtiyacını karşılama ve haber verme amacının dışına çıkılarak çeşitli marka ve ürünlerin örtülü reklamının yapıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,mecra kuruluşu **Uzm. Dr. Ali Fuat SERPEN** isimli şahıs hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**FİNANSAL HİZMETLER**

**13)**

**Dosya No: 2021/1420**

**Şikayet Edilen: Vodafone Sigorta Aracılık Hiz. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** "5 GB Hediyeli DASK" başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 18.11.2020 - 03.12.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Vodafone Sigorta Aracılık Hiz. A.Ş tarafından yayınlanan "5 GB Hediyeli DASK" başlıklı reklamlarda *"DASK Zorunlu Deprem Sigortası yaptıran Vodafonelu’lara 5 GB İnternet Hediye! DASK poliçesi Ak Sigorta A.Ş. güvencesiyle Vodafone Sigorta Aracılık Hiz. A.Ş. tarafından sunulmaktadır."* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, Vodafone Sigorta Aracılık Hiz. A.Ş tarafından yayınlanan "5 GB Hediyeli DASK" başlıklı reklamlarda yer alan *“Ak Sigorta A.Ş. güvencesiyle”* ifadesi ile bahsi geçen firmanın DASK poliçesi konusundaki yetkisine atıf yapıldığı, sigortacılık terimi anlamında bir teminat verilmesinden bahsedilmediği, acentelik ilişkisi gereği sorumluluğun, yetkili bir acente olan Ak Sigorta A.Ş. üzerine olacağının ifade edildiği görülmüştür. Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların, Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin ilgili hükümleri ile 6502 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 ve 62 nci maddelerine **aykırı olmadığına** karar verilmiştir.

**14)**

**Dosya No: 2021/1922**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** "240 TL Harcamanıza 15 TL Bonus" başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** Kısa Mesaj

**Tespitler:** "*240 TL Harcamanıza 15 TL Bonus*" başlıklı kısa mesaj reklamlarında “*Hafta sonu şansı! Bonus'unuz ile 28-31 Mayıs tarihleri arasında tüm sektörlerde geçerli geçerli toplamda 240 TL harcamanıza 15 TL bonus! STAR yazıp 3340'a gönderin. www.bonus.com.tr/s3 Bonus Flaş ile SMS ücreti ödemeden katılabilirsiniz. SMS almak istemiyorsanız IPTAL yazıp 3342'ye ücretsiz olarak gönderebilirsiniz.*” ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, T. Garanti Bankası A.Ş. tarafından tüketicilere gönderilen "240 TL Harcamanıza 15 TL Bonus" başlıklı kısa mesaj reklamlarında söz konusu kampanyaya katılımının Bonusflaş uygulaması üzerinden ücretsiz olduğunun vaat edildiği, SMS ile katılımın ücretlendirileceğine ilişkin bilgilendirmenin ise söz konusu kısa mesajda iletilen link üzerinden bağlanılan internet adresinde yapıldığı görülmüştür. Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların, Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin ilgili hükümleri ile 6502 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 ve 62 nci maddelerine **aykırı olmadığına** karar verilmiştir.

**KOZMETİK VE TEMİZLİK ÜRÜNLERİ**

**15)**

**Dosya No: 2021/1094**

**Şikayet Edilen: Alaska TV- Adıyaman Radyo Televizyon Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** "Alaska TV" logolu televizyon kanalında yayınlanan "Mucize Viks Ağrı Tedavi Seti" isimli ürüne yönelik tele-alışveriş reklamları

**Reklam Yayın Tarihi:** 15.11.2020

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** “Alaska TV” logolu televizyon kanalında 15.11.2020 tarihinde yayınlanan “Mucize Viks Ağrı Tedavi Seti” isimli ürüne ilişkin tele-alışveriş reklamlarında;

*“(…) Ağrısı olan, sıkıntısı olan vücuduyla alakalı, ağrılar çeken kim varsa bizleri can kulağıyla dinlesinler. Bugün 7'den 70'e bir çok hastamızın gerçekten ağrısının şifasını sunuyoruz biz. ...."Hocam ameliyatsız bel fıtığı mümkün mü? Yani bu hastalığı üzerimizden atmamız mümkün mü?". Şimdi şundan bahsedeceğiz, mümkün efendim. Neyle mümkün? Herhangi bir ağrı kesiciyle değil. Bizim Mucize Viks formülümüz deri altına işliyor Tuncay Bey. Deri altına- Sünger gibi çekiyor. - Aynen. Yani o vücuttaki hastalığı, o fıtığı bildiğin sünger gibi çekiyor. O hastalığı olduğu yerde bitiriyor. O ağrıyı sünger gibi yerinden alıyor. ... Hemoroid sorunuyla uğraşanlar var. "Hemoroidden nasıl kurtulurum? 4-5 kere ameliyat oldum yine çıkıyor." diyor, dişi hemoroidden dolayı. Şimdi bunları dahi biz Mucize Viks formülüyle kurtardık. Kurtuldular. Bize dua edenler var bu yüzden…Boyun fıtığı olanlar var. Boyun ağrıları olanlar var. Kireçlenme sorunuyla baş başa kalanlar var....Sadece bel fıtığı için. Çünkü bel fıtığı sakat bir hastalık yani. Gerçekten sıkıntılı, ağır bir hastalık. Onun için buna biraz daha...- Ama tedavisi olan bir hastalık.- Aynen. Tabi ya bu Mucize Viks. Bizim merhemimiz bunun üstesinden geliyor. Gelmedi mi Tuncay Bey?- Bak bu nelere iyi geliyor söyleyeyim mi sana? Dedik ya az önce hemoroid konusu. Basur. Vallahi de billahi de "4 kere ameliyat oldum Hocam. Bunu sürdüm geçti." diyor adam ya. 4 kere diyor basurdan ameliyat oldum. Dişi hemoroid var adamda. "Hocam" diyor "Bunu sürdüm vallahi diyor geçti." - Ayaklarımda mantar var. Kaşıntıdan duramıyorum. Ayağımdan kan çıkmayınca rahat edemiyorum." diyenler var. Sürdüler, vallahi diyorum Tuncay Bey size adamın ayağı tertemiz. Ne mantar var ne koku var.", "Mucize Viks Ağrı Tedavi Seti", "99 TL + Kargo", "0 216 214 10 23", "+49 174 819 87 87 "Cilt Hastalıkları - Mantar - Egzama", "Hemoroid (Basur) Hastalıkları", "Bedeninizdeki Bütün Ağrıların İlacı", "Bel - Boyun - Kasık Fıtıkları", "Eklem Ve Romatizma Ağrıları", "Kireçleme - Tutulma Ağrıları", "El - Kol - Diz - Dirsek Ağrıları", "Migren - Baş Ağrıları", "Boyun Ağrıları", "Sırt Ağrıları - Zorlanmalar", "Yürümekte Zorluk Çekenler"*

 *“Hocam ameliyatsız bel fıtığı mümkün mü? Yani bu hastalığı üzerimizden atmamız mümkün mü?". Simdi şundan bahsedeceğiz, mümkün efendim (...)Hemoroidden nasıl kurtulurum? 4-5 kere ameliyat oldum yine çıkıyor." diyor, dişi hemoroidden dolayı. Simdi bunları dahi biz Mucize Viks formülüyle kurtardık.”*

*“Allah'ın izniyle öncelikle. (...) Allah şahittir ki (....) Eklem ve kemik ağrıları olanlar varsa vallahi de billahi de o ağrının ömrü bu kremle birlikte, bu merhemle birlikte, merhem derler eskiler, bu merhemle birlikte vallahi de billahi de 5 dakika.”*

*"(...) bizim ürünümüz gerçek diye. Bizim ürünümüz onaylı diye. Bakanlık onaylı. Bunun ötesi yok. Bakanlık neden onay veriyor? Test sürecinden geçiyor bizim ürünümüz Tuncay Bey. Bütün testleri tamamlıyor sonrasında onayını alıyor. Yani bu insanlar bunu rahatlıkla kullanabilir diye Bakanlığımız onay veriyor."* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Ayrıca, söz konusu tanıtımlarda; *“Hocam ameliyatsız bel fıtığı mümkün mü? Yani bu hastalığı üzerimizden atmamız mümkün mü?". Simdi şundan bahsedeceğiz, mümkün efendim (...) Hemoroidden nasıl kurtulurum? 4-5 kere ameliyat oldum yine çıkıyor." diyor, dişi hemoroidden dolayı. Simdi bunları dahi biz Mucize Viks formülüyle kurtardık.”* ifadelerine yer verilerek tüketicilerin bilimsellikten uzak tedavi yöntemlerini kullanmaya yönlendirildiği, dolayısıyla söz konusu tanıtımların kamu sağlığını bozucu nitelikte olduğu,

Diğer yandan, söz konusu tanıtımlarda*; “Allah'ın izniyle öncelikle. (...) Allah şahittir ki (....) Eklem ve kemik ağrıları olanlar varsa vallahi de billahi de o ağrının ömrü bu kremle birlikte, bu merhemle birlikte, merhem derler eskiler, bu merhemle birlikte vallahi de billahi de 5 dakika.”* şeklinde ifadelere yer verilmesinin, tanıtımı yapılan ürünün satın alınmasını teşvik etmek amacıyla toplumun dini duygularını istismar edici olması nedeniyle Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin “Temel İlkeler” başlıklı 5 inci maddesinin *“(1) Reklamlar; (…) d) Dil, ırk, renk, cinsiyet, siyasî düşünce, felsefî inanç, din, mezhep ve benzeri özelliklere yönelik kötüleme, istismar, önyargı veya ayrımcılık içeremez.”* hükmüne aykırı olduğu,

Tüm bunlarla birlikte; *"(...) bizim ürünümüz gerçek diye. Bizim ürünümüz onaylı diye. Bakanlık onaylı. Bunun ötesi yok. Bakanlık neden onay veriyor? Test sürecinden geçiyor bizim ürünümüz Tuncay Bey. Bütün testleri tamamlıyor sonrasında onayını alıyor. Yani bu insanlar bunu rahatlıkla kullanabilir diye Bakanlığımız onay veriyor."* şeklinde ifadelerle Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin “İtibardan Haksız Yararlanma” başlıklı 11 inci maddesinin *"(1) Reklamlarda; a) Bir kişi, kurum veya kuruluşun adı veya amblem, logo ve diğer ayırt edici kurumsal kimlik unsurları, tüketicinin yanıltılmasına yol açacak şekilde kullanılamaz."* hükmüne aykırı olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Kozmetik Yönetmeliği’nin 4 ve 10 uncu maddeleri,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, mecra kuruluşu **Alaska Tv-Adıyaman Radyo Televizyon Ticaret A. Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **20.953,00-TL (Yirmibindokuzyüzelliüç Türk Lirası)** **idari para ve** **anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**16)**

**Dosya No: 2021/1095**

**Şikayet Edilen: Arafat Tv-Kızılırmak Yayıncılık A. Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** "Arafat TV" logolu televizyon kanalında yayınlanan "Mucize Viks Merhem" isimli ürüne yönelik tele-alışveriş reklamları

**Reklam Yayın Tarihi:** 24.11.2020

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** “Arafat TV” logolu televizyon kanalında 24.11.2020 tarihinde yayınlanan “Mucize Viks Merhem” isimli ürüne ilişkin tele-alışveriş reklamlarında;

*“(...)Ağrıları olanlar, bel, boyun, kasık, ayak, romatizma her türlü ağrının birebir şifasından bahsedeceğiz sizlere. Sevgili izleyenler ağrıya, belaya, vücuttaki yorgunluğa, bitkinliğe, yürüyemeyenlere, yürürken zorluk çekenlere, adım atmakta zorlananlara, merdiven çıkamayanlara şifadır diyoruz…Bizler kafur özlü bu kremi, ağrı kremini sizlere gönderdiğimizde şifanızı bulacaksınız…Kafur ağrıları olanlara şifa verecek diyor. İnşallah. Namaz kılarken zorlananlar, namaz kılarken eğilip kalkmakta güçlük çekenler, göz ucuyla namaz kılmak zorunda olanlar, ayakta namaz kılamayanlar, oturarak namaz kılmak zorunda olanlar, işte Kafur Özlü Mucize Viks Merhemle birlikte, merhem deriz değil mi, merhem. Özü kafurdur. Bu merhemle birlikte şifanızı bulacaksınız…Romatizma ağrıları olanlar, adım atmakta güçlük çekiyorum, zorlanıyorum, attığım adım bana ızdırap oluyor, Allah'ım var mı bunun bir şifası diyenler. Var efendim...Hemoroid hastaları var, basur hastaları var mıdır çaresi, ameliyattır değil mi? Ameliyattan sonra yüzde yetmiş insanda tekrar görüldü. Peki bu kremi kullandıktan sonra tamamen veda edildi hemoroide. Abdest kaçıranlar var, kanama yapıyor, hemoroid patlıyor, yediğinden içtiğinden insanlar bir şey anlamıyor. Ama bu merhem sayesinde 1 ay içerisinde hiç bir şekilde hemoroid kalmayacak, kalmayacak inşallah…Sevgili kardeşler bakın, bununla birlikte, ağrılarla birlikte aynı zamanda mantar hastalığı olanlar var ise nedir mantar; ayaktaki kaşıntılar, vücudunuzdaki kaşıntılar, vücudunuzdaki bütün dertler, deri hastalıkları bunlara da şifa veriyor…Bin derdin devası, bin derdin devası işte Kafur Özlü Mucize Viks Merhemden bahsediyoruz sizlere., "99 TL KARGO BEDAVA" "0 216 277 73 33" ve "Avrupa Whatsapp +49 174 819 87 87" "Eklem ve Kemik Ağrıları", "Allah'ın İnsanlığa Şifası","… Övgüsü", "… Emretti", "Ağrıları Olanlar Kullansın!", "Sahabilerine Kendi Sürdü", "Her Ağrıya Bire Bir Şifadır", "Namaz Kılarken Zorlananlar", "Yürümekte Zorlananlar", "Allahım Var Mı Bunun Şifası", "Elim Kolum Tutmuyor Diyenler", "Bel Ve Boyun Fıtıkları", "Migren Ve Baş Ağrıları", "Ayak, Bacak Sancıları", "Ayak Koku Ve Kaşıntıları", "Basur Hastaları", "Bel - Boyun, Romatizma, Ayak - Bacak, Omuz - Diz, Sırt - Kas, Eklem - Kol, Ağrıları"* *“Hemoroid hastaları var, basur hastaları var mıdır çaresi, ameliyattır değil mi? Ameliyattan sonra yüzde yetmiş insanda tekrar görüldü. Peki bu kremi kullandıktan sonra tamamen veda edildi hemoroide.”* *“Bakın hadis var hadis. Hadiste, "Kuran'da şifasını aramayana Allah şifa vermesin diyor. Hadiste beddua var. Kuran'da şifamızı arayacağız. Kuran-ı Kerim'de ağrılar için kafur isimli bir bitki öneriliyor. Birazdan Mustafa Karataş Hocamızı da dinleyeceğiz bununla ilgili. (...) İşte Mustafa Karataş Hocamızın da söylediği gibi kafur bedene şifadır diyor. İnşallah. (...) Sevgili kardeşlerim bakın Cübbeli Ahmet Hocamız ağrıları olanlar için neler söylüyor."* şeklinde ifadelere ve "Mustafa Karataş, Zahide Yetiş, Ahmet Mahmut Ünlü" gibi kişilerin görüntülerine yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Ayrıca, söz konusu tanıtımlarda; *“Hemoroid hastaları var, basur hastaları var mıdır çaresi, ameliyattır değil mi? Ameliyattan sonra yüzde yetmiş insanda tekrar görüldü. Peki bu kremi kullandıktan sonra tamamen veda edildi hemoroide.”* ifadelerine yer verilerek tüketicilerin bilimsellikten uzak tedavi yöntemlerini kullanmaya yönlendirildiği, dolayısıyla söz konusu tanıtımların kamu sağlığını bozucu nitelikte olduğu,

Diğer yandan, söz konusu tanıtımlarda; *“Bakın hadis var hadis. Hadiste, "Kuran'da şifasını aramayana Allah şifa vermesin diyor. Hadiste beddua var. Kuran'da şifamızı arayacağız. Kuran-ı Kerim'de ağrılar için kafur isimli bir bitki öneriliyor. Birazdan Mustafa Karataş Hocamızı da dinleyeceğiz bununla ilgili. (...) İşte Mustafa Karataş Hocamızın da söylediği gibi kafur bedene şifadır diyor. İnşallah. (...) Sevgili kardeşlerim bakın Cübbeli Ahmet Hocamız ağrıları olanlar için neler söylüyor."* şeklinde ifadelere yer verilmesinin, tanıtımı yapılan ürünün satın alınmasını teşvik etmek amacıyla toplumun dini duygularını istismar edici olması nedeniyle Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin “Temel İlkeler” başlıklı 5 inci maddesinin *“(1) Reklamlar; (…) d) Dil, ırk, renk, cinsiyet, siyasî düşünce, felsefî inanç, din, mezhep ve benzeri özelliklere yönelik kötüleme, istismar, önyargı veya ayrımcılık içeremez.”* hükmüne aykırı olduğu,

Tüm bunlarla birlikte, söz konusu tanıtımlarda "Mustafa Karataş, Zahide Yetiş, Ahmet Mahmut Ünlü" gibi kişilerin görüntülerine yer verilmesinin Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin "İtibardan haksız yararlanma" başlıklı 11 inci maddesinin *"(1) Reklamlarda; a) Bir kişi, kurum veya kuruluşun adı veya amblem, logo ve diğer ayırt edici kurumsal kimlik unsurları, tüketicinin yanıltılmasına yol açacak şekilde kullanılamaz."* hükmüne aykırı olduğu,

Diğer taraftan, Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin “Tanıklı reklamlar” başlıklı 16 ncı maddesinde*,“(1) Reklamlarda, tanıklığına başvurulan kişi, kurum veya kuruluşun tecrübesine, bilgisine veya araştırma sonuçlarına dayanmayan ve gerçek olmayan hiçbir tanıklık ya da onay ifadesine yer verilemez veya atıfta bulunulamaz. (…)”* hükmünün yer aldığı; buna göre, inceleme konusu reklamlarda, Mustafa Karataş ile Cübbeli Ahmet Hoca olarak tanınan Ahmet Mahmut Ünlü tarafından muhtelif programlarda yapılan açıklamalar ile anılan şahıslara ait görüntülere yer vermek suretiyle tanıtımı yapılan ürünlerin Mustafa Karataş ile Ahmet Mahmut Ünlü tarafından tavsiye edildiği gibi yanıltıcı bir izlenim oluşturulduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Kozmetik Yönetmeliği’nin 4 ve 10 uncu maddeleri,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, mecra kuruluşu **Arafat Tv-Kızılırmak Yayıncılık A. Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **20.953,00-TL (Yirmibindokuzyüzelliüç Türk Lirası)** **idari para ve** **anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**17)**

**Dosya No: 2021/1096**

**Şikayet Edilen: Arafat Tv-Kızılırmak Yayıncılık A. Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** "Arafat TV" logolu televizyon kanalında yayınlanan "Mucize Viks Ağrı Tedavi Seti" isimli ürüne yönelik tele-alışveriş reklamları

**Reklam Yayın Tarihi:** 26.11.2020

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler**: “Arafat TV” logolu televizyon kanalında 26.11.2020 tarihinde yayınlanan “Mucize Viks Ağrı Tedavi Seti” isimli ürüne ilişkin tele-alışveriş reklamlarında;

*"(…) Ağrısı olan, sıkıntısı olan vücuduyla alakalı, ağrılar çeken kim varsa bizleri can kulağıyla dinlesinler. Bugün 7'den 70'e birçok hastamızın gerçekten ağrısının şifasını sunuyoruz biz. ...."Hocam ameliyatsız bel fıtığı mümkün mü? Yani bu hastalığı üzerimizden atmamız mümkün mü?". Şimdi şundan bahsedeceğiz, mümkün efendim. Neyle mümkün? Herhangi bir ağrı kesiciyle değil. Bizim Mucize Viks formülümüz deri altına işliyor Tuncay Bey. Deri altına- Sünger gibi çekiyor. - Aynen. Yani o vücuttaki hastalığı, o fıtığı bildiğin sünger gibi çekiyor. O hastalığı olduğu yerde bitiriyor. O ağrıyı sünger gibi yerinden alıyor. ... Hemoroid sorunuyla uğraşanlar var. "Hemoroidden nasıl kurtulurum? 4-5 kere ameliyat oldum yine çıkıyor." diyor, dişi hemoroidden dolayı. Şimdi bunları dahi biz Mucize Viks formülüyle kurtardık. Kurtuldular. Bize dua edenler var bu yüzden boyun fıtığı olanlar var. Boyun ağrıları olanlar var. Kireçlenme sorunuyla baş başa kalanlar var... Sadece bel fıtığı için. Çünkü bel fıtığı sakat bir hastalık yani. Gerçekten sıkıntılı, ağır bir hastalık. Onun için buna biraz daha...- Ama tedavisi olan bir hastalık.- Aynen. Tabi ya bu Mucize Viks. Bizim merhemimiz bunun üstesinden geliyor. Gelmedi mi Tuncay Bey?- Bak bu nelere iyi geliyor söyleyeyim mi sana? Dedik ya az önce hemoroid konusu. Basur. Vallahi de billahi de "4 kere ameliyat oldum Hocam. Bunu sürdüm geçti." diyor adam ya. 4 kere diyor basurdan ameliyat oldum. Dişi hemoroid var adamda. "Hocam" diyor "Bunu sürdüm vallahi diyor geçti." - Ayaklarımda mantar var. Kaşıntıdan duramıyorum. Ayağımdan kan çıkmayınca rahat edemiyorum." diyenler var. Sürdüler, vallahi diyorum Tuncay Bey size adamın ayağı tertemiz. Ne mantar var ne koku var.", "Mucize Viks Ağrı Tedavi Seti", "99 TL + Kargo", "0 216 277 73 33" "Cilt Hastalıkları - Mantar - Egzama", "Hemoroid (Basur) Hastalıkları", "Bedeninizdeki Bütün Ağrıların İlacı", "Bel - Boyun - Kasık Fıtıkları", "Eklem Ve Romatizma Ağrıları", "Kireçleme - Tutulma Ağrıları", "El - Kol - Diz - Dirsek Ağrıları", "Migren - Baş Ağrıları", "Boyun Ağrıları", "Sırt Ağrıları - Zorlanmalar", "Yürümekte Zorluk Çekenler"*

*“Hocam ameliyatsız bel fıtığı mümkün mü? Yani bu hastalığı üzerimizden atmamız mümkün mü?". Simdi şundan bahsedeceğiz, mümkün efendim (...)Hemoroidden nasıl kurtulurum? 4-5 kere ameliyat oldum yine çıkıyor." diyor, dişi hemoroidden dolayı. Simdi bunları dahi biz Mucize Viks formülüyle kurtardık.”*

*“Allah'ın izniyle öncelikle. (...) Allah şahittir ki (....) Eklem ve kemik ağrıları olanlar varsa vallahi de billahi de o ağrının ömrü bu kremle birlikte, bu merhemle birlikte, merhem derler eskiler, bu merhemle birlikte vallahi de billahi de 5 dakika.”*

*"(...) bizim ürünümüz gerçek diye. Bizim ürünümüz onaylı diye. Bakanlık onaylı. Bunun ötesi yok. Bakanlık neden onay veriyor? Test sürecinden geçiyor bizim ürünümüz Tuncay Bey. Bütün testleri tamamlıyor sonrasında onayını alıyor. Yani bu insanlar bunu rahatlıkla kullanabilir diye Bakanlığımız onay veriyor."* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Ayrıca, söz konusu tanıtımlarda*; “Hocam ameliyatsız bel fıtığı mümkün mü? Yani bu hastalığı üzerimizden atmamız mümkün mü?". Simdi şundan bahsedeceğiz, mümkün efendim (...)Hemoroidden nasıl kurtulurum? 4-5 kere ameliyat oldum yine çıkıyor." diyor, dişi hemoroidden dolayı. Simdi bunları dahi biz Mucize Viks formülüyle kurtardık.”* ifadelerine yer verilerek tüketicilerin bilimsellikten uzak tedavi yöntemlerini kullanmaya yönlendirildiği, dolayısıyla söz konusu tanıtımların kamu sağlığını bozucu nitelikte olduğu,

Diğer yandan, söz konusu tanıtımlarda*; “Allah'ın izniyle öncelikle. (...) Allah şahittir ki (....) Eklem ve kemik ağrıları olanlar varsa vallahi de billahi de o ağrının ömrü bu kremle birlikte, bu merhemle birlikte, merhem derler eskiler, bu merhemle birlikte vallahi de billahi de 5 dakika.”* şeklinde ifadelere yer verilmesinin, tanıtımı yapılan ürünün satın alınmasını teşvik etmek amacıyla toplumun dini duygularını istismar edici olması nedeniyle Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin “Temel İlkeler” başlıklı 5 inci maddesinin *“(1) Reklamlar; (…) d) Dil, ırk, renk, cinsiyet, siyasî düşünce, felsefî inanç, din, mezhep ve benzeri özelliklere yönelik kötüleme, istismar, önyargı veya ayrımcılık içeremez.”* hükmüne aykırı olduğu,

Tüm bunlarla birlikte; *"(...) bizim ürünümüz gerçek diye. Bizim ürünümüz onaylı diye. Bakanlık onaylı. Bunun ötesi yok. Bakanlık neden onay veriyor? Test sürecinden geçiyor bizim ürünümüz Tuncay Bey. Bütün testleri tamamlıyor sonrasında onayını alıyor. Yani bu insanlar bunu rahatlıkla kullanabilir diye Bakanlığımız onay veriyor."* şeklinde ifadelerle Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin “İtibardan Haksız Yararlanma” başlıklı 11 inci maddesinin *"(1) Reklamlarda; a) Bir kişi, kurum veya kuruluşun adı veya amblem, logo ve diğer ayırt edici kurumsal kimlik unsurları, tüketicinin yanıltılmasına yol açacak şekilde kullanılamaz."* hükmüne aykırı olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Kozmetik Yönetmeliği’nin 4 ve 10 uncu maddeleri,

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/1-b, 5/1-d, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/6, 11, 26 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, mecra kuruluşu **Arafat Tv-Kızılırmak Yayıncılık A. Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **20.953,00-TL (Yirmibindokuzyüzelliüç Türk Lirası)** **idari para ve** **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**18)**

**Dosya No: 2021/1097**

**Şikayet Edilen: Güçlü TV-Türkü Yayıncılık A. Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** "Güçlü TV" logolu televizyon kanalında yayınlanan "Mucize Viks Ağrı Tedavi Seti" isimli ürüne yönelik tele-alışveriş reklamları

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020-2021

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler**: “Güçlü TV” logolu televizyon kanalında 2020-2021 yıllarında muhtelif tarihlerde yayınlanan “Mucize Viks Ağrı Tedavi Seti” isimli ürüne ilişkin tele-alışveriş reklamlarında;

*“(..)Ağrısı olan, sıkıntısı olan vücuduyla alakalı, ağrılar çeken kim varsa bizleri can kulağıyla dinlesinler. -Bugün 7den 70'e birçok hastamızın gerçekten ağrısının şifasını sunuyoruz biz.(…) "Hocam ameliyatsız bel fıtığı mümkün mü? Yani bu hastalığı üzerimizden atmamız mümkün mü?". Şimdi şundan bahsedeceğiz, mümkün efendim. Neyle mümkün? Herhangi bir ağrı kesiciyle değil. Bizim Mucize Viks formülümüz deri altına işliyor Tuncay Bey. Deri altına.- Sünger gibi çekiyor, - Aynen. Yani o vücuttaki hastalığı, o fıtığı bildiğin sünger gibi çekiyor. O hastalığı olduğu yerde bitiriyor. O ağrıyı sünger gibi yerinden alıyor. Allah'ın izniyle öncelikle. Şundan bahsedeceğiz, var daha, birçok soru soran var. Yani hemoroid sancısı çekenler var. Hemoroid sorunuyla uğraşanlar var. "Hemoroidden nasıl kurtulurum? 4-5 kere ameliyat oldum yine çıkıyor." diyor, dişi hemoroidden dolayı. Şimdi bunları dahi biz Mucize Viks formülüyle kurtardık. Kurtuldular. Bize dua edenler var bu yüzden... Bugün bir bel ağrısı olan varsa, romatizma ağrısı olan varsa, dizlerinde ağrılar olan varsa, eklem ve kemik ağrıları olanlar varsa vallahi de billahi de o ağrının ömrü bu kremle birlikte, bu merhemle birlikte, merhem derler eskiler, bu merhemle birlikte vallahi de billahi de 5 dakika. 5 dakika içerisinde o ağrının nasıl bir süngeri çeker, hani böyle sünger suyu çeker ya, o ağrıyı nasıl çektiğini görecekler. Bunu denemeden göremezler. Yani Mucize Viks'i kullanmayanlar varsa illa ki eşinden, dostundan duymuşlardır. Deneyin efendim. Onlar nasıl kurtulduysa sizler de kurtulacaksınız. (...) Gelin efendim kurtarın kendinizi. Bakın bir insanın ağrısı neredeyse canı oradadır. Biz diyoruz ki sizin ağrılarınızı 5 dakika içerisinde süngerin suyu çektiği misal söküp almazsam bana bu ekranlarda ne derseniz deyin... (...) Efendim bakın. Romatizma dedik. Romatizma ağrıları özellikle dediğimiz gibi soğuklarda ön plana çıkan bir ağrı. Yani zonk zonk zonkluyor derler dizlerim. "Adım atamıyorum, merdivende adım atamıyorum." diyenler var Tuncay Bey. Yani bizden büyükler var özellikle. Yaşı ilerlemiş olanlarda özellikle bu sorun var. "Dizlerim ağrıyor. Kollarım ağrıyor." diyenler. Ellerinizden öpüyorum efendim hepinizin. Alın bu kremi kullanın, bu evladınızı bir dinleyin. (...) Boyun fıtığı olanlar var. Boyun ağrıları olanlar var. Kireçlenme sorunuyla baş başa kalanlar var. (...) Boyunda ağrı var mesela. Örnek veriyorum fıtık var. Masaj yapa yapa kullanacaklar. (...) Hemoroid var, basur sorunu olanlar var.(...) Alandan ziyade bel fıtığı için ense kökünden kuyruk sokumuna kadar... Bak ense kökünden kuyruk sokumuna kadar günde 3 kere uygulanacak bu. Sadece bel fıtığı için. (...) ? Dedik ya az önce hemoroid konusu. Basur. Vallahi de billahi de "4 kere ameliyat oldum Hocam. Bunu sürdüm geçti." diyor adam ya. 4 kere diyor basurdan ameliyat oldum. Dişi hemoroid var adamda. "Hocam" diyor "Bunu sürdüm vallahi diyor geçti." (...) Ayaklarımda mantar var. Kaşıntıdan duramıyorum. Ayağımdan kan çıkmayınca rahat edemiyorum." diyenler var. Sürdüler, vallahi diyorum Tuncay Bey size adamın ayağı tertemiz. Ne mantar var ne koku var. Viks Mucize Ağrı Tedavi Seti" "0 216 214 12 62 "Bel - Boyun Eklem Ağrıları", "Diz Ağrıları ve Sızılar", "Hemoroid (Basur) Sancıları", "Mantar -Egzama - Ayak Kokusu”*

*“Hocam ameliyatsız bel fıtığı mümkün mü? Yani bu hastalığı üzerimizden atmamız mümkün mü?". Simdi şundan bahsedeceğiz, mümkün efendim (...)Hemoroidden nasıl kurtulurum? 4-5 kere ameliyat oldum yine çıkıyor." diyor, dişi hemoroidden dolayı. Simdi bunları dahi biz Mucize Viks formülüyle kurtardık.”*

*“Allah'ın izniyle öncelikle. (...) Allah şahittir ki (....) Eklem ve kemik ağrıları olanlar varsa vallahi de billahi de o ağrının ömrü bu kremle birlikte, bu merhemle birlikte, merhem derler eskiler, bu merhemle birlikte vallahi de billahi de 5 dakika.”*

*"(...) bizim ürünümüz gerçek diye. Bizim ürünümüz onaylı diye. Bakanlık onaylı. Bunun ötesi yok. Bakanlık neden onay veriyor? Test sürecinden geçiyor bizim ürünümüz Tuncay Bey. Bütün testleri tamamlıyor sonrasında onayını alıyor. Yani bu insanlar bunu rahatlıkla kullanabilir diye Bakanlığımız onay veriyor."* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Ayrıca, söz konusu tanıtımlarda*; “Hocam ameliyatsız bel fıtığı mümkün mü? Yani bu hastalığı üzerimizden atmamız mümkün mü?". Simdi şundan bahsedeceğiz, mümkün efendim (...)Hemoroidden nasıl kurtulurum? 4-5 kere ameliyat oldum yine çıkıyor." diyor, dişi hemoroidden dolayı. Simdi bunları dahi biz Mucize Viks formülüyle kurtardık.”* ifadelerine yer verilerek tüketicilerin bilimsellikten uzak tedavi yöntemlerini kullanmaya yönlendirildiği, dolayısıyla söz konusu tanıtımların kamu sağlığını bozucu nitelikte olduğu,

Diğer yandan, söz konusu tanıtımlarda*; “Allah'ın izniyle öncelikle. (...) Allah şahittir ki (....) Eklem ve kemik ağrıları olanlar varsa vallahi de billahi de o ağrının ömrü bu kremle birlikte, bu merhemle birlikte, merhem derler eskiler, bu merhemle birlikte vallahi de billahi de 5 dakika.”* şeklinde ifadelere yer verilmesinin, tanıtımı yapılan ürünün satın alınmasını teşvik etmek amacıyla toplumun dini duygularını istismar edici olması nedeniyle Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin “Temel İlkeler” başlıklı 5 inci maddesinin *“(1) Reklamlar; (…) d) Dil, ırk, renk, cinsiyet, siyasî düşünce, felsefî inanç, din, mezhep ve benzeri özelliklere yönelik kötüleme, istismar, önyargı veya ayrımcılık içeremez.”* hükmüne aykırı olduğu,

Tüm bunlarla birlikte; *"(...) bizim ürünümüz gerçek diye. Bizim ürünümüz onaylı diye. Bakanlık onaylı. Bunun ötesi yok. Bakanlık neden onay veriyor? Test sürecinden geçiyor bizim ürünümüz Tuncay Bey. Bütün testleri tamamlıyor sonrasında onayını alıyor. Yani bu insanlar bunu rahatlıkla kullanabilir diye Bakanlığımız onay veriyor."* şeklinde ifadelerle Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin “İtibardan Haksız Yararlanma” başlıklı 11 inci maddesinin *"(1) Reklamlarda; a) Bir kişi, kurum veya kuruluşun adı veya amblem, logo ve diğer ayırt edici kurumsal kimlik unsurları, tüketicinin yanıltılmasına yol açacak şekilde kullanılamaz."* hükmüne aykırı olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Kozmetik Yönetmeliği’nin 4 ve 10 uncu maddeleri,

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/1-b, 5/1-d, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/6, 11, 26 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, mecra kuruluşu **Güçlü TV –Türkü Yayıncılık A. Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **22.861,00-TL (Yirmiikibinsekizyüzaltmışbir Türk Lirası)** **idari para ve** **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**19)**

**Dosya No: 2021/1099**

**Şikayet Edilen: Güçlü TV-Türkü Yayıncılık A. Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** "Güçlü TV" logolu televizyon kanalında yayınlanan "Mucize Viks Merhem" isimli ürüne yönelik tele-alışveriş reklamları

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020-2021

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler**: “Güçlü TV” logolu televizyon kanalında 2020-2021 yıllarında muhtelif tarihlerde yayınlanan “Mucize Viks Merhem” isimli ürüne ilişkin tele-alışveriş reklamlarında;

*“(...)Ağrıları olanlar, bel, boyun, kasık, ayak, romatizma her türlü ağrının birebir şifasından bahsedeceğiz sizlere…Sevgili izleyenler ağrıya, belaya, vücuttaki yorgunluğa, bitkinliğe, yürüyemeyenlere, yürürken zorluk çekenlere, adım atmakta zorlananlara, merdiven çıkamayanlara şifadır diyoruz…Bizler kafur özlü bu kremi, ağrı kremini sizlere gönderdiğimizde şifanızı bulacaksınız…Kafur ağrıları olanlara şifa verecek diyor. İnşallah. Namaz kılarken zorlananlar, namaz kılarken eğilip kalkmakta güçlük çekenler, göz ucuyla namaz kılmak zorunda olanlar, ayakta namaz kılamayanlar, oturarak namaz kılmak zorunda olanlar, işte Kafur Özlü Mucize Viks Merhemle birlikte, merhem deriz değil mi, merhem. Özü kafurdur. Bu merhemle birlikte şifanızı bulacaksınız…Romatizma ağrıları olanlar, adım atmakta güçlük çekiyorum, zorlanıyorum, attığım adım bana ızdırap oluyor, Allah'ım var mı bunun bir şifası diyenler. Var efendim….Hemoroid hastaları var, basur hastaları var mıdır çaresi, ameliyattır değil mi? Ameliyattan sonra yüzde yetmiş insanda tekrar görüldü. Peki bu kremi kullandıktan sonra tamamen veda edildi hemoroide. Abdest kaçıranlar var, kanama yapıyor, hemoroid patlıyor, yediğinden içtiğinden insanlar bir şey anlamıyor. Ama bu merhem sayesinde 1 ay içerisinde hiç bir şekilde hemoroid kalmayacak, kalmayacak inşallah…Sevgili kardeşler bakın, bununla birlikte, ağrılarla birlikte aynı zamanda mantar hastalığı olanlar var ise nedir mantar; ayaktaki kaşıntılar, vücudunuzdaki kaşıntılar, vücudunuzdaki bütün dertler, deri hastalıkları bunlara da şifa veriyor…Bin derdin devası, bin derdin devası işte Kafur Özlü Mucize Viks Merhemden bahsediyoruz sizlere., "99 TL KARGO BEDAVA" "0 216 214 12 62" ve "Avrupa Whatsapp +49 174 819 87 87" "Eklem ve Kemik Ağrıları", "Allah'ın İnsanlığa Şifası","… Övgüsü", "… Emretti", "Ağrıları Olanlar Kullansın!", "Sahabilerine Kendi Sürdü", "Her Ağrıya Bire Bir Şifadır", "Namaz Kılarken Zorlananlar", "Yürümekte Zorlananlar", "Allahım Var Mı Bunun Şifası", "Elim Kolum Tutmuyor Diyenler", "Bel Ve Boyun Fıtıkları", "Migren Ve Baş Ağrıları", "Ayak, Bacak Sancıları", "Ayak Koku Ve Kaşıntıları", "Basur Hastaları", "Bel - Boyun, Romatizma, Ayak - Bacak, Omuz - Diz, Sırt - Kas, Eklem - Kol, Ağrıları"*

*“Hemoroid hastaları var, basur hastaları var mıdır çaresi, ameliyattır değil mi? Ameliyattan sonra yüzde yetmiş insanda tekrar görüldü. Peki bu kremi kullandıktan sonra tamamen veda edildi hemoroide.”*

*“Bakın hadis var hadis. Hadiste, "Kuran'da şifasını aramayana Allah şifa vermesin diyor. Hadiste beddua var. Kuran'da şifamızı arayacağız. Kuran-ı Kerim'de ağrılar için kafur isimli bir bitki öneriliyor. Birazdan Mustafa Karataş Hocamızı da dinleyeceğiz bununla ilgili. (...) İşte Mustafa Karataş Hocamızın da söylediği gibi kafur bedene şifadır diyor. İnşallah. (...) Sevgili kardeşlerim bakın Cübbeli Ahmet Hocamız ağrıları olanlar için neler söylüyor."* şeklinde ifadelere ve "Mustafa Karataş, Zahide Yetiş, Ahmet Mahmut Ünlü" gibi kişilerin görüntülerine yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Ayrıca, söz konusu tanıtımlarda; *“Hemoroid hastaları var, basur hastaları var mıdır çaresi, ameliyattır değil mi? Ameliyattan sonra yüzde yetmiş insanda tekrar görüldü. Peki bu kremi kullandıktan sonra tamamen veda edildi hemoroide.”* ifadelerine yer verilerek tüketicilerin bilimsellikten uzak tedavi yöntemlerini kullanmaya yönlendirildiği, dolayısıyla söz konusu tanıtımların kamu sağlığını bozucu nitelikte olduğu,

Diğer yandan, söz konusu tanıtımlarda; *“Bakın hadis var hadis. Hadiste, "Kuran'da şifasını aramayana Allah şifa vermesin diyor. Hadiste beddua var. Kuran'da şifamızı arayacağız. Kuran-ı Kerim'de ağrılar için kafur isimli bir bitki öneriliyor. Birazdan Mustafa Karataş Hocamızı da dinleyeceğiz bununla ilgili. (...) İşte Mustafa Karataş Hocamızın da söylediği gibi kafur bedene şifadır diyor. İnşallah. (...) Sevgili kardeşlerim bakın Cübbeli Ahmet Hocamız ağrıları olanlar için neler söylüyor."* şeklinde ifadelere yer verilmesinin, tanıtımı yapılan ürünün satın alınmasını teşvik etmek amacıyla toplumun dini duygularını istismar edici olması nedeniyle Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin “Temel İlkeler” başlıklı 5 inci maddesinin *“(1) Reklamlar; (…) d) Dil, ırk, renk, cinsiyet, siyasî düşünce, felsefî inanç, din, mezhep ve benzeri özelliklere yönelik kötüleme, istismar, önyargı veya ayrımcılık içeremez.”* hükmüne aykırı olduğu,

Tüm bunlarla birlikte, söz konusu tanıtımlarda "Mustafa Karataş, Zahide Yetiş, Ahmet Mahmut Ünlü" gibi kişilerin görüntülerine yer verilmesinin Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin "İtibardan haksız yararlanma" başlıklı 11 inci maddesinin *"(1) Reklamlarda; a) Bir kişi, kurum veya kuruluşun adı veya amblem, logo ve diğer ayırt edici kurumsal kimlik unsurları, tüketicinin yanıltılmasına yol açacak şekilde kullanılamaz."* hükmüne aykırı olduğu,

Diğer taraftan, Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin “Tanıklı reklamlar” başlıklı 16 ncı maddesinde*,“(1) Reklamlarda, tanıklığına başvurulan kişi, kurum veya kuruluşun tecrübesine, bilgisine veya araştırma sonuçlarına dayanmayan ve gerçek olmayan hiçbir tanıklık ya da onay ifadesine yer verilemez veya atıfta bulunulamaz. (…)”* hükmünün yer aldığı, buna göre, inceleme konusu reklamlarda, Mustafa Karataş ile Cübbeli Ahmet Hoca olarak tanınan Ahmet Mahmut Ünlü tarafından muhtelif programlarda yapılan açıklamalar ile anılan şahıslara ait görüntülere yer vermek suretiyle tanıtımı yapılan ürünlerin Mustafa Karataş ile Ahmet Mahmut Ünlü tarafından tavsiye edildiği gibi yanıltıcı bir izlenim oluşturulduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Kozmetik Yönetmeliği’nin 4 ve 10 uncu maddeleri,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, mecra kuruluşu **Güçlü TV-Türkü Yayıncılık A. Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **22.861,00-TL (Yirmiikibinsekizyüzaltmışbir Türk Lirası)** **idari para ve** **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**20)**

**Dosya No: 2021/1294**

**Şikayet Edilen: Mega Farma İlaç ve Kozm. San. Tic. Paz. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** "Striacare 100 ml Jel" isimli kozmetik ürüne ilişkin olarak broşürlerde yer alan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** Belirsiz

**Yayınlandığı Mecra:** Broşür

**Tespitler:** Firmaya ait broşürde, “*Mevcut çatlakların derinliğini ve görünümünü düzeltir. Çift etkili çatlak jeli. Yeni cilt çatlaklarının oluşumunu engeller. Dermatolojik olarak hipoalerjik olduğu test edilerek kanıtlanmıştır. %72 Klinik Başarı. Kullanmayanlar Çatlasın.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda,"Striacare 100 ml Jel" isimli kozmetik ürün broşüründe *“Mevcut çatlakların derinliğini ve görünümünü düzeltir.”* ifadesine yer verildiği, ancak Kozmetik Mevzuatına tabi bulunan tüm kozmetik ürünlerin, insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve etkileri geçici olan ürünler olması gerektiği; bu bağlamda inceleme konusu tanıtımlarda yer alan tedaviye yönelik ve endikasyon belirten ifadenin ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği;

Bununla birlikte, söz konusu broşürde yer alan *“Çift etkili çatlak jeli. Yeni cilt çatlaklarının oluşumunu engeller. Dermatolojik olarak hipoalerjik olduğu test edilerek kanıtlanmıştır. %72 Klinik Başarı.”* ifadelerinin ispatlanamadığı,

Son olarak, broşürde hamile görselinin kullanılmasının ürünün hamilelerde kullanımının uygun olduğu imasında bulunarak tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı olduğu ve *“Kullanmayanlar Çatlasın”* ifadesinin bu ürünü kullanmayan kişilerde çatlak olacağı algısı yaratarak tüketicilerin yanıltıldığı ve diğer ürünlerden üstün olduğu algısı yaratarak rakip ürünlerin kötülendiği ve haksız rekabete yol açtığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Kozmetik Yönetmeliği’nin 4 ve 10 uncu maddeleri,

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

- İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanunu’nun 13 üncü maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**21)**

**Dosya No: 2021/1719**

**Şikayet Edilen: Coy Kozmetik Ürünleri San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait muhtelif kozmetik ürünlere ilişkin olarak www.coykozmetik.com.tr, www.yokokrem.com adresli internet sitelerinde, sosyal medya hesaplarında ve çevrimiçi satış platformlarında yer alan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 27.06.2021, 01.07.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.coykozmetik.com adresli internet sitesinin ve www.yokokrem.com adresli internet sitesinin 01.07.2021 tarihli görünümünde; *“Coy Cosmetics and Skincare Porefection Yaşlanma Karşıtı Krem Genişlemiş Gözenek Karşıtı Etki: Genç, pürüzsüz ve sıklaşmış cildin sağlık mimarı. Neden Coy Porefection Kullanmalısınız?1. her yaş kullanımına uygun “Gözenekleri gideren” cilt dokusu sağlar… Coy porefection sıkılaştırıcı cildin kaybettiği elastikiyeti yeniden kazanmasını sağlayan içeriye sahiptir…”* Coy Porefection Etken Maddeleri Nelerdir başlığı altında: *“Keten Tohumu: Cilt lekelerini giderir. Cildi sıkılaştırır. Ciltteki pullanmaları düzeltir. Aknelerin oluşumunu ve tedavi etmeye yardımcı olur. Yaşlanma önleyici özelliklere sahiptir… Kırmızı Yonca Çiçek Özü:.. Deri kanserine karşı koruma sağlar…”* şeklinde,

www.trendyol.com adresli çevrimiçi satış platformunda “Coy Kozmetik” mağaza adıyla yapılan tanıtımların 27.06.2021 tarihli görünümünde; Coy Koyu Leke Karşıtı Güneş Kremi tanıtımında yer alan görselde; *“Coy Güneş Koruyucuyu Kimler Kullanmalı? Başlığı altında Güneş Hassasiyeti olanlar, Rosa hastalığına bağlı cilt kızarıklığı yaşayanlar, Güneş Lekesi olanlar*” ifadelerine yer verildiği ve hastalıklara dair görseller kullanıldığı, ayrıca “*Coy Koyu Leke Karşıtı Güneş Kremi: Etken Maddesi Niacinamide: Koyu lekeleri giderir. Leke oluşumunu önler. Roza kızarıklığına etkilidir. Akne oluşumunu engeller. Bisabolol: Cilt elastikiyetini sağlar. Ciltte enfeksiyon riskini azaltır.. Cildi ölü hücrelerden temizler. Biolumita: Çok çeşitli formülasyonlarla uyumlu, güçlü aktif bitkisel beyazlatma ve ten rengi düzenleyici, Cilt tonu eşitsizliğine etki eden güçlü beyazlatma etkisi. D-Panthanol: Ciltteki kırışık ve çatlak görünümünü absorbe eder…”*, Ürün Bilgileri kısmında; *“Özel bileşenleri sayesinde cildi yatıştırır, nemlendirir ve rosaceanın (gül hastalığı)ciltte neden olduğu hassasiyet ve kızarıklığı azaltmada etkilidir.”* şeklinde,

www.instagram.com/yokociltbakimurunleri adresli sosyal medya hesabının 27.06.2021 tarihli görünümünde Yoko Sivilce Kremi tanıtımı yapılan paylaşımda tüketici yorumunda *“merhaba lekeler için değil akneler içindir efendim”* şeklinde cevap verildiği ve “*Bitkisel formülü ile sivilce kremi. Sivilce- Siyah nokta. Beyazlatma. Ton farklılığı. Aydınlatma.*” şeklinde,

www.instagram.com/coycosmetics adresli sosyal medya hesabının 27.06.2021 tarihli görünümünde *“Coy Porefection: Gözeneklere Son. Siyah nokta. Genişlemiş Gözenek. Siyah noktaları giderme, anti-aging etkisi ile yaşlanma belirtilerine karşı koruma sağlama… 30 günde %80e kadar sıkılaşma sağladığı klinik testlerle kanıtlanmıştır… Coy Koyu Leke Karşıtı Güneş Kremi: 15 günde koyu lekelerde %30’a kadar açılma sağladığı klinik testlerle kanıtlanmıştır. Müşteri geri bildirimleri Coy koyu leke karşıtı güneş kreminin Rosacea’ya bağlı kızarıklıkları yatıştırdığı yönündedir… Var olan lekelere karşı etkili bakım yapar. Papatyadan gelen antioksidan özelliği sayesinde cildi ölü hücrelerden temizlemeye, ciltte enfeksiyon oluşumunu önlemeye katkı sağlar… Coy Sıkılaştırıcı & Nemlendirici Vücut Losyonu: 2 ayda portakal kabuğu görünümünde %70,4 azalma, cilt sıkılaşmasında %66,7 artış sağlandığı klinik testlerle kanıtlanmıştır … %100 doğal aktiflerle üretilen Coy Sıkılaştırıcı Selülit Giderici… Bitkisel Formüllü Sivilce Jeli: Sivilce, siyah okta. Beyazlatma. Ton Farklılığı. Gözenek Karşıtı. Coy Sebum Dengeleyici ve matlaştırıcı Sivilce Jeli çil, leke, akne, sivilce, siyah nokta gibi cilt problemlerinin bakımında kullanabileceğiniz aynı zamanda akneye sebebiyet veren cilt yağını da azaltan etkileri ile bitkisel formüllü bir cilt kremidir.”* şeklinde,

www.instagram.com/coycosmetics adresli sosyal medya hesabının 27.06.2021 tarihli görünümlerinde; Bitkisel Formüllü Sivilce Jeli tanıtımı yapılan paylaşımlarda: *“Çok teşekkürler Coy kozmetik. 17 yaşında ergenlik sivilceleri olan kızımda birçok ürün denedik ama maalesef çözüm bulamadık coy u kullanana kadar. Cesaret edip alıp deneyemleyen herkese tavsiye ediyorum…3. Günüm coy vitamin kullanıyorum.. kızarıklıklar geçti ve sivilceler kurudu.. Yıllarca burnumdaki siyah noktalarlamücadele ettim. Bu krem gözeneklerimi sıkılaştırınca siyah noktalarımın görünürlüğü azaldı.”* şeklinde,

www.instagram.com/yokociltbakimurunleri adresli sosyal medya hesabının 27.06.2021 tarihli görünümlerinde Porefection Gözenek Sıkılaştırıcı tanıtımı yapılan paylaşımda: “*Bu ürünü kullandım.. Gerçekten gözenekleri tedavi ediyor hem uygun fiyatlı hem gerçekten faydalı sağ olsunlar.”* şeklinde,

www.instagram.com/yokociltbakimurunleri adresli sosyal medya hesabının 27.06.2021 tarihli görünümlerinde Porefection Gözenek Sıkılaştırıcı tanıtımı yapılan paylaşımda: *“Bu ürünü kullandım.. Gerçekten gözenekleri tedavi ediyor hem uygun fiyatlı hem gerçekten faydalı sağ olsunlar.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, www.coykozmetik.com adresli internet sitesinin ve www.yokokrem.com adresli internet sitesinin 01.07.2021 tarihli görünümünde; *“Coy Cosmetics and Skincare Porefection Yaşlanma Karşıtı Krem Genişlemiş Gözenek Karşıtı Etki: Genç, pürüzsüz ve sıklaşmış cildin sağlık mimarı. Neden Coy Porefection Kullanmalısınız?1. her yaş kullanımına uygun “Gözenekleri gideren” cilt dokusu sağlar… Coy porefection sıkılaştırıcı cildin kaybettiği elastikiyeti yeniden kazanmasını sağlayan içeriye sahiptir…”* Coy Porefection Etken Maddeleri Nelerdir başlığı altında: *“Keten Tohumu: Cilt lekelerini giderir. Cildi sıkılaştırır. Ciltteki pullanmaları düzeltir. Aknelerin oluşumunu ve tedavi etmeye yardımcı olur. Yaşlanma önleyici özelliklere sahiptir… Kırmızı Yonca Çiçek Özü:.. Deri kanserine karşı koruma sağlar…”* şeklinde, www.trendyol.com adresli çevrimiçi satış platformunda “Coy Kozmetik” mağaza adıyla yapılan tanıtımların 27.06.2021 tarihli görünümünde; Coy Koyu Leke Karşıtı Güneş Kremi tanıtımında yer alan görselde; *“Coy Güneş Koruyucuyu Kimler Kullanmalı? Başlığı altında Güneş Hassasiyeti olanlar, Rosa hastalığına bağlı cilt kızarıklığı yaşayanlar, Güneş Lekesi olanlar”* ifadelerine yer verildiği ve hastalıklara dair görseller kullanıldığı, ayrıca *“Coy Koyu Leke Karşıtı Güneş Kremi: Etken Maddesi Niacinamide: Koyu lekeleri giderir. Leke oluşumunu önler. Roza kızarıklığına etkilidir. Akne oluşumunu engeller. Bisabolol: Cilt elastikiyetini sağlar. Ciltte enfeksiyon riskini azaltır.. Cildi ölü hücrelerden temizler. Biolumita: Çok çeşitli formülasyonlarla uyumlu, güçlü aktif bitkisel beyazlatma ve ten rengi düzenleyici, Cilt tonu eşitsizliğine etki eden güçlü beyazlatma etkisi. D-Panthanol: Ciltteki kırışık ve çatlak görünümünü absorbe eder…”*, Ürün Bilgileri kısmında; *“Özel bileşenleri sayesinde cildi yatıştırır, nemlendirir ve rosaceanın (gül hastalığı)ciltte neden olduğu hassasiyet ve kızarıklığı azaltmada etkilidir.”* şeklinde,

www.instagram.com/yokociltbakimurunleri adresli sosyal medya hesabının 27.06.2021 tarihli görünümünde Yoko Sivilce Kremi tanıtımı yapılan paylaşımda tüketici yorumunda *“merhaba lekeler için değil akneler içindir efendim”* şeklinde cevap verildiği ve “*Bitkisel formülü ile sivilce kremi. Sivilce- Siyah nokta. Beyazlatma. Ton farklılığı. Aydınlatma.*” şeklinde,

www.instagram.com/coycosmetics adresli sosyal medya hesabının 27.06.2021 tarihli görünümünde *“Coy Porefection: Gözeneklere Son. Siyah nokta. Genişlemiş Gözenek. Siyah noktaları giderme, anti-aging etkisi ile yaşlanma belirtilerine karşı koruma sağlama… 30 günde %80e kadar sıkılaşma sağladığı klinik testlerle kanıtlanmıştır… Coy Koyu Leke Karşıtı Güneş Kremi: 15 günde koyu lekelerde %30’a kadar açılma sağladığı klinik testlerle kanıtlanmıştır. Müşteri geri bildirimleri Coy koyu leke karşıtı güneş kreminin Rosacea’ya bağlı kızarıklıkları yatıştırdığı yönündedir… Var olan lekelere karşı etkili bakım yapar. Papatyadan gelen antioksidan özelliği sayesinde cildi ölü hücrelerden temizlemeye, ciltte enfeksiyon oluşumunu önlemeye katkı sağlar… Coy Sıkılaştırıcı & Nemlendirici Vücut Losyonu: 2 ayda portakal kabuğu görünümünde %70,4 azalma, cilt sıkılaşmasında %66,7 artış sağlandığı klinik testlerle kanıtlanmıştır. … %100 doğal aktiflerle üretilen Coy Sıkılaştırıcı Selülit Giderici… Bitkisel Formüllü Sivilce Jeli: Sivilce, siyah okta. Beyazlatma. Ton Farklılığı. Gözenek Karşıtı. Coy Sebum Dengeleyici ve matlaştırıcı Sivilce Jeli çil, leke, akne, sivilce, siyah nokta gibi cilt problemlerinin bakımında kullanabileceğiniz aynı zamanda akneye sebebiyet veren cilt yağını da azaltan etkileri ile bitkisel formüllü bir cilt kremidir.”* şeklinde burada örnek olarak verilen ürünler ile birlikte söz konusu sitelerde yer alan diğer ürün isimlerinde ve tanıtımlarında benzer ifadelere 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;

www.instagram.com/coycosmetics adresli sosyal medya hesabının 27.06.2021 tarihli görünümlerinde; Bitkisel Formüllü Sivilce Jeli tanıtımı yapılan paylaşımlarda: *“Çok teşekkürler Coy kozmetik. 17 yaşında ergenlik sivilceleri olan kızımda birçok ürün denedik ama maalesef çözüm bulamadık coy u kullanana kadar. Cesaret edip alıp deneyemleyen herkese tavsiye ediyorum…3. Günüm coy vitamin kullanıyorum…kızarıklıklar geçti ve sivilceler kurudu…Yıllarca burnumdaki siyah noktalarlamücadele ettim. Bu krem gözeneklerimi sıkılaştırınca siyah noktalarımın görünürlüğü azaldı.”* şeklinde ve www.instagram.com/yokociltbakimurunleri adresli sosyal medya hesabının 27.06.2021 tarihli görünümlerinde Porefection Gözenek Sıkılaştırıcı tanıtımı yapılan paylaşımda: “*Bu ürünü kullandım…Gerçekten gözenekleri tedavi ediyor hem uygun fiyatlı hem gerçekten faydalı sağ olsunlar.”* şeklinde sağlık beyanı içeren kullanıcı deneyimleri ve yorumlarına yer verilerek söz konusu ürünlere yönlendirme yapıldığı,

Son olarak www.instagram.com/coycosmetics adresli sosyal medya hesabının 27.06.2021 tarihli ana sayfa görünümünde; *“Klinik ve dermatolog onay”* ifadesinin ve “*Zararlı kimyasal X”* ifadelerinin ispatlanamadığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Kozmetik Yönetmeliği’nin 4 ve 10 uncu maddeleri,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**22)**

**Dosya No: 2021/1853**

**Şikayet Edilen: Laboratoire Native İstanbul Kozm. Ür. Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.instagram.com/lieracturkiye adresli sosyal medya hesabında yer alan “Lierac Sebologie Serisi” isimli ürünlere ilişkin yer alan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 09.07.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com/lieracturkiye adresli sosyal medya hesabının 09.07.2021 tarihli görünümünde *“Arınmış bir cilt için ideal reçete nedir? Tabii ki Sebologie serisi! Sabah ve Akşam: Ciltteki pürüzleri gidermek ve cilt dokusunu yeniden onarmak için 24 saat yoğun tedavi yapan Gece & Gündüz Konsantresi..”* ifadelerine, söz konusu sosyal medya hesabının ana sayfasında “*1975’te kurulan LIERAC Laboratuvarları cilt bozuklukları ve yaşlanmasındaki uzmanlığı ile vazgeçilmez bir cilt bakım markası yarattı.”* ifadesine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda,www.instagram.com/lieracturkiye adresli sosyal medya hesabının 09.07.2021 tarihli görünümünde *“Arınmış bir cilt için ideal reçete nedir? Tabii ki Sebologie serisi! Sabah ve Akşam: Ciltteki pürüzleri gidermek ve cilt dokusunu yeniden onarmak için 24 saat yoğun tedavi yapan Gece & Gündüz Konsantresi..”* 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;

Söz konusu sosyal medya hesabının ana sayfasında “*1975’te kurulan LIERAC Laboratuvarları cilt bozuklukları ve yaşlanmasındaki uzmanlığı ile vazgeçilmez bir cilt bakım markası yarattı.”* ifadesi ile ürünlerin beşeri tıbbi ürün olduğu ve cilt bozukluklarını tedavi ettiği algısı yaratılarak tüketicilerin yanıltıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Kozmetik Yönetmeliği’nin 4 ve 10 uncu maddeleri,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**23)**

**Dosya No: 2021/2215**

**Şikayet Edilen: Lilafix Kozmetik Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Sea Color” isimli saç boyasına ilişkin youtube kanalında yayınlanan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 02.07.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.youtube.com/watch?v=omTKFOkm8PI adresli, “Lila Cosmetics Group” isimli youtube kanalında yayınlanan reklam filminde *“Dünyada milyonlarca kadının tercihi Sea Color”* ifadesine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, söz konusu reklamlarda yer alan *“Dünyada milyonlarca kadının tercihi Sea Color”* ifadesinin Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin “İspat külfeti” başlıklı 9 uncu maddesinde yer alan esaslar çerçevesinde ispatlandığı kanaatine varıldığından, söz konusu reklamların ilgili mevzuat hükümlerine ve 6502 sayılı Kanunun 61 inci maddesine **aykırı olmadığına** karar verilmiştir.

**24)**

**Dosya No: 2021/2297**

**Şikayet Edilen: Alya İnov. Temizlik Mad. Hay. Gıda İnş. San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Dasty Yağ Sökücü” isimli temizlik ürünlerine ilişkin çeşitli mecralarda yayınlanan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 15.06.2021

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon, İnternet

**Tespitler:** Dasty Yağ Sökücü isimli ürüne ilişkin çeşitli televizyon kanallarında yayınlanan reklam filminde; *“Neden başka ürün arıyorsunuz?* *Dasty en iyi çözüm. Her türlü kir için etkili tek yağ çözücü. Dasty yağ çözücü. Orijinal ürün, taklitlerinden sakının. Quality Made in Italy Özel DASTY formülü, modern yağ sökücünün en gelişmiş ürünüdür. Segmentinin en tecrübeli üreticilerinden olan DASTY markası. Dasty en iyi çözüm. Her türlü kir için etkili tek yağ sökücü. Dasty Yağ Sökücü orijinal ürün. Made in Italy.”* ifadelerinin, alt bant tanıtımlarında yer alan; *“30 yıldır temizlikte güçlü kadro”* ifadesinin, Dasty.Türkiye isimli youtube kanalının 15.06.2021 tarihli görünümünde yer alan *“Lekelerin çözümü”* ifadesinin ve www.alya-grup.com adresli internet sitesinin 15.06.2021 tarihli görünümünde yer alan *“Kalıcı lekelere karşı kalıcı temizlik. Yağ Çözücü: Özel DASTY formülü, modern yağ sökücünün en gelişmiş ürünüdür. 45 yıllık AR-GE geçmişi ile bu ürün segmentinin en tecrübeli üreticilerinden olan DASTY markası, birçok ülkede satılmaktadır ve özellikle Batı Avrupa’da çok başarılıdır. Güçlü yağ sökme yeteneği için kullanım alanlar: fırın ve ocaklarda, mutfak tezgahları tencereler, ızgaralar mutfak dolaplarında aspiratörlerde, halı lekelerinde, deri ve kumaş koltuk temizliğinde, gömlek yakaları ve manşetlerinde, elbise lekelerinde, pimapen temizliğinde silinebilir duvarlarda ayrıca kızartma tavalarında, buzdolaplarında, sebze doğrama makinalarında, kahve makinalarında, mangal ve ızgaralarda, bahçe araç ve gereçlerinde, zemin kaplamalarında, garaj ve fabrika zeminlerinde, zincirlerde, araç iç döşeme, tavan ve jantlarında, silah temizliğinde, panjurlar, bisikletler, motorlar, karavan ve yat temizliğinde. Mürekkep lekelerinde, hayvansal, bitkisel ve mineral yağ lekelerinde, sos lekelerinde, çikolata lekelerinde, mayonez lekelerinde ve ruj lekelerinde ”* ifadelerine,

Televizyon kanallarında yer verilen alt bant tanıtımlarında *“Gücü renginde değil isminde”* ifadesi ve Dasty.Türkiye isimli youtube kanalının 15.06.2021 tarihli görünümünde *“Her sarı renkli ürün DASTY değildir, Taklitlerinden sakının.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda,“Dasty Yağ Sökücü” isimli ürüne ilişkin yayınlanan reklamlarda *“Neden başka ürün arıyorsunuz?* (diğer temizlik ürünü yerine Dasty şişesi konuluyor ve onunla yüzeyler temizleniyor) *Dasty en iyi çözüm. Her türlü kir için etkili tek yağ çözücü. Dasty yağ çözücü. Orijinal ürün, taklitlerinden sakının”* ifadelerine yer verilerek diğer temizlik ürünlerinin kenara itilmesinin, otemizlik ürünlerini kötüleyerek itibarsızlaştırdığı, Dasty nin diğer temizlik ürünlerinden üstünolduğu algısı yarattığı ve karşılaştırmalı reklam hükümlerine aykırılık teşkil ettiği,

Bununla birlikte, söz konusu reklamlarda yer alan *"Her türlü kir için etkili tek yağ çözücü."* ifadesi ile piyasada aynı amaç için kullanılan çok sayıda yağ çözücü ürün olmasına karşıntüketiciler nezdinde *sadece* Dasty Yağ Sökücünün her türlü kirin giderilmesi için kullanılan birürün olduğu algısı yaratıldığı ve tüketicilerin yanıltıldığı,

Son olarak televizyon kanallarında alt bant tanıtımlarında yer verilen *“Gücü renginde değil isminde”* ifadesi ve Dasty.Türkiye isimli youtube kanalının 15.06.2021 tarihli görünümünde yer verilen *“Her sarı renkli ürün DASTY değildir, Taklitlerinden sakının.”* ifadeleri ile rakip firmanın “SarıGüç” ifadesi işaret edilerek kötülendiği, bu durumun haksız rekabete yol açtığı ve ilgili mevzuathükümlerine aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Alya İnov. Temizlik Mad. Hay. Gıda İnş. San. ve Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**25)**

**Dosya No: 2020/2432**

**Şikayet Edilen:** **İnova İnteraktif Telemarket Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://fibokrem-tr.com adresli internet sitesinde yer alan “Fibo Cream Rahatlatıcı Masaj Kremi” isimli ürün tanıtımları

**Reklam Yayın Tarihi:** 25.12.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://fibokrem-tr.com/setmobile/index.php?set adresli internet sitesinin 25.12.2020 tarihli görünümünde yer alan “Fibo Cream Rahatlatıcı Masaj Kremi” isimli ürün tanıtımlarında; *“30 saniyede tüm kas ve eklem ağrılarını durdurun. (…)Anında Onarıcı + Tedavi Edici. Yeni nesil ağrı tedavi kremi. (…)uygulanan bölgedeki tüm ağrı sızı saniyeler içerisinde son bulur. Ayrıca düzenli kullanımda kıkırdak ve eklemlerde kök hücre tedavisi (hücre yenileme) yaparak kronik ağrıları da tamamen tedavi eder. (…)Uygulanan bölgede 30 saniyede ağrıları tamamen nötr hale getirir. Düzenli kullanımda kıkırdak ve eklemleri onarır ve yeniler. Uygulanan bölgedeki şişlikleri kısa süre içinde tedavi eder. Hücresel etki ile kronik ağrıları %99’a kadar tedavi eder.(…)doğal kök hücre tedavisi için geliştirilmiştir.(…)hücresel düzeyde kalıcı onarım ve tedavi etkisi gösterir.(…)Kalıcı tedavide 4x kat daha hızlı ve etkili. (…)Dünyanın en etkili ağrı ve eklem kremlerinden Fibo Cream romatizmadan fıtığa eklem rahatsızlıklarından artrite kadar tüm sorunlarda hızlı tedavi etkisi ile yanınızda.(…)+Diz eklemlerinin osteoartriti +Artrit-Eklem iltihabı (…)+Radikülit ve osteokondroz (…)olan tüm bölgelerde Fibo Cream’i güvenle kullanıp hızlı ve etkili tedavi edebilirsiniz!(…)Kıkırdak Yenilenmesi %73. Kemik Eklem İyileşmesi %97. Yara, Ağrı İyileşmesi %95.*(…) *Türkiye’nin kullanıcı memnuniyeti en yüksek 1 numaralı formülü(…)Fibo ağrı tedavi kremi kullananların %97,8’i etrafındakilere tavsiye ediyor.(…)Patentli(…)Ortopedi uzmanlarının tavsiyesi (…)%100 doğal formül(…)Yapılan klinik testlerde tam not alan Fibo Cream ultra etkili formülü uluslararası kalite ödülünü almıştır.(…)Bakanlık Onaylı Tedavi Ürünü”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Bununla birlikte, inceleme konusu tanıtımlarda yer alan *“Türkiye’nin kullanıcı memnuniyeti en yüksek 1 numaralı formülü”*, *“Fibo ağrı tedavi kremi kullananların %97,8’i etrafındakilere tavsiye ediyor.”*, *“Patentli”*, *“Ortopedi uzmanlarının tavsiyesi”*, *“%100 doğal formül”*, *“Yapılan klinik testlerde tam not alan Fibo Cream ultra etkili formülü uluslararası kalite ödülünü almıştır.”* iddialarının ispat edilmediği, diğer taraftan söz konusu tanıtımlarda *“Bakanlık Onaylı Tedavi Ürünü”* ifadesine yer verilerek anılan ürünün tüm etkileri ve sonuçları ile Bakanlık tarafından onaylandığı algısı yaratıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Kozmetik Yönetmeliği’nin 4 ve 10 uncu maddeleri,

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmelik’in 4/c, 5/1-a, 5/1-b, 5/1-c, 5/1-ç, 5/1-d, 5/1-g ve 7/1 maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **İnova İnteraktif Telemarket Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **104.781 TL (Yüzdörtbinyediyüzseksenbir Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**26)**

**Dosya No: 2021/1913**

**Şikayet Edilen:** **Mima Mağazacılık ve Kozmetik Ürünleri Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.trendyol.com adresli internet sitesinde yer alan “Missha Sivilce Kurutucu Şeffaf Bant” isimli ürün tanıtımları

**Reklam Yayın Tarihi:** 08.07.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.trendyol.com/missha/sivilce-kurutucu-seffaf-bant-1ad-speedy-solution -anti-trouble-patch-p-4050150 adresli internet sitesinin 08.07.2021 tarihli görünümünde yer alan “Missha Sivilce Kurutucu Şeffaf Bant”isimli ürün tanıtımlarında; *“(...) -Salisilk asit ve çay ağacı yağı içeriğiyle bölgesel cilt endişelerini hızlı bir şekilde yatıştırmaya**yardımcı olur, KİMLER KULLANMALI: Sivilceli ciltler (…)problemli bölgeyi hızla iyileştirip rahatlatmaya yardımcı olur”*şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Kozmetik Yönetmeliği’nin 4 ve 10 uncu maddeleri,

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmelik’in 4/c, 5/1-a, 5/1-b, 5/1-c, 5/1-ç, 5/1-d ve 7/1 maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**27)**

**Dosya No: 2021/1950**

**Şikayet Edilen:** **Sc Grup Itriyat Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.trendyol.com ve www.hepsiburada.com adresli internet sitelerinde yer alan “Simple Care Sivilce Kremi” isimli ürün tanıtımları

**Reklam Yayın Tarihi:** 29.06.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.trendyol.com/simple-care/sivilce-kremi-50-ml-p-56795583 ve www.hepsiburada.com/simple-care-sivilce-kremi-50ml-p-HBV000019SIAX adresli internet sitelerinin 29.06.2021 tarihli görünümlerinde; *“Simple Care Sivilce Kremi(...)Hem uygun fiyatlı hem de etkili ve doğal bir yöntem arıyorsanız simple care sivilce kremini deneyebilirsiniz. Güçlü arındırıcı etkisi ile sivilceler ve sivilce lekeleri ile savaşır.*” şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Kozmetik Yönetmeliği’nin 4 ve 10 uncu maddeleri,

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmelik’in 4/c, 5/1-a, 5/1-b, 5/1-c, 5/1-ç, 5/1-d ve 7/1 maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**28)**

**Dosya No: 2021/2120**

**Şikayet Edilen:** **Osman KABA**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 19.08.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.instagram.com/roxewella/ adresli internet sitesinin 19.08.2021 tarihli görünümünde yer alan;

“Roxawella Cilt Bakım Jeli For Clean Skin” isimli ürün tanıtımlarında *“Ölü Deri, Siyah Nokta, Sivilce, Akne ve Cilt Yağlanmalarını Yok Eder.(…)Antibakteriyel Özelliği Sayesinde Anında Etki Eder. İlk Kullanımdan İtibaren Gözle Görülür sonuç alırsınız.(…)Akne ve Lekeleri Silen(…)Akneleri tedavi eder(…)”* şeklinde,

“Roxawella Cilt Beyazlatıcı ve Leke Giderici Krem” isimli ürün tanıtımlarında; *“Yüz koltuk altı dirsek genital bölge tüm vücudunuz da oluşan, doğum lekesi, güneş lekesi, güneş kaynaklı çiller ve kararmaların giderilmesinde etkilidir. Düzenli kullanımda 5 tona kadar beyazlatıcı etkisi mevcuttur. (…)Lekeleri Yok Et(…)1 ayda kalıcı beyazlık(…)1 ayda 5 ton kalıcı beyazlık(…)”* şeklinde ifadelere yer verildiği,

Bununla birlikte, https://www.instagram.com/roxewella/ adresli internet sitesinde hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerinin paylaşıldığı,

Ayrıca, https://www.instagram.com/p/CScVNITgczZ/ adresli internet sayfasında *“Jeli sürün. 10 saniye bekleyin. 1 dakika masaj yapın. Sonra silin veya yıkayın.”* şeklinde ifadeler ile “Roxawella Cilt Bakım Jeli For Clean Skin” isimli ürünün kullanım öncesi ve sonrasına ait videonun paylaşıldığı

https://roxewella.com/ adresli internet sitesinin 19.08.2021 tarihli görünümünde yer alan “Roxawella Cilt Beyazlatıcı ve Leke Giderici Krem” isimli ürün tanıtımlarında; *“Lekeleri yok et”* şeklinde, “Roxawella Cilt Bakım Jeli For Clean Skin” isimli ürün tanıtımlarında *“Ölü deri, siyah nokta ve cilt yaşlanmalarına son! %100 etkili”* şeklinde,

https://www.trendyol.com/roxewella/beyazlatici-leke-giderici-p-94106105 adresli internet sitesinin 19.08.2021 tarihli görünümünde; *“ROXEWELLA Beyazlatıcı & Leke Giderici. Cildi anlık olarak beyazlatarak düzenli kullanımda kalıcı bir beyazlık saglar. Lekeleri düzenli kullanımda geçirir.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, https://www.trendyol.com/ roxewella/beyazlatici-leke-giderici-p-94106105 adresli internet sitesinin 19.08.2021 tarihli görünümünde; *“ROXEWELLA Beyazlatıcı & Leke Giderici. Cildi anlık olarak beyazlatarak düzenli kullanımda kalıcı bir beyazlık sağlar. Lekeleri düzenli kullanımda geçirir.”* şeklinde ifadelere yer verildiği,

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

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Kozmetik Yönetmeliği’nin 4 ve 10 uncu maddeleri,

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmelik’in 4/c, 5/1-a, 5/1-b, 5/1-c, 5/1-ç, 5/1-d ve 7/1 maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**29)**

**Dosya No: 2021/2244**

**Şikayet Edilen:** **Heprix Teknoloji Sanayi ve Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.trendyol.com adresli internet sitesinde yer alan “Dermatech 30 Spf Leke Kremi” isimli kozmetik ürün tanıtımları

**Reklam Yayın Tarihi:** 19.08.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.trendyol.com/dermatech/30-spf-leke-kremi-gunes-sivilce-hamilelik-ve-yaslilik- lekeleri-icin-p-57660253?boutiqueId=573279&merchantId=125907 adresli internet sitesinin 19.08.2021 tarihli görünümünde yer alan “Dermatech 30 Spf Leke Kremi” isimli ürün tanıtımlarında; *“Güneş, Sivilce, Hamilelik ve Yaşlılık Lekeleri Için.(…) Güneş lekesi, sivilce lekesi, hamilelikten kaynaklı lekeler, yaşlılık lekeleri çoğu kişinin karşılaştığı sorunlardır. Dermatech 30 SPF Leke Kremi ile cilt renginizi dengeler ve lekelerinizden arınmanıza yardımcı olur. (…)Hentowhite AF Cilt lekelerinin tedavisi ve cilt beyazlatma tedavisinde mükemmel bir içeriktir.(…)Cilt beyazlatıcı, yaşlılık lekelerinin tedavisi, foto yaşlanma karşıtı, aydınlatıcı ve parlatıcı yüz, vücut, koltuk altı, bikini bölgesinde etkin cilt bakımı sunar(…)”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Kozmetik Yönetmeliği’nin 4 ve 10 uncu maddeleri,

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmelik’in 4/c, 5/1-a, 5/1-b, 5/1-c, 5/1-ç, 5/1-d ve 7/1 maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**30)**

**Dosya No: 2021/2289**

**Şikayet Edilen:** **Rebamed Medikal Kozmetik Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.instagram.com/vionine/ ve https://vionine.com adresli internet sitelerinde yer alan muhtelif kozmetik ürün tanıtımları

**Reklam Yayın Tarihi:** 18.08.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.instagram.com/vionine/ adresli internet sitesinin 18.08.2021 tarihli görünümünde yer alan;

“Rafine Arı Zehirli Onarıcı Maske” isimli ürün tanıtımlarında; *“Rafine Arı Zehri; kolajen ve elastin üretimini artıran ve cildi uyaran "melittin" özelliği ile hasarlı cilt hücrelerinin iyileşmesini hızlandırırken(…)”* şeklinde,

“Isoi Acni Dr. 1st Speedy Spot Serum” isimli ürün tanıtımlarında; *“(…) problemli bölgeye uygulanarak akneleri hızlıca kuruturken(…)Sivilcelere hızlı etki eden, sakinleştirici bölgesel bir serum arıyorsanız, karşınızda(…)Sorunlu alanları hedefleyen, aknenin hızlı ve etkili bir şekilde giderilmesine yardımcı olurken, cildi yatıştıran ve leke gidermeye yardımcı bir serumdur.”* şeklinde,

https://vionine.com adresli internet sitesinin 18.08.2021 tarihli görünümünde yer alan “Acni Dr. 1st Control Essence” isimli ürün tanıtımlarında; *“Kontrol Essence ile aknelerinizi kontrol altına alırken(…)gözenekleri tıkamadan akne sorununun giderilmesine destek olur. Akne ve cilt sorunları yüzünden oluşan hassasiyetin ve lekelerin giderilmesine yardımcı olur.(…)Beyaz Söğüt Yaprağı Özü: (…)İçerisindeki doğal BHA olan salisin sayesinde akne ve siyah noktalar üzerinde etkilidir. Centella Asiatica: Antioksidandır.(…) Aknelerin daha hızlı iyileşmesine yardımcı olurken, kolajen sentezini desteklediği için lekelerin daha hızlı geçmesine yardımcı olur.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Kozmetik Yönetmeliği’nin 4 ve 10 uncu maddeleri,

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmelik’in 4/c, 5/1-a, 5/1-b, 5/1-c, 5/1-ç, 5/1-d ve 7/1 maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**31)**

**Dosya No: 2021/2335**

**Şikayet Edilen:** **Sephora Kozmetik A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.sephora.com.tr/ adresli internet sitesine ilişkin olarak “Google” arama sayfasında yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 19.08.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Google arama motoru üzerinden yapılan 19.08.2021 tarihli arama sonuçlarında yer alan https://www.sephora.com.tr/endiseye-gore-akne/ adresli internet sitesine ait başlıkta;*“Sivilce Kremi ve Akne Kremi Çeşitleri | Sephora. Dünyaca ünlü kozmetik markalarının Sivilce Kremi ve Akne Tedavisi ürünleri Sephora'nın eğlenceli ve renkli dünyasında sizleri bekliyor.”*ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Kozmetik Yönetmeliği’nin 4 ve 10 uncu maddeleri,

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmelik’in 4/c, 5/1-a, 5/1-b, 5/1-c, 5/1-ç, 5/1-d ve 7/1 maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**32)**

**Dosya No: 2021/2339**

**Şikayet Edilen:** **Emel ÇAYLAK**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.trendyol.com adresli internet sitesinde yer alan “Any Klaen Platinium Series EML5” isimli ürün tanıtımları

**Reklam Yayın Tarihi:** 27.07.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.trendyol.com/any-klaen/platinium-series-p-84241722 adresli internet sitesinin 27.07.2021 tarihli görünümünde yer alan tanıtımlarda;*“Saçların anajen, katajen ve telogen yapısına etki ederek bir ay gibi kısa sürede 6 cm’ye kadar uzamasını sağlamakla beraber saç dökülmesini ve kepek oluşumunu %99’a kadar engeller. Özellikle işlem görmüş (yoğun ısı, oriel, boya vb.) saçların toparlanmasında %100’e kadar etkilidir. (…)Ürünümüz saç dökülmesini önleyerek, saçların hacimlenmesine, dolgunlaşmasına, ince saç tellerinin kalınlaşmasına ve saç köklerin canlandırıp yeni saçların çıkmasına yardımcı olur ve kepeği önler. Düzenli kullanımda, saç uzama hızında çok büyük artış sağlar.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Kozmetik Yönetmeliği’nin 4 ve 10 uncu maddeleri,

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmelik’in 4/c, 5/1-a, 5/1-b, 5/1-c, 5/1-ç, 5/1-d ve 7/1 maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**33)**

**Dosya No: 2021/2342**

**Şikayet Edilen:** **Çiğdem KUYUMCU**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 27.07.2021, 09.08.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.instagram.com/p/CRyz6vlKnWg/ adresli internet sitesinin 27.07.2021 tarihli görünümünde yer alan “Chiplesanty Aha+Bha Peeling Etkili Cilt Temizleme Solüsyonu” isimli ürün tanıtımlarında; *“#tedavi (…)#vücuttanödematmak #kandolaşımı#hücreler”* şeklinde,

https://www.instagram.com/p/CQvq-aOrZuG/ adresli internet sitesinin 09.08.2021 tarihli görünümünde yer alan “Chiplesanty Aha+Bha Peeling Etkili Cilt Temizleme Solüsyonu” isimli ürün tanıtımlarında; *“Hyalüronik asit içeren ürünler; cilt yüzeyine uygulandığında kırışıklık, kızarıklık ve dermatit ile savaşabilecek kadar kuvvetli”* şeklinde,

https://www.instagram.com/p/CQdzB6lLg9N/ adresli internet sitesinin 09.08.2021 tarihli görünümünde yer alan “Chiplesanty C Vitamini Serumu” isimli ürün tanıtımlarında; *“Kolajen üretimini destekler.(…)leke tedavisinde kullanılır. Ürünlerimiz Sağlık Bakanlığı onaylı, ÜTV kayıtlıdır. Dermatolojik olarak test edilmiştir.”* şeklinde,

https://www.trendyol.com/chiplesanty/vitamin-c-cilt-onarici-leke-giderici-genclik-serumu-p-48748744?boutiqueId=573279&merchantId=221606 adresli internet sitesinin 09.08.2021 tarihli görünümünde yer alan “Chiplesanty C Vitamini Serumu” isimli ürün tanıtımlarında; *“Chiplesanty Vitamin -C Cilt Onarıcı Leke Giderici Gençlik Serumu(…)ve Leke sorununu giderek gerçek bir Antioksidan görevi gören ve bu sayede cilt tonunu kusursuz şekilde eşitler. Özellikleri: -Cilt leke giderici.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Bununla birlikte, söz konusu tanıtımlarda yer alan *“Dermotolojik olarak test edilmiştir.”* iddiasının ispatlanamadığı, diğer taraftan inceleme konusu tanıtımlarda *“Sağlık Bakanlığı Onaylı”*ifadesine yer verilerek söz konusu ürünlerin tüm etkileri ve sonuçları ile Bakanlık tarafından onaylandığı algısı oluşturularak satışının yapıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Kozmetik Yönetmeliği’nin 4 ve 10 uncu maddeleri,

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmelik’in 4/c, 5/1-a, 5/1-b, 5/1-c, 5/1-ç, 5/1-d, 5/1-g ve 7/1 maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**34)**

**Dosya No: 2021/2343**

**Şikayet Edilen:** **Mustafa GÜNER**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://maxgreen.com.tr/ ve https://www.instagram.com/maxgreen evimde/ adresli internet sitelerinde yer alan “Max Green Clean Bitkisel Bulaşık Makinesi Tableti”isimli ürün tanıtımları

**Reklam Yayın Tarihi:** 06.08.2021, 09.08.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://maxgreen.com.tr/ adresli internet sitesinin 06.08.2021 tarihli görünümünde;

*“%100 Bitkisel. Kokusuz. Oksijen etkisi. Parlatıcı etki. Sertifikalı. (…)Ailenizi nasıl koruyoruz? %0 Paraben Fosfat Parfüm Gluten. Boya Sles GDO Klor Yok. (…)Hayvanlar üzerinde test edilmemiştir. Hypoallergenic testi yapılmıştır. (…)*

*Max Green Clean Bitkisel Bulaşık Makinesi Tableti tamamen organik olup içerisinde SLES, Paraben, Fosfat, Klor, Amonyak vb. maddeleri kesinlikle içermez. İnatçı yağları ve lekeleri sorunsuz şekilde temizler. Limon etkisi sayesinde bulaşık makinenizi ve bulaşıklarınızı tamamen kokusuz temizlersiniz. İçeriği %100 doğal ve ekolojik bileşenlerden oluşur. HypoAllergenic sertifikasına sahiptir. Bulaşıklarınızda etkili formülü sayesinde parlak temizlik sağlar. Max Green Clean ailenize, hayvanlara, çevreye zarar vermez. (…)Max Green Ekolojik Bulaşık Tableti Ailenizi Korur! İçerisinde bulunan bitkisel ve organik bileşenler ile bulaşıklarınızı doğal yapısıyla temizler. (…)*

*Max Green Clean Bitkisel Bulaşık Makinesi Tableti 2021 yılında kurulumunu tamamlamış, Güner Organik tarafından üretimi ve satışı yapılan %100 Ekolojik bir bulaşık tabletidir. Bu tablet, bulaşıkları özel formülü sayesinde derinlemesine temizleyerek, bulaşıklarınızın kokusuz olmasını ve parıldamasını sağlar. Bu bulaşık tableti hayvanlar üzerinde test edilmeden üretilmiştir. Ailenize, hayvanlara ve doğaya tamamen zararsızdır. Özel formülündeki 5li etki sayesinde bulaşıklarınızı son derece iyi temizlemektedir.*

*Tamamen doğal olan bu bulaşık tableti HypoAllergenic testine sahiptir. Hiç bir hayvan üzerinde test yapılmadan üretimi yapılmıştır. Tamamen doğa, insan ve hayvan dostu olan Max Green Clean Bitkisel Bulaşık Tableti bütün bu eşsiz özellikleri kendisinde bulunduran bir bulaşık tabletidir. (…)”* şeklinde,

Anılan internet sitesinin 09.08.2021 tarihli görünümünde; “*Bir Ürünün Bitkisel Olduğu Nasıl Kanıtlanır? Vegan ya da vejetaryen terimlerinin gereği gibi üretimin gerçekleşip gerçekleşmediğini denetleyip tescilleyen, kontrol altına alan ve bu kültüre güven veren faaliyet ve bu faaliyetin sertifikasına “Vegan-Vejetaryen Belgesi” denir. Kimyasal, hayvansal ürünler kullanmadan tamamen bitkilerden ve doğadan gücümüzü alıyoruz. Böylelikle derinlemesine temizleyerek parlak bulaşıklar sağlıyoruz.*

*HypoAllergenic Test Nedir? HypoAllergenic test uygulaması birçok örnek test altına alınarak, belli koşullar altında uygulanan, ürünlere insanlar üzerinde alerjik test etkilerini belirleyen testtir. HypoAllergenic test %0 oranında alerjik değildir demek doğru değildir. Çünkü milyonlarca insan üzerinde tamamen alerjik ürün yapılması pek mümkün değildir. Çünkü çok sayıda alerji çeşidi bulunmaktadır. Bu test alerji yapma oranı çok düşük anlamında kullanılır. Yani Max Green Clean Bitkisel Bulaşık Makinesi tabletinin alerji yapma oranı oldukça düşüktür ve bu labaratuvar ortamında kanıtlanmıştır. Bizimle iletişime geçerek, HypoAllergenic test raporunu isteyebilirsiniz. (…)Max Green Clean Bitkisel ve Ekolojik Bulaşık Tableti'ni özet olarak anlatmak gerekirsek, tamamen doğal yöntemler ile üretilen, bu konuda kanıtlayıcı sertifikalara sahip olan, derinlemesine temizliğin yanında parlak bulaşıklar sağlayan, insan, hayvan ve doğa dostu bir bulaşık tabletidir.”*

https://www.instagram.com/maxgreenevimde/ adresli internet sitesinin 06.08.2021 tarihli görünümünde;

*“Artık kimyasal kokusu almayacaksınız! Max Green Clean tamamen bitkisel özlü formülü sayesinde bulaşıklarınızı derinlemesine temizler. Bileşenlerine kimyasal veya insan sağlığına zararlı hiç bir madde yoktur. Doğada çözünebilir ve tamamen bitkisel olduğundan doğaya zararsızdır. Bulaşıklarınızı tamamen kokusuz temizler.(…)*

*Ne içtiği kadar ne ile içtiği de önemli. Max Green Clean ile bebek biberonu dahil tüm bulaşıkları gönül rahatlığı ile yıkayabilirsiniz. Max Green Clean bitkisel formülü ile derinlemesine temizlik sağlarken, bebeğini korur.(…)*

*Bebeğinizin bulaşıklarını doğanın gücüyle temizleyin. Max Green Clean ile bebeğinizin bulaşıklarını alerjik testleri yapılmış, bitkisel bulaşık makinesi tableti ile yıkayın. Onu kimyasallardan bitkisel formüllü Max Green Clean ile koruyun. (…)*

*Bebeğiniz güvende olsun diye. Bitkisel ve Doğal. Max Green Clean %100 bitkisel bir bulaşık makinesi tableti olduğundan bebekleri ve ailenizi korur. (…)*

*Max Green Clean ile bulaşıklarınızı bitkisel özel formülle temizlersiniz. Hem ailenizi hem de kendinizi kimyasal tabletlerin zararlı etkilerinden koruyabilirsiniz.”*şeklinde ifadelerle birlikte bebek ve küçük çocuk görsellerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; söz konusu tanıtımlarda “Max Green Clean Bitkisel Bulaşık Makinesi Tableti”isimli ürüne ilişkin yer verilen; *“%100 Bitkisel”*, *“Kokusuz”*, *“Tamamen organik”*, *“Doğada çözünebilir”* ve *“Vegan”* olduğu, *“%100 doğal ve ekolojik bileşenlerden oluştuğu”*, *“Paraben, Fosfat, Parfüm, Gluten Boya Sles, GDO, Klor, Amonyak”* içermediği ve *“Hayvansal ve kimyasal içeriklerinin olmadığı”*, *“Hayvanlar üzerinde test edilmediği”* ve *“Hypoallergenic testi bulunduğu”* iddialarının Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin “İspat külfeti” başlıklı 9 uncu maddesinde yer alan esaslar çerçevesinde ispatlanamadığı,

Diğer taraftan, inceleme konusu tanıtımlarda yer alan *“Hem ailenizi hem de kendinizi kimyasal tabletlerin zararlı etkilerinden koruyabilirsiniz.(...)Ailenizi kimyasalların zararlı etkisinden korumak için üretildi.(…)Artık kimyasal kokusu almayacaksınız!(…)Onu kimyasallardan bitkisel formüllü Max Green Clean ile koruyun. (…)Bebeğiniz güvende olsun diye.”* şeklinde ifadelere yer verilmek suretiyle, piyasada bulunan diğer ürünlerin zararlı kimyasal içerdiği algısı yaratılarak kötülendiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**35)**

**Dosya No: 2021/2363**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** https://kozmetik.avon.com.tr/ adresli internet sitesinde yer alan “Türkiye’nin 1 Numaralı Doğrudan Satış Markası” ibareli tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 28.07.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://kozmetik.avon.com.tr/hakkimizda adresli internet sitesinin 28.07.2021 tarihli görünümünde; *“Türkiye’nin 1 numaralı Doğrudan Satış Markası olan AVON\* ayrıca, eğitim olanaklarından, sosyal sorumluluk projelerinde yer alma fırsatına kadar birçok alanda kadınlara destek vererek onların yanında yer alıyor. (…)\*Euromonitor International Limited; Retailing 2017 edition, Doğrudan Satış tanımlarına göre, ana şirket (GBO) perakende ciro bazında”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; söz konusu tanıtımlarda yer alan *‘Türkiye’nin 1 Numaralı Doğrudan Satış Markası’* ifadesinin bağımsız araştırma ve değerlendirme kuruluşu “Euromonitor International” raporuna dayandığı, ancak anılan rapor doğrultusunda söz konusu iddianın 24 Kasım 2020 tarihine kadar kullanılabileceği, dolayısıyla 2021 yılında yayınlanan tanıtımlarda kullanılmasının tüketicileri yanıltıcı olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**36)**

**Dosya No: 2021/2366**

**Şikayet Edilen:** **Rc Kozmetik İnteraktif Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.trendyol.com adresli internet sitesinde yer alan “Üçlü Serum Paketi” isimli ürün tanıtımları

**Reklam Yayın Tarihi:** 06.08.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.trendyol.com/rc-cosmetics/uclu-serum-paketi-kolajen-c-vitamini-sivilce-akne-ve-catlak-serumu-p-108367293 adresli internet sitesinin 06.08.2021 tarihli görünümünde yer alan “Phyto Matrix Cilt Serumu”, “Collagen Beuty Serum” ve “Serum Pure Vitamin C” isimli ürün tanıtımlarında; *“Üçlü Serum Paketi (Kolajen- C Vitamini - Sivilce, Akne ve Çatlak Serumu)(…)PHYTO MATRİX SİVİLCE KIRIŞIKLIK LEKE SİYAH NOKTA VE MORLUKLARIN giderilmesinde etkilidir. 4 haftada kesin sonuç. Yüz çevresindeki kırışıklıkları azaltır. Cilt, güneş ve çil lekelerini giderir. Gözaltı torbalarını yok eder. (…)Aynı zamanda anti aging (yaşlanma karşıtı) etki sağlayarak oluşmuş kırışıklıkları azaltır ve yeni kırışıklıkların oluşumunu önler.(…)Tüm Ürünlerimiz Dermatolojik Olarak Test Edilmiştir”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Kozmetik Yönetmeliği’nin 4 ve 10 uncu maddeleri,

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmelik’in 4/c, 5/1-a, 5/1-b, 5/1-c, 5/1-ç, 5/1-d ve 7/1 maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**37)**

**Dosya No: 2021/3684**

**Şikayet Edilen:** **Nilpa Kozmetik, Parfümeri, Itriyat Güzellik Hizmetleri San. Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.n11.com adresli internet sitesinde yer alan “Dermaderm Bitkisel Sivilce Kremi” isimli ürün tanıtımları

**Reklam Yayın Tarihi:** 06.08.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://urun.n11.com/akne-sivilce-gozenek/dermaderm-sivilce-ve-siyah-nokta-kremi-100gr- P315393122 adresli internet sitesinin 06.08.2021 tarihli görünümünde yer alan tanıtımlarda; *“DERMADERM SİVİLCE GİDERİCİ BİTKİSEL KREM 100GR. (…)Dermaderm Bitki Özlü Sivilce Kremi içeriğinde bulunan ve doğanın ürettiği en güçlü antibakteriyel olan çay ağacı özü sayesinde sivilcelere neden olan bakteri ve mikroplara karşı savaşır. (…). Sivilce oluşumunu içten kurutarak ciltte leke oluşumunu engeller. Dermaderm Bitki Özlü sivilce kremi hızlı etkilidir, zira ilk kullanımdan sonra hemen etkisini gösterir.(…)glikoz ve türevi yapay şekerden üretilmiş içecekler sivilce oluşumunu tetikler bu nedenle tedavi süresinde kesinlikle tüketilmemelidir.”*şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Kozmetik Yönetmeliği’nin 4 ve 10 uncu maddeleri,

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmelik’in 4/c, 5/1-a, 5/1-b, 5/1-c, 5/1-ç, 5/1-d ve 7/1 maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**38)**

**Dosya No: 2021/3689**

**Şikayet Edilen:** **Sarıçanta Elektronik Hizmetler İthalat İhracat Pazarlama Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.instagram.com/sensatiabotanicals.tr/ adresli internet sitesinde yer alan ve www.trendyol.com adresli internet sitesinde “Sarı Çanta Ltd” mağaza adı ile satışa sunulan “Sensatia Botanicals” isimli ürün tanıtımları

**Reklam Yayın Tarihi:** 06.08.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.trendyol.com/sensatia-botanicals/cay-agaci-ve-limon-sivilce-tedavisi-20-ml-p-111276702?boutiqueId=61&merchantId=271211 adresli internet sitesinin 06.08.2021 tarihli görünümünde yer alan tanıtımlarda; *“Sensatia Botanicals Çay Ağacı ve Limon Sivilce Tedavisi. (…)Antibakteriyel özelliğe sahiptir (…)%100 Doğal.Hayvanlar üzerinde test edilmemiştir”* şeklinde, https://www.instagram.com/p/CSG4S16K4lE/ adresli internet sitesinin 06.08.2021 tarihli görünümünde; *“Çay Ağacı ve Limon Sivilce Tedavisi ürünümüzün yeni formülü(…)#sivilcetedavisi #sivilcelereson#sivilcelekesi #sivilcelerdenkurtulun”*şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, Kozmetik Mevzuatına tabi bulunan tüm kozmetik ürünlerin, insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve etkileri geçici olan ürünler olması gerektiği; bu bağlamda inceleme konusu tanıtımlarda yer alan tedaviye yönelik ve endikasyon belirten ifadelerin ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği; ayrıca şayet anılan ürünler söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “kozmetik ürün” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilmesi gereken ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuata uygun olmadığı, bununla birlikte inceleme konusu www.trendyol.com adresli internet sitesinde yer alan *“%100 Doğal”* ve *“Hayvanlar üzerinde test edilmemiştir”* iddialarının ispata muhtaç olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Kozmetik Yönetmeliği’nin 4 ve 10 uncu maddeleri,

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmelik’in 4/c, 5/1-a, 5/1-b, 5/1-c, 5/1-ç, 5/1-d ve 7/1 maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Sarıçanta Elektronik Hizmetler İthalat İhracat Pazarlama Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti.** hakkında,6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**SAĞLIK**

**39)**

**Dosya No: 2019/9484**

**Şikayet Edilen:** **Mithat SAYINER (Medteksis Biomedikal)**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.kutahyamedikal.com ile www.facebook.com ve www.n11.com adresli internet sitelerinde kuruluşa ait hesaplarda yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 19.11.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.kutahyamedikal.com adresli internet sitesinin 19.11.2020 tarihli görünümünde örnek olarak; *"...DreamStation ile kontrol artık sizde... DreamStation duyarlı, bilgilendirici, kullanımı kolay ve yetkili bayi temsilciniz ile uzaktan bile bağlantı sağlayabilen bir cihazdır. Her anlamda, sizin rahatınız ve uyku apnesi tedavinizin istikrarlı olması düşünülerek tasarlanmıştır. Renkli ekranı, simge tabanlı bir navigasyon sistem özelliğindedir. Performans Check Özelliği, evinizde cihazın değerlendirilmesine ve uzaktan sorun giderilmesine imkan tanırken, bir yandan da cihazınızın gece boyunca düzgün çalışıp çalışmadığını her sabah kontrol etmenizi sağlayarak size huzurlu bir tedavi süreci sunar. Bakım ile ilgili uyarı ve hatırlatmaları her 30 günde bir sağlar. Diğer markalar ile kıyaslandığında %63 daha sessiz çalışır...System One uyku tedavi sistemi özellikleri: Dinlendirici ve doğal bir uyku için tasarlanmıştır. Kullanımı kolaydır. En önemli anda sessizdir. Uyku sırasında sizinle birlikte hareket eden esnek devre. Daha fazla konfor için nemlendirme seçenekleri. Taşınabilirdir ve seyahatlerinizde kolaylık sağlar. Cihaz garantisi dahil. Tasarımı, üretim ve montajı ABD'de yapılmıştır...CoughAssist E70’in yeni özellikleri hastalara tedavilerini daha fazla kontrol etme olanağı tanıyarak havayolu sekresyonunun temizlenmesini iyileştirmeye yardımcı olabiliyor. Cough-Trak algoritması, her solumadan sonra öksürüğü tetikliyor. Ayrıca ayarlanabilir osilasyon seviyeleri havayoluna titreşim uygulayarak bronş duvarlarından mukusun salgılanmasına yardımcı oluyor. CoughAssist E70, hasta mobilitesini artıracak şekilde hafif yapısı (4 kg’dan az) ve çıkarılabilir entegre batarya ile uyumluluğu sayesinde hastalara kolay kullanım olanağı sağlıyor. Talimatların yazılı olduğu pratik kullanıcı arayüzü, kurulumu ve tedavinin başlatılmasını kolaylaştırıyor. Philips Respironics, gelişmiş tedavi aracılığıyla solunum yetmezliği olan hastaların konforunu ve yaşam kalitesini iyileştirmeye yardımcı oluyor... Trilogy100 Ev Tipi Mobil Ventilatör Kolay kullanılan bir menüye sahiptir. Hem volüm kontrol hem de basınç kontrol modunda, hava kaçaklı ve valfli iki çeşit hasta devresi ile kullanılabilmektedir. Yetişkinlerde ve çocuklarda(>5kg), invaziv ve noninvaziv solunum desteği ihtiyacını karşılayan, ihtiyaca uygun seçilebilen çeşitli aksesuarlara sahiptir. Cihazın esnek kullanımı alanı, solunum yetmezliğinin zamanla olan değişkenliğine uyumlu bir şekilde ayarlanabilmesini sağlar. Hem hastane hemde ev kullanımına uygun yapıdadır...."* ifadeleri üzerinden oksijen tüpü vb. tıbbi cihazlara ilişkin tanıtımlara yer verildiği;

www.facebook.com adresli sosyal paylaşım sitesinin 19.11.2020 tarihli görünümünde kuruluşa ait “*Medteksis Biomedikal*" kullanıcı isimli sayfada yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *"...Philips Dreamstation Cpap (uyku) cihazı Şimdiye kadar kullandığını bütün cpap cihazlarını unutun ve Dreamstation ile rüyalarınızı yeniden keşfedin...Portatif Taşınabilir Sprey Oksijen Tüpü... Pulse oksimetre, dakikadaki kalp atış hızını ve kandaki oksijen seviyesini en kolay ve hızlı şekilde ölçebilen, ayrıca kayıt atına alabilen bir cihazdır. 200 nefes alma imkanı sağlayan Glife Can O2 sayesinde rahat nefes alabilir, anlık oksijen ihtiyacını giderebilir...Philips Respironics EverFlo kullanıcıya gerekli konforu ve güveni sağlayan bir cihaz olarak tasarlandı. Philips EverFlo daha hafif, sessiz ve enerji kullanımı ile tam bir çevre dostudur. Gelişkin OPI (Oxygen Purity Indicator) oksijen saflık göstergesi ile cihaz kullanılırken her an yeterli oksijen seviyesinde çalıştığını izlemek kolaydır. 14 kg ağırlığı ile taşıması kolay, düşük ses seviyesi ile kullanıcı dostudur...DreamStation duyarlı, bilgilendirici, kullanımı kolay ve yetkili bayi temsilciniz ile uzaktan bile bağlantı sağlayabilen bir cihazdır. Her anlamda, sizin rahatınız ve uyku apnesi tedavinizin istikrarlı olması düşünülerek tasarlanmıştır. Renkli ekranı, simge tabanlı bir navigasyon sistem özelliğindedir. Performans Check Özelliği, evinizde cihazın değerlendirilmesine ve uzaktan sorun giderilmesine imkan tanırken, bir yandan da cihazınızın gece boyunca düzgün çalışıp çalışmadığını her sabah kontrol etmenizi sağlayarak size huzurlu bir tedavi süreci sunar..."* ifadeleri üzerinden tıbbi cihazlara ilişkin tanıtımlara yer verildiği;

www.n11.com adresli onlien satış sitesinin 19.11.2020 tarihli görünümünde kuruluşa ait *“MtsGrup"* kullanıcı isimli sayfada yer alan tanıtımlarda örnek olarak*; "...Philips Respironics OptiChamber Maskeli Ücretsiz Kargo.. OptiChamber’in değiştirilebilir maskeleri sayesinde hasta yüzüne en uygun en iyi uyum sağlanır. Bu da hastaların kullandıkları ilaçlardan optimal faydayı ve verimi alabilecekleri anlamına gelir. OptiChamber yüksek kalitede termo-plastikten üretilmistir. Maske ve diyafram silikondur. OptiChamber ürünleri lateks içermez. MDI ilacı, haznenin ortasına doğru yönlendirir. İlaç ağızlığına tam oturan MDI sayesinde sıkılan ilaç, hazne çeperlerine daha az yapısır. Bu da ilaç kaybını önler. OptiChamber’in daha esnek ilaç ağızlığı sayesinde birçok CFC ve HFC ilaç çok rahat bir sekilde kullanılabilir...OMRON C302 Kompresörlü Nebülizatör Derin alt solunum sistemine nüfuz eder, ve alveollerde yatırılır küçük boyutları, taneciklerini üretir. Bu astımlı hastalar için özellikle önemlidir. Bu inhalasyon ve görünür sis yüksek bir hıza sahip. Cihaz durmaksızın çalışmaya hazır olduğu için, bütün aile tarafından kullanılabilir..."* ifadeleri üzerinden tıbbi cihazlara ilişkin tanıtım ve satışa yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; Tıbbi Cihaz Satış, Reklam ve Tanıtım Yönetmeliği'ne göre münhasıran sağlık meslek mensupları tarafından kullanılması veya uygulanması gereken cihazlar ile geri ödeme kapsamında olan cihazların reklam ve tanıtımının yapılmasının yasak olduğu, bunların dışında kalan cihazların reklamına ise ilgili mevzuata uygun olmak koşuluyla izin verildiği, dolayısıyla söz konusu tanıtımın kuruluşta satışı yapılan ve tıbbi cihaz kapsamında bulunan cihazlara ilişkin olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Tıbbi Cihaz Satış, Reklam ve Tanıtım Yönetmeliği’nin 15/2 nci maddesi,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/1, 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 **Mithat SAYINER (Medteksis Biomedikal)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**40)**

**Dosya No: 2020/587**

**Şikayet Edilen:** **İris Göz Sağlığı ve Tıbbi Hizmetler Tic. Ltd. Şti.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 16.04.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.irisgozgrup.com adresli internet sitesinin 16.04.2021 tarihli görünümünde örnek olarak; *"...2003 yılında**hizmet vermeye başlayan iris Göz Grup Grubu, Göz Sağlığı,Fizik Tedavi,Güzellik Merkezi,Saç Ekimi ve Diyet branşlarında faaliyet göstermektedir. Ana branşlarından göz ve göz çevresi sağlığına dair sorunlar için 500 farklı tedavi yöntemiyle hizmeti vermekte olup. Ülkemizde branş işletmeciliği tecrübesile yeni bir dönem başlatan irisgozgrup, yılda 120.000 poliklinik ve 12.000 ameliyat kapasitesiyle yurt içi 5 ayrı noktada sağlık hizmeti veriyor. İris göz grup; teknolojisi, öğretim üyesi ve uzman doktorlardan oluşan 32 kişilik medikal kadrosu, 130 personeli ile kısa sürede dünyanın medikal referans merkezi haline gelmiştir...Misyonumuz: Tüm çalışanlarımızın bilinçli katılımıyla yüzde yüz hasta sağlığını hedef alarak steril ortamlarda sağlık hizmetini sunmak, her hastaya kaliteli hizmet vererek hasta memnuniyetini sağlamak, verimliliği, sürekli gelişimi ve yeniliklere açık olmayı bir prensip haline getirmek kalite politikamızdır. Vizyonumuz: Hasta memnuniyetini temel ilke olarak kabul eder, Planlama Uygulama Kontrol Yaptıklarını ölçen ve değerlendiren, çalışanlarına bilimsel ve entegre bir anlayışla fark yaratır. Hasta memnuniyeti ile kalitatif kalite anlayışı ve performansı, uluslararası seviye örnek bir kurum olmaktır..."* gibi ifadelere yer verildiği;

www.instagram.com ile www.facebook.com adresli sosyal paylaşım sitelerinin 16.04.2021 tarihli görünümünde kuruluşa ait "*irisgozgrup*" ile *"Göz Üniversitesi*" kullanıcı isimli sayfalarda yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda ve videolarda örnek olarak*; "...Göz Dolduran Teknolojilerle Gözlük Tarih Oluyor...Sadece 5 Dakikada Gözlükten Kurtulun! Detaylı Bilgi ve Randevu için 0533 783 23 94 Nolu Numarayı Arayabilirsiniz...Gözlerini Sev Aşk İle Gör Yeni Teknolojilerle Gözlük Tarih Oluyor. Sizde gözlüğe Mahkum Yaşamak istemiyorsanız detaylı bilgi için 0533 783 23 94 Nolu Numarayı Arayabilirsiniz!..Gözlükten Şipşak Kurtulun! No Touch Lazer ile Gözlüğe Mahkum Yaşamayın...Excimer Lazer ile Bu Bahar Gözlüklerden Kurtulun!...Excimer Lazer İle Gözlüksüz Mutlu Günler...Wavefront No Touch ve Kişiye özel İlasik tedavileri ile GÖZLÜKLERİNİZE ELVEDA diyin!Güvenilir teknoloji ve yöntemlerin kullanıldığı, alanında uzman öğretim üyesi hekimlerimizle 7 gün 24 saat hizmetinizdeyiz...@gopgoz 1 hafta önce sol gözünde retinal yırtık nedeniyle ani görme kaybı yaşayan hastamız Covid-19 nedeniyle çoğu hastanenin göz ameliyathanesinin kapalı olmasından dolayı kliniğimize başvurmuş olup aynı gün başarılı bir operasyon ile görmesine kavuşmuştur...Gözlerinize Bahar Geldi! No Touch, İlasik, Göz Estetiği (Botox, Dolgu, PRP), Trifokal Akıllı Lens tedavileriyle gözlerinize bir güzellik yapın! Son teknoloji ve yöntemlerin kullanıldığı, alanında uzman hekimlerimizle göze dair seçeceğiniz bir tedavi tek fiyat avantajıyla...Gözlüğe Mahkum Yaşamayın, No touch yöntemi ile sadece 10 dakikada gözlüklerinize veda edin!...#geleceğenefesol kampanyasına katılarak bizden sonraki nesillere güzel bir dünya bırakmak için çalışıyoruz..."* gibi ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

- Özel Hastaneler Yönetmeliği’nin 60 ıncı maddesi,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/1, 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 **İris Göz Sağlığı ve Tıbbi Hizmetler Tic. 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: 2020/595**

**Şikayet Edilen:** **Dr. Sultan KAYA ÜNSAL**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 16.04.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.sultankayaunsal.com adresli internet sitesinin 16.04.2021 tarihli görünümünde *"Basın Videoları"* başlığı altında yer alan tanıtımlarda; şahıs ile çalıştığı kuruluşa yönelik ifadelere,

www.facebook.com, www.youtube.com ile www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitelerinin 16.04.2021 tarihli görünümlerinde şahsa ait *“Op.Dr.Sultan Kaya Ünsal Göz Hastalıkları Uzmanı”, "Op.Dr.Sultan Kaya Ünsal"* ve *"op.dr.sultankayaunsal"* kullanıcı isimli sayfalarda yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak*; "...Her gelen hastaya aynı lazeri mi yapıyoruz yoksa başka tedavi çeşitleri var mı? Neye göre bu tedavileri yapıyoruz? Cevapları bu videoda...Sevgili Zeynep hanıma 2 hafta önce akıllı lens ameliyatı yaptık. Gözlüksüz yaptığı ilk örgüsünü bana hediye getirmiş! Ne anlamlı bir hediye benim için...Hayat kadınların gözünden bakınca daha güzel....Sevgili @izakhason bugün bizimledi 3 ay önce akıllı lens ameliyati oldu. Bugün yaşadığı süreci paylaştı. Belirli bir alışma donemi sonrası yakin orta ve uzakta mükemmel bir görüş sağladık...Bugün 1 ay once notouch lazer yaptığımız Oğuz ve Sercan beylerin kontrolünü yaptık. Ikiside gözlüksüz tam görüyor... Kısa sürede islerinin başına dönen hastalarim cok mutlu tabii ki bende!...Sevgili Simge'ye 3 ay önce hipermetrop ve astigmati için #lasik yaptık. Bugün kontrolde hersey yolunda artık gözlüksüz günlük yaşamında mutlu...Bugün #ÇağlaŞikel'in programında akıllı lens ve kapak estetiği hakkında konustuk çok keyifliydi emeği geçen herkese teşekkürler...Akıllı lens hakkında merak edilenleri eğlenceli bir video ile anlattım...Dün yayınlanan programda #foxtv #caglasikel #yenibirgun..."* gibi ifadeler ile videoalara yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/1, 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 **Dr. Sultan KAYA ÜNSAL** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**42)**

**Dosya No: 2020/1570**

**Şikayet Edilen:** **Ceyda YILDIZ-** **Yıldız Woman Güzellik Salonu**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 05.02.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinin 05.02.2021 tarihli görünümünde kuruluşa ait *"yildiz\_woman\_guzellik\_merkezi"* kullanıcı isimli sayfada yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *"...Uzman ellerde buz lazer farkı acısız, konforlu, hızlı sonuç...6 seans sonrası dermapen...Lazer epilasyon istenmeyen tüylerden lazer enerjisi kullanılarak kalıcı olarak kurtulma işlemidir. Yaklaşık 1990'lı yıllardan beri kullanılmaktadır...1997 yılında da insan sağlığına zararlı olmadığı ve lazer epilasyonda kalıcı başarı sağladığı belgelenmiştir...Lazer epilasyon nedir? Lazer epilasyon, ışık sistemi ile istenmeyen tüylerin yok edilmesidir..."* ifadeleri üzerinden lazer epilasyon, dermapen, medikal cilt bakımı gibi tıbbi işlemler hakkında ifadeler ile hasta öncesi ve sonrası görsellerine yer verildiği;

www.youtube.com sosyal paylaşım sitesinin https://www.youtube.com/watch?v=j7Iz4\_I20E0

adresli uzantısının 05.02.2021 görünümünde yer alan *"YILDIZ WOMAN ESTETİK VE GÜZELLİK Ceyda Yıldız | EUROSTAR TV "Şehrin Bilinmeyenleri"* başlıklı videoda lazer epilasyon, mezoterapi, PRP gibi tıbbi işlemler hakkında ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinin 05.02.2021 tarihli görünümünde kuruluşa ait *"yildiz\_woman\_guzellik\_merkezi"* kullanıcı isimli sayfada yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *"...Uzman ellerde buz lazer farkı acısız, konforlu, hızlı sonuç...6 seans sonrası dermapen...Lazer epilasyon istenmeyen tüylerden lazer enerjisi kullanılarak kalıcı olarak kurtulma işlemidir. Yaklaşık 1990'lı yıllardan beri kullanılmaktadır...1997 yılında da insan sağlığına zararlı olmadığı ve lazer epilasyonda kalıcı başarı sağladığı belgelenmiştir...Lazer epilasyon nedir? Lazer epilasyon, ışık sistemi ile istenmeyen tüylerin yok edilmesidir..."* ifadeleri üzerinden lazer epilasyon, dermapen, medikal cilt bakımı gibi sadece yetkili hekimler tarafından uygulanabilen tıbbi işlemler hakkında bilgilendirme sınırını aşan ifadeler ile hasta öncesi ve sonrası görsellerine yer verildiği;

www.youtube.com sosyal paylaşım sitesinin https://www.youtube.com/watch?v=j7Iz4\_I20E0

adresli uzantısının 05.02.2021 görünümünde yer alan *"YILDIZ WOMAN ESTETİK VE GÜZELLİK Ceyda Yıldız | EUROSTAR TV "Şehrin Bilinmeyenleri"* başlıklı videoda lazer epilasyon, mezoterapi, PRP gibi sadece yetkili hekimler tarafından uygulanabilen tıbbi işlemler hakkında bilgilendirme sınırını aşan ifadelere yer verildiği,

15.02.2008 tarih ve 26788 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin 39 uncu maddesi ile “Güzellik ve Estetik Amaçlı Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmelik” yürürlükten kaldırılmış ve Geçici 5 inci maddesi ile de güzellik salonları sağlık kuruluşu statüsünden çıkarılmıştır. Bu bağlamda, Yönetmeliğin Geçici 5 inci maddesine göre, güzellik salonlarının İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmelik kapsamında belediyelerce ruhsatlandırılacağı öngörülerek, Yönetmelik maddesinin 2 inci fıkrasında yer alan; *“Güzellik salonunda tıp fakültesi diploması olan biri çalışsa bile, tabip yetkisinde olan tıbbi işlemler güzellik salonunda yapılamaz. Bu hususa uymadığı tespit edilen kişiler hakkında ilgili mevzuat hükümleri uygulanır.”* hükmü ile de her ne şekilde olursa olsun, tabip tarafından yapılması gereken tıbbi işlemlerin güzellik salonlarında gerçekleştirilmesi yasaklanmıştır.

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

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/1, 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 **Ceyda YILDIZ-** **Yıldız Woman Güzellik Salonu** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**43)**

**Dosya No: 2020/1571**

**Şikayet Edilen: Fidem Proje Eğt. Dan. Org. Turz. İnş. Taah. San. ve Tic. Ltd. Şti. (Fidem Eğitim ve Danışmanlık Merkezi)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 05.02.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** wwww.fidemdanismanlik.com.tr adresli internet adresinin 05.02.2021 tarihli görünümünde örnek olarak; *"...Bireysel psikoterapi ile bedensel ve ruhsal açıdan kişinin kendinin ve sorunlarının farkında olmasını, yaşadığı problemleri çözme becerisi kazanmasını sağlamaktayız. Ailelere, yeni evli çiftlere, çocuk, ergen ve yetişkinlere yönelik psikolojik destek hizmetleri verilir. Aile ve çift terapisinde, ilişkinin huzurlu ve sağlıklı bir birliktelik olarak yürümesini engelleyen olumsuz faktörlerin bir profesyonel ile ele alınması ve çözüm yollarının danışanlarla birlikte belirlenmesi ve hayata geçirilmesinin sağlamaktayız..Bireysel psikolojik danışmanlık hizmetlerimiz: Anksiyete (kaygı) Depresyon Stres Sınav kaygısı Öfke yönetimi Fobiler Panik atak...Çift ve evlilik terapisinde, terapist bir hakim ya da hakem pozisyonunda değildir. Sorunun çözümünde kim haklı kim haksız gibi meselelere girilmez. Terapist herkese eşit mesafede durur; ilişkideki rolleri ve iletişim tarzını göstermeye çalışır. İlişkinizi objektif olarak değerlendirmenizi sağlar. Ayrıca eşler arasında cinsel terapiler üzerine de hizmet verilmektedir. Cinsel terapi, bireylerin cinsellik alanında duygusal ve davranışsal çözümünü, cinsel ve ruhsal sağlıklarının geliştirilebilmesini ve korunmasını sağlayan tekniklerin genel adıdır. Cinsel terapilerde, cinsel çatışmaları düzenlemek, bu çatışmalardan doğan kavgaları ve gerginlikleri azaltmak, çiftler arasındaki iletişimi olgunlaştırmak amaçlanır..."* şeklinde açıklamalara yer verildiği;

wwww.instagram.com ve www.facebook.com adresli sosyal paylaşım sitelerinde kuruluşa ait "fidempsikoloji" ve "Van Fidem Psikolojik Danışmanlık Merkezi" 05.02.2021 tarihli görümülerinde örnek olarak; *"...EN SIK GÖRÜLEN PSİKOLOJİK HASTALIKLAR. DEPRESYON..Depresyonda olan bir kişi çoğu zaman kendisini kederli ve isteksiz hisseder. Depresyonun başlıca belirtisi, hiçbir şeye karşı ilgi ya da heyecan duyulmamasıdır...Anksiyete (Kaygı) Bozukluğu...En sık görülen rahatsızlıklar kalp çarpıntısı, baş dönmesi ve boğulma korkusudur...Bipolar Bozukuluk...insanlar depresif ve manik dönemler arasında gidip gelir. Depressif olduğunda kendisini bitkin hisseden bir insan, manik dönemde hetecanlı ve coşkulu olur....Dikkat Eksikliği Hiperaktivite Bozukluğu tedavi edilemeyen bir bozukluk değildir. Merkezimizde bulunan hizmetlerimiz arasında Dikkat Eksikliği ve Hiperaktivite Bozukluğuna yönelik danışmanlık hizmetimiz bulunmaktadır. Söz konusu şikayetleriniz neticesinde uyguladığımız Moxo Dikkat ve Performans testi ile sorunu ve nedenlerini anlamaya çalışarak Uzman Psikolog, Pedagog,Psikolojik danışman ve Aile danışmanı desteğiyle çocuğunuzla bire bir iletişim kurmaktayız...Bu sorulara evet diyorsanız kış depresyonu olarak bilinen, 'Mevsimsel Duygu Durum Bozukluğu' olabilir. Doğanın psikolojimiz üzerinde etkileri mevcut. Güneşli havalar içimizi açarken, soğuk ve kapalı havalar depresyona yol açar...Psikolog · Ruh Sağlığı Hizmeti · Psikoterapist..."* şeklinde açıklamalara yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, şikayet konusu internet sitelerinde, belirli tıbbi hizmetlerle ilgili yer alan ifadelerin sadece yetkili hekim ve sağlık kuruluşları tarafından veya yetkili hekimin yönlendirmesi üzerine klinik psikolog tarafından sunulabileceği; şayet kuruluş bir sağlık kuruluşu olsa dahi mezkur sitelerde yapılan tanıtımların bilgilendirme kapsamını aşarak “reklam’’ niteliğinde değerlendirildiği ve sağlık alanında çalışan kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı, talep yaratıcı nitelikte olduğu ve kuruluşa ve şahsa yönlendirme yaparak, benzer alanda faaliyet gösteren kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açtığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanun’un 8, 10, 24 ve Ek 13 üncü maddeleri;

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

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

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/1, 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 **Fidem Proje Eğt. Dan. Org. Turz. İnş. Taah. San. ve Tic. Ltd. Şti. (Fidem Eğitim ve Danışmanlık Merkezi)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**44)**

**Dosya No: 2020/1861**

**Şikayet Edilen:** **Denthospital Sağlık Hizmetleri Tic. Ltd. Şti.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 17.03.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.denthospital.com.tr adresli internet sitesinin 17.03.2021 tarihli görünümünde örnek olarak; *"…https://denthospital.com.tr/anlasmali-kurumlar Anlaşmalı olduğumuz kurumlar sayesinde sizlere ayrıcalıklı hizmetler sunuyoruz. Dişleriniz Dent Hospital ile Güvende. Uzman hekim kadromuz ile tam donanımlı diş hastanemizde sizlere hizmet veriyoruz.Dent Hospital olarak uzman doktor kadromuzla hizmetinizdeyiz..Dent hospital ailesi olarak, etik ilkelerden asla ödün vermeden sizlerden gelen talep ve önerilerinize öncelik veren memnuniyet odaklı, mutluluk dağıtmaya devam ediyoruz...Estetik Diş Hekimliği: Dişlerdeki renk ve şekil bozuklukları bireyde psikolojik rahatsızlıklara kadar varan problemlere neden olabilir. Diş hekimliğinde estetik ve restoratif malzemelerin gelişmesiyle pek çok şekil, renk ve pozisyon bozuklukları rahatlıkla çözümlenebilmektedir. Estetik diş hekimliği işte burada çok önemli bir işlevi üstlenmektedir..Gülüş tasarımı, hekimlik ve sanatın birlikte uygulanarak, size özel ideal gülüşünüzü yenilemektir. Sizin birtakım kişisel istekleriniz ile sağlık ve doğallığı da birleştirerek sağlıklı bir gülüşü planlamaktır...Artık Pembe estetik uygulamaları ile istediğiniz gülümsemeye kavuşabilirsiniz...Bize fark edildiğimizi hissettiren ve mutluluk veren gülümsememizdir. Gülüşümüzü etkili kılan ise dişlerimizdir. Sararmış dişlerle, bırakın gülmeyi konuşmak bile istemeyiz...Hakkında: Profesyonel bir Ağız ve Diş Sağlığı Merkezi olan Dent Hospital Ankara – Akay Caddesi / Kızılay’da hizmet vermektedir. Dent Hospital bünyesinde çürük, diş eti hastalıkları, diş beyazlatma, implantasyon, rotez, ağız, çene ve diş cerrahisi, diş teli ve daha bir çok ağız, diş ve çene hastalıklarının tedavisini sizlere profesyonel ekip ve sterilize malzeme ile evinizdeki konforla sunmaktadır.Türkiye’nin en büyük özel diş hastanelerinden biri olan Dent Hospital her şeyden önce sizin sağlığınızı düşünüyor. İleri teknolojileri sizlere sunarak sizlere zaman kazandırıyor..."* gibi ifadelere yer verildiği;

www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinin 17.03.2021 tarihli görünümünde kuruluşa ait "*denthospitaltr*" kullanıcı isimli sayfada yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *"...ORTODONTİ GÜLÜMSETİR! Ortodontik tedavi ile hem sağlıklı hem estetik bir gülüşe sahip olabilirsiniz!.Gülüşünüz bizim için değerli Dişinizi yarına bırakmayın ''Her şey güvenle başlar''...ORTODONTİ NEDİR? NEDEN ORTODONTİK TEDAVİ YAPILIR? Dr. Dt. Emrah Emral Ortodonti hakkında tüm merak edilenleri Ayşe Williams ile Bengü Türk TV’de “Biraz Konuşalım” programında cevaplıyor...DİŞ BEYAZLATMA Gülüşünüzü saklamayın, Bizimle yüzünüz hep gülsün. Diş Beyazlatma (bleaching) doğru uygulandığı takdirde dişlere hiçbir zararı olmaz, dişlerin yapısında zamanla meydana gelen, temizlemeyle çıkmayan lekeleri dişlerinizden uzaklaştırır. Daha ferah, temiz, beyaz ve göz alıcı bir gülüşe yol açan, orijinal diş dokusuna asla zarar vermeyen bir uygulamadır..Sizin bir GÜLÜŞünüze DÜNYAlar değer Mutluluğunuz Bizim Bayramımız 14 Mart Tıp Bayramı Kutlu Olsun...Kişiye özel tedavilerimizle yanınızdayız!.Ağız ve diş sağlığı hakkında bilmeniz gereken her şey Dent Hospital’da!..."* gibi ifadeler ile hasta öncesi ve sonrası görüntülere yer verildiği;

www.facebook.com adresli sosyal paylaşım sitesinin 17.03.2021 tarihli görünümünde kuruluşa ait "*Dent Hospital*" kullanıcı isimli sayfada yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *"....ORTODONTİ GÜLÜMSETİR! Ortodontik tedavi ile hem sağlıklı hem estetik bir gülüşe sahip olabilirsiniz!...Hijyeniktir...Hızlı bir tedavidir. Şeffaf plaklarla yapılan tedaviler klasik ortodontik tedavilere göre daha hızlı bir şekilde dişlerdeki çapraşıklık sorununu düzeltirler. Tedavi tamamlanmadan dişlerin son hali görülebilir.Bu avantajlar sayesinde şeffaf plak tedavisi bir çok insan tarafından tercih edilmektedir. Her yaşta insana rahatlıkla uygulanabilir...Diş yapımında kullanılmakta olan ve beyaz renkli bir madde olan zirkonyum, saf mineral hali yerine zirkonya seramiği haline dönüştürülüp kullanılarak özel fırınlarda işlenmektedir. Zirkonyum diş kaplama, metal desteksiz kaplamalar grubundan olup, metal destekli kaplamalara kıyasla daha doğal bir görünüm sunar...Sağlık, ağızdan başlar... Ağız ve diş sağlığı haftası kutlu olsun!.Bağışıklık sisteminizi güçlü tutmak için bol bol gülümseyin..."* gibi ifadeler ile hasta öncesi ve sonrası görüntülere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

- Ağız ve Diş Sağlığı Hizmeti Sunulan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmelik’in 25 inci maddesi,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/1, 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 **Denthospital Sağlık Hizmetleri Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**45)**

**Dosya No: 2020/1863**

**Şikayet Edilen:** **Afyon Özel Sağlık Hizm. San. ve Tic. A. Ş.** (**Özel Parkhayat Kütahya Hastanesi)**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.parkhayat.com adresli internet sitesi, www.facebook.com,

www.instagram.com ve www.youtube.com adresli sosyal paylaşım siteleri, Kütahya Vizyon ve Kütahya Ekspres yerel gazeteleri ile kısa mesaj üzerinden yapılan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019, 2020, 08.04.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, Kısa Mesaj, Gazete İlanı

**Tespitler**: - Kütahya Vizyon ve Kütahya Ekspres yerel gazetelerinde, kuruluş tarafından 2019 yılında verilen ilanlarda*; "SSK, BAĞ-KUR, EMEKLİ SANDIĞI MENSUPLARINA; 7 BRANŞTA ÜCRETSİZ MUAYENE"* şeklinde ifadelere yer verildiği;

- Kuruluş tarafından 2020 yılı içerisinde tüketicilere gönderilen kısa mesajlarda; *"Hastanemizde Covid-19 Antikor Testi ile Korona Virüs hastası olup olmadığınızı, bağışıklığınızın durumunu ve hastalık geçirip geçirmediğinizi kolayca öğrenebilirsiniz”* PCR testi ile ilgili ifadelere yer verildiği;

- www.parkhayat.com adresli internet sitesinin 08.04.2021 tarihli görünümünde örnek olarak; *"...Parkhayat Sizin Hastaneniz...Altın Check Up %15 indirim...Genel Anestezi Eşliğinde Konforlu Diş Çekimi...Hasta Servis Hizmetleri Parkhayat Kütahya Hastanesine SERVİS VAR...AKILLI MERCEK İLE GÖZLÜKLERİNİZDEN KURTULUN...PARKHAYAT Kütahya Hastanesi’nde acil durumlarda oluşan sorunlar için hizmet sunuluyor. Acil Servis bölümümüzde konusunda uzman acil tıp uzmanlarımız görev yapıyor...Ambulans hizmetlerimiz 7/24 hizmet veriyor...NEDEN PARKHAYAT AĞIZ VE DİŞ SAĞLIĞI POLİKLİNİĞİNİ TERCİH ETMELİYİM ? Diş bakımınızın karar verme yönüne dahil olmanızı sağlamak, endişelerinizi ve isteklerinizi dinlemek için size zaman ayırırız. Sizi seçimler yapmak için acele ettirmek yerine, sizi tanımak ve diş hedeflerinizi anlamak isteriz. Kaliteden ödün vermeden en yüksek değeri alabilmeniz için uygun fiyatlar ve uygun ödeme seçenekleri sunarız. Gelişmiş yöntemler ve modern teknoloji ışığında sahip olduğumuz nitelikli, güler yüzlü ve profesyonel kadromuz ile hijyenik, kaliteli ve güvenilir sağlık hizmeti veririz...Diş implantı diş kayıplarının en iyi tedavisidir...PARKHAYAT Hastanesinde Kadın Hastalıkları ve doğum branşında konusunda uzman ve deneyimli hekimlerce en modern tanı, tedavi ve cerrahi hizmetler verilmektedir. Hastanemiz kadın doğum polikliniklerinde görüşme ve muayene odaları ayrıdır. Bu nedenle eşiniz veya size refakat eden kişilerle birlikte doktorunuzla görüşür, şikayetlerinizi anlattıktan sonra size özel bir odada muayene olursunuz. Muayene son derece temiz ve steril bir ortamda yapılır....Kadın hastalıkları ile ilgili yapılabilecek tüm küçük müdahalelerin yapılabileceği tam teşekküllü bir müdahale odası da ayrıca bulunmaktadır...Son derece modern ve donanımlı ameliyathanemizde tüm jinekolojik operasyonlara ilave olarak kapalı sistemveya kansız operasyon olarak bilinen endoskopik cerrahi (laparoskopi ve histeroskopi) uygulamaları da yapılabilmektedir. Laparoskopi ve histereskopi yöntemi ile, basit yumurtalık kistleri, yapışıklıklar, myomlar, infertilite araştırması endometriozis tedavisi ve tüplerin bağlanması operasyonları yapılmaktadır...TEK SEFERDE BAŞARILI İKİ OPERASYON Bölgenin referans hastanesi olarak kabul edilen Afyon PARKHAYAT Hastanesi, Kalp Damar Cerrahi merkezi yine spesifik bir kalp operasyonuna imza attı...ÖZEL PARKHAYAT HASTANESİNDE GÖZ NAKLİ BAŞARIYLA YAPILDI Bölgenin ilk ve tek göz nakli ameliyatlarını yapan Özel PARKHAYAT Hastanesi’nde yeni bir kornea (göz) nakli ameliyatı başarıyla yapıldı....Park Hastanesi'nde bir ilk daha..."* gibi ifadeler ile tıbbi hizmetlere ilişkin kampanya bilgisine yer verildiği;

- www.instagram.com, www.facebook.com ile www.youtube.com adresli sosyal paylaşım sitelerinin 08.04.2021 tarihli görünümünde kuruluşa ait "*parkhayatkutahya*","*PARKHAYAT Hastanesi"* kullanıcı isimli sayfada yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *"...Altın, Gümüş ve Bronz Check Up paketleri ile sağlığınız kontrol altında..Altın gibi bir fırsat! Şimdiye kadar görülmüş en detaylı Check Up paketimiz olan "Altın Check Up" ile ilgili daha fazla bilgi için 444 40 03 numaralı telefonumuzdan bizlere ulaşabilirsiniz...Enfeksiyon Hastalıkları Uzmanı Dr.Emir Resuloğlu sizin hastanenizde...NEDEN KİŞİYE ÖZEL DİYET Siz özelsiniz! Beslenme programınızda size özel olmalı... Akıllı Mercek "Multifokal" ile uzak ve yakın gözlüklerinizden kurtulun...Lazer Epilasyon ile Cildinize Gelen Rahatlık... SAĞLIK ARTIK EVİNİZDE Covid-19 Antijen ve Antikor testlerini evinizde uyguluyoruz...Oda süslemesi hizmetimiz “Sizin Hastanenizde”.. Gerçek Mucize OZON TERAPİ... Çok Odaklı Mercek ile Gözlük Kullanımına Son! 3 Odaklı ve Son Teknoloji Akıllı Lenslerimizle; Yaşam kalitenizi, Görüş kalitenizi arttırın...FUE Tekniği ile Saç Ekimi sağlıklı saçlar, doğal görünümler...Dişlerinizin değerini bugünden bilin!...4 Boyutlu ULTRASON ile Bebeğinizle Tanışın..4 boyutlu ultrasonografi ile bebeğin kaşlarını çatması, gülmesi, esnemesi, parmak emmesi gibi hareketleri anlık ve hızlı bir şekilde izlenebilmektedir...Hastanemizde küçük yaştaki hastalarımızı, tedaviden korkan ve aşırı stresli hastalarımızı ve engelli ve iletişim kurulamayan hastalarımızı (Genel anestezi altında) uyutarak diş tedavileri Dt. Atalay Kundak ve tecrübeli ekibi tarafından başarı ile uygulanmaktadır..."* gibi ifadeler ile tıbbi hizmetlere ilişkin kampanya bilgisine yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

- Özel Hastaneler Yönetmeliği’nin 60 ıncı maddesi,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/1, 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 **Afyon Özel Sağlık Hizm. San. ve Tic. A. Ş.** (**Özel Parkhayat Kütahya Hastanesi)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **114.326-TL (Yüzondörtbinüçyüzyirmialtı Türk Lirası) idari para ve** **anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**46)**

**Dosya No: 2020/1865**

**Dr. Gürkan KAYABAŞOĞLU** tarafından www.gurkankayabasoglu.com adresli internet sitesi ile www.instagram.com, www.facebook.com ve www.youtube.com adresli sosyal paylaşım sitelerinde şahsa ait sayfalarda yer alan tanıtımlara ilişkin görüşme ve değerlendirmelerin **ertelenmesine** karar verilmiştir.

**47)**

**Dosya No: 2020/2185**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** Google arama motorunda kuruluş tarafından yapılan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 17.11.2020, 20.11.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Google arama motorunun 17.11.2020 ve 20.11.2020 görünümünde; "*Yeşilbayır diş*" şeklinde yapılan aramalarda *"Yeşilbayır Dişçci- Yeşilbayır Diş Polikliniği- odakdent Özel Odak Ağız ve Diş Sağlığı Merkezi- Yeşilbayır Diş Hastanesi. Ankara Acil Diş Hastanesi Kliniği Hekimleri – Dişci Yeşilbayır Özel Ankara Mamak. Mamak Implant Uygulaması. Protez Diş Tedavisi. Çocuk Diş Hekimliği. Zirkonyum uygulaması"* gibi ifadeler üzerinden kuruluşa ilişkin tanıtımlara yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

- Ağız ve Diş Sağlığı Hizmeti Sunulan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmelik’in 25 inci maddesi,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/1, 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 **Özel Odak Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**48)**

**Dosya No: 2020/2320**

**Şikayet Edilen:** **Medikalyapı Sağlık Yatırımları A. Ş. (Özel Nişantaşı Hastanesi)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 12.04.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.nisantasihastanesi.com.tr adresli internet sitesinin 12.04.2021 tarihli görünümünde örnek olarak; *"...Kişilerin aynaya baktıklarında en çok dikkat ettiği bölge yüz bölgesi olarak göze çarpmaktadır. Bu sebeple yaşlılık ve diğer bazı sebeplere bağlı olarak oluşan sarkma ve benzeri deformasyonların ortadan kaldırılması için plastik cerrahide en çok tercih edilen estetik türü yüz estetiği olarak göze çarpmaktadır. Yüz bölgesinde yapılan operasyonlar yüzün tamamına etki edecek biçimde uygulanabileceği gibi gerekli görüldüğünde yüz üzerinde sadece kişinin istediği bölgeler içinde uygulanabilmektedir. Kişilerin öz güven sahibi olması, kendilerini daha iyi hissetmesi ve yaşlanmanın getirdiği deformasyonlara karşı çok etkili olan bu işlemler daha çok kadınlar tarafından tercih edilmektedir. Estetik işlemleri uzman hekimler tarafından ve klinik ortamda gerçekleştirilmelidir. Yüz estetiği kadın ve erkekler tarafından oldukça fazla ilgi görmekte ve bu işlemlerden yararlanmak isteyen kişi sayısında her geçen gün artış gözlemlenmektedir....Nişantaşı Dudak Dolgu: Yüz güzelliğinin en önemli unsurlarından biri de dudaklar. Güzel ve dolgun dudaklara sahip olmak pek çok bayan için vazgeçilmez bir arzudur. Hyaluronik Asit dolgu: Dudak dolgusu işleminde kullanılabilecek en güvenilir ve en yaygın olarak kullanılan dolgu maddeleri hyaluronik asit bazlı dolgulardır...BİŞEKTOMİ (Yanak Estetiği): Küçük dokunuşlarla gelen güzellik!Kısa sürede ve ağrısız uygulamayla çok iyi ve çarpıcı sonuçlar alınır!...Yakın görme ve okuma kusuru PRESBİYOPİ Akıllı Lazer Göz Tedavisi ile Okuma gözlüklerinize artık veda edebilirsiniz. Herkesin okuma görüş kalitesi yaşlandıkça kötüleşir. Nişantaşı Hastanesi Göz Merkezinde, bu sorunu çözmek için PRESBİYOPİ Akıllı Lazer Tedavisi ile devrim niteliğinde bir Lazer Göz Cerrahisi tedavisi geliştirdik. Akıllı Lazer Teknolojisi uzun yıllar gözlüklü okuma ihtiyacını önemli ölçüde azaltabilir ve hatta ortadan kaldırabilir. Eğer Katarakt Ameliyatı olduysanız ve hala okuma gözlüğü ile yakını görüyorsanız gözlüğü atmanın tek yolu Akıllı Lazer tedavisidir..."* gibi ifadelere yer verildiği;

www.instagram.com, www.facebook.com, www.twitter.com ile www.youtube.com adresli sosyal paylaşım sitelerinin 12.04.2021 tarihli görünümünde kuruluşa ait "*nisantasihastanesi*" "*Nişantaşı Hastanesi*" kullanıcı isimli sayfalarda yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda ve videolarda örnek olarak; *"...Özel olarak geliştirilen göz altı ışık dolgusu, zaman içerisinde göz çevresinde oluşan göz altı çukurluk, morluk ve kırışıklıklık problemlerinin çözümüne yönelik geliştirilmiş özel bir dolgu maddesidir. Göz altı ışık dolgusu ile daha dinamik ve sağlıklı bakışlara kavuşabilirsiniz...Yaza Özel Gençlik Aşısı Kampanyası! H100 Gençlik Aşısı ile zamanla ortaya çıkan yaşlanma belirtilerinden kurtularak; daha aydınlık ve yenilenmiş bir cilde sahip olabilirsin..Hayalinizdeki Dudaklara "Size Özel" Yaz Kampanyamız ile ulaşın! Dudak dolgusunun hızlı ve pratik bir işlem olması sebebiyle yaptırdıktan sonra günlük yaşamınıza hiçbir yan etkisi olmadan devam edebilirsiniz. Hem de hayal ettiğiniz dudaklarla birlikte!...Meme büyütme ameliyatında doktorumuz tarafından ameliyat öncesi meme (göğüs) ölçümleri yapılarak cilt kalınlık değerlendirmesi, doğumsal bir deformite veya asimetri bulunup bulunmadığını incelenir. Kişinin beklentilerine göre protez hacmi belirlenir ve işlem planlaması yapılır. İstediğiniz ölçülere sahip olmak istiyorsanız bizimle iletişime geçebilirsiniz..Koronavirüs (Covid-19) Testi Yaptırdınız mı ? Günlük dezenfeksiyon işlemlerinin büyük bir titizlikle gerçekleştirildiği hastanemizde, Sürüntü (PCR) veya Antikor (IgG) olarak iki farklı Covid-19 testi yapılmaktadır. %99.9 doğruluk oranı ile 4 saat içerisinde sonuç alınmaktadır... Ameliyatsız işlemlerle sadece 15 dakikada gözle görülebilir derecede gençleşebilir, cildinizi canlandırabilir, yüzünüzü şekillendirebilirsiniz..1-31 Ekim Meme Kanseri Bilinçlendirme Ayı kapsamında; Mamografi+ Meme Ultrasonu + Cilt Bakımı işlemlerinden %50 indirimle yararlanabilirsiniz...Liposuction bir kilo verme yöntemi değil, vücut şekillendirme yöntemidir. Siz de arzu ettiğiniz görünüme kavuşmak için bize ulaşıp bilgi alabilirsiniz...İşinde uzman doktorlarımızla, tüm plastik ve medikal estetik uygulamalarının yapılabildiği tam teşekküllü hastenemizde sizde genç ve estetik bir görünüme kavuşun...Dolgu + Botoks + Mezoterapi Nisan Ayına Özel 3'lü Gençlik Paketi Fırsatı! Dolgu ile yüzünüzü şekillendirebilir, Botoks ile ameliyatsız gençleşebilir, Mezoterapi ile cildinizi güzelleştirebilirsiniz. Üstelik üçü bir arada cazip fiyatlarla! Dezenfeksiyon işlemlerinin büyük bir titizlikle gerçekleştirildiği hastanemizde sizde genç ve estetik bir görünüme kavuşun...Hazır evdeyken saç ektirmenin tam zamanı! 1 gün içinde ekiminizi tamamlayıp, saç ekimi sonrası süreci evinizde geçirin. Sosyal hayata saçlarınızla geri dönün...Katarakt ameliyatı oldum hala gözlük kullanıyorum diye üzülmeyin! Artık Akıllı Lazer Göz teknolojisi sayesinde YAKIN, UZAK ve ASTİGMAT göz kırma kusurlarınızdan 15 dakikada kurtulabilirsiniz! Ücretsiz tetkik ve herkes faydalanabilsin diye ödeme kolaylıkları Nişantaşı Göz Merkezi'nde..."*gibi ifadeler ile tıbbi hizmetlere ilişkin kampanya bilgisine ve olumlu hasta yorumlarına yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

- Özel Hastaneler Yönetmeliği’nin 60 ıncı maddesi,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/1, 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 **Medikalyapı Sağlık Yatırımları A. Ş. (Özel Nişantaşı Hastanesi)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**49)**

**Dosya No: 2020/4157**

**Şikayet Edilen:** **Dr. Abdullah YILDIZ**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 16.02.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinin 16.02.2021 tarihli görünümünde şahsa ait "*dryildizdermatologg*" kullanıcı isimli sayfada yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *"...Mezoterapi tabancamız PISTOR daha ağrısız işlem için Genetik saç dökülmesi tedavisinde sırayla şu protokolü uyguluyoruz...Şubat Ayı boyunca 4 seans 1000TL dermapen KAMPANYA...DUDAK DOLGUSU SANATTIR...MUTLULUĞUN RESMİ BU OLSA GEREK BENİM İÇİN EN BÜYÜK MUTLULUK HASTAMIN İŞLEM SONRASI TEBESSÜMÜ...Zamanı geri alıyoruz! Fraksiyonel Altın İğne Radyofrekans..Yüzde bütünsel yaklaşım Güzel sonuçlar verir..."* gibi ifadelere; tıbbi işlemlere ilişkin kampanya ve fiyat bilgisi ile hasta öncesi ve sonrası görsellerine yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/1, 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 **Dr. Abdullah YILDIZ** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**50)**

**Dosya No: 2021/2042**

**Şikayet Edilen:** **Neslihan ERŞAHİN SÖYLEMEZ**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 21.06.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinin 21.06.2021 tarihli görünümünde şahsa ait "*annebabacocukpsikolojisi*" kullanıcı isimli sayfada yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *"...@doktortakvimicom üzerinden bırakılan, Emdr Terapisi sonunda bir yorumum Emdr Terapisi ile hatırladığınız ve sizi üzen anıları tekrar çalışıp, sağlıklı bir şekilde kaydedebilirsiniz..Ve başladık seanslara... Sona yaklaşırken, Bana bu güzel not ve kendi çizdiği bu resim ile geldi.. Aaaa bir de süper bir tesadüfle, daha önce başka bir danışanımdan gelen kar küresinin aynısı ile geldi ben o kar küresini de çok sevmiştim. Birdi iki oldular Teşekkürler tekrar..Az önce aldığım bir mesajı danışanımın izniyle paylaşıyorum...Ben istedim, sevdiğim ve almayı istediğim bu kokinalar ben alamasam da danışanımın ince düşüncesiyle geldi bana...Şuan bu yazdıklarımı okuyor biliyorum burdan tekrar sevgilerimi gönderiyorum size...Bu güzel kalpler de olmak, düşünülmek, çok çok değerli... Mesleğimi çok severek yapıyorum. Hem çocuk hem yetişkin danışanlarımla her zaman büyük bir özveriyle ve sevgiyle çalıştım ve devam ediyorum..."* şeklinde ifadelerle ve ifadelere ekli görsellerle şahsa yönlendirme yapan ifade ve olumlu hasta yorumlarına yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu internet sitesinde yapılan tanıtımların, bilgilendirme kapsamını aşarak “reklam’’ niteliğinde değerlendirildiği ve sağlık alanında çalışan şahsın ve kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı, talep yaratıcı nitelikte olduğu ve şahsa yönlendirme yaparak, benzer alanda faaliyet gösteren sağlık çalışanları/kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açtığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanun’un Ek 13 üncü maddesi,

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

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/1, 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 **Neslihan ERŞAHİN SÖYLEMEZ** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**51)**

**Dosya No: 2021/2048**

**Şikayet Edilen:** **Songül DURUR ZEVZİR (Özel Daisy Polikliniği)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 03.05.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com, www.facebook.com ve www.youtube.com adresli sosyal paylaşım sitelerinde 03.05.2021 tarihli görünümlerinde şahsa ait "*daisypoliklinik*" ve *"Daisy Poliklinik"* kullanıcı isimli sayfalarda yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *"...Altın Üçlü Vücut Şekillendirmenin diğer yöntemlerden fark nedir? Kombine bir tedavi protokolü olan Altın Üçlü Vücut Şekillendirme, etkinliği bilimsel olarak kanıtlanmış, FDA onaylı yeni nesil cihazların kullanıldığı özel bir tedavi protokolüdür...Siz hala yaz hazırlıklarına başlamadınız mı? Artık kalkık, dışa bombeli, selülitsiz bir popo ve daha sıkı kalçalara ameliyatsız bir şekilde kavuşabilirsiniz...Exilis Elite Ameliyatsız Saten Vücut Germe 2 ayrı teknoloji bir araya getirmeyi başarmış ve bu konu FDA onaylı bir uygulamadır. Mekanik masaj etkisi ve fokuslu radyo frekansın oluşturduğu ısı etkisinin yardımı ile bağ dokusunu oluşturan kollejen sentezini uyarır...Siz de temassız inceleyim diyenlerden misiniz? Vanquish Me ameliyatsız liposuction uygulaması, en iyi bölgesel incelme ödülü alan uygulamadır. Selektif radyo frekans sistemiyle çalışarak temassız bir şekilde yağları eritir. Size en kısa sürede, en etkili, temassız ve hijyenik incelme imkanını sunar!...Cildinizin ihtiyaçlarını telafi edebiliyor musunuz? Altın Üçlü Gençlik İksiri cilt sorunlarınızın en derinlerine inerek size kombine çözümler sunar. Aşama aşama cildinizin eksikliğini duyduğu ihtiyaçlarını teknolojinin yardımı ile yerine koyar...SATEN VÜCUT GERME Sarkmaları giderme Selülit görünümünü azaltma Vücudu şekilendirme ve inceltme. Cildi sıkılaştırma Artan kollajenler sayesinde parlak*

*satensi bir cilde kavuşturma..DAHA İNCE,DAHA SIKI,DAHA FİT ,bir vücut için ..... FDA tarafından ‘CIRCUMFENTIAL FAT REDUCTION ‘ çevresel yağ yok etme onayı ile Bölgesel incelme ,selülit giderme ve sıklaştırma onayı bulunan...BTLaesthetics Sertifikalı Avrupanın en buyuk Başarılı 5 polikliniğinden biri olmanın gururunu yaşıyoruz...Kollejenlerimiz azaldıkça cildimizin elastin lifleri zamanla gevşeyerek sarkmaları görmeye başlarız biz bunun için cilde yabancı madde vermeden ifade kaybı olmadan doku uyarımı sağlayan Gold lifting ile elastin liflerini sıklaştırıp lifting sağlayarak muhteşem sonuçlar almaktayız Geç kalmayın genç kalın...Gold Lifting ile Yanak Kaldırma Yanak bölgesinde oluşan sarkmayı yüksek yoğunluklu ultrason (ses) dalgalarının yardımı ile. giderir. Yanak bölgesinde ameliyatsız, iğnesiz, dolgusuz germe etkisi sağlar. İşlem sırasında cildi uyarır. Ciltte kollajen artışını sağlar. Hücreleri canlandırarak harekete geçirir. Ciltteki elastin liftlerini birbirine bağlayarak sıkılaştırır. Tüm bu etkileri TEK SEANSTA gerçekleştirir..Cildinizde yüzünüzde boyun ve gıdıda gevşeme, sarkma, kırışıklıklar mı oluştu, Göz altınızda Torbalanmalar, Morluklar mı var? Cildiniz canlılığını kaybetmiş kullandığınız ürünlerle ve yaptırdığınız bakımlarla da istediğiniz etkiyi alamıyor musunuz ? Altın üçlü kombinayonumuzla hücre tamiri yaparak elastin liflerini sıklaştırıp cildi içten dışa onararak 5 ile 10 yaş arası kalıcı doğal gençleştirmekteyiz. GEÇ KALMAYIN GENÇ KALIN...VANQUİSME BÖLGESEL İNCELME . Amerika Sağlık Örgütü FDA tarafından ‘CIRCUMFENTIAL FAT REDUCTION ‘ çevresel yağ yok etme onayı bulunmaktadır ve en iyi ve tek bölgesel incelme ödüllü olan BTL Vanquish Me Temassız İncelme ile en iyi sonuçları almaktayız...Tek seansta etki görmektesiniz. Aynı anda etki %10 ile %20 ortaya çıkar ve 3 ay ile 6 ayda maksimum seviye ulaşır. Muhteşem Doğal gençleştirici Lifting bakımın ;TEK SEANSTA ETKİLERİ..."* gibi ifadeler ile hasta öncesi ve sonrası görsellerine yer verildiği;

www.daisypoliklinik.com adresli internet sitelerinin 03.05.2021 tarihli görünümlerinde örnek olarak; *"...Estetik alanında 1995 yılından günümüze kadar hizmet veren Daisy, bilgi ve teknolojide uluslararası standartları ve mesleki prensipleri ilke olarak benimsemektedir. Alanındaki teknolojik gelişmeleri yakından takip eden Daisy, aynı zamanda personelinin gelişimini de bu paralelde sürdürmektedir....RED Touch, kollajen tarafından seçici olarak emilen ilk sistemdir. yeni bullunan bu özel birdalga boyu ile KOLLEJEN LAZERİ İLE KIRIŞIKLARA VE ÇİZGİLERE yeni bir çözüm yüzdeki çizgilere ve boyun çizgilerine alın ve göz çevresi ve ciltte bununan kırışıklara çizgilerineuygulanmaktadır...Yeni RedTouch: Başarısının sırları özel geliştirilmiş bir dalga boyu ile ve sadece kollejen için üretilmiş ve Dünyada tek lazerdir kollejen hedef alan dalga boyu ile kırışlığı en iyi azaltan lazerdir. Kollajende Etkili Özel Dalga Boyu (675 nm) RED Touch, kollajen tarafından seçici olarak emilen ilk sistemdir kollejende yeni bir dönemdir. İyileşme Dönemi Yok. RedTouch, bu dalga boyunu kullanan ilk ve tek sistemdir: Daha önce hiç kullanılmamış ve kolajen ile reaksiyona giren ilk dalga boyu. Piyasada halihazırda suyu hedefleyen sistemlerlekarşılaştırıldığında, Red Touch sistemi doğrudan dermal düzeyde bulunan kolajen bileşenineetki eder. cilt için önemli olan kollejeni tetikleyerek cildi gençleştirir kırışıklıkları açar cildi sıklaştırır...Genital estetik çoğu kadının aslında yaptırmak isteyip çekindiği ve ameliyat olmaktan da korktuğu bir işlemdir. Genital sorunlar insanların sakladığı ve kolay kolay kimseyle de paylaşmadığı sorunlardır. Kadınlar vajinalarındaki bozukluğu ya da herhangi bir problemini kimseyle paylaşmak istemez. Fakat sorun çözülmedikçe de hayatlarında mutsuzluğa sürüklenirler. Bu da yaşam enerjilerini düşürür ve daha mutsuz bir hayatla karşı karşıya bırakır. Günümüzde ise tüm bu sorunlardan kurtulmak için bıçak altına yatmanıza gerek kalmamaktadır. İşlem Süresi ve Seans Sayısı Nedir? Kısa sürede günlük hayatınızdan çok fazla çalmadan ameliyatsız yöntem olan BTL Exilis Ultra 360 ile vajina daraltma, dış genital bölgede ise sıkılaşma ve toparlama işlemi yapılmaktadır. Bu teknoloji tamamen kadın sağlığı için vardır ve kısa sürede güzel ve etkili sonuçlar vermektedir. Yaklaşık 10.dk bir işlem olup Haftada bir 3 seans uygulanmaktadır. Uygulama sonrası herhangi bir ilaç vs kullanmanızı gerektirmez ayrıca İşlem sonrası cinsel perhize gerek yoktur, Uygulama esnasında ve sonrasında ağrı -acı duyulmaz..Vanquish ME – Temassız Estetik Nedir? Bu sistem bölgesel fazlalıklardan kurtulmak isteyen için geliştirilmiş ameliyatsız ağrısız kolay bir uygulamadır..Vanquish ME Sistemi Amerika Sağlık Örgütü (FDA) tarafından ‘Circumferential Fat Reduction’ Çevresel Yağ Yok Etme onayı almış ve 56 farklı ülkede yapılan klinik çalışmalar ile sonuçları kanıtlanmıştır. Uygulama Yaptıran Kişinin sağlına hiçbir zararı olmadığı kanıtlanmış ve ameliyatsız temassız bir şekilde yağ azaltma ve uygulama yapılan bölgede incelme sağlamayı başaran yeni nesil teknolojidir..İlerlemekte olan yaşımızla birlikte tekrarlanan mimik hareketlerine bağlı olarak ve güneşinde etkisi ile yüzümüzün yanı sıra dudaklarımızda da kırışıklıklar oluşabilmektedir. Dudak dolgusu sayesinde artık ağız çevresinde uyumlu sonuçlar elde edebilmek mümkündür. Dudak dolgusu ile dudak kontürü yeniden belirlenir, dudak köşeleri doldurularak şekillendirilir, dudak hacmi arttırılır ve dudakların yeniden nemlendirilmesi sağlanır..."* gibi ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/1, 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 **Songül DURUR ZEVZİR (Özel Daisy Polikliniği)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**52)**

**Dosya No: 2021/3835**

**Şikayet Edilen:** **Dr. Vildan HACIFETTAHOĞLU TEMEL**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.foresthair.com.tr ile www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde şahsa ait sayfada yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 07.05.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinin 07.05.2021 tarihli görünümlerinde şahsa ait *“dr.vildanhacifettahoglu”* kullanıcı isimli sayfada yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *"...Kontrol seanslarına ne kadar önem verdiğimi hastalarım bilirler. Bu seansların amacı küçük dokunuşlar ile ödem ve kızarıklıklar sonrası oluşan son görüntüye rötuş yapmak ve iyileştirme sağlamak...Göz Altı Işık Dolgusu ve Botoks Uygulaması Göz çevresindeki sorunlardan kaynaklı olarak ortaya çıkan yorgun yüz ifadesini iyileştirmek için botoks ve göz altı ışık dolgu uygulamasını birlikte kullanmaktayız. Bu sayede daha dinamik bir yüz ifadesine kavuşmuş olmakla beraber yaş alırken yaşlanmanın da önüne geçiyoruz...Hastalarım için her zaman en son teknolojik değişiklikleri takip ediyor ve tedavi araçlarımızı güncelliyoruz. Dermapen için en uygun mevsimlerdeyiz. Yenilediğimiz dermapen cihazımız ile daha az işlem süresi ile daha fazla fayda almaktayız...Erkeklerde botoks uygulamasında kullandığımız dozlar ve uygulama bölgelerimiz değişiyor. Genellikle çok çekinildiği için hatırlatmak istiyorum; erkeklerde maskülen yapıyı bozmadan botoksu uygulayabiliyoruz...Memnuniyeti için hastamıza çok teşekkür ederiz. Akupunktur ile 10 seansta 10 kilo verdik...Dudak dolgusu hakkında merak edilenleri Cnn Türk' te yanıtladım...İşlem sonunda sizler mutlu olunca, güzel tepkiler alınca bende mutlu oluyorum ve işimi daha büyük bir aşkla yapıyorum. Videonun sonunda öncesi sonrası fotoğrafına bakabilirsiniz..."* gibi ifadelere; olumlu hasta yorumları ile hasta öncesi ve sonrası görsellerine yer verildiği;

Şahsın faaliyet gösterdiği www.foresthair.com.tr adresli internet adresinin 07.05.2021 tarihli görünümünde örnek olarak; *"...Estetik problemler yalnızca kadınları ilgilendirmez. Saç dökülmesi de sadece erkeklerin problemi değildir. Bunlar yanlış algılardır. Hem saç dökülmesi hem de estetik meseleler her türlü insan için önemlidir. Ne zaman gerekli oldukları önceden tahmin edilemez. Kadınlarda saç dökülmesine sıklıkla rastlanmaktadır. Üstelik bu durumun tek bir nedeni de yoktur. Hem kadınlar hem de erkekler saç ekimi işlemlerinden istifade etmektedir. Saç dökülmesi gençlik döneminde görülebilir. Ama aynı zamanda geç yaşlarda da ortaya çıkabilir. Ciddi bir hastalık ya da tedavi sürecinden kaynaklanmıyorsa, yeni teknolojiler sayesinde ortadan kaldırılabilir. Gerçek şu ki saç dökülmesi problemi her yaşta psikolojik olarak ciddi sorunlar yaratır. Günümüzde teknolojik yeniliklerin ulaştığı muazzam seviye gayet iyi bilinmektedir. Bu durum saç ekimi tekniklerine ciddi biçimde yansımıştır. Zaten böyle bir durumda tam tersini beklemek doğru olmazdı. FUE ile saç ekimi yöntemi, saç ekimi tekniklerinin ulaştığı en üst düzeyi temsil etmektedir. Hastalar bu yöntemden gayet memnundur. Uzmanlar ve doktorlar, FUE’den sonra eski teknikleri bir kenara bırakmışlardır. Bu uygulamanın mantığını kısaca özetleyebiliriz. İleri teknoloji ile üretilmiş mikro motorlar donör bölgeden saç greftlerinin alınmasını mümkün kılar...Saçların kaybedilmesi, kadın erkek fark etmeksizin, her bir birey için genel olarak travmatik bir deneyim olarak yaşanır. Ancak, özellikle kadınlar açısından saç dökülmesinin hem bireysel benlik hem de duygusal durum üzerinde erkeklere kıyasla çok daha sert ve olumsuz etkileri olduğunu söylemek mümkündür. Tümüyle sağlıklı saçlardan oluşan bir baş, genellikle güzellikle ve olumlu bir kendilik imajı ile*

*ilişkilidir. Bu nedenle saç dökülmesinin sebebiyet verdiği psikolojik bir maliyet söz konusudur. İşin daha kötü yanı, kadın tipi saç dökülmesinin medyada ve tıp camiasında nadiren tartışılmasıdır. Şu durumda kadınların durumlarının nasıl ele alınacağına dair açık tartışmaların yürütülmesi zorlaşacaktır..Kaş ekimi işleminden önce hasta muayene edilecektir. Bu muayenede kaşların alacağı nihai biçim tasarlanmaktadır. Özel bir kalemde kaş bölgesinin kaplayacağı alan üstünkörü bir biçimde belirlenir. Belirlemeden sonra, uygulama bölgesinde lokal anestezi yapılır. Bu sayede hastanın konforu maksimum bir noktaya çıkarılır. İşlemden sonra gündelik aktivitelerinize dönebilirsiniz. Kaşlarınızdaki hatırı sayılır değişimi yavaş yavaş fark edeceksiniz...Son dönemlerde sakal ekiminin revaçta olduğunu söylemek mümkündür. Bu erkeklerin sakalla ilgili sorunlarını kökten çözen bir yöntemdir. Estetik ve doğal görünüme sahip olan sakallara sahip olmak mümkündür. Yaklaşık 1 sene içerisinde istenen görünüm ortaya çıkacaktır..."* gibi ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/1, 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 **Dr. Vildan HACIFETTAHOĞLU TEMEL** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**53)**

**Dosya No: 2020/3842**

**Şikayet Edilen: Dent Estetica İstanbul Sağlık Hiz. Tic. A. Ş. (Özel Dentistanbul Diş Hastanesi)**

**Şikayet Edilen Reklam:** flypgs.com Magazine Dergisi'nin Mayıs 2019 tarihli sayısında verilen dergi ilanı

**Reklam Yayın Tarihi:** Mayıs 2019

**Yayınlandığı Mecra:** Dergi İlanı

**Tespitler:** İşletme tarafından, "flypgs.com Magazine Dergisi"nin Mayıs 2019 tarihli sayısında verilen dergi ilanında ünlü oyuncu Yavuz Seçkin üzerinden ağız ve diş görsellerine yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

- Ağız ve Diş Sağlığı Hizmeti Sunulan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmelik’in 25 inci maddesi,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/1, 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 **Dent Estetica İstanbul Sağlık Hiz. Tic. A. Ş. (Özel Dentistanbul Diş Hastanesi)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**54)**

**Dosya No: 2020/5302**

**Şikayet Edilen: Get Slim In Turkey Sağlık ve Aracılık Hizmetleri Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.getsliminturkey.com adresli internet sitesinde ve İnstagram isimli sosyal paylaşım sitesinde yayımlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 04.06.2021, 09.06.2021, 08.09.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu tanıtımların 04.06.2021 tarihli görünümünde, tüp mide ameliyatı, saç ekimi ve birçok estetik cerrahi ameliyatlarının gerçekleştirildiğine dair bilgilerin paylaşıldığı, bu uygulamaların gerçekleştirildiği söylenen hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülerinin ve hasta yorumlarının yayınlandığı ve ayrıca bu amaçla yurtdışından hasta kabul edildiğine dair bilgilerin verildiği, hastaların ilgili sağlık kuruluşlarına yönlendirilerek aracılık faaliyetinde bulunulduğu, İnstagram'da kuruluşa ait hesap üzerinden yayınlanan 09.06.2021 ve 08.09.2021 tarihli tanıtımlarda ise, tüm bunların yanı sıra, kuruluşun "cerrahi merkezi" ismiyle tanıtıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu tanıtımların yayınlandığı dönemde kuruluş adına Sağlık Bakanlığınca sağlık turizmi alanında veya ülkemizde sağlık alanında faaliyet göstermek adına düzenlenmiş bir belge ve yetkilendirme bulunmadığı, ayrıca tabipler tarafından uygulanması gereken ve tıbbi olduğu bilinen söz konusu uygulamalarla ilgili tanıtım yapılmasının yürürlükte bulunan mevzuat çerçevesinde her halükarda yasak olduğu, dolayısıyla adı geçen sitede sağlık hizmeti sunumuna ve sağlık turizmine yönelik bilgilendirme ve tanıtım yapılamayacağı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

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

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

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

- Özel Hastaneler Yönetmeliği’nin 60 ıncı maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Get Slim In Turkey Sağlık ve Aracılık Hizmetleri Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **114.326-TL. (Yüzondörtbinüçyüzyirmialtı Türk Lirası)** **idari para ve** **anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesinekarar verilmiştir.

**55)**

**Dosya No: 2020/5303**

**Şikayet Edilen: Fizyomed Güzellik Estetik Lazer ve Sağlık Hizmetleri Ltd. Şti. (Fizyomed Güzellik Salonu)**

**Şikayet Edilen Reklam:** http://www.fizyomedbeykent.com adresli internet sitesinde yayımlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 18.08.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Şikayet edilen kuruluşun bir güzellik salonu olarak ruhsatlandırıldığı, buna karşın, inceleme konusu tanıtımların 18.08.2021 tarihli görünümünde, *"PRP, mezoterapi, dolgu, kimyasal peeling, lazer epilasyon*" gibi tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar**: Yapılan incelemeler sonucunda, şikayet edilen kuruluşun bir güzellik salonu olarak ruhsatlandırıldığı, buna karşın inceleme konusu internet sitesinde yayımlanan tanıtımlarının 18.08.2021 tarihli görünümünde, tabipler tarafından uygulanması gereken ve güzellik salonlarında -tabip çalışsa bile- uygulanması yasak olan *"PRP, mezoterapi, dolgu, kimyasal peeling, lazer epilasyon"* gibi tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara yer verildiği,

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

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

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

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

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

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

-Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmelik’in Geçici 5 inci maddesi,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**56)**

**Dosya No: 2020/5787**

**Şikayet Edilen: Özbeyler Sağlık Özel Hastahane Medikal İth. İhr. San. ve Tic. A. Ş. (Özel Edremit Körfez Hastanesi)**

**Şikayet Edilen Reklam:** Kuruluşa ait olup 05.02.2020 tarihinde cep telefonlarına gönderilen *"Tüm branşlarda muayene ücreti farkının yarıya indirilme uygulaması 1 Mart 2020 tarihine kadar uzatılmıştır. Randevu 02663720000."* şeklinde ifadelerin yer aldığı kısa mesajlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 05.02.2020

**Yayınlandığı Mecra:** Kısa Mesaj

**Tespitler:** İnceleme konusu kısa mesajda, *"Tüm branşlarda muayene ücreti farkının yarıya indirilme uygulaması 1 Mart 2020 tarihine kadar uzatılmıştır. Randevu 02663720000."* şeklinde ifadelerin yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, sağlık alanında hizmet veren kuruluşların ilgili mevzuat gereği, açılışları, hizmet alanları ve sundukları hizmetler ile ilgili konularda toplumu bilgilendirmek amacıyla tanıtım yapabilecekleri ve ilan verebilecekleri; ancak, bilgilendirme ve tanıtım faaliyetleri kapsamında yanıltıcı, abartılı, doğruluğu bilimsel olarak kanıtlanmamış bilgilere vetalep yaratmaya yönelik açıklamalara yer verilemeyeceği; söz konusu kısa mesajda yer alan ifadelerin, mevzuatta izin verilen bilgilendirme sınırını aşarak kuruluşun sunduğu hizmetlere yönelik fiyatlandırma bilgilerinden bahsedilmesi suretiyle talep yaratmaya yönelik değerlendirildiği, bu nedenle, söz konusu reklamların sağlık alanında faaliyet gösteren kuruluşun çalışmalarına ticari bir görünüm yüklediği ve sağlık mevzuatında belirtilen bilgilendirme ve tanıtım faaliyetleri sınırını aştığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Tıbbi Deontoloji Nizamnamesi’nin 8 inci maddesi,

- Özel Hastaneler Yönetmeliği’nin 60 ıncı maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Özbeyler Sağlık Özel Hastahane Medikal İth. İhr. San. ve Tic. A.Ş. (Özel Edremit Körfez Hastanesi)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesinekarar verilmiştir.

**57)**

**Dosya No: 2020/5888**

**Şikayet Edilen: Halil DERİN (Fizyodem Spor Salonu)**

**Şikayet Edilen Reklam:** "Fizyodem" isimli işyerine ait *"Ağrılarınız Sizi Fıtık Etmesin"* sloganlı broşürler, "Fizyodem Fizyoterapi ve Sağlıklı Yaşam Merkezi" başlıklı kartvizit ve Facebook isimli sosyal medya mecrasında "Fizyodem Gtos Terapi-Başakşehir" isimli hesap üzerinden yayımlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 09.04.2020, 18.06.2021

**Yayınlandığı Mecra**: Broşür, Kartvizit, İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu broşürde ve kartvizitte, *"manuel terapi, gtos terapi, kupa terapi, grastron terapi, bel-boyun fıtığı, kanal daralması, bel-bacak ağrıları, kireçlenme, skolyoz, boyun düzleşmesi, topuk dikeni, migren, fibromiyalji"* gibi terapi ve tedavi yöntemleri ile birtakım hastalık isimlerinin sıralandığı,

Facebook mecrasında kuruluşa ait "Fizyodem Gtos Terapi-Başakşehir" isimli hesap üzerinden yayımlanan tanıtımların 09.04.2020 tarihli görünümünde, "*Gtos terapi*" ifadesine ve *"Burada tedavi olmalarını, Fatma Hanımı tanımalarını isterim, ben oldum çok memnunum."* şeklinde tedaviye yönelik hasta yorumlarına, 18.06.2021 tarihli görünümünde ise *"Gtos terapi", "1 kişiye-1 seans yüz terapi hediyemiz olacak.", "Bel ve boyun problemlerine son! Gtos terapi, manuel terapi", "Omurga eğriliği (skolyoz) için uygulanan Schroth egzersizleri", "Boyun, kas spazmının en fazla görüldüğü anatomik bölgedir."* şeklinde tedaviye yönelik ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, kuruluşun bir 'spor salonu' olarak ruhsatlandırıldığı ve bir 'sağlık kuruluşu' olarak faaliyet gösterme yetkisinin bulunmadığı, buna karşın inceleme konusu broşürde ve kartvizitte, *"manuel terapi, gtos terapi, kupa terapi, grastron terapi, bel-boyun fıtığı, kanal daralması, bel-bacak ağrıları, kireçlenme, skolyoz, boyun düzleşmesi, topuk dikeni, migren, fibromiyalji"* gibi terapi ve tedavi yöntemleri ile birtakım hastalık isimleri sıralanarak bu hastalıkların kuruluş bünyesinde tedavi edildiği izleniminin oluşturulduğu,

Facebook mecrasında kuruluşa ait "Fizyodem Gtos Terapi-Başakşehir" isimli hesap üzerinden yayımlanan 09.04.2020 ve 18.06.2021 tarihli tanıtımlarda "*Gtos terapi*" ifadesine ve *"Burada tedavi olmalarını, Fatma Hanımı tanımalarını isterim, ben oldum çok memnunum."* şeklinde tedaviye yönelik hasta yorumlarına, *"Gtos terapi", "1 kişiye-1 seans yüz terapi hediyemiz olacak.", "Bel ve boyun problemlerine son! Gtos terapi, manuel terapi", "Omurga eğriliği (skolyoz) için uygulanan Schroth egzersizleri", "Boyun, kas spazmının en fazla görüldüğü anatomik bölgedir."* şeklinde tedaviye yönelik ifadelere yer verildiği; bu doğrultuda, sağlık alanında ruhsatlandırılmayan kuruluşun sağlık hizmeti sunumuna yönelik tanıtımlarının tüketicileri aldatıcı ve ilgili mevzuata aykırı olarak değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

-Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmelik’in 31 inci maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Halil DERİN (Fizyodem Spor Salonu)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**58)**

**Dosya No: 2020/5907**

**Şikayet Edilen: Dr. Yasin ÜNAL**

**Şikayet Edilen Reklam:** İnstagram isimli sosyal paylaşım sitesinde "drestetikyasin" hesap adıyla yayımlanan şahsa ait tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 06.07.2021, 28.07.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu tanıtımlarda *“Aralık İndirimi, Yeni yıla bakımlı girin... Fraksiyonel lazer yaptırın, hydrafacial cilt bakımı hediyenizi kapın”* gibi tıbbi işlemlere yönelik ifadelere yer verildiği, ayrıca, "burun dolgusu, dudak dolgusu, çene dolgusu, liposuction" gibi tıbbi işlemlerin uygulandığı hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ilişkin fotoğrafların paylaşıldığı tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**59)**

**Dosya No: 2020/5908**

**Şikayet Edilen: Karahan Hekimlik Sağlık Hizm. Tic. Ltd. Şti. (Dr. İbrahim KARAHAN)**

**Şikayet Edilen Reklam:** İnstagram isimli sosyal paylaşım sitesinde "dribrahimkarahan" hesap adıyla yayımlanan şahsa ait tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 26.12.2020, 28.07.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu tanıtımlarda, tıbbi işlemlerin uygulandığı hastaların tedavi öncesine ve sonrasına ait fotoğraflara, *"Mide botoksu... Bir saat içinde normal hayatınıza geri dönebilirsiniz. Hayatınızı değiştirecek yeni bir adım atın. Ağrısız, ameliyatsız 15 dakikada kilolarınızdan kurtulmak için bizi şimdi arayın.", "Mide Botoksu ile sizde kilolarınıza veda edin. \*Mide botoksu İşlem süresi 15 dakikadır, \*İşlemi hissetmezsiniz, \*Ameliyat değildir, \*Aynı gün normal hayata dönersiniz, \*Porsiyonlarınız küçülür, \*İştahınız azalır, \*4-6 ay etki devam eder ve kolayca kilolarınızdan kurtulursunuz."* gibi tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Karahan Hekimlik Sağlık Hizm. Tic. Ltd. Şti. (Dr. İbrahim KARAHAN)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**60)**

**Dosya No: 2020/5923**

**Şikayet Edilen: Didem ESEN (Eva Derm Güzellik Salonu)**

**Şikayet Edilen Reklam:** Facebook isimli sosyal paylaşım sitesinde *"Evadermguzellik"* isimli hesap üzerinden yayımlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 29.04.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Şikayet edilen kuruluşun bir güzellik salonu olarak ruhsatlandırıldığı, buna karşın, inceleme konusu tanıtımlarının29.04.2020 tarihli görünümünde, *"dövme silme, akne tedavisi, dermopeeling, medikal cilt bakımı, microbleading, dermapen"* gibi tıbbi işlemlerin isimlerine yer verilerek tanıtım yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar**: Yapılan incelemeler sonucunda, şikayet edilen kuruluşun bir güzellik salonu olarak ruhsatlandırıldığı, buna karşın inceleme konusu internet sitesinde yayımlanan tanıtımlarda *"dövme silme, akne tedavisi, dermopeeling, medikal cilt bakımı, microbleading, dermapen"* gibi tabip tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlerin isimlerine yer verilerek tabipler tarafından uygulanması gereken tıbbi alanlarda hizmet sunulduğuna dair tanıtım yapıldığı,

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

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

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

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

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

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

-Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmelik’in Geçici 5 inci maddesi,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**61)**

**Dosya No: 2020/5964**

**Şikayet Edilen: Dr. Yusuf Orhan UÇAL**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 17.08.2021, 20.01.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.orhanucal.com adresli internet sitesinin 17.08.2021 tarihli görünümlerinde örnek olarak, *"Sağlık ile ilgili her konuda karşımıza çıkan tıbbi terimlerden sağlık sektöründe olmayanlar her zaman şikayet etmiştir ancak bazı durumlar vardır ki bu terimleri kullanmadan anlatmak çok zordur. Ben kendi pratiğimde tıbbi terimlerden kaçınmaktan çok bu terimlerin anlamını hastayla paylaşıyorum böylece ortak bir dil üzerinde daha uzun süre daha anlaşılır konuşabiliyoruz. Önem verdiğim bir diğer nokta da hastaya ameliyat veya hastalığını anlatmadan önce kendisini ilgilendiren kısa bir anatomi ve fizyoloji bilgisi vermek. (...) Hastaya anlattığım bu basitleştirilmiş anatomi ve fizyoloji bilgisi ile hasta vücut işleyişinin doğru halini ilk ağızdan duyacak, hastalığını veya yapılacak ameliyatı ve gerekliliğini daha net anlayacak, yakın çevresine de doğru mekanizmayı anlatarak toplumun bilinç düzeyini arttırmaya katkıda bulunacaktır. (...) Bu kısa bilgilendirmeden sonra hastalık ile ilgili önemli noktaları anlatıyor daha sonra hastamın uyum sağlayabileceği tedaviye birlikte karar veriyoruz. Ameliyat gerekliliği olan bir hastada ameliyat öncesi hazırlık kısaca anlatılır daha önce anlatmış olduğum anatomi bilgisi ile birlikte ameliyatta neler yapılabileceği açıklanır, ameliyat sonrası hastayı nelerin beklediği, riskleri, hastanın beklentileri en ince ayrıntısına kadar konuşulur..", "Rinoplastide doktor seçimi... Hasta öncelikle ameliyatı istediğine dair beni ikna etmelidir. (...) Kliniğimize gelen her hastaya özel programlarla kendi burnunun ameliyat sonrası halini mutlaka gösteriyor bir simülasyon çalışması yapıyoruz. Siz ne istiyorsunuz biz bu burundan ne elde edebiliriz uzun uzun konuşuyoruz ancak unutmamak gerekir ki bu programlar aslında yol gösterici değildir çünkü her hasta birbirinden farklı özelliklere sahiptir ve biz de hiçbir zaman bilgisayar programlarıyla ameliyat yapmıyoruz o yuzden sadece fikir edinmek amacıyla bu yöntemi kullanıyoruz."*  gibi tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara,

Facebook ve İnstagram isimli sosyal paylaşım sitelerinde şahsa ait hesaplar üzerinden yayımlanan tanıtımlarda, tıbbi işlem uygulanan hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ilişkin görüntülere,

İnstagram üzerinden yapılan paylaşımların 20.01.2021 tarihli görünümünde, *"Piezo ve tur cihazları ile ağrı, morluk, şişlik ya hiç olmuyor ya da minimal düzeyde oluyor.", "Biri ideal erkek burnu mu dedi? (...)", "Özel enstrümanlar kullanarak burun kemiğini hatta burnun yüzle birleşim alanlarını şekillendirmek mümkün böylece tam uyumu eldetetmeye çalışıyoruz.", "Bugün de sevgili Seda'nın inanılmaz değişimine şahit olduk, öncesi için kaydırın>>"* şeklinde tıbbi uygulamalarla ilgili ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**62)**

**Dosya No: 2021/1407**

**Şikayet Edilen: Ella Farma İlaç Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.eczaistanbul.com ve www.eczaavrupa.com adresli internet sitelerinin alan adları

**Reklam Yayın Tarihi:** 02.09.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmanın eczane ruhsatının bulunmadığı, buna karşın internet adresinin alan adında alan adı olarak www.eczaistanbul.com ve www.eczaavrupa.com adreslerini kullandığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, 6197 sayılı Eczacılar ve Eczaneler Hakkında Kanun'un 24 üncü maddesinin *"İlaçların internet veya başkaca herhangi bir elektronik ortamda satışı yapılamaz. Eczane eczacıları ve eczaneler adına internet sitesi açılamaz."* ve Eczacılar ve Eczaneler Hakkında Yönetmeliğin 43 üncü maddesinin; *“(1) İlaçların ve 42 nci maddenin birinci fıkrasında belirtilen diğer ürünlerin internet veya başka herhangi bir elektronik ortamda satışı yapılamaz*. *(2) Eczane eczacıları ve eczaneler adına internet sitesi açılamaz.”* hükümleri ile eczacıların ve eczanelerin internet sitesi açamayacaklarının, internet ortamında faaliyet göstermelerinin yasak olduğunun, bununla birlikte 42 nci maddenin birinci fıkrasında belirtilen ürünlerin münhasıran eczanelerde satılabileceğinin ve söz konusu ürünlerin internet veya herhangi bir elektronik ortamda satılamayacağının düzenlendiği göz önünde bulundurularak,

Eczane olarak ruhsatlandırılmayan söz konusu firmanın internet sitesinin alan adının "www.eczaistanbul.com" ve "www.eczaavrupa.com" olarak isimlendirilmesinin "eczacılık" mesleğinin verdiği güven ve itimat duygusunu istismar eden nitelikte, haksız bir unvan kullanımına yönelik, dolayısıyla tüketiciler açısından yanıltıcı, aldatıcı ve tüketicilerin tecrübe ve bilgi eksikliklerini istismar edici nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Ella Farma İlaç Ticaret Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**63 )**

**Dosya No: 2021/241**

**Şikayet Edilen: Halil ÇATALTAŞ**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 17.05.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.facebook.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait ‘BlueWhite Elazığ’ kullanıcı isimli sayfanın 17.05.2021 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘Buz Lazer Epilasyon’* gibi tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara; ayrıca, uygulama öncesi ve sonrasına ait görüntülere; bununla birlikte, söz konusu işlemlerle ilgili kampanya ve fiyat bilgilerine yer verildiği,

Diğer taraftan; inceleme konusu tanıtımlarda kuruluşun isminin *“Elazığ Blue White”* olarak nitelendirildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, güzellik salonu olarak faaliyet gösteren kuruluşun 12.02.2021 tarihinde faaliyetine son vermesine rağmen, www.facebook.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait ‘BlueWhite Elazığ’ kullanıcı isimli sayfanın 17.05.2021 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘Buz Lazer Epilasyon’* gibi tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara; ayrıca, uygulama öncesi ve sonrasına ait görüntülere; bununla birlikte, söz konusu işlemlerle ilgili kampanya ve fiyat bilgilerine yer verildiği,

Diğer taraftan; inceleme konusu tanıtımlarda kuruluşun isminin *“Elazığ Blue White”* olarak nitelendirildiği; ancak, kuruluşun hizmet verdiği dönemde bir “güzellik salonu” olarak faaliyet göstermesi sebebiyle söz konusu tanıtımlarda kuruluşun türünün açıkça belirtilmemesi suretiyle tüketicilerin yanıltıldığı,

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

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

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

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

Bu bağlamda; inceleme konusu tanıtımlarda, tabipler tarafından uygulanması gereken ve güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen çeşitli tıbbi tedavi yöntemlerinin isimlerini sayarak bu alanda hizmet verildiği ve sağlık alanında faaliyet gösterildiği yönünde izlenim uyandırıldığı; ancak söz konusu tıbbiişlemlerin doktor kontrolünde ve sağlık kuruluşları bünyesinde uygulanması gerektiği ve söz konusu tıbbi işlemlerin yetkili kişilerce dahi tanıtımının yapılmasının mevzuat gereği yasak olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

-Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmelik’in Geçici 5 inci maddesi,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**64)**

**Dosya No: 2021/2176**

**Şikayet Edilen: Arf Medikal Estetik Satış Pazarlama Hizmetleri Tic. Ltd. Şti.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 06.06.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Sağlık kuruluşu olarak faaliyet göstermek adına ilgili kurumlarca ruhsatlandırılmayan kuruluşun,www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait ‘arffmedikalestetik’ kullanıcı isimli sayfanın 06.06.2021 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘Botoks, Dolgu’* gibi tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara; ayrıca, uygulama öncesi ve sonrasına ait görüntülere; bununla birlikte, söz konusu işlemlerle ilgili çekiliş bilgilerine yer verdiği tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**65)**

**Dosya No:** **2021/1084**

**Şikayet Edilen: Batuhan Faruk TURAN-Metropol Beauty**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 04.06.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.instagram.com/metropolbeauty/ adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda; “*Son tekonoloji cihazımız ile ağrısız ve acısız buz lazer epilasyon. Tüm vücut yağlarınızdan kurtulun. Bölgesel zayıflama, selülit tedavisi. Tüm vücut incelme 9 magic crush 9g5 masajı 9 elektroterapi sadece 1700 TL. İncelme garantili zayıflama uygulamaları full paket sadece 150 TL. Selülit tedavisi, bölgesel incelme”* ifadelerine yer verildiğitespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, https://www.instagram.com/metropolbeauty/ adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda tıbbi işlemlere yönelik hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntüleri ile tıbbi işlemlere ilişkin fiyat bilgisi verilerek kampanya düzenlendiği,

Sunulan hizmetler arasında *“Selülit tedavisi, bölgesel incelme”* gibi doktor kontrolünde uygulanması gereken ve güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara yer verildiği,

[http://www.mayaestetik.com/hizmet…/epilasyon/lazer-epilasyon](http://www.mayaestetik.com/hizmetler/epilasyon/lazer-epilasyon%22%20%5Ct%20%22_blank)

Bu bağlamda; inceleme konusu tanıtımlarda yer alan ifade ve görüntülerin, tıbbi işlemlerle ilgili ve talep yaratıcı nitelikte olduğu,

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

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

- Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmelik’in Geçici 5 inci maddesi;

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/1-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 **Batuhan Faruk TURAN-Metropol Beauty** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**66)**

**Dosya No:** **2021/1147**

**Şikayet Edilen: Goldbiyans Güzellik Hizmetleri Kozmetik San. ve Tic. Ltd. Şti.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 04.06.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.instagram.com/goldbiyansguzellik/ adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda; *“Şimdi sınırsız lazer epilasyon zamanı, Şimdi sınırsız lazer epilasyon zamanı büyük kampanya 2500 TL yerine sadece 1500 TL. Lazer epilasyon, ben silme, bölgesel incelme”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, https://www.instagram.com/goldbiyansguzellik/ adresli internet sitesinde yer alan ifade ve görüntülerin, tıbbi işlemlerle ilgili ve talep yaratıcı nitelikte olduğu,

*"Şimdi sınırsız lazer epilasyon zamanı büyük kampanya 2500 TL yerine sadece 1500 TL.”* gibi ifadelerle tıbbi işlemlere ilişkin fiyat bilgisi verilerek kampanyaların düzenlendiği,

Ayrıca bahsi geçen sosyal medya hesabında yer alan tanıtımlarda; sunulan hizmetler arasında “Lazer epilasyon, ben silme, bölgesel incelme”gibi doktor kontrolünde uygulanması gereken ve güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara yer verildiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

- Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmelik’in Geçici 5 inci maddesi,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**67)**

**Dosya No:** **2021/1256**

**Şikayet Edilen: Dr. Mehmet AKGÜN**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 13.06.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.instagram.com/drmehmetakgun/ adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda;“*Hayalinizdeki altın oran orantılı bir çene ile mümkün. Altın oran olarak adlandırdığımız ölçülere kavuşmak için en önem verdiğimiz bölgelerden biri de çenenin yüzdeki konumu oluyor. Burun hattından dümdüz aşağı doğru baktığımızda aynı orantıda çenenin de uzanması ve bu noktada simetrik bir bitişe sahip olması daha keskin ve belirgin yüz hatlarına kavuşturarak kişiye daha çekici bir görünüm vermiş oluyor.* *Size özel belirlenecek programlar ve en uygun bölgesel incelme tedavileriyle fazlalıklarınızdan kurtulacak, orantılı hatlara kavuşacaksınız.* *Pozitif referansla gelen hastama en sevdiğim işlem olan C-Lift Dolgu Uygulamasını yaptım. Uygulamanın ardından elde ettiğimiz mükemmel değişim videomda!* *Yaş almaya bağlı yüz deformasyonları, çizgiler ve kırışıklıkları giderebildiğimiz Yüz Mezoterapisi ile daha genç ve daha canlı bir cilde kavuşabilirsiniz. Detaylı bilgi almak ve randevu oluşturmak için 0544 425 2341 numaralı telefondan bize ulaşabilirsiniz.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, https://www.instagram.com/drmehmetakgun/ adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda söz konusu şahsı övücü hasta yorumlarına yer verildiği,tıbbi işlemlere yönelik hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği,

[http://www.mayaestetik.com/hizmet…/epilasyon/lazer-epilasyon](http://www.mayaestetik.com/hizmetler/epilasyon/lazer-epilasyon%22%20%5Ct%20%22_blank)

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

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 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 **Dr. Mehmet AKGÜN** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**68)**

**Dosya No:** **2021/1543**

**Şikayet Edilen: Elenora Güzellik Estetik İnş. İç ve Dış Tic. Ltd. Şti.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 13.06.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.instagram.com/elenorakadikoy/ adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda;

“ *Neden Elenora? Türkiye geneli 71 şubemiz ile dünyanın en büyük kurumsal güzellik merkezi ağıyız. Sağlık Bakanlığı onaylı firma olup cihazlarımız FDA onaylıdır. 15 yıllık geçmişimiz ve uzman kadromuz ile hizmet vermekteyiz. Lazer epilasyonda kampanya. Seçtiğiniz iki bölge lazer epilasyon 500 TL. 3 bölge 699 TL. Yazın son kampanyası fırsatlarını kaçırmayın. Lazer epilasyonda 2 yıl hizmet ile 3 bölge peşin 750 TL taksitli 900 TL.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, https://www.instagram.com/elenorakadikoy/ adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda talep yaratıcı ifadelere yer verildiği ve tıbbi işlemlere ilişkin fiyat bilgisi verilerek kampanyaların düzenlendiği,

 Ayrıca *“Lazer epilasyon, leke tedavisi”* gibi doktor kontrolünde uygulanması gereken ve güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara ve hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği, bu bağlamda; sağlık alanında faaliyeti olmayan kuruluşun inceleme konusu internet sitesinde yapılan tanıtımlar aracılığıyla sağlık alanında faaliyet gösterdiği ve tabip tarafından yapılması gereken ve güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen tıbbi işlemleri uyguladığı yönünde bir algı oluşturduğu; dolayısıyla, söz konusu tanıtımların ilgili mevzuata aykırı olarak benzer kuruluşlar arasında haksız rekabete yol açtığı, tüketici yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/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 **Elenora Güzellik Estetik İnş. İç ve Dış Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **114.326 TL (Yüzondörtbinüçyüzyirmialtı Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**69)**

**Dosya No:** **2021/1658**

**Şikayet Edilen: Özge ACAR**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.instagram.com/cocukdishekimimersin/?hl=tradresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 16.12.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.instagram.com/cocukdishekimimersin/?hl=tradresli internet sitesindeyer alan tanıtımlarda; *“Niğde’den buralara gelip bize güvenen 3 yaşındaki minnoşumun güzel ailesini tebrik ediyorum öncelikle. Yaklaşık 2 saatte tam 12 dişine müdahale ettiğimiz miniğim uyandıktan 1 saat sonra oyun oynamaya başlamıştı bile. Adana’dan gelen minnoşum uyudu ve tam 15 dişi tertemiz olarak uyandı. Minnoşum yaklaşık 2 saate tekrar sağlıklı dişlerine kavuştu. Genel anestezi altında diş tedavileri bir lüks değil, doğru hasta ve doğru endikasyonda çocuğu rahata kavuşturacak en kısa ve en konforlu yoldur. Yine güzel bir ekip çalışması ve son derece bilinçli annelerimin desteğiyle harikalar yarattık.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda,https://www.instagram.com/cocukdishekimimersin/?hl=tradresli internet sitesindeyer alan tanıtımlarda tıbbi işlemlere ilişkin talep yaratıcı ifadeler ile tıbbi işlemlere yönelik hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği,

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

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

- Ağız ve Diş Sağlığı Hizmeti Sunulan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmelik’in 25 inci maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**70)**

**Dosya No: 2021/3919**

**Şikayet Edilen: Başar Sağlık Hizmetleri Tic. Ltd. Şti. (Özel Deva Diş Ağız ve Diş Sağlığı Merkezi)**

**Şikayet Edilen Reklam:** Çanakkale ilinde bulunan billboardlar üzerinde yer alan *“DEVA DİŞ Ağız ve Diş Sağlığı Merkezi – DİŞ HEKİMİ KORKUSUNA SON! – Çocuk hastalar, engelli hastalar ve yetişkin hastalar için genel anestezi ile (uyutarak) diş tedavileri yapılmaktadır. – 21. YIL – Merkez/BALIKESİR - 02662430435”* ibareli tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** Açık Hava İlanı

**Tespitler:** Çanakkale ilinde bulunan billboardlarda;*“DEVA DİŞ Ağız ve Diş Sağlığı Merkezi – DİŞ HEKİMİ KORKUSUNA SON! – Çocuk hastalar, engelli hastalar ve yetişkin hastalar için genel anestezi ile (uyutarak) diş tedavileri yapılmaktadır. – 21. YIL – Merkez/BALIKESİR - 02662430435”* ibareli tanıtımlara yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu tanıtımlarda yer alan ifadelerin, tıbbi işlemlerle ilgili ve talep yaratıcı nitelikte olduğu, kuruluşa yönlendirme yaparak, sağlık alanında çalışan kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı ve bilgilendirme sınırlarını aşarak "reklam" olarak değerlendirildiği, diğer kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açtığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

- Ağız ve Diş Sağlığı Hizmeti Sunulan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmelik’in25 inci maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**71)**

**Dosya No: 2021/3920**

**Şikayet Edilen: FTB Göz Sağlık San. ve Tic. Ltd. Şti. (Dr. Talha ÖZDEMİR)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 24.06.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu Instagram sosyal medya platformunun “Talha Özdemir (@dr.talhaozdemir)” hesabının 24.06.2021 tarihli görünümlerinde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; “ *(…) İnt doktorumuz femtosaniye excimer lazer ile gözlüklerinden kurtuldu:-.Gözlüksüz hayat güzelmiş inşallah en kısa zamanda maskesiz hayata da kavuşuruz, temennisinde bulundu. #gözlüklerinizdenkurtulun #excimerlazer #notouchlazer #kapakestetigi #katarakt #diabet #glokom #fakoameliyatı #trifokallens #akillilens #vmmedicalparksamsun #opdrtalhaözdemir (…) 3.75 miyop 1 derece astigmatı olan hastamızın lazer sonrası gözleri tamamen sıfır. Görmeleri tam #excimerlazer #gözlüksüzhayat #notouchlazer #retina #sasilik #diabet #blefaroplasti#medicalparksamsun #opdrtalhaözdemir (…) Hacer hanım in -19 miyop-3 derece astigmatı vardı. Göz içi akıllı mercek ameliyatı yaptık. Artık gözlüksüz. (…) Ercan Bey -25,0 (yirmibeş) derece miyop gözlük kullanıyordu. Kendisine göz içi mercek uygulaması yaptik. Artik gözlüksüz. (…) Femto lasik ile aynı gün gözlüklerinizden kurtulabilirsiniz – Nursel Hanım ve eşi Mehmet Bey’i dün femtolasik lazer yaptık, bugün Ordu’dan kendi araçları ile kontrole geldiler – Tşkler hocam herşey sayenizde güzelleşti 37 yıl sonra hayalime kavuştum. (…) Bugün de hastalarımız excimer lazer ile gözlüklerinden kurtuldular #excimerlaser #notouchlaser #vmmedicalparksamsun #opdrtalhaözdemir (…) Samsun AR Dersaneleri kurucusu benim de hocam Hilmi Belli ye Trifokal göziçi lens uygulaması yaptık, bugün ameliyat sonu kontrollerini yaptık yakın ve uzak artık gözlüksüz tam görebiliyor, herşey mükemmel (…) Dün Trifokal (akıllı lens) ameliyatı yaptığımız hastalarımızın kontrollerini yaptık. Hepsi yakın ve uzak gözlüklerinden kurtuldu. 40 yaşından sonra uzak ve yakın gözlükten kurtulmak için en uygun yöntem Trifokal göz içi lens uygulamasıdır (…) Excimer lazer femto second wavefront seklinde uygulanırsa kişiye özel tedavi yapılmış olur ve hem görme keskinliği daha fazla artar(kartal goz) hem de numaraların geriye gelmesi engellenmiş olur. Dün bu yöntemle lazer yaptığımız iki hastamız 100 de 150 görme keskinliğine sahip (…) Hüsamettin Bey’in sol gözünde ilaçlara cevap vermeyen 50 mm hg yüksek göz tansiyonu mevcuttu.( Normali 8-20).Glokom ameliyatını yaptık tansiyonumuz 9 mm hg (…) Katarakt halen gelişmekte ve geri kalmis ülkelerde maalesef körlüğün ilk sebebi. Katarakt videomuzdaki gibi bu hale gelmeden ameliyat edilmeli, bu hastamıza başarılı bir ameliyat yaptık, göz içi lens koyduk, gormesi tam. (…) İlyas Bey ve eşi hava hanim Almanya dan geldi. ilyas bey uzak ve yakın gözlüklerden kurtulmak istiyordu Trifokal lens taktık. Hava hanım 17 yıl önce eximer lazer olmuş şu an kataraktı +5 numara uzak +7 numara yakın ve 2 derece astigmati vardi. Hava hanıma da Trifokal torik lens taktık. Her iki hastamızda şu an gözlüksüz ve tam görüyor. Eximer lazer olanlar ileriki yıllarda katarak olduklarında iyi tetkik imkanları olan kliniklerde ve tecrübeli ellerde rahatlıkla ameliyat olabilir ve gözlüksüz olarak görebilirler. (…) Güne no touch lazer yaptığımız hastamızın kontrolü ile başladık. Oguzhan in 6 derece miyop gözlükleri vardı. Şu an gözleri sıfır ve gözlüksüz tam görüyor (…) Moskova dan gelen hastamiz Shargııa ya Trifokal torik göz içi lens uygulaması yaptık. 5 derece Uzak,7 derece yakın ve 3 derece astigmattan kurtuldu. (…) … Bu hastamız ilk geldiğinde göz bebeği göz merceğine yapışmış durumda idi, bir haftalık tedavi sonrası yapisikliklari açıldı, göz bebeği normal yuvarlak görünümüne kavuştu. #üveit #göziçi iltihabı #behcethastaligi #eximerlazer #aklıllılens #trifokallens #katarakt #fako # medicalparksamsun# op dr talha özdemir (…) Gözlüklerinizle Vedalaşın – Kişiye Özel Excimer Lazer İle Gözlüklerinizden Kurtulun (…) Şaşılık ameliyatı yaptığımız hastamızın ameliyat öncesi ve ameliyat sonu ilk günkü görünümü. Şaşılık ameliyatla düzeltilebilir. Erken ameliyat mükemmel sonuç verir.#şaşılık #gözlerdekayma #tembellik #ambliopia #gözlüksüzhayat #eximerlaser #medicalparksamsun #opdrtalhaözdemir (…)”* gibi ifadelerle birlikte hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait ifade ve görüntüler ile tıbbi işlem uygulandığı esnada çekildiği anlaşılan şahsa ait görüntülere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **FTB Göz Sağlık San. ve Tic. Ltd. Şti. (Dr. Talha ÖZDEMİR)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**72)**

**Dosya No: 2021/3922**

**Şikayet Edilen: Remzi Avcı Özel Sağlık Hizmetleri Tekstil Otomotiv San. ve Tic. A. Ş. (Özel Retina Göz Hastanesi)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 29.06.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu Instagram sosyal medya platformunun “Bursa Retina Göz Hastanesi (@retinagozhastanesi)” hesabının 29.06.2021 tarihli görünümlerinde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; “ *(…) Gözlüksüz bir hayata başlamanın ilk adımını atın! Retina Göz Hastanesi’nde lazer muayene ve tetkikleri yaz boyunca ücretsiz! Bilgi ve Randevu için 0224 240 2400 telefon numarasından veya www.retinagozhastanesi.com adresinden bize ulaşabilirsiniz. #retinagozhastanesi #bursa #excimerlazer #gozluklerinizdenkurtulun #lazer #ucretsizmuayene #uzman #doktor #saglik (…) Uzman kadromuz ve donanımlı hastanemizde gözünüzün sağlığı için bir tıkla web sitemizden randevu oluşturabilirsiniz. (…) Göz’lüks’üz Hayat Sizi Bekliyor - Özel Retinagöz Hastanesi Her İşin Bir Uzmanı Var– Donanımlı hastanemizde, tecrübeli ve uzman doktor kadromuz eşliğinde lazerle miyop, hipermetrop, astigmat ameliyatları ağrısız ve kısa sürede gerçekleştirilebilmektedir.(…) Görmenin Keyfini Akıllı Lens İle Yaşayın -Uzağı ya da yakını görme sorunu yaşayan ya da kataraktı olan hastalarımız için akıllı lens uygulaması ile problemi ortadan kaldırıyoruz. Akıllı lens uygulaması ile hastalarımız, gözlük kullanmadan uzağı ve yakını rahatça görebilir ve daha sonraki yaşamlarını gözlüksüz olarak sürdürebilirler. (…) Hastanemizde, Femtosaniye Lazer ile Katarakt Operasyonu olan Sayın Hüseyin Melih İnanç, operasyon öncesi ve sonrası süreci anlatıyor. Sayın İnanç'a sağlıklı günler dileriz. Ayrıntılı Bilgi ve Randevu için;…- Ben Çanakkale’de bir merkeze gitmiştim, oradan doğrudan doğruya burayı önerdiler. Ayrıca amcamın kızı da doktor, o da Türkiye’deki en iyi merkezlerden biri olduğunu söyledi. O nedenle buraya geldim. … Ben 8,75 miyoptum, gözlüğümden de kurtulmuş oldum, görme kalitem de çok düzeldi. … Yarın .. bir katarakt ameliyatı olacağım…en ufak bir kaygım yok, iyi geçeceğini düşünüyorum çünkü daha önceki ameliyatta hiçbir sorun çıkmadı, başarılı olacağını düşünüyorum (…) Hastanemizde, Excimer Lazer Lasik Wavefront Operasyonu olan Sayın Habibe Bakır, operasyon öncesi ve sonrası süreci anlatıyor. Sayın Bakır'a sağlıklı günler dileriz. Ayrıntılı Bilgi ve Randevu için;… - Burayı tercih etmemin en büyük sebebi aslında daha önceki görüştüğüm doktorların bana veremediği güveni buradaki doktorumun detaylı bir şekilde açıklayarak ve diğer doktorlardan farklı bir işlem önermesinden dolayı tercih ettim, oradaki doktorların söylediği pek içime yatmamıştı açıkçası. Doktorum Tamer Bey’in bana söyledikleriyle içime sindi ve ameliyat olma kararı aldım. Ameliyatla ilgili hiçbir korkum, endişem yoktu çünkü gözlükten kullanmaktı tek dileğim. Daha sonra ameliyat sürecinin zaten ağrısız ve acısız olduğunu öğrenince daha da bir rahatladım. Ameliyatım da gayet, acısız, ağrısız, rahat bir şekilde gerçekleşti. Çok kısa bir süre sonra da .. normal hayatıma devam ettim. Lazer olmak isteyen herkese kesinlikle gönül rahatlığıyla tavsiye ediyorum. (…) Femtosaniye Lazer Operasyonları Retina Göz Hastanesi’nde Femtosaniye Lazer Operasyonu uzman hekimlerimiz tarafından başarıyla gerçekleştirilmektedir. Lazer Operasyonları ile ilgili detaylı bilgi ve randevu almak için bize ulaşabilirsiniz. … - Ben sekiz yaşında gözlük kullanmaya başladım. Tabi yaşımın ilerlemesiyle birlikte göz numaram da giderek arttı, -7,5 miyoptum … yine rutin bir kontrolüm sırasında Erdinç Bey’e danıştım, o da beni çok güzel bir şekilde yönlendirdi, kafamdaki bütün soru işaretlerini teker teker cevapladı ve bu sayede Excimer Lazer olmaya karar verdim. Hayatımda aldığım en önemli ve en iyi kararlardan birisiydi diyebilirim. Rahatlıkla, içtenlikle bunu önerebilirim (…) Akıllı Lens Ameliyatı İle Hayat Kalitenizi Artırın! (…) Trifokal (Akıllı Lens) ile hayata doğrudan bakın! (…) Excimer Lazer İle Gözlüklerinizden ve Sıkıntılarınızdan Kurtulun! Lazer Muayenesi ve Tetkikleri Ücretsiz (…) Sevdiklerinize Gözünüz Gibi Bakın – 2 Kişilik Göz Check-Up Paketi - Tecrübeli ve kaliteli sağlık hizmetinin yanı sıra her zaman hastalarının yanında olmayı misyon edinen Retina Göz Hastanesi, bu Sevgililer Günü’ne özel kampanyası ile gözlerdeki mutluluğu arttıracak. Check-Up Paket İçeriği; Otorefraksiyon Göz tansiyonu ölçümü Görme keskinliği değerlendirilmesi Biomikroskopik ön ve arka segment değerlendirilmesi (Katarakt, kuru göz, diabetik ve hipertansif retinopati, glokom için muayene) (…) Lazerde Altın Standart Lasik Excimer Lazer - Excimer Lazer ile gözün kornea yapısı bilgisayar destekli olarak tekrar şekillendirilmektedir. Kişiye özel uygulanan Excimer Lazer tedavisi, kornea tabakasında kalıcı bir değişim meydana getirip görme kusurlarını ortadan kaldırarak, size kaliteli bir yaşam sunar. Şimdi bilgi almanın tam zamanı: 0224 240 2400 www.retinagozhastanesi.com #RetinaGözHastanesi #LasıkExcimerLazer #Lazer #Göz #GözSağlığı #Bursa RetinaGözHastanesi (…) Retina Göz Hastanesi’nde Akıllı Lens Uygulaması uzman hekimlerimiz tarafından başarıyla gerçekleştirilmektedir. (…) Yıllarca gözlük ve kontakt lens kullanmaktan sıkılanlar, Excimer lazer tedavisi ile gözlük ve kontakt lenslerinizden kurtulmak artık mümkün. Uzman doktor kadromuz ile, gözünüzde bulunan görme kusurlarını %96’ya varan başarı oranları ile ortadan kaldırıyoruz. Ücretsiz muayene olmak için hemen bizi arayın;(…)”* gibi ifadelerle birlikte övücü nitelikte hasta yorumlarının yer aldığı videolara yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu tanıtımlarda yer alan ifade ve görüntülerin, tıbbi işlemlerle ilgili ve talep yaratıcı nitelikte olduğu, kuruluşa yönlendirme yaparak, sağlık alanında çalışan kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı ve sağlık alanında izin verilen bilgilendirme ve tanıtım sınırını aşarak "reklam" olarak değerlendirildiği, benzer alanda faaliyet gösteren kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açtığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

- Özel Hastaneler Yönetmeliği’nin 60 ıncı maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Remzi Avcı Özel Sağlık Hizmetleri Tekstil Otomotiv San. ve Tic. A. Ş. (Özel Retina Göz Hastanesi)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**73)**

**Dosya No: 2021/3923**

**Şikayet Edilen: Hülya TECER (İlbeyli Optik)**

**Şikayet Edilen Reklam:** Instagram sosyal medya platformunun “ilbeylioptik” isimli hesabında yer alan *“Güneş Gözlüklerinde Şok Kampanya!!! Bir Alana Bir Bedavaa!!”* ibareli tanıtım

**Reklam Yayın Tarihi:** 27.07.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Instagram sosyal medya platformunun “ilbeylioptik” isimli hesabının 27.07.2021 tarihli görünümünde; *“Güneş Gözlüklerinde Şok Kampanya!!! Bir Alana Bir Bedavaa!!”* ibareli tanıtıma yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, Instagram sosyal medya platformunun “ilbeylioptik” isimli hesabında *“Güneş Gözlüklerinde Şok Kampanya!!! Bir Alana Bir Bedavaa!”* ibareli tanıtıma yer verildiği, ancak söz konusu kampanyanın geçerlilik süresinin belirtilmediği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımın;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5, 9/1, 15/1-b ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**74)**

**Dosya No: 2021/3957**

**Şikayet Edilen: Ebrar Estetik ve Güzellik Merkezi Tic. Ltd. Şti. (BG Güzellik Salonu)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 18.06.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Kuruluşun bir güzellik salonu olarak ruhsatlandırıldığı, buna karşın, inceleme konusu Instagram sosyal medya platformunun Bellarti Güzellik Salonu (@bellartiguzellik) hesabının 18.06.2021 tarihli görünümlerinde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *“Lazer Epilasyon, Dermapen, Kalıcı Makyaj, Mikroblading”* gibi tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara, bu işlemlerle ilgili kampanya ve fiyat bilgilerine ve işlemlerin uygulama görüntülerine yer verildiği,

Kuruluşa ait İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatı'nda işyeri unvanının “*BG Güzellik Salonu*” olarak ruhsatlandırılmasına rağmen Facebook sosyal medya platformunun “BellartiGüzellik Salonu @bellartiguzellik” hesabı ile Instagram “Bellarti Güzellik Salonu (@bellartiguzellik)”hesabında kuruluşun isminin “Bellarti Güzellik Salonu”, “Bellarti Estetik ve Güzellik Merkezi” gibiisimlerle nitelendirildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, kuruluşun bir güzellik salonu olarak ruhsatlandırıldığı, buna karşın, inceleme konusu Instagram sosyal medya platformunun Bellarti Güzellik Salonu (@bellartiguzellik) hesabının 18.06.2021 tarihli görünümlerinde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *“Lazer Epilasyon, Dermapen, Kalıcı Makyaj, Mikroblading”* gibi güzellik salonlarında uygulanması mevzuat gereği yasak olan ve tabip tarafından uygulanması gerektiğinden tanıtımının da yapılmasına izin verilmeyen tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara, bu işlemlerle ilgili kampanya ve fiyat bilgilerine ve işlemlerin uygulama görüntülerine yer verildiği,

Kuruluşa ait İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatı'nda işyeri unvanının “*BG Güzellik Salonu*” olarak ruhsatlandırılmasına rağmen Facebook sosyal medya platformunun “BellartiGüzellik Salonu @bellartiguzellik” hesabı ile Instagram “Bellarti Güzellik Salonu (@bellartiguzellik)”hesabında kuruluşun isminin “Bellarti Güzellik Salonu”, “Bellarti Estetik ve Güzellik Merkezi” gibiisimlerle nitelendirildiği,

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

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

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

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

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

- Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmelik’in Geçici 5 inci maddesi,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**75)**

**Dosya No: 2020/4718**

**Şikayet Edilen:** **Prof. Dr. Nazım DURAK**

**Şikayet Edilen Reklam:** http://www.nazimdurak.net/ve https://www.facebook.com/novita estetik/ adresli internet siteleri ile kuruluşa ait tabelada yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 30.12.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, Tabela

**Tespitler:** http://www.nazimdurak.net***/*** adresli internet sitesinin 30.12.2020 tarihli görünümünde; *“Ameliyatlarımızdan Kareler. Çağdaş teknolojik tıbbi cihazlarımız ve uzman kadromuz ile estetik plastik cerrahi konusunda her yıl literatüre giren yepyeni uygulamaları takip eden yenilikçi yaklaşımlarla, güvenilir, bilinirliği yüksek bir marka ve öncü merkezlerden biri olarak operasyonlarımızı yüksek titizlikle yürütmekteyiz.”* şeklinde ifadeler ile birlikte tıbbi işlem görüntülerine, ayrıca “Referanslar” başlığı altında İstanbul Tıp Fakültesi, GATA ve Türk Tabipleri Birliği’ne ait logolara yer verildiği,

https://www.facebook.com/novitaestetik/ adresli internet sitesinin 30.12.2020 tarihli görünümünde ise tıbbi işlem görüntülerine ve *“Merkezinizde saç ekimi yaptım ve sonuçlar çok iyiydi”* şeklinde ifadelere yer verildiği,

Diğer taraftan, şahsa ait muayenehane tabelasında *“Novita Yeni Hayat”* ibaresine, http://www.nazimdurak.net***/*** adresli internet sitesinin 30.12.2020 tarihli görünümünde *“Novita Yeni bir Hayat”*,https://www.facebook.com/novitaestetik/ adresli internet sitesinin 30.12.2020 tarihli görünümünde ise *“Novita Yeni Hayat Estetik Merkezi”*ifadesine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; http://www.nazimdurak.net***/*** adresli internet sitesinin 30.12.2020 tarihli görünümünde; *“Ameliyatlarımızdan Kareler. Çağdaş teknolojik tıbbi cihazlarımız ve uzman kadromuz ile estetik plastik cerrahi konusunda her yıl literatüre giren yepyeni uygulamaları takip eden yenilikçi yaklaşımlarla, güvenilir, bilinirliği yüksek bir marka ve öncü merkezlerden biri olarak operasyonlarımızı yüksek titizlikle yürütmekteyiz.”* şeklinde ifadeler ile birlikte tıbbi işlem görüntülerine yer verildiği,

https://www.facebook.com/novitaestetik/ adresli internet sitesinin 30.12.2020 tarihli görünümünde ise tıbbi işlem görüntülerine ve *“Merkezinizde saç ekimi yaptım ve sonuçlar çok iyiydi”* şeklinde hastaların teşekkür, övgü ve onay niteliğindeki ifadelerine yer verildiği,

Bununla birlikte, http://www.nazimdurak.net*/* adresli internet sitesinde “Referanslar” başlığı altında İstanbul Tıp Fakültesi, GATA ve Türk Tabipleri Birliği’ne ait logolara yer verildiği, bu bağlamda hekimlik mesleğini yürüten şahsın ile söz konusu kurumlar arasında güven tanıklığı ilişkisi olduğu algısı yaratıldığı,

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

Diğer taraftan, şahsa ait muayenehane tabelasında *“Novita Yeni Hayat”* ibaresinin, http://www.nazimdurak.net*/* adresli internet sitesinin 30.12.2020 tarihli görünümünde *“Novita Yeni bir Hayat”*,https://www.facebook.com/novitaestetik/ adresli internet sitesinin 30.12.2020 tarihli görünümünde ise *“Novita Yeni Hayat Estetik Merkezi”* ifadesinin yer aldığı, inceleme konusu tanıtımlarda ruhsatnamede kayıtlı ismin dışında söz konusu ibarelerin kullanılmasının tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanunu’n 24 üncü maddesi,

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

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

- Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmelik’in 29 ve 30 uncu maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**76)**

**Dosya No: 2020/4747**

**Şikayet Edilen:** **Hakan TUTUM (Antalya Uzman Hacamat)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 16.06.2020, 29.12.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.antalyauzmanhacamat.com adresli internet sitesinin 16.06.2020 ve 29.12.2020 tarihli görünümlerinde örnek olarak; *“Antalya Uzman Hacamat ekibi olarak kupa terapi, hirudo terapi akupunktur ve manüel terapi gibi modern tıbbın yeterli gelmediği alanlarda bu tedavi yöntemlerinin kesin olarak çözüm olabileceğini teorik ve pratik anlamda üstün tecrübe ve deneyimli bir şekilde 8 yıldır hastalarımıza şifaya vesile olmaktayız.(…)Hacamat Tedavisi(…)Rahim içi Sülük Tedavisi(…)rahimde miyom, hormonel bozukluklar, rahim kanamaları, yumurtalık hastalıkları, rahim mantarı ve çeşitli diğer hastalıklar meydana gelebiliyor. Bu hastalıkların ortadan kaldırılması için rahim içi sülük tedavisinden yararlanılabiliyor.(…)”*ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; söz konusu kuruluşta sunulan hizmetler arasında hacamat tedavisi, kupa tedavisi, akapunktur tedavisi ve rahim içi sülük uygulaması gibi tıbbi işlemlere ilişkin ifade ve görüntülere yer verildiği,

27.10.2014 tarih ve 29158 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren Geleneksel ve Tamamlayıcı Tıp Uygulamaları Yönetmeliğinin; Tanımlar başlıklı 4 üncü maddesinde; *“ğ) Uygulama merkezi”, “İlgili alanda sertifikası bulunan tabip ve/veya diş tabibi sorumluluğunda ve bu Yönetmelikte belirlenen uygulamaları yapmak üzere eğitim ve araştırma hastanesi ve tıp fakültesi veya diş hekimliği fakültesi sağlık uygulama ve araştırma merkezi bünyesinde kurulan ve Bakanlıkça yetkilendirilmesi halinde eğitim verilebilecek merkez”* olarak tanımlandığı,

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

Bu bağlamda kuruluşta, geleneksel ve tamamlayıcı tıp uygulamaları ile ilgili Bakanlıkça tescil edilmiş sertifikaya sahip olmayan yetkisiz kişilerce ve yetkilendirilmemiş mekanda Geleneksel ve Tamamlayıcı Tıp Uygulamaları Yönetmeliği kapsamında bulunan hacamat, akapunktur, kupa ve sülük uygulamalarının yapılmasının ve anılan uygulamalara ilişkin reklamlara yer verilmesinin, ilgili mevzuata aykırı, tüketiciyi yanıltıcı ve bilgi eksikliklerini istismar edici nitelikte olduğu,

Bununla birlikte, tanıtımlarda adı geçen çok sayıda hastalık ve rahatsızlıkların tanı, tedavi ve bilgilendirmesinin ilgili alanda uzman tabiplerce yapılması gerektiği, şahsın hekim olmamasına karşın, bu tür ifade ve görüntülere yer verilmesinin ilgili mevzuata aykırı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanun’un 1, 8 ve 25 inci maddesi,

- Geleneksel ve Tamamlayıcı Tıp Uygulamaları Yönetmeliği’nin 9/1, 12/1, 12/2, Ek-3 üncü Bölümünün 1, 5 ve 8 inci maddeleri,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Hakan TUTUM (Antalya Uzman Hacamat)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**77)**

**Dosya No: 2020/4755**

**Şikayet Edilen:** **Samet ÖZDEMİR (Olga Tırnak Güzellik Salonu)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Yayınlandığı Mecra:** Broşür

**Tespitler:** Kuruluşa ait broşürlerde; *“Tırnak tedavisi, Çatlak tedavisi, Ben silme”* şeklinde ifadelere yer verildiği, bununla birlikte kuruluşun“Olga Tırnak Güzellik Merkezleri”olarak isimlendirildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; kuruluşa ait broşürlerde; *“Tırnak tedavisi, Çatlak tedavisi, Ben silme”* gibi doktor kontrolünde uygulanması gereken ve güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara yer verildiği, bununla birlikte kuruluşun“Olga Tırnak Güzellik Merkezleri”olarak isimlendirildiği,

15.02.2008 tarih ve 26788 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin 39 uncu maddesi ile “Güzellik ve Estetik Amaçlı Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmelik” yürürlükten kaldırıldığı ve Geçici 5 inci maddesi ile de güzellik salonlarının sağlık kuruluşu statüsünden çıkarıldığı, bu bağlamda, Yönetmeliğin Geçici 5 inci maddesine göre, güzellik salonlarının İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmelik kapsamında belediyelerce ruhsatlandırılacağı öngörülerek, Yönetmelik maddesinin 2 inci fıkrasında yer alan; *“Güzellik salonunda tıp fakültesi diploması olan biri çalışsa bile, tabip yetkisinde olan tıbbi işlemler güzellik salonunda yapılamaz. Bu hususa uymadığı tespit edilen kişiler hakkında ilgili mevzuat hükümleri uygulanır.”* hükmü ile de her ne şekilde olursa olsun, tabip tarafından yapılması gereken tıbbi işlemlerin güzellik salonlarında gerçekleştirilmesinin yasaklandığı,

Bununla birlikte; İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğin Ek-1 Kısım “J-(Ek: 29.06.2010 – 2010/671 K.) Güzellik Salonları”başlıklı bölümünde, *"16.1-Güzellik salonlarının tanıtıcı reklam, tabela ve basılı belgelerinde güzellik merkezini çağrıştıracak ifadeler kullanılamaz ve açıkça 'güzellik salonu' ifadesi kullanılır."* hükmü ile güzellik salonlarının her türlü mecrada yayınlanacak olan tanıtımlarında kuruluşlarının isimlerini açıkça "salon" olarak belirtmesi gerektiğinin hükme bağlandığı,

Bu bağlamda; sağlık alanında faaliyeti olmayan kuruluşun inceleme konusu tanıtımlar aracılığıyla sağlık alanında faaliyet gösterdiği, tabip tarafından yapılması gereken ve güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen tıbbi işlemleri uyguladığı yönünde bir algı oluşturduğu; anılan tıbbi işlemlerin doktor kontrolünde ve sağlık kuruluşları bünyesinde uygulanması gerektiği, ayrıca ilgili mevzuatta “güzellik merkezi” şekilde bir sağlık kuruluşu türünün tanımlı olmadığı ve güzellik salonlarının isminin “güzellik salonu” şekilde açıkça yazılması gerektiği, dolayısıyla söz konusu tanıtımların ilgili mevzuata aykırı olarak benzer kuruluşlar arasında haksız rekabete yol açtığı, tüketici yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**78)**

**Dosya No: 2021/1550**

**Şikayet Edilen:** **Dr. Mustafa YANIK**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.drmustafaaliyanik.com adresli internet sitesi ile sosyal medya hesaplarında yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 17.08.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.drmustafaalyanik.com adresli internet sitesinin 17.08.2021 tarihli görünümünde;

Anasayfada; *“Ameliyatsız burun estetiği artık mümkün!(…)Burun estetiğinde kalite & güven(…)”* şeklinde ifadelere,

“Lazerle Burun Estetiği” başlığı altında; *“En çok talep edilen ve yapılan estetik ameliyatların başındadır. (…)Lazerle Burun Estetiğinin Avantajları: Daha kısa bir iyileşme döneminin olması. Büyük-ciddi bir cerrahi operasyona ihtiyaç olmadan burnun yeniden şekillendirilebilmesi(…)”* şeklinde ifadelere,

“Hakkımızda” başlığı altında; hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği,

https://www.facebook.com/doktor.mustafaaliyanik/ adresli internet sitesinin 17.08.2021 tarihli görünümünde; *“Mr. bey Ahmet, 2.5 yıl önce rinoplasti ve kaş kaldırma ameliyatı geçirdi, geldiğinde burnundan şikayetlerini açıkladı ve yüz özelliklerini daha iyi gösterecek bir burun istediğini söyledi. Kaş kaldırma işleminde daha güzel ve kontürlü bir görünüm elde ettik. Düşük kaşlarından kurtulmak istediğini söyledi bizde uyguladık aynı ameliyatta her iki işlemi de yaptık hastamızın sıkıntı yaşamadığı ameliyat süreci ve ameliyat sonrası çok iyi geçti. Gülüşünden ve yüz ifadesinden belli(…)Adı Cassandra Weber olan hastam ABD ' den geliyor. 3.5 ay önce rinoplasti ameliyatı olduk. Daha önce başarısız bir revizyon rinoplastisi vardı ve sonra bizi tercih etti. Etnik burun olduğu için çok sayıda doktorla konuştuklarını ve ekstra revizyon olduğunu söylediler, kimsenin yapmak istemediğini, istediği görüntüye sahip olmayacağını, uyguladığımız piezo tekniği ve ultrasonik cihazlarla dediler hastamıza, istediğimiz imajı ve inceliği elde edebildik, çünkü birçok etnik burun…(…)Mr. bey Cebrail 6 ay önce rinoplasti geçirdi. Kliniğe geldiğinde burnundan çok şikayetçi oldu. Mikrosurjik yöntemler ve ultrasonik cihazlar ile cildini incelterek yüzüne yakışan estetik amaçlı ameliyat düzenledik. Bazen sonucunu göstermek yazmaktan daha mantıklı geliyor. Ayrıca gördüğünüz gibi şeklinin tamamen ve mükemmel bir şekilde hastamızın yüzüne yakıştığını gördünüz. Çok kalın cildine müdahale ederek bu sonucu görmekten çok mutluyuz. Hastamızın memnuniyeti ve mutluluğu”* şeklinde ifadeler ile birlikte hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği,

https://www.instagram.com/mustafaaliyanik/, https://twitter.com/alimustafayanik adresli internet sitelerinin 17.08.2021 tarihli görünümlerinde ve https://www.youtube.com/channel/ UCQUNekxWt34CH2PoP04hPSA adresli internet sitesinin 17.08.2021 tarihli görünümünde yer alan videolarda hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği,

https://www.youtube.com/channel/UCQUNekxWt34CH2PoP04hPSA adresli internet sitesinin 17.08.2021 tarihli görünümünde *“Tamponsuz, Ağrısız, Doğal Estetik”* şeklinde ifadelere ve *“Burun Estetik Uzmanı”* ibaresine yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Diğer taraftan, ülkemiz mevzuatında uzmanlık dallarının adlarının yer aldığı 1219 sayılı Tababet ve ŞuabatıSan'atlarının Tarzı İcrasına Dair Kanun eki çizelgelerinde *“Burun Estetik Uzmanı”* gibi adlarda uzmanlık dallarının bulunmadığı,dolayısıyla şahsın Kulak Burun Boğaz Uzmanı olmasına rağmen inceleme konusu tanıtımlarda söz konusu ifadelere yer verilmesinin tüketicileri yanıltıcı olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

- Uluslararası Sağlık Turizmi ve Turistin Sağlığı Hakkında Yönetmelik’in 2/a maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**79)**

**Dosya No: 2021/2381**

**Şikayet Edilen:** **Yuka Ajans Yayıncılık ve Organizasyon Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Healy Frekans Cihazı” isimli ürün tanıtımları

**Reklam Yayın Tarihi:** 29.07.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.yukadukkan.com/blog/icerik/-healy-frekans-cihazi adresli internet sitesinin 29.07.2021 tarihli görünümünde; *“(…) Healy hastalığı iyileştirmek, tedavi etmek, hafifletmek, teşhis etmek veya önlemek için değil, enerjetik dengeyi desteklemek ve iyileşmeyi, canlılığı ve esenliği artırmak için tasarlanmıştır. (…)Healy Frekans Cihazı, teknoloji ile tıbbın birleşmesi sonucu oluşmuş dijital bir üründür. On yıllardır kullanılan frekans teknolojilerinin en gelişmiş ve bireysel kullanıma yönelik olan taşınabilir halidir. (…)Farklı kliniklerde 15 yıl boyunca alınan binlerce sonuç ile elde edilmiş birikimler, sağlığı koruma adına hazırlanmış talepler doğrultusunda oluşturulmuş programlar içerir.(…)Sağlığımızı korumak ya da var olan dengesizlikleri düzenlemek için hücrelerimizin ihtiyaç duyduğu frekansları mikro akım uygulama yöntemi ile verir. Cihazın tam olarak ne işe yaradığını anlamak için öncelikle hücre zarı gerilimi sürecini bilmek gerekir. Hücrelerimiz gerek yaşın ilerlemesi gerekse dışsal etkenler yüzünden hasar görür ve olması gereken ideal titreşim seviyesinden aşağılara düşerek görevlerini ifade edemezler. Bu şekilde artan bozulmuş hücreler organların ya da sistemlerin görevlerini yerine getirmesine engel olur. Bazen de hücreler bir süre sonra habis dediğimiz tümörlü hücreye dönüşerek ciddi rahatsızlıklara neden olur. Sağlıklı hücre -70 mv akım olarak kabul edilen seviyede olurken hastalanan hücreler -30, tümörlü hücreler -20 seviyesine düşerler ve son olarak 0 seviyesinde hücre ölümü gerçekleşir. İşte bu noktada cihazda yüklü olan programlar düzgün kullanıldığında hücrelerin ideal düzeylerine geri dönmesi sağlanır. (…)Cihaz 2 ana üniteden oluşur: 1. Frekans programlarının olduğu, 140’a yakın organ ve psikolojik durumlar için hazırlanmış programlardan oluşan 15 ayrı modül. 2. Rezonans kısmı dediğimiz, kişinin ister kendisinin ister profesyonel olarak bir başkasının aurasını, organ durumlarını, meridyen rezonansını, aminoasit ölçümünü, çakralarını, dolaşım ve diğer sistemlerini ölçebileceği pratik check-up özelliği. (…)1.UYGULAMADA (PEMBE APLİKASYON) YER ALAN PROGRAM MODÜLLERİ VE İÇERİKLERİ: (…)2.-FİBROMİYALJİ/MİGREN/AĞRI MODÜLÜ: (…)Bu modüldeki programların Avrupa’da ve ABD'de destek tedavileri alanında “medikal belgesi” vardır. Ülkemizde henüz “wellness cihazı” olarak geçtiği için hastalık isimleri kullanılamamaktadır, programlar numaralıdır. Bu modüldeki programlar: 1- KRONİK AĞRI 2- KRONİK SIRT AĞRISI 3- DİŞ ÇENE LOKAL 4- EKLEM BÖLGESEL 5- MİGREN 6- UYKUSUZLUK 7- ENDİŞE 8- DEPRESYON Sekiz adet programdan oluşan modülde birbiri ile ilgili programlar vardır. Türkiye’de en çok satın alınan modüldür. Özellikle fibromiyalji alanında ciddi vakaların olduğu ülkemizde migren vb. rahatsızlıklarda buradaki programlar rahatlatıcı ve iyileştirici destek sağlar. (…)3. ÖĞRENME MODÜLÜ Sınava hazırlanan öğrencilerde, ileri yaşlarda hafıza sorunu yaşayan kişilerde en çok ihtiyaç duyulan modüldür. Hiperaktivitede ya da otizmli çocuklar için de bu modül tercih edilmektedir.(…)Beyinsel aktiviteleri uyararak sizin daha dikkatli ve odaklanmış olmanızı sağlar. Hafıza sorununu azaltırken MS vb. rahatsızlıkların ilerlemesini yavaşlatır. (…)5. GÜZELLİK CİLT MODÜLÜ (…) Bu modüldeki programlar: (…)7- YARALAR 8- AKNE 9- YARALAR LOKAL 10- YARA İZLERİ SİSTEMSEL 11- YARA İZLERİ DESTEK Ciltteki yara izlerinin daha hızlı iyileşmesini destekler, ayrıca bu modüldeki programlar kozmetik ürün seçiminizde ekonomik olarak daha satın alınabilir ürünler ile daha etkin sonuçlar almanızı sağlar. 6-BİOENERJETİK DENGE MODÜLÜ 1 : (…)12 adet programdan oluşan bu modülde yine en çok tercih edilenler arasındadır. 1- BAĞIŞIKLIK SİSTEMİ 2- SOĞUK (soğuk algınlığı) 3- ALERJİLER (aşırı duyarlılık) 4- GÖZLER 5- HORMONLAR 6- BAĞIRSAK 7- SİNİRLER 8- HAREKETLİLİK 9- DOLAŞIM SİSTEMİ 10- CİNSEL GÜÇ 11- MENOPOZ 12- ADET LOKAL. Özellikle bağışıklık ve soğuk algınlığı en çok ihtiyaç duyulan program iken menopoz sorunlarının azaltılması sürecinde gerekli olan program ile adet sorunlarının azaltılması için gerekli programda yer almaktadır. Erkeklerin en çok ihtiyaç duyduğu cinsel güç programı da bu setin içindedir. Tabii ki bağırsak, göz, sinir ve dolaşım sistemi programları da düşünüldüğünde bir hayli zengin bir modüldür. HEALY CİHAZININ ANA FAYDALARI NELERDİR? Kısaca sıralayacak olursak düzenli kullanımınızda: 1- ATP Üretimini (hücre enerji depolaması) %500’ler civarı artırarak hücre gençleşmesini sağlar. 2- Protein sentezlemesini %70’lerin üzerinde artırarak daha sağlıklı hücre oluşumunu sağlar. 3- Vücuda frekanslar vererek hücre gerilimi modeli doğrultusunda hücreleri ideal seviyeye dönüştürür. Bu da bozulan sağlığımızı geri kazanmamızı destekler. 4- Beslenmenizdeki bozukluklardan dolayı oluşan toksinlerin atılımını hızlandırarak daha kötüye gitmesini önler. 5- Kronik rahatsızlıkların iyileşmesinde size kullandığınız ilaçlar ya da takviyelerin yanında %500’lere varan destek sağlar.(…)11- Kronik rahatsızlıkların iyileşmesinedestek sağlar.(…)”* şeklinde,

https://www.instagram.com/yukadukkan/ adresli internet sitesinin 29.07.2021 tarihli görünümünde; *“Healy, giyilebilir teknoloji ile mikro akım tedavisidir.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; söz konusu tanıtımlarda endikasyon belirten ifadeler kullanılarak, anılan ürünün tedavi edici ya da tedaviye yardımcı olarak kullanıldığı yönünde sağlık beyanlarına yer verildiği; şayet söz konusu cihazın herhangi bir endikasyonu var ise Tıbbi Cihaz mevzuatı kapsamında uygunluk değerlendirme sürecinden geçmesi ve endikasyonları kanıtlayıcı klinik veriler sunması gerektiği, aksi takdirde tıbbi cihaz olmayan, genel kullanım amaçlı ürünlerin tanıtımlarında endikasyon belirten ifadelere yer verilmesinin tüketicileri yanıltıcı ve mevzuata aykırı nitelikte olacağı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmelik’in 4/c, 5/1-a, 5/1-b, 5/1-c, 5/1-ç ve 5/1-d maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**80)**

**Dosya No: 2021/640**

**Şikayet Edilen: Romoy Sağlık Turizm & Danışmanlık**

**Şikayet Edilen Reklam:** http://romoy.com/TR/Page/2/ adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 31.12.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** http://romoy.com/TR/Page/2/ adresli internet sitesinin 31.12.2020 tarihli görünümünde; *"Romoy Sağlık Turizmi… Romoy Uluslararası Sağlık Turizm; dünyanın her yerindeki hastalar için, en etkin tedavi yöntemi ve en düşük maliyet seçeneklerini birleştirerek, Türkiye’de tıbbi tedavi alanında en yüksek standartları hastalarına sunmayı taahhüt eden bir uluslararası sağlık turizm firmasıdır. Romoy, profesyonel, güçlü ve deneyimli ekibi ile model sağlık turizmi asistan firmasıdır. Romoy çatısı altında 100’ün üzerinde özel seçilmiş hastane bulunmaktadır. Bu hastane ağı Romoy ’un 10 yıllık profesyonel sağlık ekibi tarafından, hastaların gözünden bakılarak özenle seçilmiştir. Romoy hastanın tüm hastalık sürecine hâkim olarak hastanın en doğru, en iyi hizmet alabileceği doktor ve hastaneyi seçer. Hastanın bu hastalığına özel olarak seçtiği doktor ile hasta adına gerekli ön görüşmeyi gerçekleştirir. Türkiye’de ilgili ameliyat ve tedavi için en düşük fiyatı garanti eder. Hastaneden alacağı fiyattan daha düşük bir fiyat alacaktır. ROMOY güvencesiyle aynı hastanede aynı hizmeti daha uygun fiyata alabilecekler. Başka bir ülkede, yabancı bir kültürde sağlık hizmeti almanın zorluklarının farkındayız. Bu nedenle hastalarımızın her zaman “ evinde” olduklarını ve asla yalnız olmadıklarını hissetmelerini sağlamak amacıyla tedavilerinin her aşamasında kendilerine eşlik ediyoruz. Romoy ile güvenli ve stressiz bir medikal seyahat yaşamanızı garanti ediyoruz."* gibi ifadelere yer verildiği, ancak kuruluşun Sağlık Turizmi Daire Başkanlığı tarafından yetkilendirilen aracı kuruluşlar arasında yer almadığı ve halihazırda konu ile ilgili yapılmış bir başvurunun da bulunmadığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, bahsi geçen kuruluşun Sağlık Turizmi Daire Başkanlığı tarafından yetkilendirilen aracı kuruluşlar arasında yer almadığı ve halihazırda konu ile ilgili yapılmış bir başvurusunun da bulunmadığı, diğer taraftan inceleme konusu internet sitesinde yer alan tanıtımların tıbbi işlemlerle ilgili ve talep yaratıcı nitelikte olduğu; kuruluşa yönlendirme yaparak sağlık turizmi alanında yetkili olmayan kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı ve diğer yetkilendirilmiş sağlık turizmi kuruluşları açısından haksız rekabete yol açtığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Uluslararası Sağlık Turizmi ve Turistin Sağlığı Hakkında Yönetmelik’in; 12/1, 12/2-a, 12/2-b, 12/2-c, 12/2-ç, 12/2-d ve 12/2-e maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**81)**

**Dosya No: 2021/641**

**Şikayet Edilen: Dr. Mehmet HATEMİ**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 02.02.2021, 22.02.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.korkmazsunneteyup.com adresli internet sitesinin 02.02.2021 ve 22.02.2021 tarihli görünümlerinde; "*Korkma çocuk... Bugün temizlik, yarın sünnet... Sünnette son söz... Dikişli Klasik Sünnet… Dikişler Estetik ve absorbable olup kendiliğinden düşmektedir. Kanamasız… Sünnetlerimiz klasik cerrahi yöntem ile kanamasız yapılmaktadır. Modern ve Estetik… Sünnetlerimiz klasik cerrahi yöntem ile olup estetik ve komplikasyon kaygısı bulunmamaktadır. Güvenle… Yılların vermiş olduğu tecrübe ile hastalarımızın memnuniyet ve güvenini en iyi şekilde sağlamaktayız…", "Korkmaz sünnet 1989 yılında merhum sağlık memuru Yusuf KORKMAZ tarafından sağlık kabini olarak kurulmuştur. Daha sonra 2013-2015/10 sağlık bakanlığı genelgesine istinaden fenni sünnetçilik ve sağlık kabininde sünnet yapılması yasaklanınca yine aynı ekip ve aynı profesyonel kadro ile genel cerrahi uzmanı Op. Dr. Mehmet HATEMİ yönetimi ve mesul müdürlüğünde modern bir sünnet kliniğine dönüştürülmüştür. O günden bu güne Kliniğimiz uzun yıllardan beri spesifik olarak yalnızca sünnetle ilgilenmektedir ve tüm sünnetler sterilizasyon kurallarına uygun, acısız, ağrısız ve eğlenceli bir ortamda çocuklar PlayStation oynarken; bu konuda 10,000’lerce sünnet deneyimi olan Genel Cerrahi Uzmanı Op. Dr. Mehmet HATEMİ tarafından yapılmaktadır. Çocuklar güle oynaya kliniğimize giriş yapıp ebeveynleriyle birlikte operasyon odasında oyun oynarken sünnet olup ve daha sonra madalya ve eğlence töreniyle yolcu edilmektedir. Sünnet sonrası da uzman doktorumuz tarafından sürekli iletişim halinde olup, kontrolleri gerçekleştirilmektedir*." gibi ifadelere yer verilerek, muayenehane uygunluk belgesine sahip olan şahsa ait kuruluşun “Sünnet Kliniği” şeklinde isimlendirilerek internet ortamında tanıtımlarının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, reklam veren şahsa ait işyerinin muayenehane uygunluk belgesine sahip olmasına rağmen bahsi geçen tanıtımlarda “Sünnet Kliniği” şeklinde isimlendirilerek muayenehane faaliyetlerinin "Klinik" intibası yaratılarak internet ortamında tanıtımlarının yapıldığı, diğer taraftan inceleme konusu internet sitesinde yer alan ifadelerin tıbbi işlemlerle ilgili ve talep yaratıcı nitelikte olduğu; şahsa yönlendirme yaparak, sağlık alanında çalışan şahsın faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı ve diğer kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açtığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

- Tıbbi Deontoloji Tüzüğü’nün 8, 9 ve 39 uncu maddeleri, 63

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

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 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 **Dr. Mehmet HATEMİ** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**82)**

**Dosya No: 2021/668**

**Şikayet Edilen: Korkmaz Sünnet Kliniği**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 02.02.2021, 23.02.2021, 18.08.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.korkmazsunnet.com adresli internet sitesinin 02.02.2021 ve 23.02.2021 tarihli görünümlerinde; "*Ağrısız, Acısız Sünnet… Ağrısız, Acısı Cerrahi Yöntem İle Estetik Sünnet İşlemi… Uzman Ekip… Bol Eğlenceli… Hızlı İyileşme Süreci...***",-"***Korkmaz Sünnet Kliniği 1989 yılından bu yana profesyonel ekibi ve özenle hazırlanmış sünnet kliniği ile İstanbul/Eyüpsultan'da hizmet vermektedir. Kurulduğu günden bugüne kadar birçok çocuğun konforlu ve korkusuz bir şekilde sünnet operasyonu geçirmesini sağlayan klinik Yusuf Korkmaz tarafından kurulmuştur. Korkmaz Sünnet Kliniği yıllar içerisinde yapmış olduğu başarılı operasyonlar sayesinde birçok kişi tarafından bilinir ve tavsiye edilir hale gelmiştir. Korkmaz Sünnet Kliniği yıllar içerisinde yapmış olduğu başarılı operasyonlar sayesinde birçok kişi tarafından bilinir ve tavsiye edilir hale gelmiştir. Klinik ekibi elde ettiği bu tecrübeyi Kadir Mutlu Sünnet Kliniği ile birleştirme kararı almış ve Korkmaz Sünnet Kliniği adı ile Eyüpsultan'da hizmet vermeye devam etmektedir.*" gibi ifadelere yer verilerek, muayenehane uygunluk belgesine sahip olan şahsa ait kuruluşun “Sünnet Kliniği” şeklinde isimlendirilerek internet ortamında tanıtımlarının yapıldığı,

www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait “korkmazsunet” kullanıcı isimli sayfanın 18.08.2021 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘Sünnetim kısa, hiç bir şey hissetmeden Rüzgar gibi geçti pozu…1989 yılından beri profesyonel doktor ekibiyle birlikte, büyük bir özenle ve titizlikle siz değerli ailelerimiz için İstanbul’da…Doğru sünnetçi tecrübesi çok̈ önemlidir. Tecrübesizce yapılan sünnetler çocuklarımızı geleceğini doğrudan olumsuz bir şekilde etkiler. Sünnet yıllardan Beri Doğru Yerde, Korkmaz SünnetKliniği’nde Yaptırılır…30 yılı aşkın süredir Türkiye'nin 1 numaralı sünnet kliniği olan "Korkmaz Sünnet Kliniği" tecrübe ile düzgün yapılan sünnetin en önemli gerçeği yansıttığını bilerek, mutlu ve sağlıklı sünneti önemsemekte ve temsil etmektedir…Korkmaz Sünnet Kliniği, 30 yıllık tecrübesi ile yıllardır değişmeyen tek adresinde sizlere hizmet vermeye devam ediyor…Sünnet fikrinin çocukların zihnindeki olumsuz algısını ortadan kaldıran Korkmaz Sünnet Kliniği, konforlu ve güvenilir klinik ortamıyla tecrübesi ve özeni ile ihtiyacınız olan her şeyi bir araya getiriyor…Çocukların rahat hissedebileceği özel operasyon odalarında, operasyonun vazgeçilmez gerekliliklerinden birisi olan hijyenik ortam şartlarında gerçekleştirilen sünnetler her zaman başarılı geçmektedir. Çocukların korkmadığı aksine keyifle zaman geçirdiği operasyon oldukça eğlenceli ve keyifli bir şekilde tamamlanmaktadır…Korkmaz Sünnet 30 Yaşında! "Kimler geldi kimler geçti en güzeli senin kadar sevilmedi." 30. Yılımızda sizlere verdiğimiz hizmetin haklı gururunu duyuyoruz. Korkmaz Sünnet ile Sünnet Çok Mutlu…’* gibi ifadeler ile *‘…İlgi ve alakanız için çok teşekkür ederiz… Biz çok memnun kaldık ağrısız PlayStation la sünnetin adresi… Oğlunuz var ise ve sünnet için güvenilir çocuğunuz için zor bir günden ziyade eğlenceli bir gün geçirsin istiyorsanız doğru yerdesiniz…’* gibi hasta yorumlarına,

www.facebook.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait 'Korkmaz Sünnet Kliniği' kullanıcı isimli sayfanın 18.08.2021 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘…30 yıllık tecrübesiyle Türkiye'nin bir numaralı sünnet kliniği, Korkmaz Sünnet Kliniği'dir. Logomuzun olmadığı sahte Korkmaz Sünnet Kliniklerine lütfen güvenmeyiniz…30 yılı aşkın süredir Türkiye'nin 1 numaralı sünnet kliniği olan "Korkmaz Sünnet Kliniği" tecrübe ile düzgün yapılan sünnetin en önemli gerçeği yansıttığını bilerek, mutlu ve sağlıklı sünneti önemsemekte ve temsil etmektedir… Doğru sünnet için tecrübe çok önemlidir. Tecrübesizce yapılan sünnetler çocuklarımızın geleceğini doğrudan olumsuz bir şekilde etkiler. Sünnet Yıllardan Beri Doğru Yerde, Korkmaz Sünnet Kliniği’nde Yaptırılır… Sünnet fikrinin çocukların zihnindeki olumsuz algısını ortadan kaldıran Korkmaz Sünnet Kliniği, konforlu ve güvenilir klinik ortamıyla tecrübesi ve özeni ile ihtiyacınız olan her şeyi bir araya getiriyor… Çocukların rahat hissedebileceği özel operasyon odalarında, operasyonun vazgeçilmez gerekliliklerinden birisi olan hijyenik ortam şartlarında gerçekleştirilen sünnetler her zaman başarılı geçmektedir. Çocukların korkmadığı aksine keyifle zaman geçirdiği operasyon oldukça eğlenceli ve keyifli bir şekilde tamamlanmaktadır… Sünnetin tıbbi faydaları vardır. Fakat doğru yerde, doğru zamanda ve steril bir ortamda tecrübe ile yapıldığı takdirde bu faydaları görmeniz mümkündür. Bu yüzden Korkmaz Sünnet Kliniği 30 yıllık tecrübesi ve hijyenik kliniği ile doğru adres!...Oğlunuz var ise ve sünnet için güvenilir çocuğunuz için zor bir günden ziyade eğlenceli bir gün geçirsin istiyorsanız doğru yerdesiniz…’* gibi ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, reklam veren şahsa ait işyerinin muayenehane uygunluk belgesine sahip olmasına rağmen bahsi geçen tanıtımlarda “Sünnet Kliniği” şeklinde isimlendirilerek muayenehane faaliyetlerinin "Klinik" intibası yaratılarak internet ortamında tanıtımlarının yapıldığı, diğer taraftan inceleme konusu internet sitesinde yer alan ifadelerin tıbbi işlemlerle ilgili ve talep yaratıcı nitelikte olduğu; şahsa yönlendirme yaparak, sağlık alanında çalışan şahsın faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı ve diğer kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açtığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

- Tıbbi Deontoloji Tüzüğü’nün 8, 9 ve 39 uncu maddeleri, 63

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

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 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 **Korkmaz Sünnet Kliniği** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**83)**

**Dosya No: 2021/945**

**Şikayet Edilen: Medicare Asistance Sağlık Turizm Danışmanlık Ltd. Şti.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 11.02.2021, 12.03.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://medicalevdesaglik.com/ adresli internet sitesinin 11.02.2021, 12.03.2021 tarihli görünümlerinde örnek olarak;

"*Medicare profesyonel evde bakım hizmetleri...* ",

"*Ambulans Hizmetleri… Ambulans hizmetleri, teşhis amaçlı görüntüleme laboratuvar hizmetleri anlaşmalı kurumlarımızca sunulmaktadır. Uzman hekim ziyaretiyle talep edilen laboratuvar testleri…", "Evde Bakım Hizmetleri… Evde bakım hizmetlerimiz hastanın ihtiyacı doğrultusunda, evde doktor kontrolünden hemşirelik hizmetlerine, bakım görevlisi desteğinden, medikal ekipman kirala...*"

"*Evde Hemşire Hizmetleri… Evde uzun dönem hemşirelik hizmetlerimiz, her yaştan akut, kronik ve terminal dönemdeki hastalara evlerinde veya bulundukları ortamda hemşirelik bakımının sağlanmasıdır.*",

"*Bakım Hizmetlerimiz… Evde bakım hizmetlerimiz hastanın ihtiyacı doğrultusunda, evde doktor kontrolünden, hemşirelik hizmetlerine, bakım görevlisi desteğinden, medikal ekipman kiralama ve laboratuvar analizlerine kadar genişlemektedir*.”,

"*Başlıca Hizmetler Aşağıdaki Gibidir; Evde Hemşire… Medicare Evde Bakım hemşireleri; hastalar, aileler ve bakım veren bireylere odaklanan, hizmet planı ve standartları oluşturulmuş, tüm hastalara yaşadıkları ortamda (özel hemşirelik hizmetleri, evde sağlık ve evde bakım hizmetleri için) gerekli hizmeti planlayan, uygulayan ve değerlendiren sağlık profesyonelleridir. Evde Yoğun Bakım… Yoğun bakım hekiminin kontrolünde, deneyimli yoğun bakım hemşireleri ve gerekli her türlü teknik donanım ile 24 saat kesintisiz hizmet sunmak üzere yapılandırılmıştır. Evde yoğun bakım için gerekli her türlü malzeme, tıbbi cihaz ve deneyimli yoğun bakım hemşireleri ile hastanenin nitelikli tedavi ortamı evde sunulmaktadır.*",

"*Alanında deneyimli, Uzman çalışanlar… Her ay ~100 hasta…",*

gibi ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu internet sitesinde yer alan ifadelerin reklam veren firmanın yetkisi dahilinde bulunmayan "Evde Bakım Hizmeti" ile ilgili talep yaratıcı nitelikte olduğu, Sağlık Bakanlığı’ndan ruhsatı bulunmayan kuruluşa yönlendirme yapıldığı, faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı ve diğer kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açtığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Evde Bakım Hizmetleri Sunumu Hakkında Yönetmelik’in 30 uncu maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Medicare Asistance Sağlık Turizm Danışmanlık Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**84)**

**Dosya No: 2021/946**

**Şikayet Edilen: ADS Sistem Lab. ve Sağ. Hiz. San ve Tic. A.Ş. (Özel Synevo Labaratuvarları)**

**Şikayet Edilen Reklam:** "Veracity new generation NIPT" ve "Veragene Comprehensive NIPT" başlıklı broşürlerde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Yayınlandığı Mecra:** Broşür

**Tespitler:** Kuruluşun bekleme alanında bulunan tanıtım standında "*Veracity new generation NIPT*" ve "*Veragene Comprehensive NIPT*" başlıklı broşürler bulunduğu, Sağlık Bakanlığı kayıtlarının tetkikinde, kuruluşun 09.10.2013 tarihli ve 28790 sayılı Tıbbi Laboratuvarlar Yönetmeliği kapsamında tıbbi biyokimya, mikrobiyoloji ve patoloji uzmanlık dalında ruhsatlı olduğu, ancak kuruluşun tıbbi biyokimya, mikrobiyoloji ve patoloji uzmanlık dalında Sağlık Bakanlığınca müstakil tıbbi laboratuvar olarak ruhsatlandırılmış olmasına rağmen başka bir özel genetik hastalıklar değerlendirme merkezinden dış laboratuvar hizmet alımı yaptığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu broşürlerde yer alan tanıtımlar aracılığı ile kuruluşun sunmaya yetkili olmadığı alanda sağlık hizmetleri sunduğu yönünde bir algı oluşturduğu, söz konusu tanıtımların tıbbi işlemlerle ilgili ve talep yaratıcı nitelikte olduğu, kuruluşa yönlendirme yaparak, sağlık alanında çalışan kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı ve diğer yetkilendirilmiş kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açtığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Tıbbi Laboratuvarlar Yönetmeliği’nin; 32/1, 32/2, 32/3, 32/4 ve 33 üncü maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **ADS Sistem Lab. ve Sağ. Hiz. San ve Tic. A.Ş. (Özel Synevo Labaratuvarları)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**85)**

**Dosya No: 2021/1384**

**Şikayet Edilen: Kadir MUTLU (Özel Kadir Mutlu Sağlık Kabini)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 30.03.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.kadirmutlu.com adresli internet sitesinin 30.03.2021 tarihli görünümünde; "*Kadir Mutlu İle Sünnet Çoook Mutlu… Kadir Mutlu Sağlık Merkezi uzman ve tecrübeli kadrosu ile Ankara’da hizmet vermektedir. Sağlık merkezlerinde en önemli husus bildiğiniz gibi hijyendir. Sağlıklı koşullarda, klinik standartlarında, profesyoneller tarafından yapılması gereken sünnet işlemi için gerekli koşulların sağlanmış olması zorunludur. Öncelik Yüksek Standartlar Sağlık söz konusu olduğunda sağlanması gereken yüksek standartlar hiçbir zaman es geçilmemelidir. Sünnet operasyonu, steril olmayan tıbbi malzeme kullanımı çocukların sağlığı için kesinlikle uygun olmadığından dolayı alanında uzman bir kliniğe güvenmeniz önemlidir. 30 yıla yakın süredir ailelerin güvenilir tercihi olan ekibimiz her zaman çocukların fiziksel ve ruhsal sağlığını önde tutan çalışmalarıyla alanının en iyileri arasında yer alır. Yılların deneyimi ile kurulmuş olan sünnet kliniği ise deneyimli ekibi ve alanında uzman çalışanları ile özenle hizmet vermekteyiz...*",

"*Ağrısız, acısız sünnet… Ağrısız, acısı cerrahi yöntem ile estetik sünnet işlemi… Hızlı iyileşme süreci… Yatmadan ve hızlı iyileşen sünnet… Whatsapp ile kontrol… Sünnet sonrasında kontrol için kliniğimize tekrar gelmeden Whatsapp ile kontrol... Sünnetten kareler… Sünnet anılarınız, hatıralarınız ölümsüzleştiriyoruz…*" gibi ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, sünnet uygulamaları konulu 2015/10 sayılı Sağlık Bakanlığı Genelgesinde; "6514 sayılı Kanunla yeniden düzenlenen 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanunun 3 üncü maddesinde “*Yukarki maddelerde zikredilen tabip diplomasını ve fenni, cerrahi veya şuabatında ihtısas sahibi olduğuna dair işbu kanunun tarifleri dairesinde vesaikı lazimeyi haiz olmıyan hiç bir kimse hiç bir ameliyei cerrahiye icra edemez. Cerrahii sağireye ait ameliyat ile sünneti her tabip yapabilir.(2) (Ek cümle: 2/1/2014–6514/20 md.) Ancak, olağanüstü ve istisnai hâllerde Sağlık Bakanlığınca düzenlenecek eğitimi alan kimseler tarafından hekim gözetiminde sünnet ameliyesi yapılmasına Bakanlıkça izin verilebilir.” Hükmü ile Geçici 10 uncu maddesinde “Bu maddenin yayımı tarihi itibarıyla mülga 58 inci ve 59 uncu maddeler uyarınca sünnetçilik etme yetkisi bulunanlar, 31/12/2014 tarihine kadar sünnetçilik etmeye devam edebilir.*” hükmü yer almaktadır. 1219 sayılı Kanununun 3 üncü maddesinde, sünnet işleminin genel tababet icrası kapsamında tüm tabipler tarafından gerçekleştirilebileceği hüküm altına alınmış bulunmaktadır. Bu kapsamda, sünnet işleminin yalnızca tabip tarafından yapılabileceği öngörüldüğünden, 01.01.2015 tarihinden itibaren sünnet işlemi sadece tabiplerce yapılabilecektir." hükümlerine yer verilmiştir. Bu bağlamda; adı geçen şahıs tarafından söz konusu tanıtımlar aracılığıyla yetkisiz ve izinsiz şekilde "sünnet" işleminin uygulandığı yönünde bir algı oluşturulduğu; dolayısıyla, söz konusu tanıtımların tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı ve kamu sağlığını bozucu nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanun’un 1, 3, 8 inci maddeleri ve geçici 10 uncu maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Kadir MUTLU (Özel Kadir Mutlu Sağlık Kabini)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**86)**

**Dosya No: 2021/1873**

**Şikayet Edilen: Arıklar Sağlık Tur. İnş. Teks. San. ve Tic. Ltd. Şti. (Promed Hair Clinic)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 02.02.2021, 23.02.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.promedhair.com/ adresli internet sitesinin 02.02.2021 ve 23.02.2021 tarihli görünümlerinde; "*Promed Klinik, 2011 yılından bu yana sağlık turizmi alanında göstermiş olduğu faaliyetler ile sektörde adından bahsettirmeyi başarmış başarılı bir firmadır. Kendisine misyon olarak insanların yaşam kalitesini arttırmayı belirleyen kuruluşumuz bu amaç üzerine yapmış olduğu çalışmalar ile de misyonunu gerçekleştirmek konusunda ne kadar kararlı olduğunu göstermiştir. Promed Klinik olarak hizmet alan her misafirimize ayrı bir özen ve ihtimam göstererek bizleri tercih eden herkesi aynı memnuniyet ile buradan uğurlamaktayız. Uzman kadromuz ve güler yüzlü hizmet anlayışımız ile misafirlerimizi ağırlamaya başladığımız ilk andan itibaren onlara kendilerini evlerinde hissettirecek konforu tahsis etme konusunda oldukça başarılı bir hizmet anlayışına sahibiz. Orta doğu, Avrupa ve diğer tüm kıtalardan gelen misafirlerimizi en iyi şekilde ağırlayarak uluslararası bir kaliteye ve bilinirliğe sahip olmayı başardık. Saç ekimi, estetik ve plastik cerrahi, medikal estetik, ağız ve diş sağlığı gibi birçok konuda faaliyetlerimize ara vermeden devam etmekteyiz."* gibi ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, bahsi geçen Arıklar Sağlık Turizm İnşaat Tekstil Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti’nin Uluslararası Sağlık Turizmi Aracı Kuruluş Yetki Belgesi başvurusunun olduğu fakat eksiklikler nedeniyle dosyalarının iade edildiği, bu nedenle kuruluşun Sağlık Bakanlığı’nca yetkilendirilmiş Aracı Kuruluşlar ve Sağlık Tesisleri başlıkları altında yer almadığı; dolayısıyla bahsi geçen tanıtımlarda kuruluşun faaliyet alanının sağlık turizmi olarak belirtilmesinin tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu ve diğer kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açtığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Uluslararası Sağlık Turizmi ve Turistin Sağlığı Hakkında Yönetmelik’in 12 nci maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Arıklar Sağlık Tur. İnş. Teks. San. ve Tic. Ltd. Şti. (Promed Hair Clinic)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**87)**

**Dosya No: 2021/1874**

**Şikayet Edilen: Furkan AYGÜL (Q Derm-FÇ Estetik Güzellik Salonu)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 16.04.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** http://qderm.com.tr/ adresli internet sitesinin 16.04.2021 tarihli görünümünde örnek olarak; sunulan hizmetler arasında “*Lazer epilasyon, lazer ile dövme silme, lazer ile leke tedavisi*" gibi tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara yer verildiği, "*149 TL'den başlayan fiyatlarla lazer epilasyon...*" gibi ifadelerle tıbbi işlemlere ilişkin fiyat bilgisi verilerek kampanyalar düzenlendiği, kuruluşun "*Q Derm Estetik*” olarak isimlendirildiği,

https://www.instagram.com/qdermestetik/?hl=tr adresli internet sitesinin 16.04.2021 tarihli görünümünde örnek olarak; sunulan hizmetler arasında sayılan “*Lazer epilasyon, PRP, Botox, Dolgu*" gibi tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara yer verildiği, "*Artık yeter mi? Lazer epilasyon tedavisi... Q derm.. Geçici, modası geçmiş; istenmeyen tüy alma çözümlerine şimdi HAYIR deyin ve avantajlarla dolu kalıcı bir çözümü tercih edin. Q Derm, Alma Laser tarafından gerçekleştirilen en gelişmiş FDA onaylı teknoloji ile Lazer Epilasyonda en iyisini sunar.‼ Hiçbir lazer epilasyon yöntemi; kılları %100 oranında kalıcı olarak yok etmez. Bu garantiyi veren bitene kadar ibaresi kullanan epilasyon merkezleri vardır, ancak bu iddialar gerçekçi değildir.‼ ÜCRETSİZ DENEME SEANSI için şimdi randevu alın...*", "*Botoks ile kırışıklık ve deride ki çizgiler geçici süre yok edilir. Botoks tedavisinin etki süresi 5-6 ay civarındadır. Etki süresi kişiden kişiye değişiklik göstermektedir. Bu süreyi yaş ve uygulanan bölgenin durumu etkilemektedir. Hamile veya emziren bayanlar dışında hemen hemen herkes botoks işlemi yaptırabilir...*" gibi tıbbi işlemlere ilişkin tanıtımlara yer verildiği, "*Yüzünüzde ya da vücudunuzun görünür bir yerinde sizi rahatsız eden bir beniniz mi var? Bunu hem acısız hem de çok kısa bir sürede aldırmanız mümkün!!!*" gibi ifadeler ile ben tedavisine ilişkin hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği, “*Dudak doğusunda büyük KAMPANYA...! Dudak dolgusu yaptırana cilt bakımı hediye... 15.07.2020 tarihine kadar dudak dolgusu yaptıran herkese cilt bakımı HEDİYEMİZ...! Tüm işlemlerde size özel indirimler... Bilgi ve randevu için telefon numaralarımızı arayabilir ya da DM den mesaj atabilirsiniz...~02423242450~05427709841~*” gibi ifadelerle tıbbi işlemlere ilişkin kampanyaların düzenlendiği,

Diğer taraftan adı geçen kuruluş ve şahsın "*Q DERM ESTETİK, Dermatolog, Dermatoloji Uzmanı*" ifadeleriyle tanıtıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu tanıtımlarda adı geçen şahsın Türkiye'de bulunan herhangi bir tıp fakültesinden diplomasının bulunmadığı, Rusya'da tıp fakültesi ve uzmanlık eğitimini tamamladığı ancak Türkiye'de denkliğinin bulunmadığı, dolayısıyla şahıs tarafından yetkisiz şekilde güzellik salonu ruhsatlı işyerinde tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara yer verildiği; diğer taraftan sağlık alanında faaliyeti olmayan kuruluşun inceleme konusu internet sitelerinde yapılan tanıtımlar aracılığıyla sağlık alanında faaliyet gösterdiği ve tabip tarafından yapılması gereken ve güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen tıbbi işlemleri uyguladığı yönünde bir algı oluşturduğu; dolayısıyla, söz konusu tanıtımların ilgili mevzuata aykırı olarak benzer kuruluşlar arasında haksız rekabete yol açtığı, tüketici yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanun’un 1 ve 3 üncü maddeleri,

- Uluslararası Sağlık Turizmi ve Turistin Sağlığı Hakkında Yönetmelik’in 12 nci maddesi,

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

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

- Ticari reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/1-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 **Furkan AYGÜL (Q Derm-FÇ Estetik Güzellik Salonu)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**GIDA**

**88)**

**Dosya No: 2021/492**

**Şikayet Edilen: İmuneks Farma İlaç San. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait "Imumax Boğaz Spreyi Baby&Kids" ve "Imumax Boğaz Spreyi 16+" adlı ürünlere yönelik reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020-2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan inceleme sonucunda, firmaya ait www.imuneksfarma.com adresli internet sitesinde "Imumax Boğaz Spreyi Baby&Kids" ve "Imumax Boğaz Spreyi 16+" adlı ürünlere ait tanıtım sayfasında, maske takmış çocukların görüntüleri ile birlikte, *"Virüs ve mikropları temizler. Boğaz ağrısı için sprey. Imumax Boğaz Spreyi, Serbest Virüs Partiküllerini ve Mikrobik Kalıntıları Temizler, Kurutur."* şeklinde ifadelere yer verildiği,

Benzer şekilde, yine firmaya ait "imuneksfarma" isimli kurumsal Instagram sayfasında yayınlanan reklam ve tanıtımlarda, Imumax markalı ürünlerin tanıtımına ilişkin olarak muhtelif tarihlerde yayınlanan paylaşımlarda, maske takmış çocuk ve yetişkinlerin fotoğrafları ile birlikte, *"Imumax Boğaz Spreyi ile panik yok tedbir var! ... Zorlu kış aylarında panik yok tedbir var! Bu zorlu kış aylarında Imumax Boğaz spreyi yanınızda. Imumax Boğaz Spreyi serbest virüs partiküllerini ve mikrobik kalıntıları temizler, kurutur. Imumax Baby&Kids 3 yaş ve üzeri çocuklarda, Imumax Sprey, 16 yaş üstü yetişkinlerde kullanılır... Serbest virüs partiküllerini temizler. Imumax Boğaz Spreyi, serbest virüs partiküllerini ve mikrobik kalıntıları temizler, kurutur. Imumax Baby&Kids 3 yaş ve üzeri çocuklarda, Imumax Sprey, 16 yaş üstü yetişkinlerde kullanılır... Imumax Boğaz spreyi ile bu kış daha kolay geçecek... Serbest virüs partiküllerine dur de! Baby&Kids BoğazSpreyi, serbest virüs partiküllerini temizler ve kurutur. Çocuklarınıza gönül rahatlığıyla kullanabileceğiniz Baby&Kids Boğaz Spreyi ile serbest virüs partiküllerine dur de!"* şeklinde ifadelerin yer aldığı hususları tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, maske takmış çocuk ve yetişkinlerin fotoğrafları ile Covid-19 salgınına atıf yapılan inceleme konusu reklam ve tanıtımlarda, *"Imumax Boğaz Spreyi ile panik yok tedbir var! ... Zorlu kış aylarında panik yok tedbir var! Bu zorlu kış aylarında Imumax Boğaz spreyi yanınızda... Imumax Boğaz spreyi ile bu kış daha kolay geçecek..."* şeklinde ifadelere yer verilerek, "Imumax" markalı boğaz spreylerinin Covid-19 hastalığına karşı koruyucu ve tedavi edici bir özelliğe sahip olduğu izleniminin uyandırılmasının tüketicileri aldatıcı-yanıltıcı nitelikte olduğu, öte yandan, *"Imumax Boğaz Spreyi ile panik yok tedbir var! ... Bu zorlu kış aylarında Imumax Boğaz spreyi yanınızda... Imumax Boğaz spreyi ile bu kış daha kolay geçecek..."* gibi ifadeler ve maske takmış insanların görüntüleriyle tüketicileri Covid-19 hastalığına karşı bir tedbir olarak "Imumax" markalı ürünlerin tüketimine yönlendiren söz konusu reklamların, Covid-19 adlı hastalığın ülkemizde ve dünyada salgın halinde seyrettiği ve anılan hastalığın ilacının ve bilinen bir tedavisinin dahi bulunamadığı bir dönemde yayınlanması suretiyle, insanların bilgi ve tecrübe eksikliği ile korku ve endişelerinin istismar edilerek ticari rant elde edilmeye çalışıldığı,

Kaldı ki, üretici firma tarafından yapılan açıklamalarda da, Imumax markalı boğaz spreylerinin filmojenik etkisi sayesinde bakteri ve virüs partiküllerinin boğazdan uzaklaştırılmasına yardımcı olduğu, bu etkinin münhasıran bir bakteri veya virüs ile tanımlı olmadığı ve bu etki mekanizmasının Covid-19 virüsünü de kapsamadığının ifade edildiği, hal böyle iken, inceleme konusu reklamlarda maske takmış çocuk ve yetişkinlerin görüntülerine ve *"Imumax Boğaz Spreyi ile panik yok tedbir var! ... Bu zorlu kış aylarında Imumax Boğaz spreyi yanınızda... Imumax Boğaz spreyi ile bu kış daha kolay geçecek..."* gibi ifadelere yer verilerek Covid-19 hastalığına atıf yapılmasının ve ürünün Covid-19 hastalığına karşı koruyucu ve tedavi edici bir özelliğe sahip olduğu iddiasında bulunulmasının yanıltıcı olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Tıbbi Cihaz Satış, Reklam ve Tanıtım Yönetmeliği’nin 15/3, 15/4 ve 16/5 maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**89)**

**Dosya No: 2021/3909**

**Şikayet Edilen: Rukiye BERBEROĞLU**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şahsa ait "dreamtox\_konya" isimli Instagram sayfasında "Dreamtox Tea", "Efsun Form Soğuk Detoks Çayı", "İrem Tea" ve "Meri Doğal Kapsül" adlı ürünlere ilişkin olarak yayınlanan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 16.04.2021, 26.05.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan inceleme sonucunda, şahsa ait "dreamtox\_konya" isimli Instagram sayfasında "Dreamtox Tea", "Efsun Form Soğuk Detoks Çayı", "İrem Tea" ve "Meri Doğal Kapsül" adlı ürünlere ilişkin olarak yayınlanan tanıtımlarda, *"Dream-tox Detox Çayı. Enerji verir, tok tutar, vücudunuzdan ödem ve toksin atar, metabolizmanızı hızlandırarak kilo vermenizi sağlar, 30 günde 6 ile 9 kilo verebilirsiniz. Günde en az 2,5 litre su tüketmeniz gerekmektedir... Toksinlerden arınarak kilo vermenizi sağlayan detox çayı... 1 ayda 6-9 kilo. Sağlıklı zayıfla. Tok tutar, yağ yakar, ödem atar... Metabolizmanızı hızlandırarak yağ yakımını gerçekleştirir. İştahınızı kapatarak tokluk hissi verir. Enerjinizi koruyarak yorgun ve bitkin kalmanızı engeller. Zayıflamaya yardımcı %100 bitkisel bir çaydır. Kilo kaybı ayda 5-8 kilodur... 10 günde zayıfla. 10 günde 3-4 kg zayıflamak ister misin? ... En güçlü yardımcın. Tamamen bitkiseldir, hiçbir yan etkisi yoktur, yağ yakıcı özelliği yüksektir, tokluk hissi verir, ödem ve toksin atar, enerji verir... 1 ayda 2 beden küçülten 9 Kg'a kadar zayıflatan yağ yakımında yılın ürünü. (Yeşil çay benzer ürünlere oranla 10 kat hızlı) %100 tokluk hissi. Ödem ve toksinleri vücuttan atar, metabolizmanızı hızlandırır... Acilen zayıflaman mı gerekli? Bu set tam sana göre - İremtea ve Meri Naturel Kapsül... Meri Naturel sizi tok tutar, enerji verir, metabolizmanızı hızlandırır... Meri Kapsül. 1 ayda 6-9 kilo zayıflayın. Kilo kolay alınır, zor verilir. Meri Kapsül ile çok daha kolay. Sporsuz diyetsiz 1 ayda 6-9 kiloya veda edin... Efsun Form Soğuk Detoks Çayı. Kim 1 ayda 9 kilo vermek istemez ki?... "* şeklinde ifadelere yer verildiği, ayrıca anılan Instagram sayfasında yayınlanan paylaşımlarda, söz konusu ifadelerin yanı sıra ürünü kullandığı iddia edilen şahısların kilo bilgileri ile birlikte kullanım öncesi ve sonrası fotoğraflarının ve yine ürünü kullandığı iddia edilen şahısların yorum ve değerlendirmelerinin yer aldığı hususları tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu reklamlarda yer alan ifadelerin birer sağlık beyanı olduğu, bilimsel olarak ispata muhtaç bu tür beyanlarla bitki çayı ve bitki kapsülü adı altında satışı yapılan söz konusu ürünlerin *yağ yaktırdığı, kilo verdirdiği, vücuttan ödem ve toksin attığı, tok tuttuğu, iştah kapattığı, enerji verdiği, metabolizmayı hızlandırdığı, 1 ayda 6-9 kilo vermeyi sağladığı, sporsuz-diyetsiz zayıflattığı* şeklinde tamamen aldatıcı-yanıltıcı bir izlenim oluşturularak anılan ürünlerin sanki bir ilaç veya beşeri tıbbi ürün gibi tanıtıldığı, yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre gıdalar/takviye edici gıdalar için bu tür sağlık beyanlarının kullanılmasının kesinlikle yasak olduğu, bir ürüne ilişkin olarak herhangi bir sağlık beyanında bulunulabilmesi için ilgili idari otoriteden (Sağlık Bakanlığı Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Kurumu) izin alınması gerektiği, kullanılan bu beyanlar için ilgili otoriteden izin alınmadığından söz konusu beyanların doğruluğunun bilimsel olarak ispat edilmiş sayılamayacağı, dolayısıyla doğruluğu bilimsel olarak ispat edilmemiş bu beyanlarla tüketicilerin aldatılıp yanıltıldığı,

Diğer yandan, şahsa ait "dreamtox\_konya" isimli Instagram sayfasında, tanıtım ve satışı yapılan bitki çaylarını ve besin takviyelerini gerçekten kullanarak fayda sağladığı ve etkisini bizzat deneyimlediği iddia edilen kişilerin kullanım öncesi ve sonrasını gösteren fotoğrafları ile kilo bilgilerine ve olumlu yorum ve görüşlerine yer verilerek, ürünün gerçekten kilo vermede etkili olduğu şeklinde bir izlenim oluşturulduğu, bununla birlikte söz konusu fotoğraflar ile yorum ve değerlendirmelerin gerçeği yansıtmadığı ve tüketici algısını yanıltmaya yönelik olduğu, dolayısıyla söz konusu reklamların bu açıdan da aldatıcı - yanıltıcı ve Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin "Tanıklı reklamlar" a ilişkin hükümlerine aykırı olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**90)**

**Dosya No: 2021/3910**

**Şikayet Edilen: Hatice AMOCA**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şahsa ait “evde\_zayifliyorum\_”, "meridetoxtea\_merikapsul" ve "meridetoxtea.turkiye" isimli Instagram sayfalarında "Meri Detox Bitki Çayı" ve "Meri Naturel Bitkisel Kapsül" adlı ürünlere ilişkin olarak yayınlanan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 13.04.2021, 27.05.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan inceleme sonucunda, şahsa ait "evde\_zayifliyorum\_" isimli Instagram sayfasında "Meri Detox Bitki Çayı" ve "Meri Naturel Bitkisel Kapsül" adlı ürünlere ilişkin olarak yayınlanan tanıtımlarda, *“Meridetox çayı. Toksinlerden arınmanız konusunda bir numaralı yardımcınız olan Meridetox, vücudunuzun yenilenmesini de sağlar ve aynı zamanda tokluk hissi vererek fazla kilo ve yağlarınızdan kurtulmanıza yardımcı olacaktır. Meridetox sağlıklı bir yaşam sürebilmeniz için vücudunuzun en büyük destekçisi olacaktır. Meridetox ilaç değil gida takviyesidir… Hedefleriniz idealleriniz, Öyle bir çay düşünün ki! Kilo mu? Dert etme dedirten Meri Detox Tea! Metabolizmayı Hızlandırır. Bağışık Sistemini Güçlendirir. Tokluk Hissi Verir. Bölgesel Yağ Yakar. Toksinleri Giderir... Pratik kullanımı ve eşsiz tadı ile yağ yakar, metabolizmayı hızlandırır, ödem atar, enerji verir, iştah keser, tok tutar. Detoxlanıyoruz. İdeal kilonuza ulaşmak için günde iki kez yemeklerden önce Detox için… 1 ayda 6 ile 9 kilo verdirir. meriilezayıfla #meridetoxtea #meridetox #kolayzayıflama #kolaykilover #zayıflamahapı #zayiflama #zayıflamaçayı #zayiflamakistiyorum… Meri Kapsül. 30 günde mükemmel sonuç. Duyan duymayana haber versin. 1 ayda 9 kiloya kadar garanti. İştah kesiyor, yağ yakıyor, bölgesel kilo verdirir, vücudu sıkılaştırır… Sadece çay içerek 30 günde 6 ile 9 kilo verin. Su içmenize yardımcı olur, metabolizmayı hızlandırır, sindirim sistemini çalıştırır, iştah keser, yağ yakar, ödem atıcı ve söktürücü özelliği vardır…”* şeklinde ifadelere yer verildiği,

Yine şahsa ait "meridetoxtea\_merikapsul" isimli Instagram sayfasında "Meri Detox Bitki Çayı" ve "Meri Naturel Bitkisel Kapsül" adlı ürünlere ilişkin olarak yayınlanan tanıtımlarda ise, *“HERŞEYİ DENEDİNİZ BİR TÜRLÜ KİLO VEREMİYORMUSUNUZ? ARTIK KİLO VERMEK İMKANSIZ DEĞİL! Kilo vermenin en pratik halini sizler için hazırladık. Kilo kaybı (ayda 5-10 ), Daha canlı ve parlak bir cilt, ödem atma, Enerjinin yükselmesi, pozitif düşünme. İştahınızı kontrol ederek su içmenize destek sağlar. Harika yağ yakıcı özelliği ile vücudunuz sarkma yapmadan kilo vermenize destekçi gıda takviyelerimiz. Tok tutar, yağ yakar, enerji verir, ödem atar. Sadece 1 ay içinde zayıflamak ister misin? … Meri Detox Tea ile 1 ayda 6-9 kilo zayıflayabilirsiniz… GİDEN KİLONUZ YAĞDAN OLSUN. KİLONUZ MU VAR, DOĞUM YAPTINIZ GÖBEĞİNİZ Mİ VAR, KOLLARIN KALIN ÜZÜLÜYOR MUSUN, KİLOM GİDİYOR AMA KALÇA BASEN KALIYOR ŞİKAYETİN Mİ VAR, ÖYLE BİR ÜRÜN SUNUYORUM Kİ SADECE TEK BÖLGEYE DEGIL HANGİ BÖLGEMİZDE YAĞ VAR İSE ORAYA HÜCUM EDİYOR… Neden daha ağır olmayı tercih ediyorsun? … MERIDETOXTEA. İştah keser, isteseniz de artık eskisi kadar yiyemezsiniz, Ağız kuruluğu yaparak bol bol su içmenizi sağlar, Metabolizmayı hızlandırır, Ödem atar, Yağ kütlelerinin parçalara ayırarak idrar yoluyla vücuttan atılmasını sağlar, Hızla kilo kaybetmenize yol açar, Tatlıya hayır diyemeyen biriyseniz bu çayla birlikte çok kolay diyeceksiniz. Gün boyu enerji dolu olursunuz, Tadının güzel olmasından dolayı zevkle içmenizi sağlar. Bir aylık paket içerisinde 60 tane bulunur. Sabah kahvaltıdan ve akşam yemeğinden 1 saat önce olmak üzere günde 2 adet sıcak suyla birlikte tüketilir. 1 paket Meri Ayda 6 ile 8 kg arası kilo vermenizi sağlar… Meri Detox Tea sizi tok tutar, enerji verir, metabolizmanızı hızlandırır, sindirim sisteminizi düzene sokar, vücudunuzda bulunan ödem ve toksinleri vücuttan atar, 1 ayda 6 ile 9 kg vermenizi sağlar… Meridetoxtea ile ideallerinize kolaylıkla ulaşabilirsiniz…"* şeklinde ifadelerin yer aldığı,

Benzer ifade, reklam ve tanıtımların yine şahsa ait "meridetoxtea.turkiye" isimli Instagram sayfasında da yayınlandığı,ayrıca anılan Instagram sayfalarında yayınlanan paylaşımlarda, söz konusu ifadelerin yanı sıra ürünü kullandığı iddia edilen şahısların kilo bilgileri ile birlikte kullanım öncesi ve sonrası fotoğraflarının ve yine ürünü kullandığı iddia edilen şahısların yorum ve değerlendirmelerinin yer aldığı hususları tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu reklamlarda yer alan ifadelerin birer sağlık beyanı olduğu, bilimsel olarak ispata muhtaç bu tür beyanlarla bitki çayı ve bitki kapsülü adı altında satışı yapılan söz konusu ürünlerin *bağışıklık sistemini güçlendirdiği, vücudu yenilediği, metabolizmayı hızlandırdığı, sindirim sistemini düzene soktuğu, sindirimi kolaylaştırdığı, bölgesel yağ yaktırdığı, kilo verdirdiği, vücuttan ödem ve toksin attığı, tokluk hissi verdiği, enerji verdiği, 1 ayda 6-9 kilo vermeyi sağladığı* şeklinde tamamen aldatıcı-yanıltıcı bir izlenim oluşturularak anılan ürünlerin sanki bir ilaç veya beşeri tıbbi ürün gibi tanıtıldığı, yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre gıdalar/takviye edici gıdalar için bu tür sağlık beyanlarının kullanılmasının kesinlikle yasak olduğu, bir ürüne ilişkin olarak herhangi bir sağlık beyanında bulunulabilmesi için ilgili idari otoriteden (Sağlık Bakanlığı Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Kurumu) izin alınması gerektiği, kullanılan bu beyanlar için ilgili otoriteden izin alınmadığından söz konusu beyanların doğruluğunun bilimsel olarak ispat edilmiş sayılamayacağı, dolayısıyla doğruluğu bilimsel olarak ispat edilmemiş bu beyanlarla tüketicilerin aldatılıp yanıltıldığı,

Bu hususlara ek olarak, inceleme konusu reklamlarda yer alan "Bakanlık Onaylı" ifadesiyle, söz konusu ürünlerin iddia edilen etkilerinin ilgili Bakanlık tarafından test edilip onaylandığı algısının oluşturulduğu, oysa bahsedilen onayın piyasaya sürülen her gıda ürünü için geçerli ve zorunlu olan bir takım resmi prosedüre ilişkin belgeler olduğu göz önüne alındığında inceleme konusu reklamın bu açıdan da aldatıcı - yanıltıcı nitelikte olduğu, kaldı ki, şahıs tarafından takviye edici gıda adı altında satışı yapılan söz konusu ürünlerin Tarım ve Orman Bakanlığı'ndan alınmış takviye edici gıda onaylarının bulunduğuna ilişkin ispatlayıcı nitelikte herhangi bir bilgi/belge sunulamadığı, dolayısıyla Tarım ve Orman Bakanlığınca onaylanmamış takviye edici gıdaların şahıs tarafından takviye edici gıda altında piyasaya arz edilmesinin açıkça mevzuata aykırı olduğu,

Diğer yandan, şahsa ait anılan Instagram sayfalarında, tanıtım ve satışı yapılan bitki çaylarını ve bitki kapsülünü gerçekten kullanarak fayda sağladığı ve etkisini bizzat deneyimlediği iddia edilen kişilerin kullanım öncesi ve sonrasını gösteren fotoğrafları ile kilo bilgilerine ve olumlu yorum ve görüşlerine yer verilerek ürünün gerçekten kilo vermede etkili olduğu şeklinde bir izlenim oluşturulduğu, bununla birlikte söz konusu fotoğraflar ile yorum ve değerlendirmelerin gerçeği yansıtmadığı ve tüketici algısını yanıltmaya yönelik olduğu, dolayısıyla söz konusu reklamların bu açıdan da aldatıcı - yanıltıcı ve Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin "Tanıklı reklamlar" a ilişkin hükümlerine aykırı olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**91)**

**Dosya No: 2021/3911**

**Şikayet Edilen: Ömer MEMİŞOĞLU**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şahsa ait "fit\_bayanlar\_kampi" isimli Instagram sayfasında "Meri Detox Bitki Çayı" ve "Meri Naturel Bitkisel Kapsül" adlı ürünlere ilişkin olarak yayınlanan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 16.04.2021, 27.05.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan inceleme sonucunda, şahsa ait "fit\_bayanlar\_kampi" isimli Instagram sayfasında "Meri Detox Bitki Çayı" ve "Meri Naturel Bitkisel Kapsül" adlı ürünlere ilişkin olarak yayınlanan tanıtımlarda, *"Zayıflamak İsteyenlerin Aradığı İsim. Meri Naturel Kapsül ve Detox Çayı ile hayal ettiğiniz inceliğe sağlıklı ve hızlı şekilde kavuşursunuz. İştah Keser, Tok Tutar, Ödem Atar, Enerji Verir, Yağ Yakar… Meri Detox Tea sizi tok tutar, enerji verir, metabolizmanızı hızlandırır, sindirim sisteminizi düzene sokar. Vücudunuzda bulunan ödem ve toksinleri atar. 1 ayda 6 ile 9 kg vermenizi sağlar… AÇ KALMADAN SARKMA OLMADAN SPOR YAPMADAN SIKILAŞARAK HALSİZLİK - YORGUNLUK OLMADAN SAĞLIKLI BESLENİP HAYALİNİZDEKİ VÜCUDA SAHİP OLABİLİRSİNİZ. 3 ayda sıkılaşarak 15-20 kg arası yağ kaybı… Kilo vermeye sıfırdan başlayın. Enerji verir, metabolizmayı yeniler, tok tutar. Tamamen doğal karışımı ile şimdi zayıflama sırası sizde. Lifli yapısı nedeniyle sindiriminizi kolaylaştırır. Hazımsızlığa iyi gelir, hazımsızlığa karşı destekleyicidir… Aç kalmadan zayıfla. %100 doğal. Enerji verir ve tok tutar. 1 ayda 6-9 kg hafifle… Tamamen bitkiseldir. Hiçbir yan etkisi yoktur. Yağ yakıcı özelliği yüksektir. Tokluk hissi verir. Ödem ve toksin atar, enerji verir… Dünyanın 8. harikası Meri Naturel Kapsül. Tamamen bitkiseldir. Hiçbir yan etkisi yoktur. Yağ yakıcı özelliği yüksektir. Tokluk hissi verir. Ödem ve toksin atar, enerji verir… Sarkıkları dert etmeye son. Meri ile sarkıklara kesin çözüm… Meri Natürel Kapsül ve Detox Çayı ile Aç Kalmadan, Spor Yapmadan, Sıkılaşarak, Detoxlanarak Hızlı ve kolay bir şekilde kilo verirsiniz… Mide açlığı ile değil Meri Kapsül ile doyarak zayıfla… Meri Detox Tea ödem attırır, yağ yakar, metabolizmanızı hızlandırarak sağlıklı ve hızlı bir şekilde kilo vermenizi sağlar… Türkiye’nin en çok kullanılan çayı. Kullananların memnuniyet oranı %96, kullananların öneri oranı %92… Ben Meri Kapsül, seni ayda 9 kilo zayıflatabilirim… Obezitenin baş düşmanı, tok tutar, yağ yakar, enerji verir…"* şeklinde ifadelere yer verildiği,

Ayrıca anılan Instagram sayfasında yayınlanan paylaşımlarda, söz konusu ifadelerin yanı sıra ürünü kullandığı iddia edilen şahısların yorum ve değerlendirmelerinin yer aldığı hususları tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu reklamlarda yer alan ifadelerin birer sağlık beyanı olduğu, bilimsel olarak ispata muhtaç bu tür beyanlarla bitki çayı ve bitki kapsülü adı altında satışı yapılan söz konusu ürünlerin metabolizmayı hızlandırdığı, sindirim sistemini düzene soktuğu, hazımsızlığa iyi geldiği, sindirimi kolaylaştırdığı, yağ yaktırdığı, kilo verdirdiği, vücuttan ödem ve toksin attığı, tokluk hissi verdiği, enerji verdiği, 1 ayda 6-9 kilo vermeyi sağladığı, aç kalmadan spor yapmadan diyetsiz kilo vermeyi sağladığı ve obezitenin baş düşmanı olduğu şeklinde tamamen aldatıcı-yanıltıcı bir izlenim oluşturularak anılan ürünlerin sanki bir ilaç veya beşeri tıbbi ürün gibi tanıtıldığı, yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre gıdalar/takviye edici gıdalar için bu tür sağlık beyanlarının kullanılmasının kesinlikle yasak olduğu, bir ürüne ilişkin olarak herhangi bir sağlık beyanında bulunulabilmesi için ilgili idari otoriteden (Sağlık Bakanlığı Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Kurumu) izin alınması gerektiği, kullanılan bu beyanlar için ilgili otoriteden izin alınmadığından söz konusu beyanların doğruluğunun bilimsel olarak ispat edilmiş sayılamayacağı, dolayısıyla doğruluğu bilimsel olarak ispat edilmemiş bu beyanlarla tüketicilerin aldatılıp yanıltıldığı,

Bu hususlara ek olarak, inceleme konusu reklamlarda yer alan "Bakanlık Onaylı" ifadesiyle, söz konusu ürünlerin iddia edilen etkilerinin ilgili Bakanlık tarafından test edilip onaylandığı algısının oluşturulduğu, oysa bahsedilen onayın piyasaya sürülen her gıda ürünü için geçerli ve zorunlu olan bir takım resmi prosedüre ilişkin belgeler olduğu göz önüne alındığında inceleme konusu reklamın bu açıdan da aldatıcı - yanıltıcı nitelikte olduğu, kaldı ki, şahıs tarafından takviye edici gıda adı altında satışı yapılan söz konusu ürünlerin Tarım ve Orman Bakanlığı'ndan alınmış takviye edici gıda onaylarının bulunduğuna ilişkin ispatlayıcı nitelikte herhangi bir bilgi/belge sunulamadığı, dolayısıyla Tarım ve Orman Bakanlığınca onaylanmamış takviye edici gıdaların şahıs tarafından takviye edici gıda altında piyasaya arz edilmesinin açıkça mevzuata aykırı olduğu,

Diğer yandan, şahsa ait anılan Instagram sayfasında, tanıtım ve satışı yapılan bitki çaylarını ve bitki kapsülünü gerçekten kullanarak fayda sağladığı ve etkisini bizzat deneyimlediği iddia edilen kişilerin olumlu yorum ve görüşlerine yer verilerek ürünün gerçekten kilo vermede etkili olduğu şeklinde bir izlenim oluşturulduğu, bununla birlikte söz konusu yorum ve değerlendirmelerin gerçeği yansıtmadığı ve tüketici algısını yanıltmaya yönelik olduğu, dolayısıyla söz konusu reklamların bu açıdan da aldatıcı - yanıltıcı ve Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin "Tanıklı reklamlar" a ilişkin hükümlerine aykırı olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**92)**

**Dosya No: 2021/3912**

**Şikayet Edilen: Şükran SELÇUK**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şahsa ait "meridetox\_konya" isimli Instagram sayfasında "Meri Detox Tea", "İrem Tea" ve "Meri Doğal Kapsül" adlı ürünlere ilişkin olarak yayınlanan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 16.04.2021, 26.05.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan inceleme sonucunda, şahsa ait "meridetox\_konya" isimli Instagram sayfasında "Meri Detox Tea", "İrem Tea" ve "Meri Doğal Kapsül" adlı ürünlere ilişkin olarak yayınlanan tanıtımlarda, *"Meri Detox Tea. İçeriğindeki eşsiz harmanı aromatik tadı ile beden ve zihindeki huzurlu dengeyi sağlar. İçeriğindeki özel karışımı sayesinde metobolizma hızını arttırarak vücutta depolanan fazla yağların hızlıca yakılmasına yardımcı olur. Detox' un cilt sağlığına da etkisi büyüktür. Cildi, yaşlanmış ve ölü derilerden arındırarak daha taze ve genç görünmesini sağlar. Gün içinde vücudu yenileyerek daha zinde ve enerji dolu hissetmesine yardımcı olur. GİDEN KİLONUZ YAĞDAN OLSUN ✔KİLONUZ MU VAR ✔DOĞUM YAPTINIZ GÖBEĞİNİZ Mİ VAR ✔KOLLARIN KALIN ÜZÜLÜYOR MUSUN ✔KİLOM GİDİYOR AMA KALÇA BASEN KALIYOR ŞİKAYETİN Mİ VAR ✔ÖYLE BİR ÜRÜN SUNUYORUM Kİ SADECE TEK BÖLGEYE DEĞİL HANGİ BÖLGEMİZDE YAĞ VAR İSE ORAYA HÜCUM EDİYOR. Toksinlerden arınmanız konusunda bir numaralı yardımcınız olan Dream-tox, vücudunuzun yenilenmesini de sağlar ve aynı zamanda tokluk hissi vererek fazla kilo ve yağlarınızdan kurtulmanıza yardımcı olacaktır. Dream-tox sağlıklı bir yaşam sürebilmeniz için vücudunuzun en büyük destekçisi olacaktır. Dreamtox ilaç değil gıda takviyesidir. ✔BÖLGESEL YAĞLARINIZDAN KURTULMAK İSTİYORSANIZ YAPMANIZ GEREKEN TEK ŞEY NUMARAMI ÇEVİRMEK. +905468109711… Meri Doğal Kapsül ile 6-9 kg zayıflık. Meri Natürel Bitkisel Kapsül zayıflamanıza yardımcı gıda takviyesidir. Meri Natürel sizi tok tutar, metabolizmanızı hızlandırır, sindirim sisteminizi düzene sokar, vücudunuzda bulunan ödem ve toksinleri vücuttan atar... 9 Kg zayıflayın. Meri Detox Tea ile bu gidişe dur de! Zayıflamak isteyenler, göbeğini eritmekle uğraşanlar, fit olmak isteyen hepsi çok kolay. Yapmanız gereken bize ulaşmak – 05468109711… Mükemmel tokluk hissi. Tok tutar, yağ yakar, enerji verir, ödem atar… Yeter ki sen zayıflamak iste! Meri Detox Tea sizi tok tutar, enerji verir, metabolizmanızı hızlandırır, sindirim sisteminizi düzene sokar. Vücudunuzda bulunan ödem ve toksinleri atar. Çayımız toksinlerden ve ödem problemlerinden kurtulmanıza destek aynı zamanda iştah kontrolü, su içirme desteği ve harika dermatolojik yağ yakımı sağlar. Vücudunuz sarkma yapmadan sıkılaştırma özelliği vardır. İçinde 60 tane bulunup 1 aylıktır. Sabah kahvaltıdan bir saat önce ve akşam yemeğinden 1 saat önce günde iki defa kullanılır. Bitki özlerinden oluşup tamamen doğal bitkilerdir. Bir bardak sıcak suyun içine katıp karıştırıp içiyorsunuz. Kişinin metabolizmasına göre ayda 5-8 kilo verilir. dreamtox #kilokontrol #idealkilo #fitolmak #merikapsül #meridetoxtea #zayıflama#saglıklızayıflama #şişmanlık #zayıflamakistiyorum #zayıfla #zayıflamaçayı #kilovermekistiyorum #kiloverenler #kiloveriyorum… Meri Kapsül sağlıklı zayıflatır. Sadece 1 ay içinde zayıflayın. Tok tutar, yağ yakar, enerji verir… Sporsuz diyetsiz zayıfla… Metabolizmayı çalıştırır. Vücuttaki toksinleri atar. Bol su içmenizi sağlar. Ağzınızda kuruluk meydana getirir ve bu sayede isteyerek ve severek günde rahatlıkla 3 lt su içersiniz. Bölgesel yağları parçalar. Ter ve idrar yoluyla vücuttan atar (termojerik yağ yakma özelliği vardır) İştahı keser. İsteseniz de yiyemezsiniz. Gün boyunca kendinizi zorlamadan iştahsız olursunuz. İşkence çekmeden zevkle ve keyifle kilo verirsiniz. Kolestrole şifadır. Yüksek şekeri dengeler. Jojo efekt yaşamazsınız. Vermiş olduğunuz kiloları geri almazsınız. Direkt yağı parçalayıp vücuttan yağ kütlesini atar. Diğer diyetler gibi vücuttan su değil yağ atar…"* şeklinde ifadelere yer verildiği, ayrıca yine anılan Instagram sayfasında yayınlanan paylaşımlarda, söz konusu ifadelerin yanı sıra ürünü kullandığı iddia edilen şahısların kilo bilgileri ile birlikte kullanım öncesi ve sonrası fotoğraflarının ve yine ürünü kullandığı iddia edilen şahısların yorum ve değerlendirmelerinin yer aldığı hususları tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu reklamlarda yer alan ifadelerin birer sağlık beyanı olduğu, bilimsel olarak ispata muhtaç bu tür beyanlarla bitki çayı ve bitki kapsülü adı altında satışı yapılan söz konusu ürünlerin kolesterole şifa olduğu, yüksek şekeri dengelediği, cildi gençleştirdiği, sindirim sistemini güçlendirerek düzene soktuğu, yağ yaktırdığı, kilo verdirdiği, vücuttan ödem ve toksin attığı, tok tuttuğu, enerji verdiği, 1 ayda 6-9 kilo vermeyi sağladığı, sporsuz-diyetsiz zayıflattığı şeklinde tamamen aldatıcı-yanıltıcı bir izlenim oluşturularak anılan ürünlerin sanki bir ilaç veya beşeri tıbbi ürün gibi tanıtıldığı, yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre gıdalar/takviye edici gıdalar için bu tür sağlık beyanlarının kullanılmasının kesinlikle yasak olduğu, bir ürüne ilişkin olarak herhangi bir sağlık beyanında bulunulabilmesi için ilgili idari otoriteden (Sağlık Bakanlığı Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Kurumu) izin alınması gerektiği, kullanılan bu beyanlar için ilgili otoriteden izin alınmadığından söz konusu beyanların doğruluğunun bilimsel olarak ispat edilmiş sayılamayacağı, dolayısıyla doğruluğu bilimsel olarak ispat edilmemiş bu beyanlarla tüketicilerin aldatılıp yanıltıldığı,

Bu hususlara ek olarak, inceleme konusu reklamlarda yer alan "Bakanlık Onaylı Ürün" ifadesiyle, söz konusu ürünün iddia edilen etkilerinin ilgili Bakanlık tarafından test edilip onaylandığı algısının oluşturulduğu, oysa bahsedilen onayın piyasaya sürülen her gıda ürünü için geçerli ve zorunlu olan bir takım resmi prosedüre ilişkin belgeler olduğu göz önüne alındığında inceleme konusu reklamın bu açıdan da aldatıcı - yanıltıcı nitelikte olduğu, kaldı ki, şahıs tarafından takviye edici gıda adı altında satışı yapılan söz konusu ürünlerin Tarım ve Orman Bakanlığı'ndan alınmış takviye edici gıda onaylarının bulunduğuna ilişkin ispatlayıcı nitelikte herhangi bir bilgi/belge sunulamadığı, dolayısıyla Tarım ve Orman Bakanlığınca onaylanmamış ürünlerin şahıs tarafından takviye edici gıda altında piyasaya arz edilmesinin açıkça mevzuata aykırı olduğu,

Diğer yandan, şahsa ait anılan Instagram sayfasında, tanıtım ve satışı yapılan bitki çaylarını ve bitki kapsülünü gerçekten kullanarak fayda sağladığı ve etkisini bizzat deneyimlediği iddia edilen kişilerin kullanım öncesi ve sonrasını gösteren fotoğrafları ile kilo bilgilerine ve olumlu yorum ve görüşlerine yer verilerek ürünün gerçekten kilo vermede etkili olduğu şeklinde bir izlenim oluşturulduğu, bununla birlikte söz konusu fotoğraflar ile yorum ve değerlendirmelerin gerçeği yansıtmadığı ve tüketici algısını yanıltmaya yönelik olduğu, dolayısıyla söz konusu reklamların bu açıdan da aldatıcı - yanıltıcı ve Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin "Tanıklı reklamlar" a ilişkin hükümlerine aykırı olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**93)**

**Dosya No: 2021/3913**

**Şikayet Edilen: Adella Kozmetik Dilek ÇENKÇİ**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından muhtelif bitki çayı ürünleri ile bazı takviye edici gıdalara ilişkin olarak www.adellakozmetik.com adresli internet sitesi ve “meridetox\_tea\_” isimli Instagram sayfasında yayınlanan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 16.04.2021, 26.05.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan inceleme sonucunda, firmaya ait www.adellakozmetik.com adresli internet sitesinde yayınlanan reklam ve tanıtımlarda, "Efsun Form Çayı" adlı ürüne ilişkin olarak, *"EFSUN FORM ÇAYI adından da anlaşılacağı gibi formda kalmak isteyenler için yepyeni ve tamamen doğal bir bitki çayıdır. Birçok şifalı bitkiden üretilmiştir ve formda kalmak isteyen kişiler için oldukça etkili bir formüldür. Efsun Form Çayı sayesinde formunu korumak isteyenler, dönemsel olarak bölgesel yağlanma yaşayan kişiler ve en çok da yıllardır diyet yapıp bir türlü isteği sonucu alamayan kişiler artık kalıcı olarak istedikleri sonuca ulaşabileceklerdir. Diyet programları maalesef ki her zaman, herkese uygun olmayabiliyor. Diyet yaparken başarılı olabilmek için her zaman hazırlıklı olmak ve çok düzenli yaşamak gerekiyor. Fakat iş hayatı, okul hayatı ve çocukları olan anne ve babaların koşturmacası derken diyet programları ilk olarak aksamaya uğruyor ve sonrasında da tamamen bırakılıyor. Spora da aynı şekilde düzenli olarak vakit ayırmak gerekiyor fakat hava durumu, gün boyu işten ve ya okuldan sonra gelen yorgunluk dolayısıyla sporda aksayabiliyor. Bu yöntemleri geride bırakan Efsun Form sayesinde artık günün yarısında kendinize özel diyet yemekleri yapmak için ya da spor salonuna gitmeye uğraşmak için strese girmenize gerek kalmıyor. Efsun form sayesinde form da olmak artık hayal ettiğinizden daha da kolaylaşıyor... Efsun Form çayının içerisindeki şifalı bitkilerin en büyük ortak özellikleri iştah kapatıcı olmalıdır. İşte Efsun Form Çayının sihirli sırrı burada gizlidir. Efsun form çayını oluşturan Ahududu ekstrakt, Oolong çayı, Narçiçeği ekstrakt, Rezene ekstrakt, Melisa otu, Pirinç Kabuğu Tozu Ekstrakt, Biberiye Ekstrakt, Brokoli Ekstrakt, Ekinezya Ekstrakt, Goji Berry Ekstrakt, Yaban mersini ekstrakt, Yoğurt otu ekstrakt, Cüce palmiye ekstrakt, Huş ağacı ekstrakt, Kurutulmuş meyve tozu, L-Carnitine bitkileri her zaman mucizevi şifalı otlar olarak karşımıza çıkmıştır. İşte bu mucizevi bitkilerin özellikleri;"* şeklinde ifadelere yer verildiği, ayrıca "İçerisinde Neler Var?" başlığı altında yer alan tanıtımlarda ürünün içeriğini oluşturan bileşenlere ilişkin olarak mevzuatta izin verilen sınırların dışına çıkan çeşitli sağlık beyanlarının yer aldığı, benzer şekilde, "Meri Naturel Bitkisel Kapsül" adlı ürüne ilişkin olarak, *"Kapsül tokluk hissi verdiğinden vücudumuza gerekli vitaminleri vermek çok önemlidir. Aç kalmak zayıflamak değildir... Meri Kapsül seni çok hafifletecek. 1 ayda 6-9 kg"* şeklinde ifadelere yer verildiği,

Yine www.adellakozmetik.com adresli internet sitesinde "Efsun Form Nedir?" başlığıyla yayınlanan tanıtımlarda, *"Asıl amacı kilo vermeye yardımcı olmak olan efsun form çayı, metabolizmayı hızlandırmasının yanı sıra başka faydaları ile de dikkat çekmektedir. Efsun form çayı, içeriğinde yer alan vitamin ve mineraller sayesinde serbest radikal olarak bilinen kirleticilerin, ağır metallerin, toksinlerin, buhar gazlarının vücuttan atımına yardımcı olur. Efsun form çayı, kan dolaşımını hızlandırır ve böylece hücrelere daha fazla oksijen ve besin gitmesini sağlar. Ağız ve diş sağlığının korunmasına da yardımcı olan bu çay, düzenli kullanıldığında ağız kokusunu giderir ve diş çürüklerini önler. Poşet içinde satılan form çayları, hem daha sağlıklı hem de daha pratik olması nedeniyle çok tercih edilmektedir. Efsun form çayı da bu şekilde satılmaktadır. Bir kutu içinde 60 adet poşet çay bulunmaktadır. Bu form çayları, güvenli poşetlerinden çıkarılıp bir bardak kaynamış suda demlenerek, evde veya iş yerinde kolaylıkla hazırlanarak içilmektedir. Efsun form çayı pratik olmasının dışında, kilo vermeye yardımcı olması konusunda da oldukça etkilidir. Tabi ki düzenli kullanıldığı takdirde etkili olmaktadır. Bu çayı hazırlarken dikkat edilmesi gereken çok önemli bir nokta da, form çayının bir poşetinin yalnızca bir defa içilmesidir. Yani kesinlikle tekrar kaynatılıp tüketilmemelidir. Dikkat edilmesi gereken başka bir nokta da bu çayı kullanmaya başladığınızda gün içinde yeterli miktarda su tüketmeye özen göstermektir."* şeklinde ifadelere, "Efsun Formun Faydaları" başlığıyla yayınlanan tanıtımlarda ise, *"Efsun formun faydaları arasında; antioksidan içeriğe sahip vitamin ve mineralleri barındırdığı için vücudun toksinlerden arınmasını sağlar, metabolizmayı hızlandırır. Düzenli olarak kullanılan efsun form çayı sindirim sistemini düzenleyerek bağırsak hareketlerini hızlandırır ve kabızlığı önler. Ödemi söktürür, hazımsızlık, şişkinlik ve gaz problemlerini yok eder. Öte yandan tokluk hissi sağlayarak fazla kalori almanın önüne geçer. Efsun form çayı, kan şekerini düzenleyerek insülin direnci oluşmasını önler. Bu çay, kan dolaşımını hızlandırır ve böylece hücrelere daha fazla oksijen gitmesini sağlar. Özellikle de cilt hücrelerine giden oksijen miktarını artırarak ciltte oluşan akne ve sivilce gelişimini durdurur. Cilde parlaklık ve canlılık verir, cildin daha pürüzsüz görünmesini sağlar. Efsun form çayı, vücuda zindelik verir, böylece kendinizi daha güçlü hissedersiniz. Ayrıca bu çay, dışarıdan alınan kalori ile verilen kalori dengesini sağladığı için vücutta birikmiş yağların yakılmasına da yardımcı olur. Efsun form çayı, ağız ve diş sağlığının korunmasında da etkilidir. Düzenli kullanıldığında ağızdaki bakterilerin yok edilmesini sağlayarak diş çürüklerini ve ağız kokusunu önler. Yani efsun form çayını kullanarak fazla kilolarınızdan kurtulmakla kalmaz, aynı zamanda yukarıda sayılan faydaları da görür ve sağlıklı bir hayata ilk adımı atmış olursunuz."* şeklinde ifadelere yer verildiği,

Diğer yandan, şahsa ait "meridetox\_tea\_" isimli Instagram sayfasında yayınlanan tanıtımlarda ise, "Meridetox Tea", "Efsun Form Soğuk Detoks Çayı", "İrem Tea", "Meri Doğal Kapsül" ve "Natürel Caps" adlı ürünlere ilişkin olarak; *"Kilo vermenin en pratik halini sizler icin hazırladık... Kilo kaybı (ayda 5-10) Daha canlı ve parlak bir cilt, ödem atma, Enerjinin yükselmesi, pozitif düşünme, İştahınızı kontrol ederek, su içmenize destek sağlar. Harika yağ yakıcı özelliği ile sarkma yapmadan kilo vermenize destekçi gıda takviyelerimiz… adellakozmetik.com... 30 günde 6-9 kg... 9 Kg zayıflayın, Bu gidişe dur de! ... Ben 1 ayda zayıflayayım mı diyorsun? 1 ayda 6-9 Kg... Meridetox Tea ile sağlıklı zayıflayın. Mükemmel tokluk hissi, tok tutar, yağ yakar, enerji verir, ödem atar... Efsun Form Çayı. Yağ yakar, tok tutar, ödem atar, enerji verir. Sadece 1 ay içinde 6-9 kg zayıflayın. İçinizi eritecek deyiminin tam karşılığı. Yağ yakar, tok tutar, tamamen doğal... Her yolu denedin zayıflayamadın mı? İremtea ile tanışın. 1 ayda 3-5 kg zayıflayabilirsiniz. Rakiplerine oranla 7 kat etkili! ... Meri Doğal Kapsül ile 6-9 kg zayıflık. Mer Natürel Bitkisel Kapsül zayıflamanıza yardımcı gıda takviyesidir. Meri Natürel sizi tok tutar, metabolizmanızı hızlandırır, sindirim sisteminizi düzene sokar, vücudunuzda bulunan ödem ve toksinleri vücuttan atar... Natürel Caps tamamen doğal kapsül. 1 ayda 3-5 kg zayıflatır"* şeklinde ifadelere yer verildiği, ayrıca anılan Instagram sayfasında yayınlanan paylaşımlarda, söz konusu ifadelerin yanı sıra ürünü kullandığı iddia edilen şahısların yorum ve değerlendirmelerinin yer aldığı hususları tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu reklamlarda yer alan ifadelerin birer sağlık beyanı olduğu, bilimsel olarak ispata muhtaç ve endikasyon belirten bu tür beyanlarla takviye edici gıda niteliğine sahip olan söz konusu ürünlerin bazı hastalıkların ve sağlık sorunlarının önlenmesinde, tedavisinde veya iyileştirilmesinde etkili olduğu, yağ yaktırdığı, kilo verdirdiği, ödem attırdığı, tok tuttuğu, enerji verdiği, cildi gençleştirdiği ve sindirim sistemini düzene soktuğu şeklinde tamamen aldatıcı-yanıltıcı bir izlenim oluşturularak anılan ürünlerin sanki bir ilaç veya beşeri tıbbi ürün gibi tanıtıldığı, yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre takviye edici gıdalar için bu tür sağlık beyanlarının kullanılmasının kesinlikle yasak olduğu, bir ürüne ilişkin olarak herhangi bir sağlık beyanında bulunulabilmesi için ilgili idari otoriteden (Sağlık Bakanlığı Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Kurumu) izin alınması gerektiği, kullanılan bu beyanlar için ilgili otoriteden izin alınmadığından söz konusu beyanların doğruluğunun bilimsel olarak ispat edilmiş sayılamayacağı, dolayısıyla doğruluğu bilimsel olarak ispat edilmemiş bu beyanlarla tüketicilerin aldatılıp yanıltıldığı,

Diğer yandan, şahsa ait anılan Instagram sayfasında, tanıtım ve satışı yapılan bitki çaylarını ve bitki kapsülünü gerçekten kullanarak fayda sağladığı ve etkisini bizzat deneyimlediği iddia edilen kişilerin olumlu yorum ve görüşlerine yer verilerek ürünlerin gerçekten kilo vermede etkili olduğu şeklinde bir izlenim oluşturulduğu, bununla birlikte söz konusu yorum ve değerlendirmelerin gerçeği yansıtmadığı ve tüketici algısını yanıltmaya yönelik olduğu, dolayısıyla söz konusu reklamların bu açıdan da aldatıcı - yanıltıcı ve Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin "Tanıklı reklamlar" a ilişkin hükümlerine aykırı olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**94)**

**Dosya No: 2021/3914**

**Şikayet Edilen: S.C.C. Grup Tekstil Bilişim Hizm. Bitk. Ürün. İnş. Tic. ve San. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından "Efsun Form Soğuk Detoks Çayı" adlı ürüne ilişkin olarak www.efsunform.com adresli internet sitesi ile “efsunform.official” isimli Instagram sayfasında yayınlanan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 12.04.2021, 27.05.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan inceleme sonucunda, firmaya ait www.efsunform.com adresli internet sitesinde "Efsun Form Çayı" adlı ürüne ilişkin olarak yayınlanan tanıtımlarda; *"EFSUN FORM ÇAYI adından da anlaşılacağı gibi formda kalmak isteyenler için yepyeni ve tamamen doğal bir bitki çayıdır. Birçok şifalı bitkiden üretilmiştir ve formda kalmak isteyen kişiler için oldukça etkili bir formüldür. Efsun Form Çayı sayesinde formunu korumak isteyenler, dönemsel olarak bölgesel yağlanma yaşayan kişiler ve en çok da yıllardır diyet yapıp bir türlü isteği sonucu alamayan kişiler artık kalıcı olarak istedikleri sonuca ulaşabileceklerdir. Diyet programları maalesef ki her zaman, herkese uygun olmayabiliyor. Diyet yaparken başarılı olabilmek için her zaman hazırlıklı olmak ve çok düzenli yaşamak gerekiyor. Fakat iş hayatı, okul hayatı ve çocukları olan anne ve babaların koşturmacası derken diyet programları ilk olarak aksamaya uğruyor ve sonrasında da tamamen bırakılıyor. Spora da aynı şekilde düzenli olarak vakit ayırmak gerekiyor fakat hava durumu, gün boyu işten ve ya okuldan sonra gelen yorgunluk dolayısıyla sporda aksayabiliyor. Bu yöntemleri geride bırakan Efsun Form sayesinde artık günün yarısında kendinize özel diyet yemekleri yapmak için ya da spor salonuna gitmeye uğraşmak için strese girmenize gerek kalmıyor. Efsun form sayesinde formda olmak artık hayal ettiğinizden daha da kolaylaşıyor... Efsun Form çayının içerisindeki şifalı bitkilerin en büyük ortak özellikleri iştah kapatıcı olmalıdır. İşte Efsun Form Çayının sihirli sırrı burada gizlidir. Efsun form çayını oluşturan Ahududu ekstrakt, Oolong çayı, Narçiçeği ekstrakt, Rezene ekstrakt, Melisa otu, Pirinç Kabuğu Tozu Ekstrakt, Biberiye Ekstrakt, Brokoli Ekstrakt, Ekinezya Ekstrakt, Goji Berry Ekstrakt, Yaban mersini ekstrakt, Yoğurt otu ekstrakt, Cüce palmiye ekstrakt, Huş ağacı ekstrakt, Kurutulmuş meyve tozu, L-Carnitine bitkileri her zaman mucizevi şifalı otlar olarak karşımıza çıkmıştır. İşte bu mucizevi bitkilerin özellikleri;"* şeklinde ifadelere yer verildiği, ayrıca "İçerisinde Neler Var?" başlığı altında yer alan tanıtımlarda, ürünün içeriğini oluşturduğu belirtilen Ahududu Ekstrakt, Oolong Çayı, Narçiçeği Ekstrakt, Rezene Ekstrakt, Melisa Otu, Pirinç Kabuğu Tozu Ekstrakt, Biberiye Ekstrakt, Brokoli Ekstrakt, Ekinezya Ekstrakt, Goji Berry Ekstrakt, Yaban Mersini Ekstrakt, Yoğurt Otu Ekstrakt, Cüce Palmiye Ekstrakt, Huş Ağacı Ekstrakt, Kurutulmuş Meyve Tozu ve L-Carnitine gibi gıda bileşenlerine ilişkin olarak mevzuatta izin verilen sınırların dışına çıkan muhtelif sağlık beyanlarının yer aldığı;

Yine www.efsunform.com adresli internet sitesinde "Makaleler" üst başlığı altında "Efsun Form Detoks Nedir" başlığıyla yayınlanan tanıtımlarda, *"Efsun form detoks, bir tür form çayıdır. Form çayları, düzenli kullanıldığında oldukça faydalıdır. En önemli faydası da hiç şüphesiz kilo verdirmesidir. Zayıflamak isteyen birçok kişi çeşitli zayıflama yöntemlerini denemiş, kimisi kararlı davranarak diyeti ve sporu hayatına adapte etmiş ve olumlu sonuçlar almış, kimisi ise mesela pazartesi günü başladığı diyete perşembe günü veda etmiştir. Yani kilo vermek kolay iş değildir. Azim ve kararlılık gerektirir. Peki ama neden? Neden kilo vermek kolay değildir? Çünkü herkesin alışkın olduğu bir beslenme alışkanlığı vardır. Alışkanlıkları bir anda bırakmak veya değiştirmek hiç de kolay değildir. Zayıflamak isteyen kişilerin kilo vermek için yapmaları gereken en önemli şey ilk olarak beslenme alışkanlığını değiştirmek, sonra da spor yapmaktır. Bunun yanında zayıflamaya destek olması için metabolizmayı hızlandıran, kalori yakılmasını sağlayan bazı yöntemler vardır. Bunlardan biri de form detoks çaylarını tüketmektir. Form detoks çaylarının içeriği genelde bitkisel çaylardan ibarettir. Efsun form detoks çayı da bu form detoks çaylarından biridir. Efsun form detoks çayı, emzirme döneminde olan kadınlar, gebeler, kalp hastaları, tansiyon ve şeker gibi kronik hastalığı olanlar tarafından kesinlikle kullanılmaması gerekir. Çünkü bu form çayı, uykusuzluk, çarpıntı, huzursuzluk yapabilir. Form detoks çayları, kilo verme aşamasında tek başına yeterli değildir. Sporla ve diyetle desteklenmeli ve mutlaka yeterli miktarda su içmeye özen gösterilmelidir."* şeklinde ifadelere; "Efsun Form Soğuk Çay Faydaları" başlığıyla yayınlanan tanıtımlarda, *"Efsun form soğuk çayın faydaları, sıcak olarak hazırlanan form çayı ile aynıdır. Bu faydaları arasında kişilerin en çok işine yarayan kilo vemeye yardımcı olmasıdır. Daha hızlı kilo vermek için günümüzde form çayları yaygın olarak kullanılmaktadır. Bu form veya detoks çaylarının kilo vermeye etkisi iki farklı şekilde olur. Bazı form çayları metabolizmayı hızlandırırken aynı zamanda kalori yakımını teşvik eder. Bazıları da vücutta biriken yağların enerji olarak yakılmasına yardımcı olarak kilo vermeyi sağlar. Efsun Form Soğuk Detoks Çayının Faydaları: a) Sağlıklı bir şekilde kilo vermeye yardımcı olur. b) Bağışıklık sistemini güçlendirerek hastalıklara yakalanma oranını düşürür. c) Kan şekerini dengeleyerek tatlı krizine son verir. Bu şekilde de kilo vermeye yardımcı olur. d) Vücutta biriken toksinlerin atılmasını sağlar. e) Uyku düzeninin dengelenmesine yardımcı olur. f) Metabolizmayı hızlandırır. g) Hazımsızlık ve şişkinliği giderir. Ödemi attırır. h) Tokluk hissi vererek diyet programını destekler. ı) Sindirim ve dolaşım sistemlerinin daha iyi çalışmasını sağlar. i) Ruhsal olarak da kişiyi rahatlatır. Efsun form soğuk detoks çayının içeriğinde yer alan bileşenlerin daha etkili çalışabilmesi için mutlaka aç karnına tüketilmesi önerilir. Bu çaydan etkili şekilde faydalanmak için yapılması gerekenler; aç karnına tüketilmesi, bu form çayını kullanılmaya başlanmasından itibaren günde 2-3 litre su tüketilmesi, diyet ve sporla birlikte tüketilmesi ve doğru olarak hazırlanıp içilmesidir."* şeklinde ifadelere yer verildiği,

Diğer yandan, firmaya ait "efsunform.official" isimli Instagram sayfasında yayınlanan tanıtımlarda ise, yine "Efsun Form Çayı" adlı ürüne ilişkin olarak; *"BÜTÜN DİYET LİSTELERİNİZİ ÇÖPE ATIN. EN ZAHMETSİZ ZAYIFLAMA YÖNTEMİ İLE KARŞINIZDA. EFSUN FORM SOĞUK DETOX ÇAY. YAĞ YAKAR, ÖDEM VE TOKSİN ATAR, TOK TUTAR, ENERJİ VERİR, %100 DOĞAL, METABOLİZMA HIZLANDIRIR. #zayıflama #kiloverme #diyet #diyetisyen #herbalife #spor #sağlıklıbeslenme #diyetteyiz #fit #beslenme #kilo... Mini Efsun Form. Sadece 10 günde 4 kilo zayıflamanızı sağlar. Diyetsiz, sporsuz. Deneyin en sevdiğiniz Detox Çayı olacak... Sadece 1 ay içinde 6-9 kg zayıflayın. Tok tutar, yağ yakar, ödem atar, enerji verir... İçinizi eritecek deyiminin tam karşılığı. Yiyerek zayıflamanın doğru adresi, Yağ yakar, tok tutar. Tamamen doğal, 1 ay içinde 6-9 kg zayıflayabilirsin... Efsun Form Çayı adından da anlaşılacağı gibi formda kalmak isteyenler için yepyeni ve tamamen doğal bir bitki çayıdır. Birçok şifalı bitkiden üretilmiştir, zayıflamak ve formda kalmak isteyen kişiler için oldukça etkili bir formüldür... Kısa sürede nasıl zayıflarım diye soranların cevabı. Mini kutuyla 10 günde 3-4 kg zayıflayabilirsin... Bu yaza formda gir. Tok tutar, enerji verir, metabolizmanızı hızlandırır, sindirim sisteminizi düzene sokar. Ödem ve toksin atar, iştah keser, tokluk hissi verir... Tarım ve Gıda Bakanlığı Onaylı"* şeklinde ifadelere yer verildiği hususları tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu reklamlarda yer alan ifadelerin birer sağlık beyanı olduğu, bilimsel olarak ispata muhtaç bu tür beyanlarla bitki çayı adı altında satışı yapılan söz konusu ürünün bağışıklık sistemini güçlendirerek hastalıklara yakalanma oranını düşürdüğü, kan şekerini dengelediği, hazımsızlık ve şişkinliği giderdiği, sindirim ve dolaşım sisteminin daha iyi çalışmasını sağladığı, yağ yaktırdığı, kilo verdirdiği, vücuttan ödem ve toksin attığı, tok tuttuğu, iştah kapattığı, enerji verdiği, 1 ayda 6-9 kilo ve 10 günde 3-4 kilo vermeyi sağladığı şeklinde tamamen aldatıcı-yanıltıcı bir izlenim oluşturularak anılan ürünün sanki bir ilaç veya beşeri tıbbi ürün gibi tanıtıldığı, yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre gıdalar/takviye edici gıdalar için bu tür sağlık beyanlarının kullanılmasının kesinlikle yasak olduğu, bir ürüne ilişkin olarak herhangi bir sağlık beyanında bulunulabilmesi için ilgili idari otoriteden (Sağlık Bakanlığı Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Kurumu) izin alınması gerektiği, kullanılan bu beyanlar için ilgili otoriteden izin alınmadığından söz konusu beyanların doğruluğunun bilimsel olarak ispat edilmiş sayılamayacağı, dolayısıyla doğruluğu bilimsel olarak ispat edilmemiş bu beyanlarla tüketicilerin aldatılıp yanıltıldığı,

Bu hususlara ek olarak, inceleme konusu reklamlarda yer alan "Tarım ve Gıda Bakanlığı Onaylı" ifadesiyle, söz konusu ürünün iddia edilen etkilerinin ilgili Bakanlık tarafından test edilip onaylandığı algısının oluşturulduğu, oysa bahsedilen onayın piyasaya sürülen her gıda ürünü için geçerli ve zorunlu olan bir takım resmi prosedüre ilişkin belgeler olduğu göz önüne alındığında inceleme konusu reklamın bu açıdan da aldatıcı - yanıltıcı nitelikte olduğu, kaldı ki, firma tarafından takviye edici gıda adı altında satışı yapılan söz konusu ürünün Tarım ve Orman Bakanlığı'ndan alınmış takviye edici gıda onayının bulunduğuna ilişkin ispatlayıcı nitelikte herhangi bir bilgi/belge sunulamadığı, dolayısıyla Tarım ve Orman Bakanlığınca onaylanmamış bir ürünün firma tarafından takviye edici gıda altında piyasaya arz edilmesinin açıkça mevzuata aykırı olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **S.C.C. Grup Tekstil Bilişim Hizm. Bitk. Ürün. İnş. Tic. ve San. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**95)**

**Dosya No: 2021/3921**

**Şikayet Edilen: OPA Grup İç ve Dış Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından üretim ve satışı yapılan çeşitli takviye edici gıdalar ve kozmetik ürünlere ilişkin olarak www.biometilac.com adresli internet sitesinde yayınlanan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan inceleme sonucunda, firmaya ait www.biometilac.com adresli internet sitesinde yayınlanan reklam ve tanıtımlarda, "S1 Likit&Bitkisel Glukozamin" adlı ürüne ilişkin olarak, *"Normal eklem fonksiyonunu ve mobiliteyi korumaya yardımcı olur ve normal kıkırdak oluşumunu destekler... Glukozamin, normalde insan vücudunda üretilen bir amino şeker birleşimidir. Vücutta kolajen sentezini artırılmasına ve mevcut kolajenlerin yıkımının azaltılmasına destek olarak eklemlerin normal fonksiyonunu sürdürmesine yardım eder. Ancak Glukozaminin besin kaynaklarından alınması çok zordur. Bu nedenle takviye edici gıdalar vücudun Glukozamin ihtiyacı için gereklidir. Takviye edici gıdalar içinde ise, sıvı formdaki gıda takviyeleri en etkili ve en hızlı emilimi sağlayan kaynaktır… S1 Glukozamin™, özel bitkisel formülasyonu ile diyabet hastalarının kullanımına uygundur. Tip 1 ve Tip 2 diyabet hastaları üzerinde yapılan çalışmalarda hiçbir şekilde şeker oranında değişiklik gözlenmemiştir... Boswellia kuvvetli bir anti-enflamatuardır ve bağışıklık sistemi için çok yönlü bir tamamlayıcıdır. Boswellia serrata, Ayurveda’ daki antik ve en değerli bitkilerden biridir ve Hint tıbbı sisteminde, bu tedavi için antienflamatuar, anti-artritik, anti-proliferatif ve analjezik ajan olarak kullanılmaktadır."* şeklinde ifadelere;

"S1 Glukozamin Jel" adlı kozmetik ürüne ilişkin olarak, *"Özgürce harekete devam. Glukozamin, eklem ve kıkırdak dokusunu oluşturan temel yapılardan biridir. Normal eklem fonksiyonunu ve mobiliteyi korumaya yardımcı olur ve normal kıkırdak oluşumunu destekler. Bromelain, ananasta bulunan bir enzimdir. Neredeyse bir anti-enflamatuar (ağrı kesici) ilaçla kıyaslanabilecek kadar faydalı bir anti-enflamatuar etkisi olduğu düşünülmektedir. Akgünlük olarak bilinen boswellia, alternatif tıpta yıllardır enflamatuar ve ağrılı rahatsızlıkların tedavisinde kullanılmaktadır. Arnika, geleneksel ağrı kesicilerin ve ilaçların riskleri ve yan etkiler olmaksızın vücudun doğal iyileşme sürecine yardımcı olan güvenli ve etkili bir alternatif sunar. Hyaluronik Asit, vücut tarafından doğal olarak üretilen berrak yapışkan bir maddedir. Ciltte, bağ dokuda ve gözlerede yüksek miktarlarda bulunur. Temel işlevi, dokuların iyi yağlanmış ve nemli kalmasını sağlamak için suyu tutmaktır. Kafur, krem, merhem ve losyonlarda yaygın olarak kullanılan bir organik bileşiktir. Kafur yağı, kafur ağaçlarının gövdesinden çıkarılan ve buhar damıtımı ile işlenen bir yağdır. Tahriş, kaşıntı ve enflamatuar durumları hafifletmek amacıyla yardımcı olarak kullanılır. Karanfil Yağı, öjenol adı verilen enflamasyonu azaltmaya ve enfeksiyonlarla savaşmaya yardımcı olabilecek bir kimyasal içerir. Sakinleştirici özelliği nedeniyle diş hekimliğinde en popüler ürünlerden biridir. Kırmızı Biber Ekstresi, Capsicum olarak da bilinen ve meyvesi bazı ilaçlarının yapımında kullanılan bir bitkinin özüdür. Dindirici ve rahatlatıcı etkisi sayesinde enflamatuar rahatsızlıkların yatıştırılmasında yardımcı olarak kullanılabilir. Ayrıca önemli bir A ve C vitamini kaynağıdır."* şeklinde ifadelere;

"We Collagen 45 Tablet" adlı ürüne ilişkin olarak, *"WeCollagen®, normal cildin, saçın, tırnakların ve bağ dokuların korunmasına katkıda bulunur. We Collagen yeni nesil bioaktif hidrolize kolajen peptitleri ile cildinizdeki kolajen uyarmaya yardımcı olur. Daha fazla esneklik ve daha az kırışıklık için doğrudan derinlerde cilt katmanına yani dermise katkıda bulunur... Balık kolajeni, vücutta güçlü, sağlıklı bağ dokusu oluşturmak için gerekli aminoasitleri sağlayarak sığır kolajeni ile benzer şekilde çalışır. Denizdeki kolajenin, cildin nem seviyelerini artırmaya, UV ışınlarına maruz kalmanın zararlı etkilerine karşı korumaya yardımcı olduğu uzmanlarca belirtilmektedir... Güçlü ve zengin içeriği sayesinde normal cildin, saçın, tırnakların ve bağ dokuların normal fonksiyonuna destek olur. Cildin ihtiyacı olan nem ve sağlığın günlük olarak desteklenmesine yardımcı olur. WeCollagen® FDA (Amerikan Gıda ve İlaç Dairesi) onayına sahip Türkiye’deki tek kolajen markasıdır... WeCollagen®, içerdiği biyoaktif hidrolize balık kolajeni sayesinde vücudu uyararak hücrelerin yeni kolajen üretimine destek olur."* ifadelerine;

"We Collagen with Type-2 Colagen 45 Tablet" adlı ürüne ilişkin olarak ise, *"WeCollagen® with Type-2 Collagen, normal eklemlerin, bağ dokuların ve cildin korunmasına katkıda bulunur. WeCollagen®, hidrolize balık kolajeni peptitleri, tip 2 kolajen, hyaluronik asit, koenzim Q10 ve vücudun temel ihtiyacı olan vitamin ve mineralleri birlikte sunar. Zengin formülasyonu sayesinde normal eklemlerin, bağ dokuların ve cildin normal fonksiyonuna destek olur. Yaşlandıkça vücudumuz daha az miktarda ve düşük kalitede kolajen üretir. Özellikle 20’li yaşlardan sonra her yıl vücuttaki kolajenin %1’i kaybedilir. Bu durum çeşitli sorunlara yol açabilir. WeCollagen®, kolajen peptitleri içerdiği için vücutta azalan kolajen üretimine destek olur."* şeklinde ifadelere yer verildiği;

Yine, www.biometilac.com adresli internet sitesinde "Glukozamin Nedir?" başlığı altında yayınlanan tanıtımlarda, *"Glukozamin, vücudumuzda doğal olarak sentezlenen bir moleküldür, ancak aynı zamanda eklem sağlığımız için günlük olarak kullanmamız gereken popüler bir gıda takviyesidir. Çoğu zaman kemik ve eklem bozuklukları gibi hastalıkların tedavi etmek için kullanılsa da aslında enflamatuar hastalıkların iyileştirilmesinde, kemik ve eklemdeki ağrı hissinin en aza indirilmesinde, ameliyat sonrasındaki iyileştirme sürecinin hızlandırılmasında ve görme bozukluklarının iyileştirmesinde de kullanılan çok etkili bir moleküldür. Bu yazıda glukozaminin yararlarını, dozajını ve fazla alımı sebebiyle oluşabilecek yan etkilerini göreceğiz. Glukozaminin vücutta nasıl bir fonksiyonu vardır? Glukozamin, kimyasal olarak amino-şeker olarak sınıflandırılan doğal olarak sentezlenen bir bileşiktir. Vücudumuzdaki çeşitli fonksiyonel moleküller için bir yapıtaşıdır, ancak özellikle eklemlerimizdeki kıkırdak gelişimi ve onarımı için kullanılmasıyla tanınmakta ve doktorlar tarafından oldukça tavsiye edilmektedir… Glukozamin sıklıkla kireçlenme (osteoartrit) ve romatizma gibi eklem bozukluklarını tedavi etmek ve önlemek için kullanılır. En etkili kullanım şekli gıda takviyesi olarak oral (ağızdan) kullanım iledir. Eklem rahatsızlıklarının tedavisinde içeriden onarım her zaman daha etkilidir. Bununla birlikte dışarıdan glukozamin içeren krem veya merhemler de destek olarak tercih edilebilir… Enflamasyonu Azaltıcı Etkisi… Sağlıklı Eklemleri Destekler ve Korur… Kemik ve Eklem Bozukluklarının Tedavisinde Kullanılır… Gerçekten İşe Yarıyor Mu? Glukozaminin birçok hastalığının üzerindeki olumlu etkileri ispatlanmıştır, mevcut araştırmalar glukozaminin özellikle eklem ve kıkırdak hastalıkları için kullanımını desteklemektedir… Glukozaminin Diğer Kullanımları; İnterstisyel Sistit (IC) (Ağrılı Mesane Sendromu), İnflamatuar Bağırsak Hastalığı (IBD), Multipl Skleroz (MS), Glokom, Temporomandibular Eklem (TMJ)… Sonuç olarak, Glukozamin vücudunuzda doğal olarak bulunur ve sağlıklı eklemlerin gelişiminde ve korunmasında hayati bir rol oynar. Glukozamin, inflamatuar bağırsak hastalığı, interstisyel sistit ve temporomandibular eklem gibi çeşitli enflamatuar (iltihabi) rahatsızlıklarda etkili olmakla birlikte, yoğun olarak eklem ve kıkırdak doku hastalıklarını tedavi etmek için kullanılır..."* şeklinde ifadelerin yer aldığı, ayrıca "Glukozamin Ne İşe Yarar?" başlığı altında yayınlanan tanıtımlarda benzer ifadelerin yer aldığı hususları tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu reklamlarda yer alan ifadelerin tanıtımı yapılan ürünleri sağlıkla ilişkilendiren sağlık beyanları olduğu, endikasyon belirten bu tür beyanlarla sadece takviye edici gıda olan söz konusu ürünlerin hastalıklara ve çeşitli sağlık sorunlarına karşı etkili olduğu, koruduğu veya tedavi ettiği şeklinde tamamen aldatıcı-yanıltıcı bir izlenim oluşturularak anılan ürünlerin sanki bir ilaç veya beşeri tıbbi ürün gibi tanıtıldığı, yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre takviye edici gıdalar için bu tür sağlık beyanlarının kullanılmasının kesinlikle yasak olduğu, bir ürüne ilişkin olarak herhangi bir sağlık beyanında bulunulabilmesi için ilgili idari otoriteden (Sağlık Bakanlığı Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Kurumu) izin alınması gerektiği, kullanılan bu beyanlar için ilgili otoriteden izin alınmadığından söz konusu beyanların doğruluğunun bilimsel olarak ispat edilmiş sayılamayacağı, dolayısıyla doğruluğu bilimsel olarak ispat edilmemiş bu beyanlarla tüketicilerin aldatılıp yanıltıldığı,

Benzer şekilde, "S1 Glukozamin Jel" adlı ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen ifadelerin, ilgili mevzuatta yer alan kozmetik ürün tanımını aştığı ve söz konusu ürünün ilaç veya beşeri tıbbi ürün olduğu izlenimi oluşturduğu,

Diğer yandan, yürürlükte olan mevzuat hükümlerine göre, kullanımına izin verilen sağlık beyanlarının gıdanın/ürünün kendisine değil gıdanın/ürünün içeriğinde bulunan bileşene atıf yapması ve doğrudan ilgili bileşenle birlikte kullanılması gerektiği, bununla birlikte, inceleme konusu tanıtımlarda yer alan sağlık beyanlarının doğrudan firmaya ait "S1 Likit & Bitkisel Glukozamin", "WeCollagen" ve "WeCollagen with Type-2 Collagen" adlı ürünlere atıf yapacak ve beyanlarda belirtilen etkilerin ürünlerin kendisi tarafından sağlandığını öne sürecek şekilde kullanıldığı; kaldı ki, halihazırda yürürlükte olan Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği'nde, glukozamin ve kolajen gibi ürün bileşenlerine ilişkin olarak kullanımına izin verilmiş bir sağlık beyanının bulunmadığı,

Bu hususlara ek olarak, inceleme konusu reklamlarda yer alan, *"Türkiye’nin ilk ve tek FDA onaylı (Amerikan Gıda ve İlaç Dairesi) kolajen markasıdır… WeCollagen® Type-2-Collagen Tablet, DPÜ Ar-Ge Laboratuvarlarında analiz edilmiş ve kalitesi onaylanmıştır… Helal sertifikalı ITALGEL® markalı hidrolize balık kolajeni… %99,8 saflık oranına sahip 3000 mg kolajen hidrolizatı… S1 Glukozamin™ sıvı olması sebebi ile biyoyararlılığı yüksektir. Vücut tarafından emilimi daha kolay sağlanır ve tamamen metabolize olur... Piyasadaki en iyi glukozamin Prof. Dr. Metin Bülbül tarafından laboratuvar ortamında frenk üzümünden formüle edilmiştir. Türkiye’de üretilen ilk ve tek Likit & Bitkisel Glukozamindir... Bitkisel formülasyonu sayesinde Diyabet Hastalarının (Tip I – Tip II) kullanımı için uygundur. Vegan ve vejetaryen kullanım için uygundur. Türkiye’nin tek vegan glukozaminidir."* gibi çeşitli iddiaların Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin "İspat külfeti" başlıklı 9 uncu maddesi kapsamında bilimsel çalışmalara dayalı bilgi ve belgelerle ispatlanamadığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmelik’in 5/a, 5/b, 5/c, 5/ç, 5/d, 5/ğ ve 7 nci maddeleri,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**96)**

**Dosya No: 2021/3924**

**Şikayet Edilen: Güneş BARAK**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şahsa ait "kinoacay.tr" isimli Instagram sayfasında "Kinoa Çay" adlı ürüne yönelik olarak yayınlanan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan inceleme sonucunda, şahsa ait "kinoacay.tr" isimli Instagram kullanıcı hesabı tarafından "Kinoa Çay" adlı ürüne yönelik olarak yayınlanan reklamlarda; *"Sabahlari tüketeceğiniz 1 bardak Kinoa ile akşamları da ise bi bardak enerji dolu bir gün geçirebilir verdiği tokluk hissi ile açlığı unutabilir ve metobolizma hızlandırma hareketi ile yağları yakabilirsiniz... Peki nasıl? Hemen siparişini ver arzu ettiğiniz kilolar 30 günde senin olsun !! Kinoa Yağları yakar. Enerji verir. Tok tutar. Ödem atar. Merhaba kinoa çayı kullanalı tam 7 gün oldu. 4 kilo vermişim. İştahımı baya kesti. Bugün 1 ay oldu kinoa çayına başlayalı ve tam 5 kg zayıfladım çok teşekkür ederim. Merhaba başta 85 kiloyla başladım şimdi 72 kiloyum. Ve şu an gerçekten de isteyen çok bu çaydan nasıl bu kadar çabuk kilo verdin diyorlar. Kısa Sürede Gözle Görülür Değişim Sizde Fazla Kilolarınız dan Kurtulmak İstiyorsanız Doğru Adrestesiniz. Detaylı Bilgi İçin Bizimle iletişime Geçebilirsiniz... Bitkisel Zayıflama Çayı. İştah kapatan Kino Çayı düzenli kullanıldığında daha az yemek yemenizi sağlar. Zayıflamadaki rolü metabolizmayı hızlandırmasıdır. Bağırsak sorunlarını ortadan kaldıran Kinoa Çayı, kabızlığı çözerek sindirim faaliyetlerini düzenler... Göbek, bel, basen şikayeti olanlar bu sayfayı inceleyin... Bitkisel zayıflama çayı. Tok tutar, enerji verir, ödemi atar, metabolizmayı hızlandırır..."* şeklinde ifadelere yer verildiği, ayrıca anılan Instagram sayfasında yayınlanan paylaşımlarda, söz konusu ifadelerin yanı sıra ürünü kullandığı iddia edilen şahısların kullanım öncesi ve sonrası fotoğrafları ile yine ürünü kullandığı iddia edilen şahısların olumlu yorum ve değerlendirmelerinin yer aldığı hususları tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu reklamlarda yer alan ifadelerin birer sağlık beyanı olduğu, bilimsel olarak ispata muhtaç bu tür beyanlarla bitki çayı adı altında satışı yapılan söz konusu ürünün *bağırsak sorunlarını ortadan kaldırdığı, kabızlığı çözerek sindirim faaliyetlerini düzenlediği, acıkma hissini önlediği, tok tuttuğu, metabolizmayı hızlandırdığı, enerji verdiği, yağ yaktığı, kilo verdirdiği, ödem attırdığı* şeklinde tamamen aldatıcı-yanıltıcı bir izlenim oluşturularak anılan ürünün sanki bir ilaç veya beşeri tıbbi ürün gibi tanıtıldığı, yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre gıdalar/takviye edici gıdalar için bu tür sağlık beyanlarının kullanılmasının kesinlikle yasak olduğu,

Diğer yandan, şahsa ait "kinoacay.tr" isimli Instagram sayfasında, tanıtım ve satışı yapılan bitki çayını kullanarak fayda sağladığı ve etkisini bizzat deneyimlediği iddia edilen kişilerin kullanım öncesi ve sonrasını gösteren fotoğrafları ile olumlu yorum ve görüşlerine yer verilerek ürünün kilo vermede gerçekten etkili olduğu şeklinde bir izlenim oluşturulduğu, bununla birlikte söz konusu fotoğraflar ile yorum ve değerlendirmelerin gerçeği yansıtmadığı ve tüketici algısını yanıltmaya yönelik olduğu, dolayısıyla söz konusu reklamların bu açıdan da aldatıcı - yanıltıcı ve Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin "Tanıklı reklamlar" a ilişkin hükümlerine aykırı olduğu,

Bu hususlara ek olarak, reklamlarda yer alan "Bakanlık Onaylı" ifadesiyle, söz konusu ürünün iddia edilen etkilerinin ilgili Bakanlık tarafından test edilip onaylandığı algısının oluşturulduğu, bununla birlikte, şahıs tarafından söz konusu ürünün bir Bakanlık tarafından onaylı/izinli olarak piyasaya sürüldüğünü ispatlayıcı nitelikte herhangi bir bilgi/belge sunulamadığı, kaldı ki, bahsedilen onayın piyasaya sürülen her gıda ürünü için geçerli ve zorunlu olan bir takım resmi prosedüre ilişkin belgeler olduğu göz önüne alındığında inceleme konusu reklamın bu açıdan da aldatıcı - yanıltıcı nitelikte olduğu,

Öte yandan, şahsa ait olup yine "Kinoa Çay" adlı ürünün tanıtım ve satışının yapıldığı "kinoacayim" isimli Instagram kullanıcı hesabı tarafından anılan ürüne yönelik olarak yayınlanan reklam ve tanıtımlara ilişkin olarak, Reklam Kurulunun 13.07.2021 tarih ve 311 sayılı toplantısında gerçekleştirilen görüşme ve değerlendirmeler neticesinde, şahıs hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca anılan reklamları durdurma cezası verildiği, bununla birlikte, şahıs hakkında Reklam Kurulu tarafından uygulanan reklam durdurma cezasına rağmen "kinoacayım" isimli Instagram sayfasında "Kinoa Çay" adlı ürünün mevzuata aykırı sağlık beyanlarıyla yapılan tanıtım ve satışlarına halihazırda devam edilerek Reklam Kurulu kararının gereğinin yerine getirilmemesinin de açıkça mevzuata aykırı olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**97)**

**Dosya No: 2021/3929**

**Şikayet Edilen: Ahal İzyosun Üretim ve Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından üretim ve pazarlaması yapılan "Algolina Spirulina" isimli takviye edici gıdalara yönelik reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 18.06.2021, 05.07.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan inceleme sonucunda, firma tarafından "Algolina Spirulina" adlı tablet ve toz formunda satışı yapılan takviye edici gıdalara ilişkin olarak www.algolina.com adresli internet sitesinde yayınlanan reklamlarda, *"Spirulina; içerdiği yüksek mineral, vitamin ve amino asitler sayesinde güçlü bir antioksidandır. Mavi Yeşil alglerden oluşan bu yosun türü aynı zamanda doğada en yüksek proteine sahip bitkisel protein bazlı besin kaynağıdır. %67 gibi rekor bir seviyede proteine sahiplik etmektedir... %67 'ye yakın Protein içerir... Kırmızı etten 3 kat fazla proteine sahiptir... Ispanaktan 15 kat fazla demir içermektedir... Sütten 3 kat daha fazla kalsiyum içermektedir... Doğal ve organik... Spirulina Nedir? Spirulina, siyanobakteri ailesinden gelen yüksek besleyiciliği ile ünlü ve fotosentez yaparak tüm insanlığa fayda sağlayan bir mikro alg türüdür. (Mavi Yeşil Alg Su Yosunu türü) Spirulina içerdiği %67-70 oranında yüksek protein, 2000 türden fazla enzim, yüksek mineral, A, B1, B2, B3, B6, B12, E, K ve D3 vitaminleri ve 18 çeşit amino asit sayesinde yüksek besleyiciliğe sahip güçlü bir antioksidandır. Bu sebeple ağır metal ve serbest radikallerin vücuttan atımı konusunda da büyük bir işleve sahip olduğu bilinmektedir. Mavi Yeşil alglerden oluşan bu yosun türü aynı zamanda doğada en yüksek proteine sahip bitkisel protein bazlı besin kaynağıdır. %67 gibi rekor bir seviyede proteine sahiplik etmektedir. Bu nedenle sağlıklı kilo almak ve kilo vermek isteyenler, sporcular, sağlıklı beslenme ve diyet uygulayıcıları, doğal besin takviyesi kullanıcıları tarafından Dünyada en çok tercih edilen supplementlerin başında gelmektedir."* şeklinde iddia ve tanıtımlara yer verildiği,

Yine firmaya ait "algolinaspirulina" isimli kurumsal Instagram sayfasında "Algolina Spirulina" adlı takviye edici gıdalara ilişkin olarak yayınlanan tanıtımlarda; https://www.instagram.com/p/CQQN3SSBDZA/ URL adresinde 18.06.2021 tarihinde yayınlanan paylaşımda, *"Süper besin SPİRULİNA ile tanıştınız mı? #sağlıklıyaşam #SağlıklıBeslenme #kiloveriyorum..."* ifadelerine yer verildiği, https://www.instagram.com/p/CPvxBl4BcVJ/ URL adresinde 05.06.2021 tarihinde yayınlanan paylaşımda, *"Bağışıklığınızı kuvvetlendirmenin tam zamanı. Spirulina, zengin içeriği ile yüksek besleyiciliğe sahip güçlü bir antioksidandır. #spirulina #yosuntozu #besintakviyesi #yüksekprotein #proteintozu #doğalprobiyotik #vegan #kiloveriyorum"* şeklinde ifadelere yer verildiği, https://www.instagram.com/p/CPaTSTchHCy/ URL adresinde yayınlanan paylaşımda "*Kolay sindirilebilir %100 saf spirulina ALGOLİNA' da #AlgolinaSpirulina #Besleyenmucize #spirulina #safspirulina #yosuntozu #organikbeslenme #glutensizbeslenme #doğalprobiyotik #probiyotik #sindirimsistemi"* şeklinde ifadelere yer verildiği, https://www.instagram.com/p/CPLG4jQhivw/ URL adresinde 22.05.2021 tarihinde yayınlanan paylaşımda, *"Spirulina sahip olduğu yüksek besin içeriği sayesinde NASA' nın astronot besin listesinde ilk sırada yer almıştır. #AlgolinaSpirulina #Besleyenmucize #spirulina #astronotbesini #organikbeslenme #organikyaşam #veganlife #sağlıklıbeslenme #glutensiztarifler #smoothie #hücreyenileyici #yaşlanmakarşıtı"* şeklinde ifadelere yer verildiği, https://www.instagram.com/p/COBTVkQBshO/ URL adresinde 23.04.2021 tarihinde yayınlanan paylaşımda ise, *“#Spirulina ile tam koruma! (A Haber Ropörtajımız) #bağışıklıksistemi #bağışıklıkgüçlendirici"* ifadelerine yer verildiği,

Benzer şekilde, firmaya ait "ALGOLİNA SPİRULİNA" isimli Youtube kanalının https://www.youtube.com/watch?v=q15IdCGTNG8 URL adresinde yer alan ve A Haber isimli televizyon kanalı tarafından hazırlanan haber bülteninden alınmış tanıtım videosunda, "*Ölümcül koronavirüs salgınına karşı tüm Dünyada çare aranıyor. Spirulina yosunu da içerdiği protein ve mineralle ön plana çıktı. Amerika’da yayınlanan bilimsel bir makalede spirulina yosununun koronavirüs tedavisinde önemli bir etken olabileceği konuşuluyor. - İlk adımda hücrelere girmesine mani oluyor. Biraz miktarda girerse ikinci aşamada, onun çoğalmasına mani oluyor, ve üçüncü olarak virüsün etrafında kapsül şeklinde etkisiz hale getiriyor. – Protein, mineral ve besin değeri açısından zengin. Koronavirüse karşı etken madde olarak kabul ediliyor. - İlk olarak buna baktığımızda %70 oranında proteini var, çok yüksek. Başka bir bitkide veya hayvansal ürünlerde bulunmuyor. Ölümcül koronavirüs salgınına karşı tüm Dünyada çare aranıyor. Spirulina yosunu da içerdiği protein ve mineralle ön plana çıktı. Spirulina yosununun içinde glukozamin maddesi bulunuyor. Bu da HIV tedavisinde çok etkili bir hammadde olarak biliniyor. Amerika’da yayınlanan bilimsel makalede, spirulina yosununun koronavirüs tedavisinde önemli bir etken olabileceği konuşuluyor. – Kullandığımızdan 30 saniye sonra vücuda sinmeye başlıyor, etkilerini yavaş yavaş göstermeye başlıyor. Karaciğerde glikoliz diye bir mekanizmayla şekeri eritiyor. Virüslere karşı çoklu araştırmalarda bakmışlar, antiviral etkisiyle bağışıklık sistemini güçlendiriyor. - Spirulina tokluk hissi uyandırdığından daha çok kilo vermek isteyenlerce kullanılıyor. Antioksidan özelliği bulunan ve faydaları saymakla bitmeyen spirulina yosunu, Torbalı’daki arazide özel havuzlarda üretiliyor ve bulunduğumuz bu tesiste işte gıda takviyesi ve toz haline dönüştürülüyor. Bu anlamda bu tesis Türkiye’de bir ilk olma özelliği taşıyor. - İçinde insan vücudunun yapamadığı aminoasitler var."* şeklinde ifade ve beyanlara yer verildiği, diğer yandan, söz konusu tanıtım filminin/haber videosunun bir bölümünün firmaya ait "algolinaspirulina" isimli kurumsal Instagram sayfasının https://www.instagram.com/p/COBTVkQBshO/ URL adresinde de yayınlandığı hususları tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu reklamlarda yer alan ifadelerin, tanıtımı yapılan "Algolina Spirulina" markalı ürünleri insan sağlığıyla ilişkilendiren ve mevzuatta izin verilen sınırların dışına çıkan sağlık beyanları olduğu, bu tür beyanlarla sadece birer takviye edici gıda olan söz konusu ürünlerin antioksidan olduğu, ağır metal ve serbest radikalleri vücuttan attığı, kilo verdirdiği, bağışıklığı güçlendirerek hastalıklara karşı koruduğu, hücre yenilediği, yaşlanma karşıtı olduğu ve Covid-19'u tedavi ettiği şeklinde aldatıcı-yanıltıcı bir izlenim oluşturularak anılan ürünlerin sanki bir ilaç veya beşeri tıbbi ürün gibi tanıtıldığı, yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre takviye edici gıdalar için bu tür sağlık beyanlarının kullanılmasının kesinlikle yasak olduğu, bir ürüne ilişkin olarak herhangi bir sağlık beyanında bulunulabilmesi için ilgili idari otoriteden (Sağlık Bakanlığı Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Kurumu) izin alınması gerektiği, kullanılan bu beyanlar için ilgili otoriteden izin alınmadığından söz konusu beyanların doğruluğunun bilimsel olarak ispat edilmiş sayılamayacağı, dolayısıyla doğruluğu bilimsel olarak ispat edilmemiş bu beyanlarla tüketicilerin aldatılıp yanıltıldığı,

Diğer yandan, www.algolina.com adresli internet sitesi ile "algolinaspirulina" isimli kurumsal Instagram sayfasının https://www.instagram.com/p/CN2HJnSBzaA/ URL adresinde yayınlanan reklamlarda yer verilen, *"Kırmızı etten 3 kat fazla proteine sahiptir… Sütten 3 kat daha fazla kalsiyum içermektedir… Ispanaktan 15 kat fazla demir içermektedir… 10 gram spirulina bunların tamamına eşdeğer!"* gibi çeşitli gıdalarla Algolina Spirulina markalı ürünler arasında yapılan bir karşılaştırmayı içeren iddiaların, Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 8/3 maddesinin, *“Takviye edici gıdaların karşılaştırmalı reklamı ise hiçbir şekilde yapılamaz.”* hükmüne açıkça aykırılık teşkil ettiği,

Bu hususlara ek olarak, bir haber bülteninde yer verilen röportajda dile getirilen ve inceleme konusu mecralarda tanıtım olarak yer alan, *"İlk adımda hücrelere girmesine mani oluyor. Biraz miktarda girerse ikinci aşamada onun çoğalmasına mani oluyor ve üçüncü olarak virüsün etrafında kapsül şeklinde etkisiz hale getiriyor... Koronavirüse karşı etken madde olarak kabul ediliyor..."* gibi ifadelerle söz konusu ürünlerin başta Covid-19 olmak üzere her türlü viral enfeksiyona karşı koruyucu bir özelliğe sahip olduğu izleniminin uyandırıldığı, ayrıca Covid-19 hastalığına atıf yapılan söz konusu reklamların, Covid-19 adlı hastalığın ülkemizde ve dünyada salgın halinde seyrettiği bir dönemde yayınlanması suretiyle, insanların bilgi ve tecrübe eksikliği ile korku ve endişelerinin istismar edilerek ticari rant elde edilmeye çalışıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**98)**

**Dosya No: 2021/3936**

**Şikayet Edilen: Martin Grup Kozmetik ve Bilişim İth. İhr. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından www.trendyol.com adresli e-ticaret platformunda satışı yapılan "Alaçatı Çiftliği" markalı takviye edici gıdalar ile kozmetik ürünlere yönelik reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan inceleme sonucunda, www.trendyol.com adresli e-ticaret platformunda yer alan firmaya ait "MartinGrup" isimli mağaza tarafından, "Alaçatı Çiftliği" markasıyla piyasaya arz edilen "Alaçatı Çiftliği Damla Sakızı Macunu", "Alaçatı Çiftliği Helen'in Sırrı Saç Besleyici Özler", "Alaçatı Çiftliği Limon Kabuğu Yağı" ve "Alaçatı Çiftliği Zeytin Yaprağı Çayı" adlı ürünlerin tanıtım ve satışının yapıldığı, buna göre, firmaya ait "MartinGrup" adlı mağaza tarafından satışa sunulan bu ürünlerin incelenmesinden;

https://www.trendyol.com/alacati-ciftligi/damla-sakiz-macunu-240-gr-p-98881892?boutiqueId=568602&merchantId=315643 URL adresinin 25.05.2021 tarihli görünümünde "Alaçatı Çiftliği Damla Sakızı Macunu" adlı ürüne ilişkin olarak yayınlanan tanıtımlarda, *"Akciğerlerinizi derinlemesine temizleyerek vücudun kendi kendisini yenilenmesine yardımcı oluyor. Kalp ve Damar sağlığı için gerekli olan damar içinde biriken plakları ve tıkanmayı temizleyerek hastalıklara ve enfeksiyonlara karşı vücudu daha dirençli hale getirir. Kullanımı: Günde 2 kaşık, 1 kaşık sabah 1 kaşık akşam olmak üzere kullanılması tavsiye edilmektedir. İçindekiler: Bal, damlasakızı, zencefil, zerdeçal, dağ nanesi, kebabiye, tarçın, karanfil, kınakına, havlucan, arısütü, ginseng."* şeklinde ifadelere yer verildiği,

https://www.trendyol.com/alacati-ciftligi/zeytin-yapragi-detox-cayi-20-ad-suzen-poset-p-101368819?boutiqueId=568150&merchantId=315643 URL adresinin 25.05.2021 tarihli görünümünde "Alaçatı Çiftliği Zeytin Yaprağı Çayı" adlı ürüne ilişkin olarak yayınlanan tanıtımlarda, *"Zeytin yaprağı yani Oleuropein etken maddesinin metabolizma sistemini hızlandırmak ve bağışıklık sistemini güçlendirmek için faydalı olduğu dünya çapında kanıtlanmıştır. Bu etken maddenin, yani zeytin yaprağının anti-viral, anti-bakteriyel, anti-kanserojen ve anti-fungal etkisi olduğu, aynı zamanda tıbbi rahatsızlıklara destek ürünü olarak fayda verdiği ispat edilmiştir."* şeklinde ifadelere yer verildiği,

https://www.trendyol.com/alacati-ciftligi/helen-in-sirri-sac-besleyici-ve-guclendirici-ozler-240-g-p-104039556?boutiqueId=568142&merchantId=315643 URL adresinin 25.05.2021 tarihli görünümünde "Alaçatı Çiftliği Helen'in Sırrı Saç Besleyici Özler" adlı ürüne ilişkin olarak yayınlanan tanıtımlarda, *"Uzun süreden beri yerel olarak satışta olan Helen'in Sırrı Saç Besleyici Özler sorunlu tüm saç tipleri için tam bir destek sunuyor. Doğadaki saça destek olan 8 farklı özden faydalanan Helen'in Sırrı, saçlarınızda oluşan nemsizliği giderek saçınızın yağ dengesine kavuşmasını sağlar. İçeriğindeki acıbadem, çam terabentin, üzüm çekirdeği, nar çekirdeği, avokado, hindistan cevizi, jojoba ve portakal yağlarının dengeli karışımı sayesinde saçların beslenmesine yol açarken saç dokunuzu da kökten uca destekliyor. Yıpranmış saçlar yerine daha kolay taranan ve daha az kabaran saç yapısı için zemin oluşturuyor. Saçlarda oluşan vitamin, keratin ve kolajen kaybına karşı da destek olarak saç diplerinde rahatlama sağladığı gibi ilk kullanımdan itibaren canlılığı hissediliyor olacaktır. Yüksek ısı, yoğun işlem veya dış etkenler nedeni ile yıpranmış zayıf saç telleri yerine daha parlak ve gür görünen, uzamasına destek olan ve daha güçlü saç tellerine yardımcı olan Helen'in Sırrı saçın vazgeçilmezi olacaktır. Uygulanması Kuru saç problemleri olanlar için düzenli olarak saçların nemlenmesi önemlidir. Bu nedenle Helen'in Sırrı maskemizi günde 1 defa kullanmanızda yarar var. Saç için özel üretilmiş maskemiz ince ve zayıf görünen saç tellerini dolgun görünmesine olanak tanırken zarar görmüş saç uçlarında da yüksek düzeyde bir koruma sağlar. Daha parlak saçlar Truvalı Helen gibi farkedilmesini sağlayacaktır. Her türlü boyalı saçların kuruması ve yıpranması daha kolaydır. Bu sebeple Helen'in Sırrı maskemiz değişmez yardımcınız olacaktır."* şeklinde ifadelere yer verildiği,

https://www.trendyol.com/alacati-ciftligi/cesme-limon-kabugu-yagi-tuy-geciktirici-tuy-azaltici-serum-p-101759201?boutiqueId=569626&merchantId=315643 URL adresinin 25.05.2021 tarihli görünümünde "Alaçatı Çiftliği Limon Kabuğu Yağı" adlı ürüne ilişkin olarak yayınlanan tanıtımlarda ise, *"\* Alaçatı Çiftliği Limon Kabuğu Yağı, özel formülüyle istenmeyen tüylere karşı mücadele için pratik, kökten etkili, acısız ve ekonomik bir çözüm sunuyor! \* Limon Kabuğu Yağı Tüy Azaltıcı \* Tüy gelişimini yavaşlatır \* Tüy yoğunluğunu azaltır \* UVA/UVB güneş koruması sağlar \* Uzun süreli nemlendirici etkilidir \* NEDEN Limon Kabuğu Yağı ? \* İstenmeyen tüylerden kurtulma yöntemleri temel olarak iki gruba ayrılır. \* Tüylerin sadece görünen bölümlerini yok eden metodlar büyümeyi durdurmadığından uzun vadeli sonuçlar vermezler. \* Tüyleri köklerinden yok eden metodlardan bir bölümü sadece koyu renkli tüylerde etkili, bir bölümü acı verici ve uygulanması zahmetli, aynı zamanda cizde zararlı, bir bölümü de çok pahalıdır. \* İçeriğindeki aktif madde sayesinde tüylerin büyümesini yavaşlatmaya ve uygulanan bölgede tüy yoğunluğunu azaltmaya ve tüylerin incelmesine yardımcı olur. \* Tüy köklerine ulaşarak onları köklerinden etkiler. \* Etkisi tüyün yapısına bağlı değildir. İnce, kalın, koyu veya açık renkli tüylerde sonuç verir."* şeklinde ifadelere yer verildiği hususları tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu reklamlarda yer alan ifadelerin birer sağlık beyanı olduğu, bu tür beyanlarla takviye edici gıda olarak satışı yapılan "Damla Sakızı Macunu" ve "Zeytin Yaprağı Çayı" adlı ürünlerin *muhtelif hastalıkların önlenmesinde, tedavisinde veya iyileştirilmesinde etkili olduğu, akciğerleri temizlediği, vücudu yenilediği, damarlarda biriken plakları ve tıkanmayı giderdiği, enfeksiyon ve hastalıklara karşı vücudu koruduğu, anti-viral, anti-bakteriyel, anti-kanserojen ve anti-fungal etkisinin bulunduğu* şeklinde tamamen aldatıcı-yanıltıcı bir izlenim oluşturularak anılan ürünlerin sanki bir ilaç veya beşeri tıbbi ürün gibi tanıtıldığı, böylelikle tıp literatüründe hastalık olarak tanımlanan ve hekim kontrolünde tedavi edilmesi gereken rahatsızlıkların anılan ürünlerle tedavi edildiği veya tedavisine yardımcı olunduğu izlenimi oluşturulduğu, yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre takviye edici gıdalar/gıdalar için bu tür sağlık beyanlarının kullanılmasının kesinlikle yasak olduğu,

"Saç Besleyici Özler" ve "Limon Kabuğu Yağı" adlı kozmetik ürünlere ilişkin olarak ise; bilindiği üzere, 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 saç gürleştirme, saçların uzamasına destek olma, istenmeyen tüyleri yok etme ve tüy gelişimini durdurma gibi ifadelerin ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği, yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre kozmetik ürünler için bu tür sağlık beyanlarının kullanılmasının kesinlikle yasak olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

- Kozmetik Yönetmeliği’nin 4 üncü maddesi,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Martin Grup Kozmetik ve Bilişim İth. İhr. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **114.326 TL (Yüzondörtbinüçyüzyirmialtı Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**99)**

**Dosya No: 2021/3939**

**Şikayet Edilen: Forte Farma Sağlık A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından "Alaçatı Çiftliği" markalı takviye edici gıdalar ve kozmetik ürünlere yönelik olarak yayınlanan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan inceleme sonucunda, firmaya ait olup "Alaçatı Çiftliği" markasıyla satışı yapılan ürünlerden "Alaçatı Çiftliği Damla Sakızı Macunu" adlı ürüne ilişkin olarak www.alacaticiftligi.website adresli internet sitesinde yayınlanan reklam ve tanıtımlarda, *"Bu Balonu 5 Sn. İçinde Şişirebilir Misin? Nefes Darlığı Çekenler, Akciğeri Tıkalı Veya Solunum Yollarında Sorun Olanlar Şişiremez! BU NEDENLE ALAÇATI ÇİFTLİĞİMİZDEN EN GÜÇLÜ SOLUNUM YOLLARI TEMİZLEYİCİ DAMLA SAKIZI MACUNU İLE TANIŞIN. Bu nedenle Alaçatı Çiftliğimizden En Güçlü Akciğer Temizleyici Macun ile Tanışın. Akciğerleri temizler. Öksürüğü keser ve balgamı atar. Sabahları enerji verir. Derin nefes aldırır. Gerçek Akciğer Detoksu Derin bir nefes için... %100 Doğal Damla Sakız macunumuz ile akciğerlerinizdeki kiri pası atın. Alaçatı Çiftliği tarafından üretilen Damla Sakız Macununun Covid hastaları tarafından iyi geldiğini gösterecek bir araştırmaya sahip değiliz. Fakat yakalanmadan önce kullanıldığında "dolaylı olarak" daha sağlıklı bir akciğer ve solunum yapısının Covid ile mücadelenizde yararlı olacağını belirtiriz. Akciğerleri %87 Temizler (60 Gün Sonunda). Macundaki damla sakızı ile ciğerler yumuşar, meyan ve zencefil kökü ile tamamen içerisini temizler. Öksürük Keser ve Balgam Attırır. Öksürüğü ilk günde keser ve hemen balgam attırır. %100 Doğal tek balgam attıran üründür. Akciğerleri temizler, Öksürüğü tamamen keser, Balgam attırır, Cildi yeniler, Derin nefes aldırır, Nefes kesilmesini önler. Dişleri beyazlatır. Daha zinde hale getirir… Nefes Darlığı Yaşayanlarda Karşılaştırmalı Sonuçlar. Damla Sakız Macunumuz, istenmeyen yan etkilere rastlamadan 152 kişilik ekipte denendi. Macunu kullanmayan ve nefes darlığı çeken 76 kişiye karşı nefes darlığı %99 oranında yok edildiği gibi solunum yollarını açar… Akciğere Bağlı Rahatsızlıklarda 3 Kat Daha Az Yakalanma Riski Kullanıcıların %87'sinden daha fazlası akciğere ve üst solunum yollarına bağlı rahatsızlıklara rastlamadığını belirtti… Akciğerlerimi Temizler mi? Evet. Özellikle katran veya farklı nedenlerle dolmuş akciğerlerinizde ki gözeneklerin açılmasını sağlar. Bu sayede daha derin nefes alabildiğiniz gibi daha geç yorulursunuz… Bronşları Temizler mi? Evet. Bronşları daha ilk kullanımda temizleyerek balgam oluşumunu engeller…"*  şeklinde ifadelere; "Alaçatı Çiftliği Zeytin Yaprağı Çayı" adlı ürüne ilişkin olarak yayınlanan tanıtımlarda, *"Bilinen En İyi Detoks ve Virüslere Karşı AntiViral. Vücutta oluşan şişkinliği ve ödem sonucu biriken suyu atar. Yağ yakımını engelleyen tüm zararlı toksinleri yok eder. Sabah saatleri itibari ile vücut 5 kat hızlı yağ ve şeker yakar. Uyurken Metabolizmanın Çalışmasını Sağlar. Akşam Yağ Ve Karbonhidrat Tutucu. ALAÇATI ÇİFTLİĞİMİZDEN FAZLALIKLAR HER GÜN AZALTIR. Ayda 5-7 Kg. Fazlalıkları Yakar. Düzenli kullanımda kullanıcılarımızdan gelen verilerdir. Gerçek Yağ Yakımı Gerçek Detoks, Doğal Etki. %100 Doğal zeytin ağaçlarımızın güneş gören üst taraflarından toplanan yapraklarından elde edilir. Zeytin yaprağı yani Oleuropein etken maddesinin bağışıklık sistemini güçlendirmek için faydalı olduğu dünya çapında kanıtlanmıştır. Bu etken maddenin, yani zeytin yaprağının anti-viral, anti-bakteriyel, anti-kanserojen ve anti-fungal etkisi olduğu, aynı zamanda tıbbi rahatsızlıklara destek ürünü olarak fayda verdiği ispat edilmiştir. Kalp yetmezliğinde ve damar tıkanıklığını gidermeye yardımcı olduğu gözlenmiştir. Virüsleri önlemede etkili. Bağışıklık sistemini güçlendirme de etkili… Alaçatı Çiftliği tarafından üretilen Zeytin yaprağı çayının Covid hastaları tarafından iyi geldiğini gösterecek bir araştırmaya sahip değiliz. Fakat yakalanmadan önce kullanıldığında "dolaylı olarak" daha sağlıklı bir bağışıklık sistemini desteklediğinden Covid ile mücadelenizde yararlı olacağını belirtiriz… Yemeklerden Sonra Kullanılınca Yemekteki Yağ ve Şekeri Yakar. Zeytin yaprakları içerisindeki doğal enzimler yemeklerdeki yağ ve şekeri hızlıca yakmaya destek olur. Akşam yemeğinden hemen sonra içeceğiniz çayımız sayesinde yemeğinizde ki yağ, karbonhidrat ve şekerin parçalanarak vücut tarafından hızlıca yakılarak atılır… Zeytin yaprağı yani Oleuropein etken maddesinin bağışıklık sistemini güçlendirmek için faydalı olduğu dünya çapında kanıtlanmıştır. Bu etken maddenin, yani zeytin yaprağının anti-viral, anti-bakteriyel, anti-kanserojen ve anti-fungal etkisi olduğu, aynı zamanda tıbbi rahatsızlıklara destek ürünü olarak fayda verdiği ispat edilmiştir. Zeytin yaprağının faydaları, yeni bilinen bir şey değil. Akdeniz efsanelerinde Zeytin ağacı, “ölmez ağaç” ve “hayat ağacı” olarak tanımlanmıştır. Mısırlılar bile zeytin ağacının uzun ömrünü araştırmışlar ve “cennetin gücünün sembolü” saymışlardır zeytin yaprağını. Zeytin ağacının 2000 yıllık ömrünün sebebinin “Oleuropein” olduğu keşfedilmiştir. Zeytin yaprağı çok etkili bir antibakteriyel (mikrop öldürücü), antiviral (virüsleri öldürücü) ajandır. Ama sadece organizmada bulunan patojenlerle savaşıp öldürmekle yetinmez. Ayrıca insan vücudunda bağışıklık sistemini de uyarır. Böylece mikroplarla daha etkili bir savaşın gerçekleşmesini sağlar. Zeytin yaprağı fenolik yapıda bir bileşen içeridiği için fenolik hidroksil grupları ile harika bir antioksidan etki gösterir. Bu şekilde serbest radikalleri tutarak birçok hastalığın önüne geçilebilir aksi takdirde serbest radikaller sağlam hücrelerin, hücre zarını deforme ederek kontrolsüz çoğalmaya neden olur ve bu kanserleşmeye giden bir süreçtir. Antioksidanlar serbest radikalleri tutarak kanseri önlemeye de yardımcı olurlar. Zeytin yaprağının faydaları hakkında şimdiye kadar 69 kitap, 1800 den fazla makale, dergi ve çeşit yayın bulunduğunu söyleyebiliriz."* şeklinde ifadelere; "Alaçatı Çiftliği Helen'in Sırrı Saç Besleyici Özler" adlı ürüne ilişkin olarak yayınlanan tanıtımlarda, *"Saça İyi Gelen 8 Bitkinin Özü Ile Formüle Edilen En Etkili İçerik. Tüm Saç Tipleri Için Uyumlu doğal formülü sayesinde yaşanabilecek saç problemlerini önler. İlk bakışta aşkın ve büyük savaşların sebebi olan Truvalı Helen'in göz kamaştıran saçlarının sebebi Helen'in yaşadığı ege yarım adasında yetişen doğal ve çeşitli bitkilerin yağları olduğu rivayet edilir. Truvalı Helen'den ilham alan Alaçatı Çiftliği'de Egenin en özel bitkilerinden elde ettiği yağlar ile birlikte dünyaca bilinen yağların dengeli bir formülünü oluşturdu. Yıpanmış saçlar, Uzamayan zayıf saçlar, İnce saçlar, Güneş ve deniz sonrası saçlar ve tüm saç sorunları… 8 Bitkinin Patentli Formülü Ile Gerçek Sonuçlar. Kalıtsal sebepler, stres, hava şartları ve kullanılan kozmetikler yüksek miktarda saça zarar vererek saçların güçsüzleşmesini, yıpranmasını hatta dökülmesini sağlar. Helen'in Sırrı burada devreye girerek saçların zarar görmesini engelleyerek 8 bitkinin özü ile maksimum seviyede saç diplerini ve saçları besler… Dökülen saçları çıkarır. Saçları çok hızlı uzattığı gelen dönüşler arasında. Hafif ıslak saça saç diplerinden uçlara doğru masaj yaparak uygulanır. Saç tipine göre kuru saça da uygulanabilir. Durulama gerektirmez. Durulama yapmak isterseniz saçları boomladıktan 30 dk sonra kolay şekilde arındırabilirsiniz…"* şeklinde ifadelere; son olarak "Alaçatı Çiftliği Limon Kabuğu Yağı" adlı ürüne ilişkin olarak yayınlanan tanıtımlarda ise, *"Tamamen Doğal Tüy Azaltıcı. Dünyaca Ünlü Çeşme Limon Kabuklarından. Düzenli Kullanımda tüylerin çıkmasını engeller. Kısa tüylerin bile çıkmasını engeller. Çok uzun süre yeni tüy vermez. Vücudun tüm bölgelerinde kullanılır. Genital bölge için uygundur. Gerçek ve Doğal Tek Tüy Azaltıcı. Bilimsel Kanıt ve C Vitamini. Limon sararmadan kabuklarından ayrılır ve hidrolize sıkım ile yağı elde edilir. C vitamini oranıyla da benzersiz yükseklikte deriyi besleyerek yeniler. Vücudun Tüm Bölgelerinde. Kısa veya uzun tüy hücreleri de dahil vücudun tüm bölgelerinde kullanılabilen Limon Kabuğu yağı ile artık acı çekmek, cildi tahriş etmek yok. Nemlendirici özelliği sayesinde de cilt parlak ve çekici bir görünüme sahip olur. Dudak Üstü de Dahil Tüm Detaylarda. Özel Yapısı ile yüz çevresindeki tüy hücreleri için kullanılabilir."*  şeklinde ifadelere yer verildiği,

Benzer şekilde, firma tarafından "alacatidegirmeni" isimli Instagram sayfasında "Alaçatı Çiftliği Damla Sakızı Macunu" adlı ürüne ilişkin olarak yayınlanan tanıtımlarda, *"Solunum yolları için benzerszi sakız macunumuz... Alaçatı'daki sakız ağaçlarından topladığımız damla sakızı ile birlikte 5 farklı ve doğal içeriği karıştırdık. Eczanelerin bile önerdiği ve sattığı sağlıklı bir macun yaptık. Bronşları temizleyen, tıkanıklığı ve katranı temizleyen, rahat bir nefes almanızı sağlayan Alaçatı Değirmeni Damla Sakızı Macunumuz şimdi sayfamızda..."* şeklinde ifadelere, "Alaçatı Çiftliği Helen'in Sırrı Saç Besleyici Özler" adlı ürüne ilişkin olarak yayınlanan tanıtımlarda ise, *"İlk bakışta aşkın ve büyük savaşların sebebi olan Truvalı Helen'in göz kamaştıran saçlarının sebebi Helen'in yaşadığı ege yarım adasında yetişen doğal ve çeşitli bitkilerin yağları olduğu rivayet edilir. Truvalı Helen'den ilham alan Alaçatı Değirmeni Eğenin en özel bitkilerinden elde ettiği yağlar ile birlikte dünyaca bilinen yağların dengeli bir formülünü oluşturdu. Uzun süreden beri yerel olarak satışta olan Helen'in Sırrı Saç Besleyici Özler sorunlu tüm saç tipleri için tam bir destek sunuyor. Doğadaki saça destek olan 8 farklı özden faydalanan Helen'in Sırrı, saçlarınızda oluşan nemsizliği giderek saçınızın yağ dengesine kavuşmasını sağlar. İçeriğindeki acıbadem, çam terabentin, üzüm çekirdeği, nar çekirdeği, avokado, hindistan cevizi, jojoba ve portakal yağlarının dengeli karışımı sayesinde saçların beslenmesine yol açarken saç dokunuzu da kökten uca destekliyor. Yıpranmış saçlar yerine daha kolay taranan ve daha az kabaran saç yapısı için zemin oluşturuyor. Saçlarda oluşan vitamin, keratin ve kolajen kaybına karşı da destek olarak saç diplerinde rahatlama sağladığı gibi ilk kullanımdan itibaren canlılığı hissediliyor olacaktır. Yüksek ısı, yoğun işlem veya dış etkenler nedeni ile yıpranmış zayıf saç telleri yerine daha parlak ve gür görünen, uzamasına destek olan ve daha güçlü saç tellerine yardımcı olan Helen'in Sırrı saçın vazgeçilmezi olacaktır. Uygulanması kuru saç problemleri olanlar için düzenli olarak saçların nemlenmesi önemlidir. Bu nedenle Helen'in Sırrı maskemizi günde 1 defa kullanmanızda yarar var. Saç için özel üretilmiş maskemiz ince ve zayıf görünen saç tellerini dolgun görünmesine olanak tanırken zarar görmüş saç uçlarında da yüksek düzeyde bir koruma sağlar. Daha parlak saçlar Truvalı Helen gibi farkedilmesini sağlayacaktır. Her türlü boyalı saçların kuruması ve yıpranması daha kolaydır. Bu sebeple Helen'in Sırrı maskemiz değişmez yardımcınız olacaktır."* şeklinde ifadelere yer verildiği,

Yine firma tarafından “alacati\_ciftligi” ve “alacati.ciftligiturkiye” isimli Instagram sayfalarında "Alaçatı Çiftliği Damla Sakızı Macunu" adlı ürüne ilişkin olarak yayınlanan tanıtımlarda, *"Nefes açan Damla Sakızı Macunu. Halı sahada hemen kesiliyorum. Macunumuz varken daha neler! Öksürük, balgam, tıkanıklık, nefes darlığı, oksijen yetersizliği. Birikmiş katranı temizler, bronşları açar, 2 kat daha fazla nefes, koşarken kesilmezsiniz. Öksürük ? Balgam? Tıkanıklık? Adım Basri, kullandığımdan beri ne öksürük kaldı, ne de nefes darlığı!"* şeklinde ifadelerin, "Alaçatı Çiftliği Zeytin Yaprağı Çayı" adlı ürüne ilişkin olarak yayınlanan tanıtımlarda, *"Zeytine de yaprağına da hey maşallah! Fazlalıkları olanlar için çiftlikten en doğal yağ yakıcı."* şeklinde ifadelerin ve "Alaçatı Çiftliği Helen'in Sırrı Saç Besleyici Özler" adlı ürüne ilişkin olarak yayınlanan tanıtımlarda ise, *"Helen'in Sırrı Alaçatı'dan saç besleyici özler. Daha parlak, daha güçlü, daha gür, daha uzun, tüm saç tipleri. Bilinen doğal 8 içerik saçlar için tek şişede."* şeklinde ifade ve tanıtımların yer aldığı,

Diğer yandan, www.alacaticiftligi.website adresli internet sitesinde yayınlanan tanıtımlarda, *"Sakız ağaçlarımızdan her yıl toplanır. Alaçatı'daki depomuzdan sipariş edenlere ve talep eden ecza depolarına gönderilir... Aslen Çeşme'li olan annemiz Nermin hanımın yıllardır bağ bahçesinde yetiştirdiği sakız ağaçlarından hazırladığı macunu Çeşme halkı çok yakından tanır. 12 yıl önce Nermin hanımın 3 çocuğu olarak üretim tesisimizi kurduk ve ilgili Bakanlıkça onaylarımızı alarak son 7 yıldır eczanelere satışını sürdürüyoruz..."* şeklinde ifadelere ve ürün ambalajları üzerinde "Alaçatıdan Adresinize" ibaresine yer verildiği,

Bu hususlara ek olarak, inceleme konusu ürünlere ilişkin olarak yine www.alacaticiftligi.website adresli internet sitesinde ve “alacati\_ciftligi”, “alacati.ciftligiturkiye” ve "alacatidegirmeni" isimli Instagram sayfalarında yayınlanan reklam ve tanıtımlarda, ürünü kullandığı iddia edilen kişilerin olumlu görüş ve değerlendirmelerine ve "Yrd.Doç.Dr. Ferdi Akyıldız", "Prof.Dr. Murat İsfendiyaroğlu", "Dr. Ender Saraç", "Dermatolog Cansu Kütük" ve "Dermatolog Ferdi Sarukyan" adlı kişilerin ürünlere yönelik yorum ve açıklamalarına yer verildiği hususları tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu reklamlarda yer alan ifadelerin birer sağlık beyanı olduğu, bu tür beyanlarla takviye edici gıda olarak satışı yapılan "Damla Sakızı Macunu" ve "Zeytin Yaprağı Çayı" adlı ürünlerin *muhtelif hastalıkların önlenmesinde, tedavisinde veya iyileştirilmesinde etkili olduğu, akciğerlerdeki kiri pası katranı temizlediği, öksürüğü tamamen kestiği, balgam attığı, bronşları açtığı, solunum yollarını açarak nefes darlığını önlediği, cildi yenilediği, dişleri beyazlattığı, daha zinde hale getirdiği, anti-viral, anti-bakteriyel, anti-kanserojen ve anti-fungal etkisinin bulunduğu, yağ yaktığı, bağışıklık sistemini güçlendirdiği, kalp yetmezliği ve damar tıkanıklığını gidermeye yardımcı olduğu* şeklinde tamamen aldatıcı-yanıltıcı bir izlenim oluşturularak anılan ürünlerin sanki bir ilaç veya beşeri tıbbi ürün gibi tanıtıldığı, yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre takviye edici gıdalar için bu tür sağlık beyanlarının kullanılmasının kesinlikle yasak olduğu, bir ürüne ilişkin olarak herhangi bir sağlık beyanında bulunulabilmesi için ilgili idari otoriteden (Sağlık Bakanlığı Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Kurumu) izin alınması gerektiği, kullanılan bu beyanlar için ilgili otoriteden izin alınmadığından söz konusu beyanların doğruluğunun bilimsel olarak ispat edilmiş sayılamayacağı, dolayısıyla doğruluğu bilimsel olarak ispat edilmemiş bu beyanlarla tüketicilerin aldatılıp yanıltıldığı,

Tanıtımı yapılan "Saç Besleyici Özler" ve "Limon Kabuğu Yağı" adlı kozmetik ürünlere ilişkin olarak ise; 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 *saç gürleştirme, saçların uzamasına destek olma, dökülen saçları çıkartma, istenmeyen tüyleri yok etme, tüy gelişimini durdurma ve deriyi besleyerek yenileme* gibi ifadelerin ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği, yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre kozmetik ürünler için inceleme konusu reklamlarda yer aldığı şekilde sağlık beyanlarının kullanılmasının kesinlikle yasak olduğu, kozmetik bir ürüne ilişkin olarak her hangi bir sağlık beyanında bulunulabilmesi için ilgili idari otoriteden (Sağlık Bakanlığı Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Kurumu) izin alınması gerektiği, kullanılan bu beyanlar için ilgili otoriteden izin alınmadığından söz konusu beyanların doğruluğunun bilimsel olarak ispat edilmiş sayılamayacağı, dolayısıyla doğruluğu bilimsel olarak ispat edilmemiş bu beyanlarla tüketicilerin aldatılıp yanıltıldığı,

Bu hususlara ek olarak, www.alacaticiftligi.website adresli internet sitesinde yayınlanan tanıtımlarda, *"Sakız ağaçlarımızdan her yıl toplanır. Alaçatı'daki depomuzdan sipariş edenlere ve talep eden ecza depolarına gönderilir... Aslen Çeşme'li olan annemiz Nermin hanımın yıllardır bağ bahçesinde yetiştirdiği sakız ağaçlarından hazırladığı macunu Çeşme halkı çok yakından tanır. 12 yıl önce Nermin hanımın 3 çocuğu olarak üretim tesisimizi kurduk ve ilgili Bakanlıkça onaylarımızı alarak son 7 yıldır eczanelere satışını sürdürüyoruz..."* şeklinde ifadelere ve ürün ambalajları üzerinde *"Alaçatıdan Adresinize"* gibi bir ibareye yer verilerek firmaya ait söz konusu ürünlerin Çeşme'de bulunan sakız, limon ve zeytin ağaçlarından elde edilen hammaddelerle yine Çeşme'de bulunan bir çiftlikte üretildiği ve Alaçatı'da bulunan bir depodan gönderiminin yapıldığı algısı oluşturulmakla birlikte söz konusu tanıtımların hiçbir şekilde gerçeği yansıtmadığı ve tüketicileri aldatmaya yönelik olduğu,

Öte yandan, inceleme konusu reklamlarda yer alan "Bakanlık Onaylı" ifadesiyle, söz konusu ürünlerin iddia edilen etkilerinin ilgili Bakanlık tarafından test edilip onaylandığı algısının oluşturulduğu, oysa bahsedilen onayın piyasaya sürülen her gıda ürünü için geçerli ve zorunlu olan bir takım resmi prosedüre ilişkin belgeler olduğu göz önüne alındığında inceleme konusu reklamların bu açıdan da aldatıcı - yanıltıcı nitelikte olduğu, kaldı ki, firma tarafından takviye edici gıda adı altında satışı yapılan söz konusu ürünlerin Tarım ve Orman Bakanlığı'ndan alınmış takviye edici gıda onayının bulunduğuna ilişkin ispatlayıcı nitelikte herhangi bir bilgi/belge sunulamadığı, dolayısıyla Tarım ve Orman Bakanlığınca takviye edici gıda onayı verilmemiş ürünlerin firma tarafından takviye edici gıda altında piyasaya arz edilmesinin de açıkça mevzuata aykırı olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmelik’in 5/a, 5/b, 5/c, 5/ç, 5/d, 5/ğ, 5/i ve 7 nci maddeleri,

- Kozmetik Yönetmeliği’nin 4 üncü maddesi,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**100)**

**Dosya No: 2021/3941**

**Şikayet Edilen: İrem DERİCİ**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şahsa ait "iremderici" isimli kişisel Instagram sayfasında "Zühre Ana Kozalak Macunu" adlı ürüne yönelik olarak yayınlanan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** Ocak 2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan inceleme sonucunda, şahsa ait "iremderici" isimli kişisel Instagram sayfasının "Hikaye" bölümünde 2021 yılı Ocak ayında "Zühre Ana Kozalak Macunu" adlı ürüne yönelik olarak yayınlanan tanıtım videosunda; *"Şimdi önce hızlıca bir maşallah diyorsunuz, sonra beni dinliyorsunuz. 23 Aralık'ta çektiğim klipten beri ben tam olarak toparlanamadım. Ne kaldı? Öksürük kaldı, bronşlarımda doluluk kaldı. Gına geldi artık, ilaç kullanmak istemiyorum. Bu yakarışlardayken ben annem bana bir kozalak macunu tavsiye etti, Zühre Ana. Zühre Ana Kozalak Macunu. C vitamini, D vitamini, çinko var. Bağışıklığı acayip güçlendiriyor. En iyi gelen şey öksürük ve bronşlardaki rahatlama hissi. Sigara içiyorsanız keza, sigara içenler bundan böyle kepçe kepçe yesin, kazan kazan yesin, inanılmaz iyi geliyor. Dikkat edin alırsanız buraya da bırakacağım ama eczaneden aktarlardan aldığınızda buradaki holograma dikkat ediyorsunuz, bir de buradaki barkoda. Sahteleri dolu, o yüzden gerçekten böyle bir şeye ihtiyacınız varsa bunlara dikkat edin. Ahan da içeriği de bu, bu da benim akşam payım. Herkese, aha bırakıyorum buraya"* şeklinde beyanlarda bulunulduğu hususları tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu reklamlarda yer alan ifadelerin birer sağlık beyanı olduğu, bu tür beyanlarla “Zühre Ana Kozalak Macunu” isimli ürünün *kullanan kişilerin bağışıklığını güçlendirdiği, öksürüğe iyi geldiği, bronşlardaki doluluğu giderdiği ve sigaranın zararlı etkilerine karşı kullanan kişileri koruyarak ciğerleri temizlediği* şeklinde tamamen aldatıcı-yanıltıcı bir izlenim oluşturularak anılan ürünün sanki bir ilaç veya bir beşeri tıbbi ürün gibi tanıtıldığı, yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre takviye edici gıdalar için bu tür sağlık beyanlarının kullanılmasının kesinlikle yasak olduğu, bir ürüne ilişkin olarak herhangi bir sağlık beyanında bulunulabilmesi için ilgili idari otoriteden (Sağlık Bakanlığı Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Kurumu) izin alınması gerektiği, kullanılan bu beyanlar için ilgili otoriteden izin alınmadığından söz konusu beyanların doğruluğunun bilimsel olarak ispat edilmiş sayılamayacağı, dolayısıyla doğruluğu bilimsel olarak ispat edilmemiş bu beyanlarla tüketicilerin aldatılıp yanıltıldığı,

Ayrıca tedavide etkinliği ve güvenilirliği kanıtlanmamış, Tarım ve Orman Bakanlığından alınmış takviye edici gıda onayı bulunmayan bir ürüne ilişkin olarak mevzuata aykırı sağlık beyanlarıyla ürünün kullanımına yönelik tavsiye belirten tanıtımlar yapılmasının kamu sağlığını tehdit edici nitelikte olduğu,

Diğer taraftan, inceleme konusu reklamda, adı geçen ürünün gerçekten kullanıldığı ve iddia edilen etkinliğinin ve faydasının bizzat deneyimlendiği şeklinde bir algı oluşturulduğu, bununla birlikte, söz konusu tanıtım videosunun reklam veren ile imzalanan bir sözleşmeye dayanan ücretli işbirliği kapsamında ve maddi kazanç karşılığında yayınlandığı dikkate alındığında bu durumun hiçbir şekilde gerçeği yansıtmadığı, dolayısıyla söz konusu reklamın bu açıdan da aldatıcı - yanıltıcı ve Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin "Tanıklı reklamlar" a ilişkin hükümlerine aykırı olduğu,

Bu hususlara ek olarak, şahsa ait kişisel sosyal medya hesabında yayınlanan bu tanıtımların, açıkça reklam olduğu hususunun belirtilmemesi nedeniyle Reklam Mevzuatında yer alan "Örtülü Reklam" a ilişkin hükümlerin de ihlal edildiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**101)**

**Dosya No: 2021/3942**

**Şikayet Edilen: Özge ULUSOY**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şahsa ait "ozgeulusoy" isimli kişisel Instagram sayfasında "Zühre Ana Propolis Macunu" adlı ürüne yönelik olarak yayınlanan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 29.05.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan inceleme sonucunda, şahsa ait "ozgeulusoy" isimli kişisel Instagram sayfasında 29.05.2021 tarihinde "Zühre Ana Propolis Macunu" adlı ürüne yönelik olarak yayınlanan tanıtım videosunda; *"Herkese selam. Geçen gün takviyelerimi paylaşmıştım. Herkes demişti ki neler kullanıyorsunuz? Onları paylaşmayacağımı söyledim çünkü onlar bana özel yazılan destekler aslında. Onun dışında bitkisel olarak kullandığım şeyleri paylaşacağım demiştim. Mesela Zühre Ana Propolis Macunu onlardan biri. İçinde yok yok. Tamamen bitkisel, en önemli etken tabi ki propolis. Bunun hepimize ne kadar faydalı olduğunu hepimiz biliyoruz. Eczanelerde satılan bir ürün, tamamen bitkisel. Onun üstüne basa basa söyleyeyim. Ve hiçbir şeyi denemeden sizinle paylaşmadığımı da biliyorsunuz. Yaklaşık 2 aydır gibi bir süredir kullanıyorum. Özellikle bu evde kaldığımız bu günlerde cildimizdeki o donukluğu matlığı tamamen aldı. Bağışıklık sistemime faydası var. Bana enerji veriyor. Ama cilt ve saçta inanılmaz bir ışıltı yakalattı. O yüzden Zühre Ana Propolis Macununu buradan size tavsiye edeyim. Düzenli kullanımda faydasını göreceksiniz."* şeklinde beyanlarda bulunulduğu hususları tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu reklamda yer alan beyanların birer sağlık beyanı olduğu, bu tür beyanlarla “Zühre Ana Propolis Macunu” isimli ürünün *kullanan kişilerin bağışıklık sistemini desteklediği, ciltteki matlığı ve donukluğu giderdiği ve enerji verdiği* şeklinde tamamen aldatıcı-yanıltıcı bir izlenim oluşturularak anılan ürünün sanki bir ilaç veya beşeri tıbbi ürün gibi tanıtıldığı, yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre takviye edici gıdalar için bu tür sağlık beyanlarının kullanılmasının kesinlikle yasak olduğu, bir ürüne ilişkin olarak herhangi bir sağlık beyanında bulunulabilmesi için ilgili idari otoriteden (Sağlık Bakanlığı Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Kurumu) izin alınması gerektiği, kullanılan bu beyanlar için ilgili otoriteden izin alınmadığından söz konusu beyanların doğruluğunun bilimsel olarak ispat edilmiş sayılamayacağı, dolayısıyla doğruluğu bilimsel olarak ispat edilmemiş bu beyanlarla tüketicilerin aldatılıp yanıltıldığı,

Ayrıca tedavide etkinliği ve güvenilirliği kanıtlanmamış, Tarım ve Orman Bakanlığından alınmış takviye edici gıda onayı bulunmayan bir ürüne ilişkin olarak mevzuata aykırı sağlık beyanlarıyla ürünün kullanımına yönelik tavsiye belirten tanıtımlar yapılmasının kamu sağlığını tehdit edici nitelikte olduğu,

Diğer taraftan, inceleme konusu reklamda, adı geçen ürünün gerçekten kullanıldığı ve iddia edilen etkinliğinin ve faydasının bizzat deneyimlendiği şeklinde bir algı oluşturulduğu, bu durumun gerçeği yansıtmadığı, dolayısıyla söz konusu reklamın bu açıdan da aldatıcı - yanıltıcı ve Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin "Tanıklı reklamlar" a ilişkin hükümlerine aykırı olduğu,

Bu hususlara ek olarak, şahsa ait kişisel sosyal medya hesabında yayınlanan bu tanıtımların, açıkça reklam olduğu hususunun belirtilmemesi nedeniyle Reklam Mevzuatında yer alan "Örtülü Reklam" a ilişkin hükümlerin de ihlal edildiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**102)**

**Dosya No: 2021/3945**

**Şikayet Edilen: Erişim İthalat ve İnternet Hizmetleri Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından "Zühre Ana Kozalak Macunu" adlı ürüne ilişkin olarak televizyon kanallarında yayınlanan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** Aralık 2020

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** Yapılan inceleme sonucunda, firma tarafından “Zühre Ana Kozalak Macunu” adlı ürüne ilişkin olarak FOX TV adlı televizyon kanalında 04.12.2020 tarihinde yayınlanan reklam filminde, "*Doğal kozalak macunuyla şimdi derin bir nefes alma zamanı. Zühre Ana Kozalak Macunu tüm eczaneler ve seçkin aktarlarda."* şeklinde sesli ifadelere, durağan yazı olarak, *"Şimdi derin bir nefes alma zamanı. Zühre Ana Kozalak Macunu. Gıda takviyesidir. Tüm eczanelerde ve seçkin aktarlarda"* ifadelerine ve alt yazı olarak, *"Doktorunuza danışarak sağlıklı bir beslenme düzeninin parçası olarak kullanınız, öğün yerine geçmez"* şeklinde ifadelere yer verildiği, yine FOX TV'de 04.12.2020 tarihinde yayınlanan alt bant reklamda ise, *"Şimdi derin bir nefes alabilirsiniz. Zühre Ana Kozalak Macunu. Gıda takviyesidir. Tüm eczanelerde ve seçkin aktarlarda"* ifadelerinin yer aldığı,

Benzer şekilde, firma tarafından FOX TV adlı televizyon kanalında 11.12.2020 tarihinde yayınlanan bir başka reklam filminde ise, "*Daha rahat bir nefes için zengin içeriklerle güçlendirilen doğal karışım Zühre Ana Kozalak Macunu şimdi tüm eczaneler ve seçkin aktarlarda."* şeklinde sesli ifadelere, durağan yazı olarak, *"B-Glukan, Çinko, Vitamin C, Kozalak, Zencefil, Zerdeçal. Şimdi derin bir nefes alma zamanı. Zühre Ana Kozalak Macunu. Gıda takviyesidir. Tüm eczanelerde ve seçkin aktarlarda"* ifadelerine ve alt yazı olarak, *"Doktorunuza danışarak sağlıklı bir beslenme düzeninin parçası olarak kullanınız, öğün yerine geçmez"* şeklinde ifadelere yer verildiği,

Diğer yandan, söz konusu reklam filmlerinin 2020 yılı Aralık ayında ATV, SHOW TV ve TRT 1 isimli televizyon kanallarında da yayınlandığı,

Yine firma tarafından “Zühre Ana Kozalak Macunu” adlı ürüne ilişkin olarak 27.12.2020 tarihinde Beyaz TV adlı televizyon kanalında yayınlanan Beyaz Futbol adlı programın içeriğinde yayınlanan reklam filminde ise, Ahmet ÇAKAR, Sinan ENGİN ve diğer program katılımcıları arasında gerçekleşen karşılıklı konuşmada, *“Bu topçular niye koşamıyorlar? Koşacak ciğer kalmamış bunlarda Sinancım. Allahtan Zühre Ana Kozalak Macunu var. Yesinler nefesleri açılsın. Haydaaaa! Hocam bu kavanoz nedir ya? Arkadaşlar kozalağın faydalarını bilir misiniz? Bakın ben bir hekim olarak hemen Zühre Ana Kozalak Macununu anlatayım size. İçerisinde bulunan Pinen maddesi akciğerleri temizler ve adeta detoks etkisi oluşturur. Birikmiş toksinleri ve katranı arındırmaya yardımcı olduğu için sigarayı da bırakmada birebirdir. Rahat nefes aldırır, boğaz ağrısını da gidermeye yardımcı olur. Hocam, bence bizim futbolcuların tamamına yollayalım bundan. Sen akıllı adamsın, vardır senin bir bildiğin. Valla tadı da şahane yalnız ya çok lezzetli. Hocam nerelerden alabiliriz bunu? Eczanelerde ve seçkin aktarlarda. Evet sevgili seyirciler, zengin içeriklerle üretilen bitkisel ürün Zühre Ana Kozalak Macunuyla artık ciğerleriniz bayram etsin.”* şeklinde ifadelerin yer aldığı hususları tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu reklam filmlerinde yer alan ifade ve beyanların birer sağlık beyanı olduğu, mevzuatta izin verilen sınırların dışına çıkan bu beyanlarla "Zühre Ana Kozalak Macunu" adlı ürünün *ciğerleri açarak derin nefes almayı sağladığı, akciğerleri temizlediği, birikmiş toksinleri ve katranı arındırmaya yardımcı olduğu, sigarayı bıraktırdığı, boğaz ağrısını gidermeye yardımcı olduğu, ciğerleri bayram ettirdiği ve daha rahat bir nefes aldırdığı* şeklinde tamamen aldatıcı-yanıltıcı bir izlenim oluşturularak anılan ürünün sanki bir ilaç veya beşeri tıbbi ürün gibi tanıtıldığı, böylelikle tıpliteratüründe hastalık olarak tanımlanan ve hekim kontrolünde tedavi edilmesi gereken rahatsızlıkların anılan ürünle tedavi edildiği veya tedavisine yardımcı olunduğu izlenimioluşturulduğu, yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre takviye edici gıdalar için bu tür sağlık beyanlarının kullanılmasının kesinlikle yasak olduğu,

Ayrıca inceleme konusu Beyaz Futbol adlı programın içeriğinde yayınlanan reklam filminde, Ahmet ÇAKAR ve Rasim Ozan KÜTAHYALI adlı program katılımcılarının söz konusu ürünü gerçekten kullandığı ve iddia edilen etkinliğini ve faydasını bizzat yaşayarak deneyimlediği şeklinde bir algı oluşturulduğu, bu durumun gerçeği yansıtmadığı, dolayısıyla söz konusu reklamların bu açıdan da aldatıcı - yanıltıcı ve Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin "Tanıklı reklamlar" a ilişkin hükümlerine aykırı olduğu,

Öte yandan, "Zühre Ana Kozalak Macunu” adlı ürüne ilişkin olarak Beyaz Futbol adlı programın içeriğinde yayınlanan reklamda, *"Bakın ben bir hekim olarak hemen Zühre Ana Kozalak Macununu anlatayım size."* ifadelerini dile getiren Ahmet ÇAKAR isimli şahsın kamuoyunca da bilinen doktor kimliği ve dolayısıyla doktorların tüketicilerde sahip olduğu güven algısı kullanılarak Zühre Ana Kozalak Macunu adlı ürüne yönelik mevzuatta izin verilen sınırların dışına çıkan sağlık beyanlarıyla ürünün tavsiyesini belirten tanıtımlarda bulunulmasının, Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği’nin 15/1-c maddesi, Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 5/1-i maddesi ve Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 16/3 maddesi hükümlerine açıkça aykırı olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Erişim İthalat ve İnternet Hizmetleri Ticaret Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **419.126 TL (Dörtyüzondokuzbinyüzyirmialtı Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**103)**

**Dosya No: 2021/3948**

**Şikayet Edilen: Gelişim İnternet Hizmetleri ve Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından "Zühre Ana Kozalak Macunu", "Zühre Ana Propolis Macunu" ve "Zühre Ana Vitapeck" adlı ürünlere yönelik olarak muhtelif internet sitelerinde yayınlanan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan inceleme sonucunda, www.trendyol.com adresli e-ticaret platformunda yer alan firmaya ait "İndirimshop" isimli mağaza tarafından, "Zühre Ana" markasıyla piyasaya arz edilen "Zühre Ana Kozalak Macunu", "Zühre Ana Propolis Macunu" ve "Zühre Ana Vitapeck" adlı ürünlerin tanıtım ve satışının yapıldığı, buna göre, firmaya ait "İndirimshop" adlı mağaza tarafından satışa sunulan bu ürünlerin incelenmesinden;

https://www.trendyol.com/bilge-ilac/zuhre-ana-cam-kozalak-macunu-240-ml-p-77617372 URL adresinin 11.06.2021 tarihli görünümünde "Zühre Ana Kozalak Macunu" adlı ürüne ilişkin olarak yayınlanan tanıtımlarda, *"Zühre Ana Kozalak Macunu, akciğerlerinizi derinlemesine temizleyerek vücudun kendi kendisini yenilenmesine yardımcı oluyor. Kalp ve Damar sağlığı için gerekli olan damar içinde biriken plakları ve tıkanmayı temizleyerek hastalıklara ve enfeksiyonlara karşı vücudu daha dirençli hale getirir."* şeklinde ifadelere yer verildiği,

https://www.trendyol.com/zuhre-ana/kozalak-macunu-p-50189720?boutiqueId=580582&merchantId=123388&filterOverPriceListings=false URL adresinin 03.09.2021 tarihli görünümünde "Zühre Ana Kozalak Macunu" adlı ürüne ilişkin olarak yayınlanan tanıtımlarda, *"Zühre Ana Kozalak Macununun İçeriğinde Neler Var? - Zühre ana kozalak macunu, tamamen doğal içeriklerden oluşuyor ve insan sağlığına zararlı hiçbir kimyasal madde içermiyor. Kozalak macunun içeriğinde; çam kozalağı reçinesi, keçiboynuzu pekmezi, ham bal, uduhindi, zerdeçal, zencefil, okaliptus yağı, tarçın, karanfil, havlıcan ve tarçın bulunuyor. Zühre Ana Kozalak Macunu Nedir? - Zühre ana kozalak macunu, başta sigaradan kaynaklanan akciğer hastalıkları olmak üzere, solunum yolu rahatsızlıklarının tedavisi için hazırlanan bir macundur. Macunun ana maddesi çam kozalağından oluşmaktadır. Macunun, akciğerlerde detoks etkisi yapan ve nefes açıcı özellikleri bulunmaktadır. Doktorların tavsiye ettiği kozalak macunu, ilaç değildir ve gıda takviyesi olarak kullanılmaktadır. Zühre Ana Kozalak Macunu Nasıl Kullanılır? - Zühre ana kozalak macununun tok karnına ve sabah ve akşamları birer tatlı kaşığı tüketilmesi öneriliyor. Macundan, düzenli kullanıldığı takdirde, en fazla verim elde ediliyor. Zühre Ana Kozalak Macununun Faydaları Nelerdir? - Asırlardan beridir, başta verem olmak üzere birçok akciğer hastalıklarının tedavisi, çam ağaçlarının içindeki tedavi merkezlerinde yapılırdı. Çam ağacının meyvesi olan kozalağın, ağacından daha faydalı olduğu kabul edilmektedir."* şeklinde ifadelere yer verildiği,

https://www.trendyol.com/zuhre-ana/kozalak-macunu-x-2-adet-p-50361657?boutiqueId=580582&merchantId=123388&filterOverPriceListings=false URL adresinin 03.09.2021 tarihli görünümünde yine "Zühre Ana Kozalak Macunu" adlı ürüne ilişkin olarak yayınlanan tanıtımlarda ise, *"Zühre ana kozalak macununu sizlerde akciğerlerinizi temizlemek için destek ürünü olarak kullanabilirsiniz. İçerisindeki faydalı maddeler ile sigaranın akciğerlerinize verdiği zararı çok rahat bir şekilde geçirebilir. Günümüzdeki birçok doktorlar çam kozalağının akciğerlerinize faydalı olduğunu söylemektedir. Çam kozalağının içerisinde bulunan pinen maddesinin akciğerlerde oluşan toksin veya katranları temizlemede size daha rahat nefes alış vermede fayda sağlayabilir. Zühre ana kozalak macunu faydaları - Eğer sizde bu ürünü kullanmak istiyor ve bu ürünün faydaları hakkında fikriniz yoksa aşağıdaki maddelerden ürünün faydalarını öğrenebilirsiniz. Solunum yollarını temizlenmesine yardımcı olur. Sigara kullanımından sonra akciğerlerinizi temizlemeye yardımcı olur. Nefes darlığında, bronşitte ve öksürük gibi hastalıkların tedavisinde destek olarak kullanılmaktadır. Hastalıklara ve enfeksiyon gibi hastalıklara karşı bağışıklığınızı güçlendirebilir. Kan damarlarını güçlendirerek kan akış hızını arttırmada kullanılan gıda takviyesidir. Kalp ve damar hastalıklarını önlemede yardımcıdır. Akciğerlerdeki toksin veya katranı temizlemede destek sağlar."* şeklinde ifadelere yer verildiği,

Benzer şekilde, firma tarafından www.zuhreanadan.com adresli internet sitesinde "Zühre Ana Kozalak Macunu", "Zühre Ana Propolis Macunu" ve "Zühre Ana Vitapeck" adlı ürünlere ilişkin olarak yayınlanan reklam ve tanıtımlarda, *“En çok tavsiye edilen. Eczanelerde en çok satan. Güçlü Akciğer + Güçlü Bağışıklık. Zırh Seti. Zühre Ana Haziran indirimleri başladı. Türkiye'nin Eczane ve Aktarlarda en çok satan gıda takviyesi olarak sizlere muhteşem bir zırh paketi hazırladık! ... Zühre Ana Kozalak Macunu - Akciğerlerdeki katranı atmaya, KOAH, astım, bronşit ve nefes darlığına, Yoğun balgam söktürmeye, Vücut direncini arttırmaya, Kan ve damar temizliğine, Solunum yolları ve bronşlardaki toksinleri temizlemeye, Mide rahatsızlıklarını iyileştirmede etkilidir... Zühre Ana Propolis Macunu - Tıpkı arı kovanını mikroplardan arındırması gibi, insanın bakteri ve mikroplardan da uzak durmasına sağlar. Yaraların iyileşmesini hızlandırır. Oldukça zengin bir içeriği olan propolis, hücrelerin yenilenme sürecini hızlandırır. Kansere karşı etkilidir. Düzenli propolis kullanımı, uzun vadeli bir süreçte olası kanser tehlikesini en aza indirger. Zira C vitamini açısından zengin bir kaynak olan bu madde, kanser hücrelerinin oluşmasına engel olur. Cilt sağlığına iyi gelir. Güçlü bir antioksidan olmasından dolayı, cilt sağlığı üzerinde oldukça iyi etkileri vardır. Cildin yenilenmesini ve diri olmasını sağlar. Bağışıklık sistemini güçlendirir. Güçlü içeriği ile bağışıklık sisteminin düzenli ve sağlıklı olmasını sağlar... Zühre Ana Vitapeck - Vücudun enerji seviyesini yükseltir. Bağışıklığı güçlendirir. Demir emilimini güçlendirir. Doku onarımını hızlandırır. Kış hastalıklarına karşı koruyucudur. Cilt için doğal Kolajen kaynağıdır. Kalp ve damar hastalıklarına karşı koruyucu etki gösterir (Vitamin C). Kılcal damar yapısını güçlendirir... Paket 1, Özel İndirimli Kozalak macunu paketi. Akciğerleri temizleyen, sigara bırakmaya yardımcı, solunum yollarını temizleyen 1 aylık özel kullanım paketi... Paket 2, VİP Zühre Ana tam kulanım paketi. Hem akciğer ve solunum yollarını temizlemek hem de vücut direnci ve bağışıklığı en üst seviyede tutmak için özel paket...”* şeklinde ifadelere yer verildiği,

Yine firmaya ait “zuhreanabitkisel”, “zuhreanadan” ve “zuhreanakozalakmacunu” adlı Instagram sayfalarında "Zühre Ana Kozalak Macunu", "Zühre Ana Propolis Macunu" ve "Zühre Ana Vitapeck" adlı ürünlere ilişkin olarak yer verilen reklam ve tanıtımlarda ise, *“Zühre Ana Kozalak Macunu – Nefes Al, toksin ve katranı vücuttan at. Günde 2 kaşık kozalak macunu; Nefesi açar, akciğerleri temizlemeye yardım eder, solunum yollarını temizler, bağışıklığı güçlendirir, stresi azaltır, dişleri güçlendirir. Katran ve toksinleri mıknatıs gibi çeken doğal kozalak etkisi ile tanışın! Akciğerlerde detox etkisi Birikmiş balgamı atar nefes açar. İçeriğindeki vitaminler ile vücut direncini güçlendirerek bağışıklık yükseltir… Her kaşıkta orman havası yaratan etki. Katran ve toksinleri atmaya yardımcı, öksürük ve balgam söktürücü, sinir sistemini rahatlatıcı, yüksek vitamin kaynağı, hastalıklara karşı doğal kalkan etkisi… Öksürük, astım, KOAH ve bronşit için hızlı etki. Zühre Ana Kozalak Macunu yüksek seviye Alfa-Pinen içeriği ile tam bir katran sökücüdür. Akciğerdeki katranı atmaya, Kaoh, astım, bronşit ve nefes darlığına, Yoğun balgam söktürmeye, Solunum yolları ve bronşlardaki toksinleri temizlemeye yardımcı olur… Sigara ve zararlarından kurtulun. Zühre Ana Kozalak Macunu Akciğerlerinizdeki #toksin ve #katranı temizler. Zengin içeriği sayesinde hastalıklara ve enfeksiyonlara karşı bağışıklığınızın güçlendirilmesinde faydalıdır… Evdeki doktorunuz asırlık kozalak macunu… Sigara cinsel yaşamı bitirir, artık kurtulun. Zühre Ana Kozalak Macunu sigara kullanımına bağlı akciğer fonksiyonlarının normale dönmesine ve sigara kullanımına bağlı cinsel fonksiyonların zayıflamasında hızlı etki göstererek normale dönmesini sağlar… Zühre Ana’dan her eve doğal koruyucu zırh seti. İhtiyacını olan vitaminler, doğal propolis desteği, akciğer ve solunum yolları için özel kozalak macunu. Asırlık Tarif Zühre Ana Kozalak Macunu; Sigara zehrini attırır. Akciğerlerin yenilenmesini hızlandırır. Astım, Koah, Bronşit için etkilidir. Sinir stresi azaltır, nefesi açarak kaliteli yaşam imkanı sunar… Herkes bu yöntemi konuşuyor. Astıma bronşite, nefes darlığına, KOAH’a ve öksürüğe şifa oluyor. Nefesinizi açar, katranı çözer, akciğerlerinizi temizler ve balgam söker. Tamamen doğal bir macundur. Bronşlara nefes olan bu şifa dolu doğal macunla artık ciğerlerinizde sorun kalmayacak… KOAH, astım, bronşit, artık hepsi tarihe karışıyor. Kozalak macunuyla şimdi siz de rahatlayın. İşte binlerce kişinin kullanıp memnun kaldığı, eskilerden beri süre gelen Zühre Ana’nın meşhur nefes açıcı macun tarifi. Öksürüğü keser, balgamı ve katranı söker atar. Bronşlarınızı açarak nefesinizi rahatlatır. İçerisindeki vitaminlerle sizi destekler. Doğadan gelen bu tarifle artık ciğerleriniz şifa bulacak. Zühre Ana’dan Kozalak Macunuyla solunum yollarınız temizleyerek derin bir nefes alın. Damar tıkanıklığını yok eder, doğal katran çözücüdür. Bağışıklığı güçlendirir. Her kaşıkta rahat bir nefes için şimdi inceleyin… Öksürük, balgam, bronşit gibi rahatsızlıklarda şifa sunmaktadır. Özellikle astım hastalığında tedavi edici bir etkiye sahiptir. Akciğerin temizlenmesine yardımcı olur. Akciğer rahatsızlıklarına neden olan sigara gibi zehirli dumların kalıcı zararlarını ortadan kaldırmaktadır. Bağışıklığı güçlendiren bir etkiye sahip olan kozalak macunu, nadir bulunan özel bileşenleri içinde barındırmaktadır... Zühre Ana Propolis Macunu – Zühre Ana Propolis Macunu bağışıklığınızı maksimum seviyeye çıkararak destekleyecek, onarıcı etkisi ile cildinizi güzelleştirecek, eczane ve aktarlarda en çok satın alınan gıda takviyesidir… Virüslere karşı savunmasız mısınız? Uçuk ve cilt sorunlarına çare arıyor yaşam kalitenizi arttırmak mı istiyorsunuz? Bağışıklık düşüklüğüne karşı nasıl bir takviye almalıyım diye düşünüyorsanız Zühre Ana Propolis Macunu tam size göre… Zühre Ana Propolis Macunu’nun güçlü bağışıklık destekleyici etkisi ağız içi oluşan bakterilerin önüne geçmesi ve virüslere karşı etkin koruma sağladığı bilinmektedir… Bağışıklık sistemini güçlendirir. Cilt hücrelerini yenilemede etkilidir. Karaciğer sağlığına faydalıdır. Ağız ve diş sağlığına faydalıdır… Zühre Ana Vitapeck – Güçlü bağışıklık yüksek enerji. Vitapeck Ultra Vitamin takviyesi ile bağışıklığınıza güç enerjinize is enerji katmaya başlayabilirsiniz…”* şeklinde ifadelerin yer aldığı hususları tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu reklamlarda yer alan ifadelerin birer sağlık beyanı olduğu, bu tür beyanlarla takviye edici gıda adı altında satışı yapılan "Zühre Ana Kozalak Macunu", "Zühre Ana Propolis Macunu" ve "Zühre Ana Vitapeck" adlı ürünlerin *KOAH, Astım ve Bronşiti tarihe karıştırdığı, öksürüğe ve nefes darlığına şifa olduğu, akciğer ve bronşlardaki katranı ve toksinleri temizlediği, sigaranın yol açtığı zararları giderdiği, bağışıklığı güçlendirerek enfeksiyonlara karşı koruduğu, virüslere karşı etkin koruma sağladığı, cildi yenilediği, mide rahatsızlıklarını iyileştirdiği, damar içinde biriken plakları ve tıkanmayı temizlediği ve kalp ve damar hastalıklarını önlediği* şeklinde tamamen aldatıcı-yanıltıcı bir izlenim oluşturularak anılan ürünlerin sanki bir ilaç veya beşeri tıbbi ürün gibi tanıtıldığı, yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre takviye edici gıdalar/gıdalar için bu tür sağlık beyanlarının kullanılmasının kesinlikle yasak olduğu, bir ürüne ilişkin olarak herhangi bir sağlık beyanında bulunulabilmesi için ilgili idari otoriteden (Sağlık Bakanlığı Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Kurumu) izin alınması gerektiği, kullanılan bu beyanlar için ilgili otoriteden izin alınmadığından söz konusu beyanların doğruluğunun bilimsel olarak ispat edilmiş sayılamayacağı, dolayısıyla doğruluğu bilimsel olarak ispat edilmemiş bu beyanlarla tüketicilerin aldatılıp yanıltıldığı,

Diğer yandan, “En çok tavsiye edilen, Eczanelerde en çok satan” gibi iddiaların Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin “İspat külfeti” başlıklı 9 uncu maddesi kapsamında ispatlanamadığı,

Bu hususlara ek olarak, tanıtımı yapılan "Zühre Ana Kozalak Macunu" adlı ürünün çok sayıda hastalığı önlediği, tedavi ettiği ve KOAH, astım, bronşit hastalıklarını tarihe karıştırdığı gibi iddialarla pazarlanması ile yine firma tarafından “zuhreanabitkisel”, “zuhreanadan” ve “zuhreanakozalakmacunu” adlı Instagram sayfalarında yayınlanan bir video paylaşımda, astım ilacı kullanan bir kişinin görüntüsü üzerine çarpı (x) işareti konularak bir sonraki görüntüde Zühre Ana Kozalak Macunu ambalajının yanına yeşil renkli tik (✓) işareti yerleştirilmesi gibi reklam mesajlarının, tüketicilerin sağlık ve güvenliği ile kamu sağlığı açısından son derece sakıncalı ve kamu sağlığını tehdit edici nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**104)**

**Dosya No: 2021/3955**

**Şikayet Edilen: Bilge İlaç Bitkisel Ürünler Koz. San. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait "Zühre Ana Kozalak Macunu", "Zühre Ana Propolis Macunu" ve "Zühre Ana Vitapeck" adlı ürünlere yönelik reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020-2021

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon, İnternet

**Tespitler:** Yapılan incelemeler sonucunda, firma tarafından üretimi yapılarak piyasaya sürülen “Zühre Ana Kozalak Macunu” adlı ürüne ilişkin olarak FOX TV adlı televizyon kanalında 04.12.2020 tarihinde yayınlanan reklam filminde, *"Doğal kozalak macunuyla şimdi derin bir nefes alma zamanı. Zühre Ana Kozalak Macunu tüm eczaneler ve seçkin aktarlarda."* şeklinde sesli ifadelere, durağan yazı olarak, *"Şimdi derin bir nefes alma zamanı. Zühre Ana Kozalak Macunu. Gıda takviyesidir. Tüm eczanelerde ve seçkin aktarlarda"* ifadelerine ve alt yazı olarak, *"Doktorunuza danışarak sağlıklı bir beslenme düzeninin parçası olarak kullanınız, öğün yerine geçmez"* şeklinde ifadelere yer verildiği, yine FOX TV'de 04.12.2020 tarihinde yayınlanan alt bant reklamda ise, *"Şimdi derin bir nefes alabilirsiniz. Zühre Ana Kozalak Macunu. Gıda takviyesidir. Tüm eczanelerde ve seçkin aktarlarda"* ifadelerinin yer aldığı,

Benzer şekilde, FOX TV adlı televizyon kanalında 11.12.2020 tarihinde yayınlanan bir başka reklam filminde ise, "*Daha rahat bir nefes için zengin içeriklerle güçlendirilen doğal karışım Zühre Ana Kozalak Macunu şimdi tüm eczaneler ve seçkin aktarlarda."* şeklinde sesli ifadelere, durağan yazı olarak, *"B-Glukan, Çinko, Vitamin C, Kozalak, Zencefil, Zerdeçal. Şimdi derin bir nefes alma zamanı. Zühre Ana Kozalak Macunu. Gıda takviyesidir. Tüm eczanelerde ve seçkin aktarlarda"* ifadelerine ve alt yazı olarak, *"Doktorunuza danışarak sağlıklı bir beslenme düzeninin parçası olarak kullanınız, öğün yerine geçmez"* şeklinde ifadelere yer verildiği,

Diğer yandan, söz konusu reklam filmlerinin 2020 yılı Aralık ayında ATV, SHOW TV ve TRT 1 isimli televizyon kanallarında da yayınlandığı,

Yine firmaya ait “Zühre Ana Kozalak Macunu” adlı ürüne ilişkin olarak 27.12.2020 tarihinde Beyaz TV adlı televizyon kanalında yayınlanan Beyaz Futbol adlı programın içeriğinde yayınlanan reklam filminde ise, Ahmet ÇAKAR, Sinan ENGİN ve diğer program katılımcıları arasında gerçekleşen karşılıklı konuşmada, *“Bu topçular niye koşamıyorlar? Koşacak ciğer kalmamış bunlarda Sinancım. Allahtan Zühre Ana Kozalak Macunu var. Yesinler nefesleri açılsın. Haydaaaa! Hocam bu kavanoz nedir ya? Arkadaşlar kozalağın faydalarını bilir misiniz? Bakın ben bir hekim olarak hemen Zühre Ana Kozalak Macununu anlatayım size. İçerisinde bulunan Pinen maddesi akciğerleri temizler ve adeta detoks etkisi oluşturur. Birikmiş toksinleri ve katranı arındırmaya yardımcı olduğu için sigarayı da bırakmada birebirdir. Rahat nefes aldırır, boğaz ağrısını da gidermeye yardımcı olur. Hocam, bence bizim futbolcuların tamamına yollayalım bundan. Sen akıllı adamsın, vardır senin bir bildiğin. Valla tadı da şahane yalnız ya çok lezzetli. Hocam nerelerden alabiliriz bunu? Eczanelerde ve seçkin aktarlarda. Evet sevgili seyirciler, zengin içeriklerle üretilen bitkisel ürün Zühre Ana Kozalak Macunuyla artık ciğerleriniz bayram etsin.”* şeklinde ifadelerin yer aldığı;

İnceleme konusu ürünlere ilişkin internet reklamlarının incelenmesi sonucunda; firma tarafından üretimi yapılarak "Zühre Ana" markasıyla piyasaya arz edilen "Zühre Ana Kozalak Macunu", "Zühre Ana Propolis Macunu" ve "Zühre Ana Vitapeck" adlı ürünlerin www.trendyol.com adresli e-ticaret platformunda yer alan "İndirimshop" isimli mağaza tarafından tanıtım ve satışının yapıldığı, buna göre, "İndirimshop" adlı mağaza tarafından satışa sunulan bu ürünlerin incelenmesinden;

https://www.trendyol.com/bilge-ilac/zuhre-ana-cam-kozalak-macunu-240-ml-p-77617372 URL adresinin 11.06.2021 tarihli görünümünde "Zühre Ana Kozalak Macunu" adlı ürüne ilişkin olarak yayınlanan tanıtımlarda, *"Zühre Ana Kozalak Macunu, akciğerlerinizi derinlemesine temizleyerek vücudun kendi kendisini yenilenmesine yardımcı oluyor. Kalp ve Damar sağlığı için gerekli olan damar içinde biriken plakları ve tıkanmayı temizleyerek hastalıklara ve enfeksiyonlara karşı vücudu daha dirençli hale getirir."* şeklinde ifadelere yer verildiği,

https://www.trendyol.com/zuhre-ana/kozalak-macunu-p-50189720?boutiqueId=580582&merchantId=123388&filterOverPriceListings=false URL adresinin 03.09.2021 tarihli görünümünde "Zühre Ana Kozalak Macunu" adlı ürüne ilişkin olarak yayınlanan tanıtımlarda, *"Zühre Ana Kozalak Macununun İçeriğinde Neler Var? - Zühre ana kozalak macunu, tamamen doğal içeriklerden oluşuyor ve insan sağlığına zararlı hiçbir kimyasal madde içermiyor. Kozalak macunun içeriğinde; çam kozalağı reçinesi, keçiboynuzu pekmezi, ham bal, uduhindi, zerdeçal, zencefil, okaliptus yağı, tarçın, karanfil, havlıcan ve tarçın bulunuyor. Zühre Ana Kozalak Macunu Nedir? - Zühre ana kozalak macunu, başta sigaradan kaynaklanan akciğer hastalıkları olmak üzere, solunum yolu rahatsızlıklarının tedavisi için hazırlanan bir macundur. Macunun ana maddesi çam kozalağından oluşmaktadır. Macunun, akciğerlerde detoks etkisi yapan ve nefes açıcı özellikleri bulunmaktadır. Doktorların tavsiye ettiği kozalak macunu, ilaç değildir ve gıda takviyesi olarak kullanılmaktadır. Zühre Ana Kozalak Macunu Nasıl Kullanılır? - Zühre ana kozalak macununun tok karnına ve sabah ve akşamları birer tatlı kaşığı tüketilmesi öneriliyor. Macundan, düzenli kullanıldığı takdirde, en fazla verim elde ediliyor. Zühre Ana Kozalak Macununun Faydaları Nelerdir? - Asırlardan beridir, başta verem olmak üzere birçok akciğer hastalıklarının tedavisi, çam ağaçlarının içindeki tedavi merkezlerinde yapılırdı. Çam ağacının meyvesi olan kozalağın, ağacından daha faydalı olduğu kabul edilmektedir."* şeklinde ifadelere yer verildiği,

https://www.trendyol.com/zuhre-ana/kozalak-macunu-x-2-adet-p-50361657?boutiqueId=580582&merchantId=123388&filterOverPriceListings=false URL adresinin 03.09.2021 tarihli görünümünde yine "Zühre Ana Kozalak Macunu" adlı ürüne ilişkin olarak yayınlanan tanıtımlarda ise, *"Zühre ana kozalak macununu sizlerde akciğerlerinizi temizlemek için destek ürünü olarak kullanabilirsiniz. İçerisindeki faydalı maddeler ile sigaranın akciğerlerinize verdiği zararı çok rahat bir şekilde geçirebilir. Günümüzdeki birçok doktorlar çam kozalağının akciğerlerinize faydalı olduğunu söylemektedir. Çam kozalağının içerisinde bulunan pinen maddesinin akciğerlerde oluşan toksin veya katranları temizlemede size daha rahat nefes alış vermede fayda sağlayabilir. Zühre ana kozalak macunu faydaları - Eğer sizde bu ürünü kullanmak istiyor ve bu ürünün faydaları hakkında fikriniz yoksa aşağıdaki maddelerden ürünün faydalarını öğrenebilirsiniz. Solunum yollarını temizlenmesine yardımcı olur. Sigara kullanımından sonra akciğerlerinizi temizlemeye yardımcı olur. Nefes darlığında, bronşitte ve öksürük gibi hastalıkların tedavisinde destek olarak kullanılmaktadır. Hastalıklara ve enfeksiyon gibi hastalıklara karşı bağışıklığınızı güçlendirebilir. Kan damarlarını güçlendirerek kan akış hızını arttırmada kullanılan gıda takviyesidir. Kalp ve damar hastalıklarını önlemede yardımcıdır. Akciğerlerdeki toksin veya katranı temizlemede destek sağlar."* şeklinde ifadelere yer verildiğinin tespit edildiği;

Benzer şekilde, www.zuhreanadan.com adresli internet sitesinde firmaya ait "Zühre Ana Kozalak Macunu", "Zühre Ana Propolis Macunu" ve "Zühre Ana Vitapeck" adlı ürünlere ilişkin olarak yayınlanan reklam ve tanıtımlarda, *“En çok tavsiye edilen. Eczanelerde en çok satan. Güçlü Akciğer + Güçlü Bağışıklık. Zırh Seti. Zühre Ana Haziran indirimleri başladı. Türkiye'nin Eczane ve Aktarlarda en çok satan gıda takviyesi olarak sizlere muhteşem bir zırh paketi hazırladık! ... Zühre Ana Kozalak Macunu - Akciğerlerdeki katranı atmaya, KOAH, astım, bronşit ve nefes darlığına, Yoğun balgam söktürmeye, Vücut direncini arttırmaya, Kan ve damar temizliğine, Solunum yolları ve bronşlardaki toksinleri temizlemeye, Mide rahatsızlıklarını iyileştirmede etkilidir... Zühre Ana Propolis Macunu - Tıpkı arı kovanını mikroplardan arındırması gibi, insanın bakteri ve mikroplardan da uzak durmasına sağlar. Yaraların iyileşmesini hızlandırır. Oldukça zengin bir içeriği olan propolis, hücrelerin yenilenme sürecini hızlandırır. Kansere karşı etkilidir. Düzenli propolis kullanımı, uzun vadeli bir süreçte olası kanser tehlikesini en aza indirger. Zira C vitamini açısından zengin bir kaynak olan bu madde, kanser hücrelerinin oluşmasına engel olur. Cilt sağlığına iyi gelir. Güçlü bir antioksidan olmasından dolayı, cilt sağlığı üzerinde oldukça iyi etkileri vardır. Cildin yenilenmesini ve diri olmasını sağlar. Bağışıklık sistemini güçlendirir. Güçlü içeriği ile bağışıklık sisteminin düzenli ve sağlıklı olmasını sağlar... Zühre Ana Vitapeck - Vücudun enerji seviyesini yükseltir. Bağışıklığı güçlendirir. Demir emilimini güçlendirir. Doku onarımını hızlandırır. Kış hastalıklarına karşı koruyucudur. Cilt için doğal Kolajen kaynağıdır. Kalp ve damar hastalıklarına karşı koruyucu etki gösterir (Vitamin C). Kılcal damar yapısını güçlendirir... Paket 1, Özel İndirimli Kozalak macunu paketi. Akciğerleri temizleyen, sigara bırakmaya yardımcı, solunum yollarını temizleyen 1 aylık özel kullanım paketi... Paket 2, VİP Zühre Ana tam kulanım paketi. Hem akciğer ve solunum yollarını temizlemek hem de vücut direnci ve bağışıklığı en üst seviyede tutmak için özel paket...”* şeklinde ifadelere yer verildiği,

Yine “zuhreanabitkisel”, “zuhreanadan” ve “zuhreanakozalakmacunu” adlı Instagram sayfalarında firmaya ait "Zühre Ana Kozalak Macunu", "Zühre Ana Propolis Macunu" ve "Zühre Ana Vitapeck" adlı ürünlere ilişkin olarak yer verilen reklam ve tanıtımlarda ise, *“Zühre Ana Kozalak Macunu – Nefes Al, toksin ve katranı vücuttan at. Günde 2 kaşık kozalak macunu; Nefesi açar, akciğerleri temizlemeye yardım eder, solunum yollarını temizler, bağışıklığı güçlendirir, stresi azaltır, dişleri güçlendirir. Katran ve toksinleri mıknatıs gibi çeken doğal kozalak etkisi ile tanışın! Akciğerlerde detox etkisi Birikmiş balgamı atar nefes açar. İçeriğindeki vitaminler ile vücut direncini güçlendirerek bağışıklık yükseltir… Her kaşıkta orman havası yaratan etki. Katran ve toksinleri atmaya yardımcı, öksürük ve balgam söktürücü, sinir sistemini rahatlatıcı, yüksek vitamin kaynağı, hastalıklara karşı doğal kalkan etkisi… Öksürük, astım, KOAH ve bronşit için hızlı etki. Zühre Ana Kozalak Macunu yüksek seviye Alfa-Pinen içeriği ile tam bir katran sökücüdür. Akciğerdeki katranı atmaya, Kaoh, astım, bronşit ve nefes darlığına, Yoğun balgam söktürmeye, Solunum yolları ve bronşlardaki toksinleri temizlemeye yardımcı olur… Sigara ve zararlarından kurtulun. Zühre Ana Kozalak Macunu Akciğerlerinizdeki #toksin ve #katranı temizler. Zengin içeriği sayesinde hastalıklara ve enfeksiyonlara karşı bağışıklığınızın güçlendirilmesinde faydalıdır… Evdeki doktorunuz asırlık kozalak macunu… Sigara cinsel yaşamı bitirir, artık kurtulun. Zühre Ana Kozalak Macunu sigara kullanımına bağlı akciğer fonksiyonlarının normale dönmesine ve sigara kullanımına bağlı cinsel fonksiyonların zayıflamasında hızlı etki göstererek normale dönmesini sağlar… Zühre Ana’dan her eve doğal koruyucu zırh seti. İhtiyacını olan vitaminler, doğal propolis desteği, akciğer ve solunum yolları için özel kozalak macunu. Asırlık Tarif Zühre Ana Kozalak Macunu; Sigara zehrini attırır. Akciğerlerin yenilenmesini hızlandırır. Astım, Koah, Bronşit için etkilidir. Sinir stresi azaltır, nefesi açarak kaliteli yaşam imkanı sunar… Herkes bu yöntemi konuşuyor. Astıma bronşite, nefes darlığına, KOAH’a ve öksürüğe şifa oluyor. Nefesinizi açar, katranı çözer, akciğerlerinizi temizler ve balgam söker. Tamamen doğal bir macundur. Bronşlara nefes olan bu şifa dolu doğal macunla artık ciğerlerinizde sorun kalmayacak… KOAH, astım, bronşit, artık hepsi tarihe karışıyor. Kozalak macunuyla şimdi siz de rahatlayın. İşte binlerce kişinin kullanıp memnun kaldığı, eskilerden beri süre gelen Zühre Ana’nın meşhur nefes açıcı macun tarifi. Öksürüğü keser, balgamı ve katranı söker atar. Bronşlarınızı açarak nefesinizi rahatlatır. İçerisindeki vitaminlerle sizi destekler. Doğadan gelen bu tarifle artık ciğerleriniz şifa bulacak. Zühre Ana’dan Kozalak Macunuyla solunum yollarınız temizleyerek derin bir nefes alın. Damar tıkanıklığını yok eder, doğal katran çözücüdür. Bağışıklığı güçlendirir. Her kaşıkta rahat bir nefes için şimdi inceleyin… Öksürük, balgam, bronşit gibi rahatsızlıklarda şifa sunmaktadır. Özellikle astım hastalığında tedavi edici bir etkiye sahiptir. Akciğerin temizlenmesine yardımcı olur. Akciğer rahatsızlıklarına neden olan sigara gibi zehirli dumların kalıcı zararlarını ortadan kaldırmaktadır.Bağışıklığı güçlendiren bir etkiye sahip olan kozalak macunu, nadir bulunan özel bileşenleri içinde barındırmaktadır... Zühre Ana Propolis Macunu – Zühre Ana Propolis Macunu bağışıklığınızı maksimum seviyeye çıkararak destekleyecek, onarıcı etkisi ile cildinizi güzelleştirecek, eczane ve aktarlarda en çok satın alınan gıda takviyesidir… Virüslere karşı savunmasız mısınız? Uçuk ve cilt sorunlarına çare arıyor yaşam kalitenizi arttırmak mı istiyorsunuz? Bağışıklık düşüklüğüne karşı nasıl bir takviye almalıyım diye düşünüyorsanız Zühre Ana Propolis Macunu tam size göre… Zühre Ana Propolis Macunu’nun güçlü bağışıklık destekleyici etkisi ağız içi oluşan bakterilerin önüne geçmesi ve virüslere karşı etkin koruma sağladığı bilinmektedir… Bağışıklık sistemini güçlendirir. Cilt hücrelerini yenilemede etkilidir. Karaciğer sağlığına faydalıdır. Ağız ve diş sağlığına faydalıdır… Zühre Ana Vitapeck – Güçlü bağışıklık yüksek enerji. Vitapeck Ultra Vitamin takviyesi ile bağışıklığınıza güç enerjinize is enerji katmaya başlayabilirsiniz…”* şeklinde ifadelerin yer aldığı,

Bu hususlara ek olarak, Özge Ulusoy ve İrem Derici gibi ünlüler ile diğer bazı sosyal medya etkileyicilerinin kişisel Instagram kullanıcı sayfalarında yukarıda açıklanan reklam ve tanıtımlarda yer verilen ifadelere benzer ifadeler ve sağlık beyanlarıyla ücretli işbirliği/sponsorluk anlaşması kapsamında inceleme konusu ürünlerin reklam ve tanıtımının yaptırıldığı, ayrıca bahsi geçen sosyal medya etkileyicilerinin kişisel Instagram kullanıcı sayfalarında yayınlanan tanıtım filmleri ve reklamların, “zuhreanabitkisel”, “zuhreanadan” ve “zuhreanakozalakmacunu” adlı Instagram sayfalarında da muhtelif defalar paylaşıldığı hususları tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu televizyon reklamlarında yer verilen ifadelerin birer sağlık beyanı olduğu, mevzuatta izin verilen sınırların dışına çıkan bu beyanlarla firmaya ait "Zühre Ana Kozalak Macunu" adlı ürünün *ciğerleri açarak derin nefes almayı sağladığı, akciğerleri temizlediği, birikmiş toksinleri ve katranı arındırmaya yardımcı olduğu, sigarayı bıraktırdığı, boğaz ağrısını gidermeye yardımcı olduğu, ciğerleri bayram ettirdiği ve daha rahat bir nefes aldırdığı* şeklinde tamamen aldatıcı-yanıltıcı bir izlenim oluşturularak anılan ürünün sanki bir ilaç veya beşeri tıbbi ürün gibi tanıtıldığı, yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre takviye edici gıdalar için bu tür sağlık beyanlarının kullanılmasının kesinlikle yasak olduğu,

Ayrıca inceleme konusu Beyaz Futbol adlı programın içeriğinde yayınlanan reklam filminde, Ahmet ÇAKAR ve Rasim Ozan KÜTAHYALI adlı program katılımcılarının söz konusu ürünü gerçekten kullandığı ve iddia edilen etkinliğini ve faydasını bizzat yaşayarak deneyimlediği şeklinde bir algı oluşturulduğu, bu durumun gerçeği yansıtmadığı, dolayısıyla söz konusu reklamların bu açıdan da aldatıcı - yanıltıcı ve Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin "Tanıklı reklamlar" a ilişkin hükümlerine aykırı olduğu,

Öte yandan, "Zühre Ana Kozalak Macunu” adlı ürüne ilişkin olarak Beyaz Futbol adlı programın içeriğinde yayınlanan reklamda, *"Bakın ben bir hekim olarak hemen Zühre Ana Kozalak Macununu anlatayım size."* ifadelerini dile getiren Ahmet ÇAKAR isimli şahsın, kamuoyunca da bilinen doktor kimliği ve dolayısıyla doktorların tüketicilerde sahip olduğu güven algısı kullanılarak Zühre Ana Kozalak Macunu adlı ürüne yönelik mevzuatta izin verilen sınırların dışına çıkan sağlık beyanlarıyla ürünün tavsiyesini belirten tanıtımlarda bulunulmasının, Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği’nin 15/1-c maddesi, Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 5/1-i maddesi ve Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 16/3 maddesi hükümlerine açıkça aykırı olduğu,

İnceleme konusu internet reklamlarına ilişkin olarak ise; çeşitli internet siteleri ile Instagram kullanıcı hesapları tarafından yayınlanan reklamlarda yer alan ifadelerin birer sağlık beyanı olduğu, bu tür beyanlarla firma tarafından üretilerek takviye edici gıda adı altında satışı yapılan "Zühre Ana Kozalak Macunu", "Zühre Ana Propolis Macunu" ve "Zühre Ana Vitapeck" adlı ürünlerin *KOAH, Astım ve Bronşiti tarihe karıştırdığı, öksürüğe ve nefes darlığına şifa olduğu, akciğer ve bronşlardaki katranı ve toksinleri temizlediği, sigaranın yol açtığı zararları giderdiği, bağışıklığı güçlendirerek enfeksiyonlara karşı koruduğu, virüslere karşı etkin koruma sağladığı, cildi yenilediği, mide rahatsızlıklarını iyileştirdiği, damar içinde biriken plakları ve tıkanmayı temizlediği ve kalp ve damar hastalıklarını önlediği* şeklinde tamamen aldatıcı-yanıltıcı bir izlenim oluşturularak anılan ürünlerin sanki bir ilaç veya beşeri tıbbi ürün gibi tanıtıldığı, böylelikle tıpliteratüründe hastalık olarak tanımlanan ve hekim kontrolünde tedavi edilmesi gereken rahatsızlıkların anılan ürünlerle tedavi edildiği veya tedavisine yardımcı olunduğu izlenimioluşturulduğu, yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre takviye edici gıdalar/gıdalar için bu tür sağlık beyanlarının kullanılmasının kesinlikle yasak olduğu,

Diğer yandan, “En çok tavsiye edilen, Eczanelerde en çok satan” gibi iddiaların Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin “İspat külfeti” başlıklı 9 uncu maddesi kapsamında ispatlanamadığı,

Bu hususlara ek olarak, tanıtımı yapılan "Zühre Ana Kozalak Macunu" adlı ürünün çok sayıda hastalığı önlediği, tedavi ettiği ve KOAH*, astım, bronşit hastalıklarını tarihe karıştırdığı* gibi iddialarla pazarlanması ile “zuhreanabitkisel”, “zuhreanadan” ve “zuhreanakozalakmacunu” adlı Instagram sayfalarında yayınlanan bir video paylaşımda, astım ilacı kullanan bir kişinin görüntüsü üzerine çarpı (x) işareti konularak bir sonraki görüntüde Zühre Ana Kozalak Macunu ambalajının yanına yeşil renkli tik (✓) işareti yerleştirilmesi gibi reklam mesajlarının, tüketicilerin sağlık ve güvenliği açısından son derece sakıncalı ve kamu sağlığını tehdit edici olarak değerlendirildiği,

Ayrıca firma tarafından yapılan açıklamalarda, "Zühre Ana Kozalak Macunu", "Zühre Ana Propolis Macunu" ve "Zühre Ana Vitapeck" adlı ürünlerin yalnızca üretiminin yapıldığı, ürünlerin satış ve pazarlamasına yönelik olarak herhangi bir reklam/tanıtım faaliyetinde bulunulmadığı ve inceleme konusu televizyon reklamları ile internet reklamlarından ürünlerin anlaşmalı olarak satışının yapıldığı firmaların sorumlu olduğu belirtilmekteyse de, Sağlık Beyanı İle Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 5/1d maddesinde yer alan, *"(1) Ürünlere ilişkin özel mevzuat hükümleri saklı kalmak kaydıyla; sağlık beyanı ile tanıtım aşağıdaki esaslar çerçevesinde yapılır: (...) d) Ürünlerle ilgili yapılan sağlık beyanından ürün sahibi ile tanıtımcı müştereken sorumludur. (...)"* hükmü doğrultusunda, ürünlerin mevzuata aykırı sağlık beyanlarıyla yapılan tanıtımından ürünlerin sahibi olarak firmanın da müştereken sorumlu olduğu, kaldı ki, firma tarafından takviye edici gıda adı altında üretilen ve ürün bileşenleri, kompozisyonu, günlük kullanım dozu, net miktarı ve kullanım amacı gibi nitelikleri doğrudan firma tarafından belirlenerek piyasaya arz edilen ürünlere yönelik olarak televizyon kanallarında ve çeşitli internet sitelerinde yayınlanan tanıtımlardan firmanın sorumluluğunun ve bilgisinin bulunmadığı iddiasının hayatın olağan akışıyla ve ticari hayatın gerçekleriyle uyuşmadığı,

Bu hususlara ek olarak, firma tarafından üretilerek takviye edici gıda adı altında piyasaya arz edilen "Zühre Ana Kozalak Macunu" ve "Zühre Ana Propolis Macunu" adlı ürünlerin Tarım ve Orman Bakanlığı'ndan alınmış takviye edici gıda onaylarının bulunduğuna ilişkin ispatlayıcı nitelikte herhangi bir bilgi/belge sunulamadığı, dolayısıyla Tarım ve Orman Bakanlığınca takviye edici gıda onayı verilmemiş ürünlerin firma tarafından takviye edici gıda altında piyasaya arz edilerek tanıtım ve satışının yapılmasının da açıkça mevzuata aykırı olduğudeğerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Bilge İlaç Bitkisel Ürünler Koz. San. ve Tic. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **419.126 TL (Dörtyüzondokuzbinyüzyirmialtı Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**105)**

**Dosya No: 2021/966**

**Şikayet Edilen: Kastamonu Doğal Tarım Ürünleri San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.siyahsarimsak.com/ adresli internet sitesinde “Garliva Siyah Sarımsak Tablet” ve “Kırtorun Siyah Sarımsak” adlı ürünlere ilişkin reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.siyahsarimsak.com/ adresli internet sitesinde takviye edici gıda niteliğindeki “Garliva Siyah Sarımsak Tablet” ile “Kırtorun Siyah Sarımsak” adlı gıda ürünlerine ilişkin tanıtımlarda, ürünlerin coğrafi işaret tescilli Taşköprü Sarımsağı’ndan üretildiğinin belirtildiği ve coğrafi işaret ambleminin kullanıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, 6769 sayılı Kanun ile Coğrafi İşaret ve Geleneksel Ürün Adı Amblem Yönetmeliği uyarınca coğrafi işaret ve resmi menşe adı ambleminin yalnızca tescilde belirtilen ürünler üzerinde kullanılmasına izin verildiğinden, coğrafi işaretli bir üründen üretilmiş olsa dahi incelemeye konu ürünlerin tanıtımında coğrafi işaret ambleminin bulundurulmasının ilgili mevzuatına aykırı ve bu suretle tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/3, 7/4, 7/5-a/f/g, 9/1, 9/5, 11/1-b, 12/2, 28/1, 28/2, 28/4, 29/1, 29/2-a ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**106)**

**Dosya No: 2021/1118**

**Şikayet Edilen: Orka Gross Marketler**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Kırlangıç Ayçiçek Yağı 5 L.” ürününe ilişkin fiyat bilgisi içeren reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 24.03.2021

**Yayınlandığı Mecra:** Açık Hava İlanı

**Tespitler:** Firma tarafından yapılan açık hava ilanı tanıtımında, 24.03.2021 tarihinde “Kırlangıç Ayçiçek Yağı 5 L.” ürününün fiyatının 54,95 TL olduğuna ve ürünün her müşteri için bir adet ile sınırlandırıldığına ilişkin ifadeye yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, fiyat bilgisi içeren reklamda ana vaat-istisna uyumsuzluğuna yol açacak herhangi bir alışveriş limiti uygulanmadığının ispatlandığı ve reklamın ana vaadi ile istisnasına ilişkin hususlarda anlam karışıklığına yol açacak tüketicileri aldatıcı nitelikte herhangi bir durum bulunmadığı değerlendirilmiş olup anılan tanıtımların Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin ilgili hükümleri ile 6502 sayılı Kanunun 61 inci maddesine **aykırı olmadığına** karar verilmiştir.

**107)**

**Dosya No: 2021/1404**

**Şikayet Edilen: Peyman Kuruyemiş Gıda Akteriye Kimyevi Maddeler Tarım Ürünleri San. ve Tic. A. Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.herkesonucitliyo.com/ internet adresinde yayınlanan “Çitliyo Çitleyen Kazanıyo 2 Mini Cooper Countryman” çekilişine ilişkin reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.herkesonucitliyo.com/ internet adresinde promosyonlu ürün paketi görselinin kullanıldığı ancak söz konusu siteye mobil cihaz üzerinden girildiğinde üzerinde çekiliş etiketi bulunmayan ürün paketinin görüldüğü, incelemeye konu internet sitesinde çekilişe ilişkin katılım koşullarına, çekiliş haklarına ve çekiliş ile ilgili soru-cevap metnine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, yapılan tanıtımlarda çekilişe katılım ve tüketicilerin hakları konusunda anlam karışıklığına yol açarak tüketicileri aldatıcı ve mağdur edici nitelikte herhangi bir uygulamanın bulunmadığı değerlendirilmiş olup inceleme konusu tanıtımların, Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin ilgili hükümleri ile 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesine **aykırı olmadığına** karar verilmiştir.

**108)**

**Dosya No: 2021/1790**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** Getir Yemek mobil uygulamasında yayınlanan Getir Getirsin hizmetine ilişkin reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Getir Yemek mobil uygulamasında yayınlanan reklamda Lider Kokoreç adlı restorandan verilecek siparişlerde tüketicilere “Getir Getirsin” ve “Restoran Getirsin” olmak üzere iki farklı teslimat seçeneği sunulduğu, “Getir Getirsin” ile sipariş verildiğinde siparişin 15-20 dakikada, diğer teslimat seçeneği tercih edildiğinde ise 30-40 dakikada siparişin teslim edileceğinin belirtildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, teslimat ücreti ödenerek daha kısa süre içinde siparişin teslim edileceğine ilişkin vaadin yerine getirilmemesinin verilen hizmetin nitelikleri konusunda tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı olduğu, aynı zamanda tüketici mağduriyetine yol açtığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**109)**

**Dosya No: 2021/2263**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** Getir Yemek mobil uygulamasında gerçekleştirilen indirimli satış kampanyası reklamları

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Getir Yemek mobil uygulamasında yayınlanan reklamda, “Hafta içi siparişinize, hafta sonu siparişiniz 1 TL” başlığı altında *“Hafta içi online ödeme yöntemi ile 30 TL ve üzeri sipariş verin, hafta sonu vereceğiniz siparişiniz 1 TL!”* ifadesine yer verildiği, duyuru detayı kısmında ise *“GetirYemek’ten 05.07.2021-09.07.2021 tarihleri arasında online ödeme seçeneğiyle vereceğiniz 31 TL ve üzeri siparişinize özel 10.07.2021-11.07.2021 tarihlerinde 1 kere kullanabileceğiniz 30 TL indiriminiz hesabınıza tanımlanır.”* ifadelerinin kullanıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, kampanya başlığında tüketicilere vaat edilen minimum sepet tutarına 30 TL’lik alışverişlerin dahil edildiği ancak kampanya şartları altında bu vaat ile çelişir biçimde minimum sepet tutarının 31 TL olarak ifade edilmesinin kampanya vaadi ile koşullarında çelişki yarattığı ve tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**110)**

**Dosya No: 2021/2280**

**Şikayet Edilen: Anadolu Tanıtım ve Medya Hizmetleri Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** TV 19 adlı televizyon kanalında Aronia Özlü Ultra Panax adlı takviye edici gıdanın tanıtımları

**Reklam Yayın Tarihi:** 24.02.2021, 27.02.2021

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** TV 19 isimli televizyon kanalında 24.02.2021 tarihinde saat 18.57’de ve 27.02.2021 tarihinde saat 11.17’de “Aronia Özlü Ultra Panax” adlı ürüne yönelik reklamlarda; “*Kalp damar rahatsızlıklarından aterosklerozis dediğimiz damar sertliği şikayeti olanlar varsa, ailesinde yüksek tansiyon şikayeti olanlar var ise, bunun dışında böbrek yetmezliği şikayeti olanlar varsa bulunmaz bir nimettir. Mesela bazı insanları görürsünüz bypass olmuştur, merdiven çıkarken tekrar o 5-6 ay sonra yorulur, nefes nefese kalır. Bu kürü uyguladığında evelallah ne kadar zinde çıktıklarının da farkına varacaklardır. Bu öyle bir kür ki; bunu dediğim gibi yüksek tansiyon şikayeti olanlar, kalp damarları içten yağlananlar, karaciğer yağlanması olanlar, kalp damar rahatsızlıkları işte damar sertliği. Bakın normalde bakın benim altı ayda bir uyguladığım bir kürdür...Adı "Aronia", süper bitki olarak tanımlanıyor; çünkü faydaları saymakla bitmiyor. En önemlisi de kansere karşı önleyici etkisi...Kanserin her türlüsüne iyi geliyor. Mide rahatsızlıkları, pankreas rahatsızlıkları, her şeye iyi geliyor. Mucize bitki olarak tanımlanıyor...üstelik bu çayla metabolizmanız dengelenecek, boşaltım sistemi çalışacak, zayıflama hususunda yüksek etki sağlayacak ve özel formül çayımız damar sertleşmesine karşı etkili. Tam olarak sağlığınıza kavuşun...Tansiyon sorunu olanlardan metabolizması çalışmayanlara kadar, kalp hastaları, damar hastaları, şeker hastaları, cinsel fonksiyon bozukluğu olan hastalar. Evet, kalp ve damar yolları açtığı için Aronia Özlü Ultra Panax'la cinsel sorunlarınıza da ultra etkileyecek. Kilo sorunu olanlar, karaciğer hastaları, cilt hastaları, sivilce ve aknesi olanlar, nefes darlığı çekenler, uyku sorunu olanlar; bu Allah'ın mucize bitkilerinden olan aronia bitkisi size sağlık, dinçlik ve mutlu bir yaşam verecek....Panax; kalp damar hastalıklarının ortadan kalkmasına, damarlarınızda oluşabilecek bütün sorunları ortadan kaldırmaya, organlarınızın düzenli çalışmasına yardımcı bir üründür....Kas gücünü, vücut dayanıklılığını ve fiziksel performansı artırmak, kolesterol ve kan şekeri seviyesini dengelemek, erkek ve kadınlardaki cinsel sorunların giderilmesine yardımcı olmak, kısaca her yaşta genç kalabilmek için size Panax'ı sunuyoruz....Kalp hastaları, damar hastaları, şeker hastaları, karaciğer yağlanmaları olanlar, fazla kiloları olanlar için Aronia Özlü Ultra Panax çok etkili ve kuvvetlidir. Aynı zamanda sivilce ve akne yaraları olanlar, cilt hastaları, idrarını tutamayanlar, metabolizması çalışmayanlar, nefes darlığı olanlar, kilo sorunu olanlar, fazla kilolarından kurtulamayanlar için de aronia ve aloe vera özlü çayımız da etkili ve tesirlidir...", "0212 700 18 ..", "Aronia Özlü Ultra Panax", "4 Kavanoz 120 Kapsül", "109 TL + Kargo", "Aronia Özlü ve Aleo Vera Özlü 30 Adet Çay Hediye", "Damar Hastaları", "Şeker Hastaları", "Tansiyon Hastaları", "Kalp Hastaları", "Karaciğer Yağlanması", "Nefes Darlığı", "Kilo Sorunu", "Metabolizma Sorunu", "Cinsel Sorun", "Saç Sorunu", "Sivilce Sorunu", "Uyku Sorunu", "Tüm Hastalıklarınıza Faydalı Kür"* vb. şeklinde sözlü ve yazılı ifadeler ile Prof. Dr. İbrahim Saraçoğlu, Prof. Dr. Canan Karatay, Uzm. Dr. Ender Saraç, Doç. Dr. Ayhan Altıntaş ve Ahmet Maranki adlı şahıslar tarafından muhtelif televizyon programlarında yapılan açıklamalar ile anılan şahıslara ait görüntülere yer verilmek suretiyle tanıtım yapıldığıtespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, TV 19 isimli televizyon kanalında yukarıda belirtilen tarih ve saatlerde yayınlanan “Aronia Özlü Ultra Panax” isimli ürüne ilişkin reklam ve tanıtımlarda kullanılan ifadelerle, ürünün kalp hastalarına, damar sertleşmesi sorunu olanlara, tansiyon sorununa, metabolizması çalışmayanlara, şeker hastalarına, cinsel fonksiyon bozukluğu olan hastalara, kilo sorunu olanlara, karaciğer hastalarına, cilt hastalarına, sivilce ve aknesi olanlara, nefes darlığı çekenlere, uyku sorunu olanlara iyi geldiği vurgulanarak hastalıkların tedavisine yönelik sağlık beyanlarıyla tanıtım ve satışının yapıldığı, gıda takviyesi niteliğindeki söz konusu ürünün insan fizyolojisine ve/veya metabolizmasına etki eden “tıbbi bir ürün” olduğu izlenimi oluşturan söz konusu sağlık beyanlarının bilimsel olarak ispata muhtaç olduğu ve mevzuatta izin verilen sağlık beyanlarının dışına çıktığı, yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre bu tür sağlık beyanlarının kullanılmasının kesinlikle yasak olduğu, söz konusu sağlık beyanlarının kullanımı için yetkili idari otoriteden izin alınmadığı, ayrıca inceleme konusu reklamlarda, adı geçen şahıslar tarafından muhtelif televizyon programlarında yapılan açıklamalar ile bunlara ait görüntülere yer verilmek suretiyle firmaca tanıtımı yapılan ürünlerin konunun uzmanları tarafından tavsiye edildiği gibi yanıltıcı bir izlenim oluşturulduğu, bununla birlikte, anılan şahıslara ait görüntülerin montajlama yöntemiyle firmanın reklamına uyarlandığı, bu itibarla, söz konusu reklamlarda, sağlık profesyonellerine ait olmayan ve gerçekleri yansıtmayan tanıklık ve tavsiye niteliğinde ifadelere yer verilmesinin mevzuata aykırı, tüketicileri aldatıcı, tüketici güveni ile tüketicilerin tecrübe ve bilgi noksanlıklarını istismar edici nitelikte olduğu ve bu şekilde tüketicilerin yanıltıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/1-b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 9/1, 9/2, 9/5, 16/1, 16/3, 26/1 ve 27/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, mecra kuruluşu **Anadolu Tanıtım ve Medya Hizmetleri Anonim Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanunun 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **22.861,00-TL (Yirmiikibinsekizyüzaltmışbir Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**111)**

**Dosya No: 2021/2281**

**Şikayet Edilen: Anadolu Tanıtım ve Medya Hizmetleri Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** TV 19 adlı televizyon kanalında yayınlanan Atom Karışımı adlı ürüne yönelik tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 11.03.2021, 10.03.2021, 07.03.2021, 16.03.2021, 13.03.2021, 15.03.2021, 14.03.2021, 12.03.2021, 18.03.2021, 20.03.2021, 21.03.2021, 19.03.2021, 22.03.2021, 28.03.2021, 27.03.2021, 26.03.2021, 25.03.2021, 24.03.2021, 29.03.2021, 30.03.2021, 31.03.2021, 01.04.2021, 02.04.2021, 07.04.2021

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** TV 19 isimli televizyon kanalında belirtilen tarihlerde “Atom Karışımı” adlı ürüne yönelik reklamlarda “*(...) Yediden yetmişe nefesi kesilen, mide ile ilgili sorunu olan, damarlarla ilgili sorunu olan, tansiyonla ilgili sorunu olan, ağrılarla ilgili sorunu olan…Demek ki ayağı kesilen bir adam düzeldiğine göre gör ki ne faydaları var daha biz bilmiyoruz Allah bilir. Daha çok faydaları var demek ki.... Midedir ağrıdır şudur budur işte adam ne dedi? Benim dizlerimde dedi damar tıkanıklığı vardı damar tıkanıklığı açıldı dedi. Elimde bastondu dedi doktorlar da ayaklarımı kesmeye çalıştı dedi…Biz nereler faydalı diye soracak olursak veyahut arka arkaya işaretleyecek olursak. Mesela nedir tansiyon, kalp, mide, basur ... bel ağrısı, sırt ağrısı yani niye yaşadık. İnsanlığa faydalı olan ürünün insan çıkardığı zaman insan cennetliktir arkadaşlar ben öyle bilirim...Arkadaşlar her şeye faydalı olduğunu izah etmiştik. Gelen arkadaşlarda size söylemişti. Mesela benim hatırladığım mide, basur Urfa'dan, bel ağrısı, yürüyememe, kolesterol, kalple ilgili, nefes darlığı işte sayamayacağınız kadar vücutla ilgili bütün problemleri çözecek bitkisel karışım....Demek ki arkadaşlar bu ilaç bir ailenin içinde olması gereken ilaç. Şimdi demek ki bizim de bu ilaca artık evlerde bulundurması gereken bir hadise, neresi ağrıyorsa kullanacak., "Urfa Yöresel Atom Karışımı", "Basur Ağrısına Urfa Yöresel Atom Karışımı!", "Kolesterol Hastalarına Urfa Yöresel Atom Karışımı!", "Bel - Boyun - Diz Ağrılarına Urfa Yöresel Atom Karışımı!", "Mide ve Sindirim Problemi Olanlar Ekran Başına!", "Kalp ve Damar Tıkanıklığı Olanlar Ekran Başına!", "Yüksek Tansiyon Şikayeti Olanlar Ekran Başına!", "Astım - Bronşit - Nefes Darlığı Şikayeti Olanlar Ekran Başına!", "Kışın Hastalıktan Şikayetçi Misiniz? Atom Karışımı Kullanmaya Başlayın!", "Bağışıklık Sisteminizi Güçlendirin Enerjinizi Yükseltin!", "Atom Karışımı Kullanım Alanları: Astım, Baş Ağrısı, Halsizlik, Nezle, Öksürük, Bronşit, Mide Ülseri, Kabızlık, Horlama", 6 Kavanoz 99 +Kargo", "0212 700 18 .."* vb*.* şeklinde sözlü ve yazılı ifadelerle, ürünün tansiyon, kalp, mide, basur, bel ağrısı, sırt ağrısı, nefes darlığı, kolesterol, astım, halsizlik, uyku bozuklukları, damar tıkanıklığı vb. çok sayıda rahatsızlığa iyi geldiği vurgulanarak tanıtımı ve satışına yönelik yayın yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, TV 19 isimli televizyon kanalında yukarıda belirtilen tarih ve saatlerde yayınlanan “Atom Karışımı” isimli ürüne ilişkin reklam ve tanıtımlarda, adı geçen ürünün tansiyon, kalp, mide, basur, bel ağrısı, sırt ağrısı, nefes darlığı, kolesterol, astım, halsizlik, uyku bozuklukları, damar tıkanıklığına iyi geldiği şeklindeki beyanlarla tanıtıldığı, bu beyanların birer sağlık beyanı olduğu, insan fizyolojisine ve/veya metabolizmasına etki eden “tıbbi bir ürün” olduğu izlenimi oluşturan söz konusu sağlık beyanlarının bilimsel olarak ispata muhtaç olduğu ve mevzuatta izin verilen sağlık beyanlarının dışına çıktığı, yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre bu tür sağlık beyanlarının kullanılmasının kesinlikle yasak olduğu, bir ürüne ilişkin olarak herhangi bir sağlık beyanında bulunabilmesi için ilgili idari otoriteden (Sağlık Bakanlığı Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Kurumu) izin alınması gerektiği, mevzuata aykırı, tüketicileri aldatıcı, tüketici güveni ile tüketicilerin tecrübe ve bilgi noksanlıklarını istismar edici nitelikte olduğu ve bu şekilde tüketicilerin yanıltıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/1-b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 9/1, 9/2, 9/5, 16/1, 26/1 ve 27/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, mecra kuruluşu **Anadolu Tanıtım ve Medya Hizmetleri Anonim Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **22.861,00-TL (Yirmiikibinsekizyüzaltmışbir Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**112)**

**Dosya No: 2021/2282**

**Şikayet Edilen: Ful Yayıncılık Medya Hizmetleri Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** FUL TV adlı televizyon kanalında yayınlanan Atom Karışımı adlı ürüne yönelik tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 15.03.2021, 17.03.2021, 18.03.2021, 20.03.2021, 22.03.2021

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** TV 19 isimli televizyon kanalında belirtilen tarihlerde “Atom Karışımı” adlı ürüne yönelik reklamlarda “*(...) Yediden yetmişe nefesi kesilen, mide ile ilgili sorunu olan, damarlarla ilgili sorunu olan, tansiyonla ilgili sorunu olan, ağrılarla ilgili sorunu olan…Demek ki ayağı kesilen bir adam düzeldiğine göre gör ki ne faydaları var daha biz bilmiyoruz Allah bilir. Daha çok faydaları var demek ki.... Midedir ağrıdır şudur budur işte adam ne dedi? Benim dizlerimde dedi damar tıkanıklığı vardı damar tıkanıklığı açıldı dedi. Elimde bastondu dedi doktorlar da ayaklarımı kesmeye çalıştı dedi…Biz nereler faydalı diye soracak olursak veyahut arka arkaya işaretleyecek olursak. Mesela nedir tansiyon, kalp, mide, basur ... bel ağrısı, sırt ağrısı yani niye yaşadık. İnsanlığa faydalı olan ürünün insan çıkardığı zaman insan cennetliktir arkadaşlar ben öyle bilirim...Arkadaşlar her şeye faydalı olduğunu izah etmiştik. Gelen arkadaşlarda size söylemişti. Mesela benim hatırladığım mide, basur Urfa'dan, bel ağrısı, yürüyememe, kolesterol, kalple ilgili, nefes darlığı işte sayamayacağınız kadar vücutla ilgili bütün problemleri çözecek bitkisel karışım....Demek ki arkadaşlar bu ilaç bir ailenin içinde olması gereken ilaç. Şimdi demek ki bizim de bu ilaca artık evlerde bulundurması gereken bir hadise, neresi ağrıyorsa kullanacak., "Urfa Yöresel Atom Karışımı", "Basur Ağrısına Urfa Yöresel Atom Karışımı!", "Kolesterol Hastalarına Urfa Yöresel Atom Karışımı!", "Bel - Boyun - Diz Ağrılarına Urfa Yöresel Atom Karışımı!", "Mide ve Sindirim Problemi Olanlar Ekran Başına!", "Kalp ve Damar Tıkanıklığı Olanlar Ekran Başına!", "Yüksek Tansiyon Şikayeti Olanlar Ekran Başına!", "Astım - Bronşit - Nefes Darlığı Şikayeti Olanlar Ekran Başına!", "Kışın Hastalıktan Şikayetçi Misiniz? Atom Karışımı Kullanmaya Başlayın!", "Bağışıklık Sisteminizi Güçlendirin Enerjinizi Yükseltin!", "Atom Karışımı Kullanım Alanları: Astım, Baş Ağrısı, Halsizlik, Nezle, Öksürük, Bronşit, Mide Ülseri, Kabızlık, Horlama", 6 Kavanoz 99 +Kargo", "0212 700 18 .."* vb.şeklinde sözlü ve yazılı ifadelerle, ürünün tansiyon, kalp, mide, basur, bel ağrısı, sırt ağrısı, nefes darlığı, kolesterol, astım, halsizlik, uyku bozuklukları, damar tıkanıklığı vb. çok sayıda rahatsızlığa iyi geldiği vurgulanarak tanıtımı ve satışına yönelik yayın yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, FUL TV isimli televizyon kanalında yukarıda belirtilen tarih ve saatlerde yayınlanan “Atom Karışımı” isimli ürüne ilişkin reklam ve tanıtımlarda, adı geçen ürünün tansiyon, kalp, mide, basur, bel ağrısı, sırt ağrısı, nefes darlığı, kolesterol, astım, halsizlik, uyku bozuklukları, damar tıkanıklığına iyi geldiği şeklindeki beyanlarla tanıtıldığı, bu beyanların birer sağlık beyanı olduğu, insan fizyolojisine ve/veya metabolizmasına etki eden “tıbbi bir ürün” olduğu izlenimi oluşturan söz konusu sağlık beyanlarının bilimsel olarak ispata muhtaç olduğu ve mevzuatta izin verilen sağlık beyanlarının dışına çıktığı, yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre bu tür sağlık beyanlarının kullanılmasının kesinlikle yasak olduğu, bir ürüne ilişkin olarak herhangi bir sağlık beyanında bulunabilmesi için ilgili idari otoriteden (Sağlık Bakanlığı Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Kurumu) izin alınması gerektiği, mevzuata aykırı, tüketicileri aldatıcı, tüketici güveni ile tüketicilerin tecrübe ve bilgi noksanlıklarını istismar edici nitelikte olduğu ve bu şekilde tüketicilerin yanıltıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, mecra kuruluşu **Ful Yayıncılık Medya Hizmetleri Anonim Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **22.861,00-TL (Yirmiikibinsekizyüzaltmışbir Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**113)**

**Dosya No: 2021/3688**

**Şikayet Edilen: Farmavita İlaç Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://farmavita.com/ adlı internet sitesinde “Passiflora Kapsül” adlı takviye edici gıdaya ilişkin reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 04.08.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.farmavita.com.tr/passiflora-kapsul.aspx URL adresinde “Passiflora Kapsül” markalı ürüne ilişkin “Kullanım şekli” kısmında *“Uyku problemlerinde yatmadan 1 saat önce 1-2 kapsül alınabilir.”* şeklinde beyanlara yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**114)**

**Dosya No: 2021/3797**

**Şikayet Edilen: ALG İlaç Sanayi Ticaret Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://algilac.com/ adlı internet sitesinde “Bunny Gripe Water” adlı takviye edici gıdaya ilişkin reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 13.07.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://algilac.com/bunny-gripe-water-3-urunu.html URL adresinin 13.07.2021 tarihli görünümünde Bunny Gripe Water adlı ürünün *“Bunny Gripe Water çocuklardaki gaz sancıları ile mide ve bağırsaklarla ilgili rahatsızlıkları rahatlatmak için reçetesiz satılan bir üründür. Bebeğiniz gaz sancısından muzdaripse, bu sancı dalgalar halinde gelir ve her beslenmeden sonra daha da kötüleşir. Bebeğinizin gaz sancısını engellemek için Bunny Gripe Water verebilirsiniz.”* şeklinde beyanlarla tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**115)**

**Dosya No: 2021/4008**

**Şikayet Edilen: Sevsen BİLAL**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.tabakoglupastirmasiparisver.business.site adresli internet sitesinde “Tabakoğlu” markalı pastırma ve sucuk ürünlerinin satışına ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** Mayıs 2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan incelemede, www.tabakoglupastirmasiparisver.business.site adresli internet sitesinde “Tabakoğlu” markalı pastırma ve sucuk ürünlerinin satışına ilişkin reklam yapıldığı, “Tabakoğlu” markası ile söz konusu markaya ait orijinal ürünlerin satışının yapıldığı mağaza görseline ve sipariş için *“Bugün gece yarısına kadar açık olacak 0 536 420 76 27 no’yu ara”* ifadelerine yer verildiği, yapılan araştırmada söz konusu sipariş hattının reklamın yayınlandığı tarihte reklam veren şahıs adına kayıtlı olduğutespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda,www.tabakoglupastirmasiparisver.business.site adresli internet sitesinde “Tabakoğlu” markalı pastırma ve sucuk ürünlerinin satışına ilişkin reklam yapıldığı, ancak söz konusu internet sitesinin Tabakoğlu markalı gıda ürünlerinin orjinallerinin satıldığı www.tabakoglupastırma.com adresli internet sitesini taklit ederek sipariş aldığı ve sipariş edilen ürünlerin gönderilmediği, bu nedenle söz konusu internet sitesinin tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/1-b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 9, 11, 12, 28 ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**116)**

**Dosya No: 2021/4009**

**Şikayet Edilen: Gökben Kozmetik Elektronik Tekstil Gıda Telekomünikasyon İthalat İhracat Sanayi ve Ticaret Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.facebook.com/hakikitorosatomu/ bağlantısındaki kullanıcı hesabının 09.07.2021 tarihli görünümünde yer alan “Hakiki Toros Atomu” isimli gıda ürününe ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 09.07.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan inceleme sonucunda, https://www.facebook.com/hakikitorosatomu/ bağlantısındaki kullanıcı hesabının 09.07.2021 tarihli görünümünde yer alan “Hakiki Toros Atomu” isimli gıda ürününe ilişkin tanıtımlarda *“Peki bu atom ne işe yarar içinde ne vardır?* *erkeklerde görülen kısırlığı tedavi eder.* *Macun içerisinde keçiboynuzu pekmezi olarak bulunur. Vücut direncini arttıran dut pekmezi, sağlıklı bir enerji deposudur. Partnerler arası gerekli olan enerjiyi sağlar. Vücudun dayanıklılığını arttırır. Erkeklerde ki testosteron hormonunun salınımını uyarır.* *Prostat kanserini tedavi edicidir. Üreme sistemi üzerinde doğrudan etkilidir.* *Vücudun direncini arttırır, dayanıklılık verir.* *Konsantrasyonu arttırır.* *Hakiki Toros Atomu tamamen bitkisel bir karışıma sahiptir. İçerisinde doğal bitkiler bulunuyor. (…)”* ifadeleri ile söz konusu kullanıcı hesabında 19.07.2020 tarihli gönderideki tanıtım videosunda yer alan *“(…) grip, öksürük, özellikle prostat hastaları için…şeker hastaları çok rahat kullanabilir, %100 doğaldır…bunun dışında atom ciddi derecede size enerji verecektir, hem geceleri hem gündüzleri rahatlıkla sizi yarı yolda bırakmayacaktır...”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, https://www.facebook.com/hakikitorosatomu/ bağlantısındaki kullanıcı hesabının 09.07.2021 tarihli görünümünde yer alan “Hakiki Toros Atomu” isimli gıda ürününe ilişkin tanıtımlarda yer verilen; *“Peki bu atom ne işe yarar içinde ne vardır?* *erkeklerde görülen kısırlığı tedavi eder.* *Macun içerisinde keçiboynuzu pekmezi olarak bulunur. Vücut direncini arttıran dut pekmezi, sağlıklı bir enerji deposudur. Partnerler arası gerekli olan enerjiyi sağlar.Vücudun dayanıklılığını arttırır. Erkeklerde ki testosteron hormonunun salınımını uyarır.* *Prostat kanserini tedavi edicidir. Üreme sistemi üzerinde doğrudan etkilidir.* *Vücudun direncini arttırır, dayanıklılık verir.* *Konsantrasyonu arttırır.* *Hakiki Toros Atomu tamamen bitkisel bir karışıma sahiptir. İçerisinde doğal bitkiler bulunuyor. (…)”* ifadeleri ile söz konusu kullanıcı hesabında 19.07.2020 tarihli gönderideki tanıtım videosunda yer alan *“(…) grip, öksürük, özellikle prostat hastaları için…şeker hastaları çok rahat kullanabilir, %100 doğaldır…bunun dışında atom ciddi derecede size enerji verecektir, hem geceleri hem gündüzleri rahatlıkla sizi yarı yolda bırakmayacaktır...”* ifadelerinin tanıtımı yapılan ürünü sağlıkla ilişkilendiren sağlık beyanları olduğu, böylelikle söz konusu ürünün sanki bir ilaç veya beşeri tıbbi ürün gibi tanıtıldığı, yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre takviye edici gıdalar için bu tür sağlık beyanlarının kullanılmasının kesinlikle yasak olduğu, bir ürüne ilişkin olarak herhangi bir sağlık beyanında bulunabilmesi için ilgili idari otoriteden (Sağlık Bakanlığı Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Kurumu) izin alınması gerektiği, kullanılan bu beyanlar için ilgili otoriteden izin alınmadığından söz konusu beyanların doğruluğunun bilimsel olarak ispat edilmiş sayılamayacağı, dolayısıyla doğruluğu bilimsel olarak ispat edilmemiş bu beyanlarla tüketicilerin aldatılıp yanıltıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Gökben Kozmetik Elektronik Tekstil Gıda Telekomünikasyon İthalat İhracat Sanayi ve Ticaret Limited Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **114.326-TL (Yüzondörtbinüçyüzyirmialtı Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**117)**

**Dosya No: 2021/4010**

**Şikayet Edilen: Lions Reklam Güvenlik Malzemeleri Temizlik Kozmetik İnşaat Malzemeleri Organizasyon Sanayi Ticaret Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** HM (Haberin Merkezi) logolu televizyon kanalında "Midenin Zırhı" adlı gıda ürününe yönelik olarak yayınlanan tele-alışveriş reklamları

**Reklam Yayın Tarihi:** 23.02.2021

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** Yapılan inceleme sonucunda, HM (Haberin Merkezi) logolu televizyon kanalında "Midenin Zırhı" adlı ürüne yönelik olarak 23.02.2021 tarihinde saat 19:57’de yayınlanan tele-alışveriş reklamlarında; *"(…) İnsanların en çok sıkıntı çektiği ve muzdarip olmuş olduğu mide. Burada çok harika tarifler vereceğiz mide ile ilgili çok güzel bir kür yapacağız...Gastriti olanlar, reflüsü olanlar, midesinde şişkinlik olanlar, midesindeki ödemi atamayanlar, bağırsaklarında kurt, parazit olanlar, bağırsak sistemi düzgün çalışmayanlar ekran başına. Hocam şimdi şöyle bir gerçek var biz biliyoruz ki siz Türkiye'de birçok hastayı özellikle de mide konusunda tedavi ettiniz... İddia ediyorum midenin ilacı budur...Bu karışım zırh midenizde ne probleminiz varsa ne şikayetleriniz varsa hepsi Allah'ın izniyle gidecek...Midede ülser, gastrit, bağırsak sendromu, ödem ne varsa bu Allah'ın izinyle atacak....Parazitleri, kurtları, ödemleri, şişkinlikleri hepsini atacak.- Bir tane bile mide problemi kalmayacak, bildiğin yaptığınız olay mideni kalkanı ve zırh... Yüzde 90 bunlardan kurtulmuş olacak.”, “Herbalist Ahmet Gültekin ile İbn-i Sina", "Bilgi ve Danışma Hattı 0212 700 13 ..", "Reflü - Ülser - Ödem - Mide Şişkinliği - Gastrit - Bağırsak Parazitleri", "Midenin Zırhı 99 TL Ücretsiz Kargo", "Midesinde Problemi Olanlar Ekran Başına!", "Ünlü Herbalist Ahmet Gültekin'den Bitkilerle Doğal Kür!", "Midesinde Gastrit (Mide Zarı İltihapları) Mide Ülseri, Mide Ekşimesi (Yanma) Olanlara Dikkat!", "Sindirim Bozukluğu Olanlar, Şişkinliğim Var, Ödem Atamıyorum Diyenler Ayrılmayın", "Hangi Şifalı Bitkiler Mide Rahatsızlıklarına İyi Gelir?"...* vb. şeklinde sözlü ve yazılı ifadelerle, ürünün gastrit, reflü, ülser mide şişkinliği, mide ödemi vb. mide sorunlarına, bağırsak kurtlarına ve bağırsak parazitlerine iyi geldiği vurgulanarak, tanıtım ve satışına yönelik yayın yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda,HM (Haberin Merkezi) logolu televizyon kanalında "Midenin Zırhı" adlı ürüne yönelik olarak 23.02.2021 tarihinde saat 19:57’de yayınlanan tele-alışveriş reklamlarında yer alan "Midenin Zırhı" adlı ürünün "gastrit, reflü, ülser mide şişkinliği, mide ödemi vb. mide sorunları, bağırsak kurtları ve bağırsak parazitleri" gibi birçok rahatsızlığa iyi geldiğini iddia eden beyanların birer sağlık beyanı olduğu, endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç bu tür beyanlarla takviye edici gıda niteliğinde olan ürünün birçok hastalığı veya sağlık sorununu iyileştirdiği, tedavi ettiği veya önlediği şeklinde bir izlenim oluşturularak söz konusu ürünün sanki bir ilaç veya beşeri tıbbi ürün gibi tanıtıldığı, yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre takviye edici gıdalar için bu tür sağlık beyanlarının kullanılmasının kesinlikle yasak olduğu, bir ürüne ilişkin olarak herhangi bir sağlık beyanında bulunulabilmesi için ilgili idari otoriteden (Sağlık Bakanlığı Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Kurumu) izin alınması gerektiği, kullanılan bu beyanlar için ilgili otoriteden izin alınmadığından söz konusu beyanların doğruluğunun bilimsel olarak ispat edilmiş sayılamayacağı, dolayısıyla doğruluğu bilimsel olarak ispat edilmemiş bu beyanlarla tüketicilerin aldatılıp yanıltıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

- İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanunu’nun 13 üncü maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Lions Reklam Güvenlik Malzemeleri Temizlik Kozmetik İnşaat Malzemeleri Organizasyon Sanayi Ticaret Limited Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **22.861-TL (Yirmiikibinsekizyüzaltmışbir Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**118)**

**Dosya No: 2021/4011**

**Şikayet Edilen: Kaful Radyo ve Televizyon İletişim Reklam Yay. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** HM (Haberin Merkezi) logolu televizyon kanalında "Midenin Zırhı" adlı gıda ürününe yönelik olarak yayınlanan tele-alışveriş reklamları

**Reklam Yayın Tarihi:** 23.02.2021

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** Yapılan inceleme sonucunda, HM (Haberin Merkezi) logolu televizyon kanalında "Midenin Zırhı" adlı ürüne yönelik olarak 23.02.2021 tarihinde saat 19:57’de yayınlanan tele-alışveriş reklamlarında; *"(…) İnsanların en çok sıkıntı çektiği ve muzdarip olmuş olduğu mide. Burada çok harika tarifler vereceğiz mide ile ilgili çok güzel bir kür yapacağız...Gastriti olanlar, reflüsü olanlar, midesinde şişkinlik olanlar, midesindeki ödemi atamayanlar, bağırsaklarında kurt, parazit olanlar, bağırsak sistemi düzgün çalışmayanlar ekran başına. Hocam şimdi şöyle bir gerçek var biz biliyoruz ki siz Türkiye'de birçok hastayı özellikle de mide konusunda tedavi ettiniz... İddia ediyorum midenin ilacı budur...Bu karışım zırh midenizde ne probleminiz varsa ne şikayetleriniz varsa hepsi Allah'ın izniyle gidecek...Midede ülser, gastrit, bağırsak sendromu, ödem ne varsa bu Allah'ın izinyle atacak....Parazitleri, kurtları, ödemleri, şişkinlikleri hepsini atacak.- Bir tane bile mide problemi kalmayacak, bildiğin yaptığınız olay mideni kalkanı ve zırh... Yüzde 90 bunlardan kurtulmuş olacak.”, “Herbalist Ahmet Gültekin ile İbn-i Sina", "Bilgi ve Danışma Hattı 0212 700 13 ..", "Reflü - Ülser - Ödem - Mide Şişkinliği - Gastrit - Bağırsak Parazitleri", "Midenin Zırhı 99 TL Ücretsiz Kargo", "Midesinde Problemi Olanlar Ekran Başına!", "Ünlü Herbalist Ahmet Gültekin'den Bitkilerle Doğal Kür!", "Midesinde Gastrit (Mide Zarı İltihapları) Mide Ülseri, Mide Ekşimesi (Yanma) Olanlara Dikkat!", "Sindirim Bozukluğu Olanlar, Şişkinliğim Var, Ödem Atamıyorum Diyenler Ayrılmayın", "Hangi Şifalı Bitkiler Mide Rahatsızlıklarına İyi Gelir?"...* vb. şeklinde sözlü ve yazılı ifadelerle, ürünün gastrit, reflü, ülser mide şişkinliği, mide ödemi vb. mide sorunlarına, bağırsak kurtlarına ve bağırsak parazitlerine iyi geldiği vurgulanarak, tanıtım ve satışına yönelik yayın yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda,HM (Haberin Merkezi) logolu televizyon kanalında "Midenin Zırhı" adlı ürüne yönelik olarak 23.02.2021 tarihinde saat 19:57’de yayınlanan tele-alışveriş reklamlarında yer alan "Midenin Zırhı" adlı ürünün "gastrit, reflü, ülser mide şişkinliği, mide ödemi vb. mide sorunları, bağırsak kurtları ve bağırsak parazitleri" gibi birçok rahatsızlığa iyi geldiğini iddia eden beyanların birer sağlık beyanı olduğu, endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç bu tür beyanlarla takviye edici gıda niteliğinde olan ürünün birçok hastalığı veya sağlık sorununu iyileştirdiği, tedavi ettiği veya önlediği şeklinde bir izlenim oluşturularak söz konusu ürünün sanki bir ilaç veya beşeri tıbbi ürün gibi tanıtıldığı, yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre takviye edici gıdalar için bu tür sağlık beyanlarının kullanılmasının kesinlikle yasak olduğu, bir ürüne ilişkin olarak herhangi bir sağlık beyanında bulunulabilmesi için ilgili idari otoriteden (Sağlık Bakanlığı Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Kurumu) izin alınması gerektiği, kullanılan bu beyanlar için ilgili otoriteden izin alınmadığından söz konusu beyanların doğruluğunun bilimsel olarak ispat edilmiş sayılamayacağı, dolayısıyla doğruluğu bilimsel olarak ispat edilmemiş bu beyanlarla tüketicilerin aldatılıp yanıltıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

- İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanunu’nun 13 üncü maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**119)**

**Dosya No: 2021/4012**

**Şikayet Edilen: Ergene Yayıncılık Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** 11-12-18 ve 19 Mart 2021 tarihlerinde Güçlü TV ve 11-12 ve 20 Mart 2021 tarihlerinde Park TV logolu televizyon kanalında "Sırlı Bitkiler Macunu" adlı ürüne yönelik olarak yayınlanan tele-alışveriş reklamları

**Reklam Yayın Tarihi:** 11-12-18-19.03.2021, 11-12 -20.03.2021

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** Yapılan inceleme sonucunda, 11-12-18 ve 19 Mart 2021 tarihlerinde Güçlü TV ve 11-12 ve 20 Mart 2021 tarihlerinde Park TV logolu televizyon kanalında "Sırlı Bitkiler Macunu" adlı ürüne yönelik olarak yayınlanan tele-alışveriş reklamlarında; *“Kalp hastası şeker hastası, tansiyon hastası, efendim bununla birlikte vücuttaki ağrılar, prostat, efendim romatizma ne gelirse aklınıza bunların hepsinin şifasından bahsedeceğiz...Bugün yaşlılarımıza bir heyecan vereceğiz, bir enerji vereceğiz, bir efendim şöyle rahat bir nefes aldıracağız. Nefes darlığına son diyeceğiz. kalpte, damarda sorunlar var ise, damar tıkanıklığı var ise bunları kaldıracağız...,Nefes darlığınız mı var? geçsin gitsin. Ağrılarınız mı var? geçsin gitsin. Sevgili izleyenlerimiz hemoroid, prostat gibi sorunların da birebir şifasıdır diyor hocamız... Kalp hastaları, şeker hastaları, yüksek tansiyon hastaları, prostat hastaları, hemoroid hastaları, dizlerinde, sırtlarında, vücudunun herhangi bir yerinde ağrısı olanlar yine aynı şekilde kullanabilirler. Nefes darlığınız mı var? kullanın. Kansere karşı ciddi bir savaş açar. Kanser önler. Aynı zamanda kanser olanlar var ise kanserin ağrısını, sızısını geçirir. Rahat bir nefes aldırır.”, “Kalp, Damar Hastalıkları, Romatizma Ağrılarına Formül, Baş Dönmeleri, Baş Ağrıları, Kas Ağrıları Ve Ödemler, Yüksek Tansiyon Hastalığı, Diyabet Sorunları, Nefes Darlığı Olanlar, Akciğer Açıcı Kür, Böbrek Hastalıkları Olanlar Bu Sırrı Kullanacaklar."* vb. şeklinde sözlü ve yazılı ifadelerle, ürünün kalp, damar, yüksek tansiyon, şeker, nefes darlığı, prostat, böbrek, kanser, romatizma gibi rahatsızlıklara iyi geldiği vurgulanarak, tanıtım ve satışına yönelik yayın yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda,11-12-18 ve 19 Mart 2021 tarihlerinde Güçlü TV ve 11-12 ve 20 Mart 2021 tarihlerinde Park TV logolu televizyon kanalında "Sırlı Bitkiler Macunu" adlı ürünün "kalp, damar, yüksek tansiyon, şeker, nefes darlığı, prostat, böbrek, kanser, romatizma" gibi birçok rahatsızlığa iyi geldiğini iddia eden beyanların birer sağlık beyanı olduğu, endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç bu tür beyanlarla takviye edici gıda niteliğinde olan ürünün birçok hastalığı veya sağlık sorununu iyileştirdiği, tedavi ettiği veya önlediği şeklinde bir izlenim oluşturularak söz konusu ürünün sanki bir ilaç veya beşeri tıbbi ürün gibi tanıtıldığı, yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre takviye edici gıdalar için bu tür sağlık beyanlarının kullanılmasının kesinlikle yasak olduğu, bir ürüne ilişkin olarak herhangi bir sağlık beyanında bulunulabilmesi için ilgili idari otoriteden (Sağlık Bakanlığı Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Kurumu) izin alınması gerektiği, kullanılan bu beyanlar için ilgili otoriteden izin alınmadığından söz konusu beyanların doğruluğunun bilimsel olarak ispat edilmiş sayılamayacağı, dolayısıyla doğruluğu bilimsel olarak ispat edilmemiş bu beyanlarla tüketicilerin aldatılıp yanıltıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

- İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanunu’nun 13 üncü maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Ergene Yayıncılık Anonim Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **22.861-TL (Yirmiikibinsekizyüzaltmışbir Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**120)**

**Dosya No: 2021/4013**

**Şikayet Edilen: Türkü Yayıncılık Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** 11-12-18 ve 19 Mart 2021 tarihlerinde Güçlü TV logolu televizyon kanalında "Sırlı Bitkiler Macunu" adlı ürüne yönelik olarak yayınlanan tele-alışveriş reklamları

**Reklam Yayın Tarihi:** 11-12-18-19.03.2021

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** Yapılan inceleme sonucunda, 11-12-18 ve 19 Mart 2021 tarihlerinde Güçlü TV logolu televizyon kanalında "Sırlı Bitkiler Macunu" adlı ürüne yönelik olarak yayınlanan tele-alışveriş reklamlarında; *“Kalp hastası şeker hastası, tansiyon hastası, efendim bununla birlikte vücuttaki ağrılar, prostat, efendim romatizma ne gelirse aklınıza bunların hepsinin şifasından bahsedeceğiz...Bugün yaşlılarımıza bir heyecan vereceğiz, bir enerji vereceğiz, bir efendim şöyle rahat bir nefes aldıracağız. Nefes darlığına son diyeceğiz. kalpte, damarda sorunlar var ise, damar tıkanıklığı var ise bunları kaldıracağız...,Nefes darlığınız mı var? geçsin gitsin. Ağrılarınız mı var? geçsin gitsin. Sevgili izleyenlerimiz hemoroid, prostat gibi sorunların da birebir şifasıdır diyor hocamız... Kalp hastaları, şeker hastaları, yüksek tansiyon hastaları, prostat hastaları, hemoroid hastaları, dizlerinde, sırtlarında, vücudunun herhangi bir yerinde ağrısı olanlar yine aynı şekilde kullanabilirler. Nefes darlığınız mı var? kullanın. Kansere karşı ciddi bir savaş açar. Kanser önler. Aynı zamanda kanser olanlar var ise kanserin ağrısını, sızısını geçirir. Rahat bir nefes aldırır.”, “Kalp, Damar Hastalıkları, Romatizma Ağrılarına Formül, Baş Dönmeleri, Baş Ağrıları, Kas Ağrıları Ve Ödemler, Yüksek Tansiyon Hastalığı, Diyabet Sorunları, Nefes Darlığı Olanlar, Akciğer Açıcı Kür, Böbrek Hastalıkları Olanlar Bu Sırrı Kullanacaklar."* vb. şeklinde sözlü ve yazılı ifadelerle, ürünün kalp, damar, yüksek tansiyon, şeker, nefes darlığı, prostat, böbrek, kanser, romatizma gibi rahatsızlıklara iyi geldiği vurgulanarak, tanıtım ve satışa yönelik yayın yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda,11-12-18 ve 19 Mart 2021 tarihlerinde Güçlü TV logolu televizyon kanalında "Sırlı Bitkiler Macunu" adlı ürünün "kalp, damar, yüksek tansiyon, şeker, nefes darlığı, prostat, böbrek, kanser, romatizma" gibi birçok rahatsızlığa iyi geldiğini iddia eden beyanların birer sağlık beyanı olduğu, endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç bu tür beyanlarla takviye edici gıda niteliğinde olan ürünün birçok hastalığı veya sağlık sorununu iyileştirdiği, tedavi ettiği veya önlediği şeklinde bir izlenim oluşturularak söz konusu ürünün sanki bir ilaç veya beşeri tıbbi ürün gibi tanıtıldığı, yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre takviye edici gıdalar için bu tür sağlık beyanlarının kullanılmasının kesinlikle yasak olduğu, bir ürüne ilişkin olarak herhangi bir sağlık beyanında bulunulabilmesi için ilgili idari otoriteden (Sağlık Bakanlığı Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Kurumu) izin alınması gerektiği, kullanılan bu beyanlar için ilgili otoriteden izin alınmadığından söz konusu beyanların doğruluğunun bilimsel olarak ispat edilmiş sayılamayacağı, dolayısıyla doğruluğu bilimsel olarak ispat edilmemiş bu beyanlarla tüketicilerin aldatılıp yanıltıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

- İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanunu’nun 13 üncü maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**121)**

**Dosya No: 2021/4014**

**Şikayet Edilen: Zirvepark Radyo Televizyon Yayıncılık Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** 11-11-12 ve 20 Mart 2021 tarihlerinde Park TV logolu televizyon kanalında "Sırlı Bitkiler Macunu" adlı ürüne yönelik olarak yayınlanan tele-alışveriş reklamları

**Reklam Yayın Tarihi:** 11-12-20.03.2021

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** Yapılan inceleme sonucunda, 11-11-12 ve 20 Mart 2021 tarihlerinde Park TV logolu televizyon kanalında "Sırlı Bitkiler Macunu" adlı ürüne yönelik olarak yayınlanan tele-alışveriş reklamlarında; *“Kalp hastası şeker hastası, tansiyon hastası, efendim bununla birlikte vücuttaki ağrılar, prostat, efendim romatizma ne gelirse aklınıza bunların hepsinin şifasından bahsedeceğiz...Bugün yaşlılarımıza bir heyecan vereceğiz, bir enerji vereceğiz, bir efendim şöyle rahat bir nefes aldıracağız. Nefes darlığına son diyeceğiz. kalpte, damarda sorunlar var ise, damar tıkanıklığı var ise bunları kaldıracağız...,Nefes darlığınız mı var? geçsin gitsin. Ağrılarınız mı var? geçsin gitsin. Sevgili izleyenlerimiz hemoroid, prostat gibi sorunların da birebir şifasıdır diyor hocamız... Kalp hastaları, şeker hastaları, yüksek tansiyon hastaları, prostat hastaları, hemoroid hastaları, dizlerinde, sırtlarında, vücudunun herhangi bir yerinde ağrısı olanlar yine aynı şekilde kullanabilirler. Nefes darlığınız mı var? kullanın. Kansere karşı ciddi bir savaş açar. Kanser önler. Aynı zamanda kanser olanlar var ise kanserin ağrısını, sızısını geçirir. Rahat bir nefes aldırır.”, “Kalp, Damar Hastalıkları, Romatizma Ağrılarına Formül, Baş Dönmeleri, Baş Ağrıları, Kas Ağrıları Ve Ödemler, Yüksek Tansiyon Hastalığı, Diyabet Sorunları, Nefes Darlığı Olanlar, Akciğer Açıcı Kür, Böbrek Hastalıkları Olanlar Bu Sırrı Kullanacaklar."* vb. şeklinde sözlü ve yazılı ifadelerle, ürünün kalp, damar, yüksek tansiyon, şeker, nefes darlığı, prostat, böbrek, kanser, romatizma gibi rahatsızlıklara iyi geldiği vurgulanarak, tanıtım ve satışa yönelik yayın yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda,11-11-12 ve 20 Mart 2021 tarihlerinde Park TV logolu televizyon kanalında "Sırlı Bitkiler Macunu" adlı ürünün "kalp, damar, yüksek tansiyon, şeker, nefes darlığı, prostat, böbrek, kanser, romatizma" gibi birçok rahatsızlığa iyi geldiğini iddia eden beyanların birer sağlık beyanı olduğu, endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç bu tür beyanlarla takviye edici gıda niteliğinde olan ürünün birçok hastalığı veya sağlık sorununu iyileştirdiği, tedavi ettiği veya önlediği şeklinde bir izlenim oluşturularak söz konusu ürünün sanki bir ilaç veya beşeri tıbbi ürün gibi tanıtıldığı, yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre takviye edici gıdalar için bu tür sağlık beyanlarının kullanılmasının kesinlikle yasak olduğu, bir ürüne ilişkin olarak herhangi bir sağlık beyanında bulunulabilmesi için ilgili idari otoriteden (Sağlık Bakanlığı Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Kurumu) izin alınması gerektiği, kullanılan bu beyanlar için ilgili otoriteden izin alınmadığından söz konusu beyanların doğruluğunun bilimsel olarak ispat edilmiş sayılamayacağı, dolayısıyla doğruluğu bilimsel olarak ispat edilmemiş bu beyanlarla tüketicilerin aldatılıp yanıltıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

- İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanunu’nun 13 üncü maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**122)**

**Dosya No: 2021/3915**

**Şikayet Edilen: Chocolate Sarayı Cafe Restaurant Hizm. İth. İhr. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.instagram.com/p/B6QNCvQhPm3/?utm\_source=ig\_web\_copy\_link URL uzantılı instagram hesabında yayınlanan, kendini iyi hissetmeyen bir kişiye serum şeklinde damar yolundan çikolata verilen reklam videosu

**Reklam Yayın Tarihi:** 09.08.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** “https://www.instagram.com/p/B6QNCvQhPm3/?utm\_source=ig\_web\_copy\_link” adresli instagram sayfasının 09.08.2021 tarihli görünümünde yer alan reklam videosunda, kendini iyi hissetmeyerek yere düşen bir kişinin hemen ambulansla "Chocolate Sarayı" isimli işletmeye nakledildiği, bu esnada tıbbi müdahaleleri andıran bir takım işlemlerin yapıldığı, nihayet fenalaşan kişiye damar yolundan serum şeklinde çikolata zerk edildiği ve bu işlemlerin ardından yere düşen kişinin kendine geldiği şeklinde bir kurguya yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, söz konusu reklam videosunda yer alangörüntülerin, başta çocuklar olmak üzere bir kesim tüketiciler üzerinde son derece tehlikeli ve olumsuz davranış örneği sergilediği, böylece kamu sağlığının tehdit edildiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Chocolate Sarayı Cafe Restaurant Hizm. İth. İhr. ve Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **114.326,00-TL (Yüzondörtbinüçyüzyirmialtı Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**123)**

**Dosya No: 2021/3916**

**Şikayet Edilen: Kellogg Med Gıda Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Kellog's Coco Pops”adlı ürüne ilişkin olarak muhtelif mecralarda yayınlanan reklamlarda ve ürün ambalajı üzerinde yer alan “koruyucu ve renklendirici içermez” ifadesine ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020-2021

**Yayınlandığı Mecra:** TV, İnternet, Ambalaj

**Tespitler:** “Kellog's Coco Pops”adlı ürüne ilişkin olarak muhtelif TV kanallarında ve Youtube kanalında yayınlanan reklamlarda ve ürün ambalajları üzerinde “Koruyucu içermez”, “Koruyucu ve renklendirici içermez” ibarelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; reklama konu olan ve Türk Gıda Kodeksinde "Kahvaltılık Tahıllar" grubunda düzenlenen söz konusu gıda ürünü için, içerisinde herhangi bir katkı maddesi ve koruyucu madde bulunmasını yasaklayan mevzuat hükmü bulunmadığı, bu nedenle söz konusu ürünlerin içerisinde, Türk Gıda Kodeksi-Gıda Katkı Maddeleri Yönetmeliği hükümleri çerçevesinde bazı katkı maddelerinin kullanılabileceği değerlendirilmiş olup, içeriğinde gerçekten koruyucu ve renklendirici içermeyen bu tür gıdaların reklam ve tanıtımında, bu bileşenlerin bulunmadığı yönündeki negatif beyanlara yer verilmesinin ilgili mevzuat hükümlerine **aykırı olmadığına** karar verilmiştir.

**124)**

**Dosya No: 2021/3918**

**Şikayet Edilen: Vatan Gıda San. Tic. A. Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam**: “Vatan Markalı” bakliyat ürünlerinin ambalajları üzerinde "Önce Vatan" ifadesine yer verilmesi

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

**Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj

**Tespitler:** “Vatan Markalı” bakliyat ürünlerin ambalajlarının ön yüzünde ve yan tarafında "Önce Vatan" ifadesine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda,“Vatan Markalı” ürünlerin ambalajları üzerinde "Önce Vatan" ifadesine yer verildiği, bir ticari slogan gibi kullanılan bu ifadeyle, ortalama tüketiciler üzerinde söz konusu ürünlerin tamamen yerli üretim olduğu algısının oluşturulduğu, oysa “Vatan Markalı” bazı hububat ürünlerinin yabancı menşeli olduğu, ayrıca söz konusu tanıtımla milli değerlerimizin ticari amaçlara alet edilerek istismar edildiği,

Tüm bu hususlar dikkate alındığında, söz konusu tanıtımınların aldatıcı-yanıltıcı ve dürüst rekabet ilkelerini ihlal edici nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**125)**

**Dosya No: 2021/3807**

**Şikayet Edilen: Milkway İlaç Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** *https://milkway.com.tr/urun/coliqas-bitkisel-yaglar-iceren-takviye-edici-gida* ve *https://milkway.com.tr/urun/remetus-takviye-edici-surup* URL uzantılı internet sitelerinde yer alan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 28.07.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** *https://milkway.com.tr/urun/coliqas-bitkisel-yaglar-iceren-takviye-edici-gida* URL uzantılı internet sitesinde yer alan, *“COLİGAS BİTKİSEL GAZ ŞURUBU NASIL KULLANILIR.**0-1 aylık bebeklerde içerisindeki ölçekle günde 4 defa 1,5 ml 1-6 sonrası bebeklerde içerisindeki ölçekle günde 6 defa 2,5 ml”* şeklinde ifadeler ile 2 yaş altındaki bebek ve küçük çocuklara yönelik takviye edici gıda reklamı yapıldığı, *https://milkway.com.tr/urun/remetus-takviye-edici-surup* URL uzantılı internet sitesinde ise *“Ürünün etken maddelerinden gözotu soğuk algınlığı,öküsürük ,boğaz ağrıları gibi rahatsızlıklarda kullanılan etken maddelerden biridir.Göz otu sinüzit rahatsızlığınada iyi gelir. Mayıs papatyası bağışıklığı kuvvetlendirir sık sık soğuk algınlığı ve grip geçirenler için önerilen bir bitkidir.alerjiye bağlı öksürme,boğaz ağrısı,öksürme gibi rahatsızlıklarda kullanılır.Bir slovak atasözü; “Mayıs papatyası tedavi gücü karşısında herkes boyun eğmeli” dedirtecek kadar güçlü bir bitkidir. Mayıs papatyası kullanım alanları:öksürük bronşit sinüzit,soğuk algınlığ,ateş ve solunum yolu iltihaplanmalarıdır. Yaseminotunun barındırdığı antioksidanlar grip ve soğuk algınlığı gibi vücuda saldıran enfeksiyonları engellemektedir.Yasemin otunun içindeki etken maddeler vücuda giren bakterilerin gelişmesini önlemektedir.sahip olduğu antiviral ve antibakteriyel özellikle yasemin otu grip ve soğuk algınlığını geriletmeye yardımcı olur. Yasemin otu sadece bakterilerle savaşmaz aynı zamanda vücut için yararlı bakterilen oluşumunuda destekler bu sindirim ve genel bağırsak sağlığı için oldukça önemlidir. Remetus öksürükle birlikte bronşit,kronik bronşit,solunum yolu hastalıklarına yardımcı ve rahatlatıcı olarak kullanılır.”* şeklinde beyanlara yer verilerek tanıtım yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; *https://milkway.com.tr/urun/coliqas-bitkisel-yaglar-iceren-takviye-edici-gida* URL uzantılı internet sitesinde yer alan *“COLİGAS BİTKİSEL GAZ ŞURUBU NASIL KULLANILIR.**0-1 aylık bebeklerde içerisindeki ölçekle günde 4 defa 1,5 ml 1-6 sonrası bebeklerde içerisindeki ölçekle günde 6 defa 2,5 ml”* ifadesinin Türk Gıda Kodeksi Takviye Edici Gıdalar Tebliği’nin (Tebliğ No: 2013/49) “Etiketleme”başlıklı 13 üncü maddesinin (ğ) bendinde yer alan *“2 yaşın altındaki bebek ve küçük çocuklar için takviye edici gıda üretilemez ve piyasaya arz edilemez.”* hükmüne açıkça aykırılık teşkil ettiği; diğer taraftan, *https://milkway.com.tr/urun/remetus-takviye-edici-surup* URL uzantılı internet sitesinde yer verilen*“Ürünün etken maddelerinden gözotu soğuk algınlığı,öküsürük ,boğaz ağrıları gibi rahatsızlıklarda kullanılan etken maddelerden biridir.Göz otu sinüzit rahatsızlığınada iyi gelir. Mayıs papatyası bağışıklığı kuvvetlendirir sık sık soğuk algınlığı ve grip geçirenler için önerilen bir bitkidir.alerjiye bağlı öksürme,boğaz ağrısı,öksürme gibi rahatsızlıklarda kullanılır.Bir slovak atasözü; “Mayıs papatyası tedavi gücü karşısında herkes boyun eğmeli” dedirtecek kadar güçlü bir bitkidir. Mayıs papatyası kullanım alanları:öksürük bronşit sinüzit,soğuk algınlığ,ateş ve solunum yolu iltihaplanmalarıdır. Yaseminotunun barındırdığı antioksidanlar grip ve soğuk algınlığı gibi vücuda saldıran enfeksiyonları engellemektedir.Yasemin otunun içindeki etken maddeler vücuda giren bakterilerin gelişmesini önlemektedir.sahip olduğu antiviral ve antibakteriyel özellikle yasemin otu grip ve soğuk algınlığını geriletmeye yardımcı olur. Yasemin otu sadece bakterilerle savaşmaz aynı zamanda vücut için yararlı bakterilen oluşumunuda destekler bu sindirim ve genel bağırsak sağlığı için oldukça önemlidir. Remetus öksürükle birlikte bronşit,kronik bronşit,solunum yolu hastalıklarına yardımcı ve rahatlatıcı olarak kullanılır.”* beyanları ile takviye edici gıda niteliğinde olan söz konusu ürünlerin ilaç veya beşeri tıbbi ürün gibi tanıtıldığı, yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre takviye edici gıdalar için bu tür sağlık beyanlarının kullanılmasının kesinlikle yasak olduğu, bir ürüne ilişkin olarak herhangi bir sağlık beyanında bulunabilmesi için ilgili idari otoriteden izin alınması gerektiği, kullanılan bu beyanlar için ilgili otoriteden izin alınmadığından söz konusu beyanların doğruluğunun bilimsel olarak ispat edilmiş sayılamayacağı, tüm bu hususlar dikkate alındığında anılan ifadelerin tüketicileri yanılttığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

- Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği’nin 5/1, 5/2-a, 5/2-b, 5/2-c, 5/2-ç, 8/1, 8/2, 8/3, 8/4, 8/5, 9/1 ve 9/2 maddeleri,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**126)**

**Dosya No: 2021/3832**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** *https://www.youtube.com/watch?v=3o93y9EnDQQ* URL uzantılı internet sitesinde yer alan “Balparmak” markası ile piyasaya arz edilen bal ürününe ilişkin reklam

**Reklam Yayın Tarihi:** 07.01.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** *https://www.youtube.com/watch?v=3o93y9EnDQQ* URL uzantılı internet sitesinde yer alan “Balparmak” markası ile piyasaya arz edilen bal ürününe ilişkin tanıtımda *“3-4 yıl önce oğlum rahatsızlandı, kış ayıydı. Hastaneye götürdüm gecenin bir vakti. Nöbetçi çocuk doktoru vardı, Muayene etti falan. Ondan sonra çıkarttı reçetesini. Bal yazdı sadece. Hiçbir ilaca falan gerek yok dedi. Sabah, akşam birer tatlı kaşığı bal yedirin, dedi. Bir tavsiyeniz var mı dedim. Balparmak kullanın dedi.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, *https://www.youtube.com/watch?v=3o93y9EnDQQ* URL uzantılı internet sitesinde yayınlanan reklamda yer alan *“3-4 yıl önce oğlum rahatsızlandı, kış ayıydı. Hastaneye götürdüm gecenin bir vakti. Nöbetçi çocuk doktoru vardı, Muayene etti falan. Ondan sonra çıkarttı reçetesini. Bal yazdı sadece. Hiçbir ilaca falan gerek yok dedi. Sabah, akşam birer tatlı kaşığı bal yedirin, dedi. Bir tavsiyeniz var mı dedim. Balparmak kullanın dedi.”* ifadelerinin mevzuatla açık bir şekilde yasaklanmış bulunan sağlık meslek mensuplarının tavsiyelerine atıf içerdiği ve aynı zamanda kullanılan sağlık beyanları ile takviye edici gıda niteliğinde olan söz konusu ürünlerin sanki ilaç veya beşeri tıbbi ürün gibi tanıtıldığı, yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre takviye edici gıdalar için bu tür sağlık beyanlarının kullanılmasının kesinlikle yasak olduğu, bir ürüne ilişkin olarak herhangi bir sağlık beyanında bulunabilmesi için ilgili idari otoriteden izin alınması gerektiği, kullanılan bu beyanlar için ilgili otoriteden izin alınmadığından söz konusu beyanların doğruluğunun bilimsel olarak ispat edilmiş sayılamayacağı, tüm bu hususlar dikkate alındığında anılan ifadelerin tüketicileri yanılttığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

- Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği’nin 5/1, 5/2-a, 5/2-b, 5/2-c, 5/2-ç, 8/1, 8/2, 8/3, 8/4, 8/5, 9/1, 9/2 ve 15/1-c maddeleri,

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/1-b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/8-a, 7/8-b, 16/1, 16/2, 16/3, 24/1-c ve 26/1 maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**127)**

**Dosya No: 2021/3833**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** *https://www.balparmak.com.tr/ari-poleni-nedir-nasil-tuketilir* URL uzantılı internet sitesinde “Balparmak Apitera” isimli takviye edici gıda ürünü reklamı

**Reklam Yayın Tarihi:** 03.08.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Şikayetçi İddiaları:**Yapılan başvuruda, *https://www.balparmak.com.tr/ari-poleni-nedir-nasil-tuketilir* URL uzantılı internet sitesinde mevzuata aykırı sağlık beyanı kullanılarak reklam yapıldığı iddia edilmektedir.

**Tespitler:** *https://www.balparmak.com.tr/ari-poleni-nedir-nasil-tuketilir* URL uzantılı internet sitesinde “Balparmak Apitera” isimli takviye edici gıda ürünün tanıtımında *“Vücuttaki toksinlerin atılmasını sağlayarak hücresel yenilenme ve onarım sürecine katkıda bulunan antioksidanlar”, “Bağışıklığın güçlenmesine yardımcı olan zengin vitamin çeşitleri”, “Hücrelerin oluşumunu ve güçlenmesini destekleyerek vücut direncini artıran proteinler”, “Sindirim, dolaşım ve sinir sistemlerinin işleyişini düzenleyen organik yağ asitleri”, “Kemikler başta olmak üzere vücut dokularının korunmasında rol oynayan mineraller”, “Hücrelerin işleyişini ve hücre birimleri arası iletişimi düzenleyen enzimler”* şeklinde beyanlara yer verilerek reklam yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, *https://www.balparmak.com.tr/ari-poleni-nedir-nasil-tuketilir* URL uzantılı internet sitesinde “Balparmak Apitera” isimli takviye edici gıda ürünün tanıtımında kullanılan *“Vücuttaki toksinlerin atılmasını sağlayarak hücresel yenilenme ve onarım sürecine katkıda bulunan antioksidanlar”, “Bağışıklığın güçlenmesine yardımcı olan zengin vitamin çeşitleri”, “Hücrelerin oluşumunu ve güçlenmesini destekleyerek vücut direncini artıran proteinler”, “Sindirim, dolaşım ve sinir sistemlerinin işleyişini düzenleyen organik yağ asitleri”, “Kemikler başta olmak üzere vücut dokularının korunmasında rol oynayan mineraller”, “Hücrelerin işleyişini ve hücre birimleri arası iletişimi düzenleyen enzimler”* beyanlarının birer sağlık beyanı olduğu, takviye edici gıda niteliğinde olan söz konusu ürünlerin ilaç veya beşeri tıbbi ürün gibi tanıtıldığı, yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre takviye edici gıdalar için bu tür sağlık beyanlarının kullanılmasının kesinlikle yasak olduğu, bir ürüne ilişkin olarak herhangi bir sağlık beyanında bulunabilmesi için ilgili idari otoriteden izin alınması gerektiği, kullanılan bu beyanlar için ilgili otoriteden izin alınmadığından söz konusu beyanların doğruluğunun bilimsel olarak ispat edilmiş sayılamayacağı, tüm bu hususlar dikkate alındığında anılan ifadelerin tüketicileri yanılttığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**128)**

**Dosya No: 2020/1755**

**Şikayet Edilen: Ayhan KOLAN (Kolan Tekirdağ Tedarik Online Satış)**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.trendyol.com/tellioglu/tellioglu-pizza-unu-1kg-p-35438892?boutiqueId=537413&merchantId=237056 adresli Trendyol e-ticaret platformundaki mağazada satışa sunulan Tellioğlu Pizza Unu isimli ürünün indirimli satış reklamları

**Reklam Yayın Tarihi:** 02.11.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Bahse konu e-ticaret platformundahttps://www.trendyol.com/tellioglu/tellioglu-pizza-unu-1kg-p-35438892?boutiqueId=537413&merchantId=237056 uzantılı URL adresinde satışa sunulan "Tellioğlu Pizza Unu 1 kg" isimli ürünün indirimli satış kampanyası dahilinde 20,00 TL fiyattan %51 indirim yapıldığı belirtilerek 9,75 TL fiyatla satışa sunulduğu; bununla beraber, anılan ürünün muhtelif e-ticaret platformlarında ve ürünün üreticisine ait çevrimiçi satış sitesinde perakende indirimsiz satış fiyatının halihazırda 10,95 TL olduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, şikayet konusu ürüne uygulanan indirim kapsamında ürünün bir önceki satış fiyatına ilişkin kanıtlayıcı bilgilerin Bakanlığa sunulamadığı, söz konusu uygulama ile *"Yapılan indirimin miktarı veya oranı hesaplanırken, indirimli fiyattan bir önceki fiyat esas alınır"* şeklindeki yükümlülük başta olmak üzere indirimli satış başlangıç ve bitiş tarihleri ile ürünlere ilişkin stok bilgilerinin verilmesi şeklindeki Reklam Mevzuatında indirimli satışlara ilişkin olarak belirlenen hükümlerin ihlal edildiği, bahsi geçen hususların tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelik teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Ayhan KOLAN (Kolan Tekirdağ Tedarik Online Satış)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**129)**

**Dosya No: 2020/4606**

**Şikayet Edilen: Medfors Farma Tıbbi Ürünler San. Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** http://www.medforsfarma.com/tr adresli internet sitesi ve www.instagram.com/medforsfarma adresli sosyal medya hesabındaki gıda takviyeleri reklamlarında yer alan mevzuata aykırı sağlık beyanları

**Reklam Yayın Tarihi:** 08.09.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** http://www.medforsfarma.com/tr adresli internet sitesinin 08.09.2021 tarihli görünümünde *"GetDirect ELDERBERRY+"* isimli ürünün; *"GetDirect Elderberry+, içerisinde güçlü bir antioksidan olan Kara mürver Ekstresi ve bağışıklık sistemini güçlendiren Afrika Sardunyası Kök Ekstresi ve Okaliptüs ile bitkilerin faydalarından yararlanarak bağışıklık sistemini grip ve soğuk algınlığı dönemlerinde güçlü bir şekilde desteklemeye yardımcı olur. Ayrıca içerisindeki Micro-pellet teknolojisine sahip C Vitamini uzun salınımlı formdadır. Yani vücuda yavaş salınan C Vitamini, tüm gün boyunca vücutta zamanla boşalan C Vitamini depolarını doldurur. Bu sayede gün boyunca C Vitaminin vermiş olduğu zindelikten faydalanabilirsiniz. GetDirect Elderberry+ soğuk algınlığı, grip başlangıcında ve döneminde vücudunuzun güçlü bir şekilde savunulmasına katkıda bulunur."* şeklinde, *"Korax"* adlı ürünün; *"Öksürük, vücudun mikroplara, tahriş edici yabancı maddelere ve mukusa karşı vermiş olduğu bir tepkidir. Başlı başına bir hastalık olarak ele alınmayan öksürük, farklı hastalıkların sonucu olarak ortaya çıkabilir. Sebebine göre etkisi ve etki süresi değişiklik göstermektedir. Öksürükler akut, akut-kronik ve kronik olarak 3’e ayrılır. 3 haftadan az olan öksürükler akut, 3 hafta ile 8 hafta süren öksürükler akut-kronik, 8 haftadan uzun süren öksürükler ise kronik öksürük olarak adlandırılmaktadır. Bu uzun süreli öksürükler hem çocukları hem de yetişkinleri oldukça rahatsız eden bir durumdur ve bu nedenle tedavi edilmesi gerekmektedir."* şeklinde, *"Aguline"* adlı ürünün; *"Bebeğin doğal gelişim süreci içerisinde görülen İnfantil Kolik (Gaz Sancısı) fizyolojik bir olaydır. Bebekte genellikle sürekli gerçekleşen ve uzun süren ağlama nöbetleri ile kendini göstermektedir. Bu ağlama nöbetleri çoğu zaman akşam saatlerinde ya da sabah erken saatlerde gerçekleşmektedir. Gaz sancısı, bebek 4 ile 6 aylık olana kadar devam eder ve belirtileri de; ayakları karnına çekme, karın şişliğinde artma, acılı bir yüz ifadesi şeklinde görülebilmektedir."* şeklinde ifadelerle reklam ve tanıtımının yapıldığı,

https://www.instagram.com/medforsfarma/ adresli sosyal medya hesabının 08.09.2021 tarihli görünümünde *"Aguline"* isimli ürünün; *"Bebeklerde Gaz Sancısına ve Kabızlığa Bitkisel Çözüm. Aguline, bebeklerde bağırsaklarda biriken gazın kolayca atılmasını sağlar. Mide ve bağırsak sistemindeki krampları hafifletir. Kabızlığın giderilmesine yardımcı olur. Bağışıklık sisteminin güçlenmesine destek olur. (...)Aguline mide ve bağırsakta oluşan krampları hafifletir."* şeklinde, *"Korax"* isimli ürünün; *"İhtiyaç duyduğunuzda Korax yanınızda. Havalar nasıl olursa olsun, sizin havanız Korax'la hep yerinde olsun."* şeklinde ifadeler ile beraber sürekli öksüren temsili hasta birey görüntülerine yer verildiği, *"GetDirect ELDERBERRY+"* isimli ürünün; *"İçerisinde bulunduğumuz COVID-19 tehlikesiyle baş etmenin en önemli yollarından biri de bağışıklık sistemimizi güçlendirmekten geçiyor. GetDirect Elderberry+, şeker içermeyen ve susuz kullanıma uygun özel formülü ile içerisinde yer alan kara mürver, Afrika Sardunyası, okaliptüs ve C Vitamini ile bağışıklık sisteminizi tüm gün destekler, virüslere karşı kendinizi korumanıza yardımcı olur. Bağışıklık sisteminizi GetDirect Elderberry+ ile güçlendirin!"* şeklinde ifadelerle reklam ve tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, bahse konu tanıtımlarda söz konusu ürünlerin, tıp literatüründe hastalık olarak tanımlanan sağlık problemlerine karşı olumlu etkilerinin olduğu veya bu hastalıkların anılan ürünlerle önlendiği izleniminin oluşturulduğu, böylece endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç iddialara yer verilerek söz konusu ürünlerin bir ilaç veya beşeri tıbbi ürün gibi tanıtıldığı, anılan reklam görsellerinde yer alan beyanların mevzuatta izin verilen sınırların dışına çıkan ve inceleme konusu ürünlerin bağışıklık sistemini güçlendirerek hastalıklara karşı koruduğu ve ürünlerin fizyolojik yapıda değişiklik meydana getirerek bazı sağlık sorunlarının tedavisinde katkı sağladığı yönünde bir mesaj taşıyan sağlık beyanı olduğu,

Bu kapsamda, yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre herhangi bir ürüne ilişkin olarak sağlık beyanında bulunabilmesi için ilgili idari otoriteden (Sağlık Bakanlığı Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Kurumu) izin alınması gerektiği, kullanılan bu beyanlar için ilgili otoriteden izin alınmadan söz konusu beyanların doğruluğunun ispat edilmiş sayılamayacağı;

Bir diğer husus olarak, bahsi geçen reklamlarda *"Aguline"* isimli gıda takviyesi ürününün bebeklerde gaz sancısı ve kabızlık giderici, bağışıklığı güçlendirici etkileri olduğu yönünde ifadeler kullanıldığı ve 1 aylık, 1-6 aylık ve 6-12 aylık bebeklere yönelik kullanım bilgilerine yer verildiği; hal böyle iken 16.08.2013 tarihli Resmi Gazete'de yayımlanan Türk Gıda Kodeksi Takviye Edici Gıdalar Tebliği'nin (Tebliğ No: 2013/49) 13üncü maddesinin (ğ) bendinde yer alan *"2 yaşın altındaki bebek ve küçük çocuklar için takviye edici gıda üretilemez ve piyasaya arz edilemez."* hükmü uyarınca söz konusu durumun mevzuata aykırılık teşkil ettiği,

Diğer taraftan, http://www.medforsfarma.com/tr adresli internet sitesinde ve https://www.instagram.com/medforsfarma/ adresli instagram sosyal medya mecrasında mevzuata aykırı ve yanıltıcı sağlık beyanlarıyla reklam ve tanıtımlar yapıldığı gerekçesiyle, Reklam Kurulu’nun 13.07.2021 tarihli ve 311 sayılı toplantısında şikayete muhatap şirkete anılan reklamları durdurma cezası verildiği; buna karşın söz konusu mecralarda aykırılık teşkil eden tanıtımlara mütemadiyen devam edildiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu reklamların;

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

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

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

- Türk Gıda Kodeksi Takviye Edici Gıdalar Tebliği’nin (Tebliğ No: 2013/49) 13/2 nci maddesi,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**130)**

**Dosya No: 2020/5981**

**Şikayet Edilen: MCZ Ambalaj San. Tic. A. Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://mczmedical.com/ adresli internet sitesinde yer alan *“Vacrol”* isimli ürünün tanıtımlarında kullanılan sağlık beyanları içeren ifadeler

**Reklam Yayın Tarihi:** 21.12.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://mczmedical.com/ isimli internet sitesinin ana sayfasında; *"Virüs kapınızda vacrol yanınızda"* şeklinde,

https://mczmedical.com/karvakrol-iceren-gida-takviyeleri URL uzantılı internet adresinde yer alan *"Ürünlerimiz"* kategorisinin 21.12.2020 tarihli görünümünde*; "Covid-19’a karşı bağışıklık sisteminizi güçlendirmek için Avrupa İlaç Ajansı (EMA) tarafından da onaylanan karvakrol içeren gıda takviyelerimizi inceleyip satın alabilirsiniz."* şeklinde,

https://mczmedical.com/cocuklar-icin-vacrol/ URL uzantılı internet adresinde yer alan *"Çocuklar için Vacrol"* kategorisinin 21.12.2020 tarihli görünümünde; *"Örneğin Avrupa İlaç Ajansı’nın (EMA) kekik yağının etken maddesi karvakrol üzerine yaptığı çalışma bu şifanın hazımsızlık ve gastrit gibi sindirim sistemi rahatsızlıklarında; akciğer kökenli öksürüklerde, bronşitte, alt ve üst solumun yolu enfeksiyonlarında, ağız ve diş rahatsızlıklarında antiseptik ve anti bakteriyel olarak kullanılabileceğini; sakinleştirici ve ateş düşürücü olarak da tercih edilen karvakrol, adet dönemi ve ilişkili krampları kontrol etmede ve egzama tedavisinde de öne çıktığını; spazm çözücü, balgam sökücü ve mantar enfeksiyonlarında anti bakteriyel özellik gösterdiğini ortaya koydu."* şeklinde,

https://mczmedical.com/sporcular-icin-vacrol/ URL uzantılı internet adresinde yer alan *"Sporcular için Vacrol"* kategorisinin 21.12.2020 tarihli görünümünde; *"Örneğin Avrupa İlaç Ajansı’nın (EMA) kekik yağının etken maddesi karvakrol üzerine yaptığı çalışma bu şifanın hazımsızlık ve gastrit gibi sindirim sistemi rahatsızlıklarında; akciğer kökenli öksürüklerde, bronşitte, alt ve üst solumun yolu enfeksiyonlarında, ağız ve diş rahatsızlıklarında antiseptik ve anti bakteriyel olarak kullanılabileceğini; sakinleştirici ve ateş düşürücü olarak da tercih edilen karvakrol, adet dönemi ve ilişkili krampları kontrol etmede ve egzama tedavisinde de öne çıktığını; spazm çözücü, balgam sökücü ve mantar enfeksiyonlarında anti bakteriyel özellik gösterdiğini ortaya koydu."*  şeklinde, bunlara ek olarak tüm ürünlerin açıklamalarında *"Alkol ve sentetik madde içermez. Tarım ve Orman Bakanlığı onaylı gıda takviyesidir."* şeklinde ifadelerle tanıtımlar yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, bahse konu tanıtımlarda söz konusu ürünlerin, tıp literatüründe hastalık olarak tanımlanan sağlık problemlerine karşı olumlu etkilerinin olduğu veya bu hastalıkların anılan ürünlerle önlendiği izleniminin oluşturulduğu, böylece endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç iddialara yer verilerek söz konusu ürünlerin bir ilaç veya beşeri tıbbi ürün gibi tanıtıldığı, anılan reklamlarda yer alan beyanların mevzuatta izin verilen sınırların dışına çıkan ve inceleme konusu ürünlerin bağışıklık sistemini güçlendirerek hastalıklara karşı koruduğu ve ürünlerin fizyolojik yapıda değişiklik meydana getirerek bazı sağlık sorunlarının tedavisine katkı sağladığı yönünde bir mesaj taşıyan sağlık beyanı olduğu,

Bu kapsamda, yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre herhangi bir ürüne ilişkin olarak sağlık beyanında bulunabilmesi için ilgili idari otoriteden (Sağlık Bakanlığı Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Kurumu) izin alınması gerektiği, kullanılan bu beyanlar için ilgili otoriteden izin alınmadan söz konusu beyanların doğruluğunun ispat edilmiş sayılamayacağı;

Diğer taraftan bahse konu takviye edici gıdanın reklam sloganında yer alan *‘Virüs kapınızda vacrol yanınızda’* ve *‘Covid-19’a karşı bağışıklık sisteminizi güçlendirmek için Avrupa İlaç Ajansı (EMA) tarafından da onaylanan karvakrol içeren gıda takviyelerimizi inceleyip satın alabilirsiniz.’* ifadelerinin, anılan ürünlerin toplumsal olarak içinde bulunulan Covid-19 pandemisi döneminde bireylerin sağlığına münhasır bir koruma sağladığı algısı yarattığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **MCZ Ambalaj San. Tic. A. Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **104.781-TL (Yüzdörtbinyediyüzseksenbir Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**131)**

**Dosya No: 2021/1809**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** Şikayete muhatap şirketin muhtelif tarihlerde www.instagram.com/sudacollagen adresli ve *“Suda Collagen”* isimli instagram sayfasında yayınlanan *“Suda”* markalı gıda takviyesi ürünleri reklamlarında yer alan mevzuata aykırı sağlık beyanları

**Reklam Yayın Tarihi:** 15.06.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.instagram.com/sudacollagen/ adresli ve *"Suda Collagen"* isimli sosyal medya hesabında yer alan reklam görsellerinin 15.06.2021 tarihli görünümünde; *“Suda Vitamin Livaxine”* isimli ürün ile ilgili olarak; *“Karaciğer Dostu. Modern yaşam, karaciğer sağlığını düşünmemizi gerekli hale getiriyor. Özellikle alkol ve sigara kullanımı, katkı maddesi içeren, hazır ve şekerli gıdaları tüketmek, hareket azlığı ve stresli bir iş ortamı karaciğer yorgunluğunun ve karaciğer yağlanmasının baş suçluları olarak gösteriliyor. Suda Vitamin Livaxine, deve dikeni ekstresi (milk thistle), enginar ekstresi, zerdeçal ekstresi, karahindiba ekstresi, zencefil ekstresi, lesitin ve B vitaminleri içeren zengin bir formüle sahiptir. Modern dünyanın kaçınılmaz yaşam alışkanlıklarınızda, vücudunuza destek olur.”* şeklinde, *“Suda Vitamin Immun-Gard”* isimli ürün ile ilgili olarak; *“Gardını Al! Bağışıklık için 7 Farklı İçerik (…) Suda Vitamin Immun-Gard ile gardınızı alın. Beta glukan, C vitamini, sambucus nigra (kara mürver), saf propolis, çinko ve probiyotik bakteriler içeren Immun-Gard bağışıklık sisteminizin yanında.”* şeklinde, *“Suda Collagen FX One”* isimli ürün ile ilgili olarak; *“Günümüzde pek çok kişi eklem ağrılarından yakınmaktadır. Bu ağrılar eklemlere ve tendonlara yük bindiren aktiviteler ya da yaşlanma sonucunda oluşan yıpranmadan kaynaklanabilir. Eklem ve bağ dokularınızın temel ihtiyacı olan maddeleri onlara geri kazandırarak yaşam kalitenizi artırabilirsiniz. Bu konuda size yardımcı olacak patentli içeriğe sahip bir ürün önereceğiz: Suda Collagen FX One. FX ONE’ın içerisinde Alman Menşeili Tendofort ve Fortigel markalı kolajenler bulunmaktadır. Toplam 10.000 mg kolajen peptit içerir. Fortigel’in eklem ve kıkırdak sağılığı üzerindeki olumlu etkisi araştırmalar ile kanıtlanmıştır. Tendofort ise tendonlardaki tahribatı gidermekte yardımcıdır. İkisi de patentli kolajenlerdir.”* şeklinde, *“Suda Collagen Multiform”* isimli ürün ile ilgili olarak; *“Suda Collagen Multiform, Tip I, II, III patentli formlarını içeren benzersiz formülü sayesinde hem cilt için hem de eklem ve bağ dokuları için yararlı olan patentli kolajen formlarını bir arada bulundurur. Multiform ile vücudunuzun ihtiyaç duyduğu kolajeni sağlayın ve her güne güzellikle başlayın!”* şeklinde, *“Suda-C”* isimli ürün ile ilgili olarak; *“Bağışıklığınıza Toz Efervesan Desteği (…) Bağışıklık desteği hiç bu kadar lezzetli olmamıştı!”* şeklinde ifadelerle tanıtımlar yapıldığı ve *"Suda Fem Biotic"* isimli ürün ile ilgili olarak; *"Suda Vitamin Fembiotic. Kadınların ihtiyaçlarını göz önünde tutularak bir araya getirilmiş 10 farklı probiyotik çeşidi içerir. Mide asidine karşı dayanıklı, bitkisel DRCaps teknolojisine sahiptir. Tek kapsülde 10 milyar probiyotik bakteriye sahiptir. Türkiye’de ilk defa 10 milyar probiyotik tek kapsülde. Üstelik mide asidine karşı dayanıklı patentli Drcaps kapsülleri ile en yüksek seviyede yararlanım."* şeklinde karşılaştırmalı reklamlara yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, bahse konu tanıtımlarda söz konusu ürünlerin, tıp literatüründe hastalık olarak tanımlanan sağlık problemlerine karşı olumlu etkilerinin olduğu veya bu hastalıkların anılan ürünlerle önlendiği izleniminin oluşturulduğu, böylece endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç iddialara yer verilerek söz konusu ürünlerin bir ilaç veya beşeri tıbbi ürün gibi tanıtıldığı, anılan reklamlarda yer alan beyanların mevzuatta izin verilen sınırların dışına çıkan ve inceleme konusu ürünlerin fizyolojik yapıda değişiklik meydana getirerek bazı sağlık sorunlarının tedavisine katkı sağladığı yönünde bir mesaj taşıyan sağlık beyanı olduğu,

Bu kapsamda, yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre herhangi bir ürüne ilişkin olarak sağlık beyanında bulunabilmesi için ilgili idari otoriteden (Sağlık Bakanlığı Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Kurumu) izin alınması gerektiği, kullanılan bu beyanlar için ilgili otoriteden izin alınmadan söz konusu beyanların doğruluğunun ispat edilmiş sayılamayacağı;

Diğer taraftan, bahse konu tanıtımlarda *"Her probiyotik aynı değildir"* ve *"Türkiye’de ilk defa 10 milyar probiyotik tek kapsülde."* şeklinde yer alan ifadelerin, Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin 8 inci maddesinin üçüncü fıkrasında yer verilen *"(...)Takviye edici gıdaların karşılaştırmalı reklamı ise hiçbir şekilde yapılamaz"* hükmüne aykırı olduğu,

Bahsi geçen hususlara ek olarak, reklam veren şirket tarafından https://www.instagram.com/sudacollagen/ adresli instagram sosyal medya mecrasında *"Suda"* markalı ürünlere yönelik mevzuata aykırı ve yanıltıcı sağlık beyanlarıyla reklam ve tanıtımlar yapıldığı gerekçesiyle, Reklam Kurulu’nun 14.01.2020 tarihli ve 292 sayılı toplantısı ile 08.06.2021 tarihli ve 310 sayılı toplantısında şikayete muhatap şirkete anılan reklamları durdurma cezaları verildiği; buna karşın söz konusu mecralarda aykırılık teşkil eden tanıtımlara mütemadiyen devam edildiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu reklamların;

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

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**132)**

**Dosya No: 2021/1849**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** Şirket tarafından üretilip piyasaya arz edilen *"Laxaquest"* isimli takviye edici gıda ürününe yönelik muhtelif mecralarda gerçekleştirilen tanıtımlarda yer alan sağlık beyanları

**Reklam Yayın Tarihi:** 21.05.2021

**Yayınlandığı Mecra:** Broşür, Stant

**Tespitler:** Reklam veren şirket tarafından muhtelif eczanelere yerleştirilen ve tüketicilere sunulan reklam stantları ile tanıtım broşürlerinde *"Laxaquest"* isimli ürüne yönelik*; "Kabızlık sorununuz mu var? Deneyin! İçiniz rahat etsin! (... )Bu aralar düzensiz mi beslendiniz, uzun bir seyahate mi çıktınız, az mı su tükettiniz, çok hareketsiz mi kaldınız? Böyle zorlu dönemlerde LaxaQuest’den destek alın. LaxaQuest ile içiniz rahat etsin. (...) Tuvalette saatler geçirmekten sıkılmadınız mı? LaxaQuest kullanın, derginizi tuvalette değil, salonunuzda okuyun."* şeklinde ifadelerle tanıtımlar yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, bahse konu tanıtımlarda endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç ifadeler kullanıldığı, halihazırda geçerli olan mevzuat hükümlerine göre, çeşitli vitaminler, mineraller ve probiyotikler gibi insanın bağışıklık sistemine etkisi-katkısı olabilecek ürünlerin tanıtımlarında kullanılabilecek sağlık beyanları, *“Bağışıklık sisteminin normal fonksiyonuna katkıda bulunur.”* veya *“Bağışıklık sistemini desteklemeye yardımcı olur.”* şeklinde sınırlandırılmış olmasına rağmen, anılan reklam görsellerinde yer alan ifadelerin mevzuatta izin verilen sınırların dışına çıkan ve takviye edici gıda statüsündeki söz konusu ürünün; kabızlığa ve kabızlıktan kurtulmaya faydalı olan, tıp literatüründe bir sağlık problemi olarak bilinen kabızlığı iyileştirici etki gösteren ve bir ilaç algısı oluşturan beyanlar içerdiği, bu minvalde bir ürüne ilişkin olarak herhangi bir sağlık beyanında bulunabilmesi için ilgili idari otoriteden (Sağlık Bakanlığı Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Kurumu) izin alınması gerektiği, kullanılan bu beyanlar için ilgili otoriteden izin alınmadan söz konusu beyanların doğruluğunun ispat edilmiş sayılamayacağı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu reklamların;

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

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Alchem Europe İlaç Kozmetik Gıda A. Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **11.429-TL (Onbirbindörtyüzyirmidokuz Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**133)**

**Dosya No: 2021/3952**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.hammhum.com/ adresli internet sitesinde muhtelif gıda ve diyet ürünlerinin tanıtımlarında yer alan mevzuata aykırı sağlık beyanları

**Reklam Yayın Tarihi:** 07.06.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.hammhum.com/ adresli internet sitesinin 07.06.2021 tarihli görünümünde; *"Ödem Giderici ve Yağ Yakıcı Cayenne Karışımlar"* başlıklı ürün kategorisinin altında, *"Mutluluğun ev yapımı olduğuna inanarak çıktığımız serüvenimizde, Hammhum ailesi olarak sizleri Cayenne Mix serimizle metabolizmanızı hızlandırmaya davet ediyoruz. (...) Portakal, Zencefil ve Nane ile Harmanlanmış Cayenne Karışım Tüm Yemekleriniz için Lezzet, Sizin için Ödem Giderici, Yağ Yakıcı Özellikleri ile Vazgeçemeyeceğiniz bir Baharat…"* şeklinde, *"İyi Hisset"* başlıklı ürün kategorisinin altında, *“Zencefil Shut (...) Bağışıklık Güçlendiren, Grip ve Soğuk Algınlığına Lezzetli Destek...”* şeklinde, *"Diet Chef"* başlıklı ürün kategorisinin altında, *"Protein Ağırlıklı 5 Gün Yağ Yakıcı Diyet. (…) Güzellik ve Yaşlanma Geciktirici Diyet. Tarzınızı Değiştirerek Daha Genç Görünmek Elimizde, Yaşlanmayı Hızlandıran Şeker ve Tahıllı Yiyecekler Yerine Daha Doğal ve İlkel Bir Diyet İle Yaşlanmayı Yavaşlatabiliriz. (… ) Bağışıklığımızı Güçlendirecek Paketimiz; Bağışıklığını Roketle bir diyet paketi değildir. Sağlıklı ve dengeli bir beslenme programıdır. Sebze, meyve, kuru baklagiller, hayvansal ürünler ve tahıl ürünlerinin yanında kolajen, anti-viral gıdalar, probiyotik takviyeleri olan beslenme programı ile bağışıklık sistemimizi güçlendirmeyi hedefliyoruz."* şeklinde ifadeleri içeren tanıtımlara yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, bahse konu tanıtımlarda endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç ifadeler kullanılarak mevzuatta izin verilen sağlık beyanlarının dışına çıkan tüketicileri yanıltıcı beyanlara yer verildiği, bu doğrultuda kilo alma miktarına veya oranına atıfta bulunan ifadelerle söz konusu ürünün metabolik yapıda değişiklik meydana getirerek insan sağlığına doğrudan veya dolaylı olarak fayda sağlayan bir “tıbbi ürün” gibi tanıtıldığı, bu kapsamda bir bütün olarak değerlendirildiğinde, tanıtımlarda yer alan ifadelerin "sağlık beyanı" niteliğinde olduğu ve yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre herhangi bir ürüne ilişkin olarak sağlık beyanında bulunabilmesi için ilgili idari otoriteden (Sağlık Bakanlığı Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Kurumu) izin alınması gerekirken, kullanılan bu beyanlar için ilgili otoriteden izin alınmadığından söz konusu beyanların doğruluğunun ispat edilmiş sayılamayacağı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu reklamların;

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

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

- Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği’nin 15/b maddesi,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**134)**

**Dosya No: 2020/5831**

**Şikayet Edilen:** A101 Yeni Mağazacılık A.Ş.

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmanın 18-24 Ocak tarihli mağaza afişinde Baştacı Dana Seçme Pastırma isimli ürüne ilişkin reklamları

**Reklam Yayın Tarihi:** 18-24.01.2020

**Yayınlandığı Mecra:** Afiş, İnternet

**Tespitler:** Tüketicinin göndermiş olduğu afiş fotoğrafında Baştacı Dana Seçme Pastırma 120 gr.’lık ürünün indirimli fiyatının 10,95 TL olduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, firma ve tüketiciden iddialarına ilişkin ek bilgi, belge istenmesi sonucunda, tüketiciden herhangi bir geri dönüş olmaması ve firmanın da söz konusu tarih aralığında ürünü 9,95 TL’ye sattığına ilişkin fiş örneklerini Kurumumuza göndermesi neticesinde, bahsi geçen reklamlarda herhangi bir aykırılık olmadığı değerlendirilmiş olup,

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

**135)**

**Dosya No: 2020/5983**

**Şikayet Edilen: Mısır Çarşısı Baharat İç ve Dış Ticaret San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://n11pro.com/saglik-destek-urunleri/bombax-kilo-aldirici-kudret-narli-bitkisel-karisim-P499699 adlı URL adresinde "Bombax Kilo Aldırıcı Kudret Narlı Bitkisel Karışım" markalı ürün reklamları

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:**https://n11pro.com/saglik-destek-urunleri/bombax-kilo-aldirici-kudret-narlibitkisel-karisim-P499699 adlı URL adresinde; *"Kilo aldırıcı"* vb*.* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, https://n11pro.com/saglik-destek-urunleri/bombax-kilo-aldirici-kudret-narli-bitkisel-karisim-P499699 adlı URL adresinde "Bombax Kilo Aldırıcı Kudret Narlı Bitkisel Karışım" markalı ürün reklamlarında *“Kilo Aldırıcı”* şeklinde endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç ifadeler kullanılarak mevzuatta izin verilen sağlık beyanlarının dışına çıkan tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği, böylelikle söz konusu ürünün insan fizyolojisine ve/veya metabolizmasına etki eden bir “tıbbi ürün” gibi tanıtıldığı, ayrıca şayet anılan ürünlerin söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “gıda ürünü” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilen ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuat gereği yasak olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**136)**

**Dosya No: 2021/1700**

**Şikayet Edilen:** **Coca-Cola Meşrubat Pazarlama Danışmanlık San. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Cappy Atom Ballı Karışık Meyve Nektarı isimli ürünün ambalajı

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj

**Tespitler:** Cappy Atom Ballı Karışık Meyve Nektarı isimli ürünün ambalajında ve isminde Bal ifadesi ve görseli kullanıldığı, içeriğinde % 0.1 oranında bal kullanıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, firma tarafından yapılan açıklamalar ve Bakanlık tarafından yapılan araştırmalar doğrultusunda inceleme konusu "Cappy Atom Ballı Karışık Meyve Nektarı" isimli ürünün içeriğinde binde bir oranında bal bulunmasına rağmen ürünün ambalajında kullanılan yoğun bal görüntüsü ve "Ballı, Karışık Meyve Nektarı" ifadesine yer verilerek ürün içeriğinde olduğundan daha fazla bal bulunduğu izleniminin oluşturularak tüketicilerin yanıltıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**137)**

**Dosya No: 2021/3994**

**Şikayet Edilen: Erten Bitkisel İlaç ve Kozmetik San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.instagram.com/fitovisionturkiye/ ve https://www.instagram.com/fitovision\_naturel/ adlı internet sitelerinde Fitovision Naturel markalı ürünlere ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 03.06.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.instagram.com/fitovisionturkiye/ ve https://www.instagram.com/fitovision\_naturel/ adlı internet sitelerinde "Fitovision Naturel" markalı ürünlerin tanıtımlarında; *"Uykusuzluk, Stres, sıkıntı, gerginlik problemlerinde yardımcı mutluluk çayı Fito Relax. Fito Block Açlık kan şekerini düzenlemeye yardımcı olur. İnsulin direnci olan diyabet hastalarında etkilidir. Bamya çiçeği/Hibiscus Kan şekerinin ve yüksek tansiyonun dengelenmesinde yardımcı olmasının yanı sıra Kabızlık (konstipasyon) problemine karşı etkilidir. Fito action bağırsak hareketlerini düzenler. Kış çayı, bağışıklık sisteminizi güçlendirin. Corona virüs için en etkili immün sistem aktivatörü. Lavanta çayı sinirlerin yatışmasını, sinir sistemini güçlendirir. Romatizma kaynaklı ağrıların giderilmesini sağlar. Uykusuzluğa karşı iyi gelir. Lavanta Çaiydırar sökücü ve romatizmaya, romatoid artrite iyi gelir. Fito-reg, Adet döneminin düzenlenmesinde ve regl sancısının tedavisine yardımcı olarak Jinekologların önermiş olduğu organik çözüm. Yemeklerden sonra rezene içilmesi sindirime yardımcı olur, mide ve bağırsak motilitesini arttırır, gaz ve spazmları giderir. FİTOVİSİON ZENCEFİL: Boğaz ve Bronşlardaki İltihabı çözmeye yardımcıdır. Bağışıklık sistemini güçlendirir. Solunum yollarını açmaya yardımcıdır. Mide rahatsızlıklarına iyi gelmektedir. Fito’l, metabolizmayı hızlandırarak yağ yakımını sağlar. Zayıflamaya yardımcı olur. Fito-Mig, Kronik baş ağrısı ve migren tedavisinde etkilidir."* vb.şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**138)**

**Dosya No: 2021/3995**

**Şikayet Edilen: Sonofarma İlaç Kimya Sanayi Ticaret Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.geoxyn.net/urun/geoxyn-max-defence-nasal-1600 adlı internet sitesinde "Geoxyn Nasal Sprey" isimli ürüne ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 03.06.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.geoxyn.net/urun/geoxyn-max-defence-nasal-1600 adlı internet sitesinde "Geoxyn Nasal Sprey" isimli ürüne ilişkin; *"Burun tıkanıklığı ve burun deliğinin yıkanması amacıyla kullanılan, burun nemlendirici izotonik solüsyonudur. ENDİKASYONLAR; Bakteri ve virüslerin buruna yerleşmesine engel olmak amacıyla, Sinüs ve burun problemlerinde, Burun tıkanıklığında, Burun mukusunu incelterek toz, polen ve allerjiye sebep olan yabancı maddelerin atılmasında, Burun ameliyatları öncesi ve sonrasında burun mukozasının iyileşmesine destek olmada, Mukus oluşumunun azaltılmasında kullanılır."* vb.şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda https://www.geoxyn.net/urun/geoxyn-max-defence-nasal-1600 adlı internet sitesinde "Geoxyn Nasal Sprey" isimli ürüne ilişkin; endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç ifadeler kullanılarak mevzuatta izin verilen sağlık beyanlarının dışına çıkan tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği, böylelikle söz konusu ürünün insan fizyolojisine ve/veya metabolizmasına etki eden bir “tıbbi ürün” gibi tanıtıldığı, ayrıca şayet anılan ürünlerin söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “gıda ürünü” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilen ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuat gereği yasak olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Sonofarma İlaç Kimya Sanayi Ticaret Limited Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**TEKNOLOJİ**

**139)**

**Dosya No: 2020/5987**

**Şikayet Edilen: Royal Mobil Bilgi Teknolojileri Elektrik Elektronik Sanayi ve Dış Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.hepsiburada.com adresli internet sitesinde satışa sunulan “Xiomi Redmi Note 9 (İthalatçı Garantili)” markalı cep telefonuna ilişkin yapılan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 30.09.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.hepsiburada.com adresli internet sitesinde “Xiomi Redmi Note 9 (İthalatçı Garantili)” markalı cep telefonuna ilişkin yapılan tanıtımlara istinaden bahsi geçen ürünün başvuru sahibi tüketici tarafından satın alındığı; ancak, kendisine gönderilen ürüne ait IMEI'nin www.turkiye.gov.tr adresli internet sitesinde yapılan IMEI Sorgulaması neticesinde teslimatı yapılan ürünün “Xiomi Redmi Note 9 Pro" olarak kayıtlı olduğu ve tek IMEI numarasına sahip olduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, www.hepsiburada.com adresli internet sitesinde *“Xiomi Redmi Note 9 (İthalatçı Garantili)”* markalı cep telefonuna ilişkin yapılan tanıtımlara istinaden bahsi geçen ürünün başvuru sahibi tüketici tarafından satın alındığı;

Ancak, kendisine gönderilen ürün ambalajı üzerinde yer alan IMEI'nin sorgulanması neticesinde, teslimatı yapılan ürünün *“Xiomi Redmi Note 9 Pro"* olarak kayıtlı olduğu ve satın alınan ürünün çift hatlı olması nedeniyle çift IMEI numarasına sahip olması gerekirken tek IMEI numarasına sahip olduğu;

Bu nedenle, söz konusu reklamlarda, ürünün modeli ve teknik özellikleri hakkında yanlış bilgi verilmesi suretiyle tüketicilerin bilgi ve tecrübe eksikliklerinin istismar edilerek yanıltıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Royal Mobil Bilgi Teknolojileri Elektrik Elektronik Sanayi ve Dış Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**140)**

**Dosya No: 2021/1504**

**Şikayet Edilen: Ahmet Ercan TUNÇYÜREK**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.n11.com adresli internet sitesinde "Amazingsale" satıcı adı ile satışı gerçekleştirilen “Samsung Galaxy S4 Batarya + Şarj Aleti İ9500” adlı ürüne ilişkin yapılan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 06.04.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.n11.com adresli internet sitesinde "Amazingsale" satıcı adı ile satışı gerçekleştirilen “Samsung Galaxy S4 Batarya + Şarj Aleti İ9500” adlı ürüne ilişkin yapılan tanıtımlarda yer alan ürün özelliklerinde, bahsi geçen ürünün "orijinal" ibaresi ile tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, www.n11.com adresli internet sitesinde "Amazingsale" satıcı adı ile satışı gerçekleştirilen “Samsung Galaxy S4 Batarya + Şarj Aleti İ9500” adlı ürüne ilişkin yapılan tanıtımlarda yer alan ürün özelliklerinde, bahsi geçen ürünün "orijinal" ibaresi ile tanıtımının yapıldığı; ancak, inceleme konusu reklamlara istinaden başvuru sahibi tüketici tarafından yapılan alışveriş neticesinde, kendisine gönderilen ürün ile tanıtımlarda yer alan ürün ve kutusuna ait görsellerin ve üzerinde yer alan ifadelerin aynı olmadığı;

“Samsung Galaxy S4 Batarya" adı altında gönderilen ürünün kutusu üzerinde üretim yerinin "Made in Japan" olarak belirtilmesine rağmen; kutu içerisinde yer alan batarya üzerinde "Cell Made in Korea, Assembled in Vietnam" şeklinde ifade edildiği; ayrıca, ürün kutusu üzerinde yer alan barkod numarasının orijinal bataryaya ait olmadığı;

“Samsung Galaxy S4 Şarj Aleti 19500" adı altında gönderilen ürün ve ürün kutusu üzerinde ise barkod numarası ve üretim yerinin yer almadığı;

Diğer taraftan, şikayet edilen firma tarafından söz konusu iddiaları ispatlar nitelikte bilgi ve belgelerin sunulmadığı; dolayısıyla, inceleme konusu reklamlarda “Samsung Galaxy S4 Batarya + Şarj Aleti İ9500” adlı ürünün orijinal ürün olduğu yönünde yapılan tanıtımlar nedeniyle tüketicilerin bilgi ve tecrübe eksikliklerinin istismar edilerek yanıltıldığı ve "Samsung" markasının itibarından haksız şekilde yararlanıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5, 9, 11 ve 12 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**DAYANIKLI TÜKETİM MALLARI**

**141)**

**Dosya No: 2021/3933**

**Şikayet Edilen: Arçelik Pazarlama A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından düzenlenen “Arçelik'ten Eczacılara Özel %25'e Varan İndirim Fırsatları” başlıklı indirimli satış kampanyasına ilişkin reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020-2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, Afiş

**Tespitler:** Yapılan inceleme sonucunda, Türk Eczacıları Birliği’ne ait https://www.tebeczacikart.com adresli internet sitesinde yer alan kampanya duyurusunda, *“Arçelik & Beko olarak Eczacılarımıza Gönülden Teşekkür Ederiz. Türk Eczacıları Birliğine özel %25’e varan indirimler sunuyoruz, toplum sağlığına katkılarınızdan dolayı bir kez daha teşekkür ediyoruz. \*Kampanya 11 Mayıs 2020 -31 Mart 2021 tanhlerı arasında geçerli olup indirim oranları Küçük Ev Aletlen & Süpürgelerde %25, Beyaz Eşyalar ve Klimalarda %15, Televizyonlarda %10 ve seçili ürünlerde %25'e varan indirimler şeklindedir. Arçelik-Beko Yetkili Satıcılarında ve arcelik.com.tr ve beko.com.tr internet sitelerinde geçerlidir. Arçelik Pazarlama A.Ş. kampanya koşullarında değişiklik yapma ve durdurma hakkını saklı tutar.”* ifadelerinin, kampanyayı düzenleyen reklam veren firmaya ait kampanya afişlerinde ise, *“ARÇELİK OLARAK TÜM ECZACILARIN 14 MAYIS BİLİMSEL ECZACILIK GÜNÜ’NÜ KUTLUYORUZ! Bu özel günü, size özel sunduğumuz %25’e varan indirimlerle taçlandırıyor; toplum sağlığına katkılarınızdan dolayı bir kez daha teşekkür ediyoruz. \*Kampanya 11 Mayıs 2020 - 31 Aralık 2020 tarihleri arasında geçerli olup indirim oranları Küçük Ev Aletleri & Süpürgelerde %25, Beyaz Eşyalar ve Klimalarda %15, Televizyonlarda %10 ve seçili ürünlerde %55’e varan indirimlerdir. Arçelik Yetkili Satıcılarında ve arcelik.com.tr internet sitesinde geçerlidir. Arçelik Pazarlama A.Ş. kampanya koşullarında değişiklik yapma ve durdurma hakkını saklı tutar. Kampanya kodlarının gönderimi Eczacılar Birliği tarafından sağlanmaktadır.”* ifadelerinin yer aldığı,

Tüketici başvurusu ekinde yer alan kampanya afişinde ise, “Arçelik’ten Eczacılara Özel %25’e Varan İndirim Fırsatları!” ibarelerinin yer aldığı hususları tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, tüketicileri hedef almayan ve 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’da tanımlanmış tüketici işleminin ticari veya mesleki amaçlarla hareket eden tarafını temsil eden eczacılara yönelik olarak düzenlenen kampanyaya ait ticari reklamların, Reklam Kurulunun görev alanına girmediği, dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların, Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin ilgili hükümleri ile 6502 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 ve 62 nci maddelerine **aykırı olmadığına** karar verilmiştir.

**142)**

**Dosya No: 2021/948**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** www.hepsiburada.com adresli internet sitesinde satışa sunulan "Tefal FV5695 Turbo Pro Anti-Calc 3000 W Buharlı Ütü" adlı ürüne ilişkin yapılan tanıtımlar ve tüketicilere yönelik gerçekleştirilen ticari uygulamalar

**Reklam Yayın Tarihi:** 24.02.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Başvuru sahibi tüketici tarafından gönderilen sipariş detayından, www.hepsiburada.com adresli internet sitesinde "Tefal FV5695 Turbo Pro Anti-Calc 3000 W Buharlı Ütü" adlı ürünün 24.02.2021 tarihinde 206,00-TL satış fiyatı ile tüketicilere sunulduğu; inceleme konusu reklamlara istinaden başvuru sahibi tüketici tarafından, bu fiyat üzerinden alışveriş yapıldığı, ancak; ürüne ilişkin fiyatın yanlış belirtildiği gerekçesiyle söz konusu siparişin iptal edildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, www.hepsiburada.com adresli internet sitesinde "Tefal FV5695 Turbo Pro Anti-Calc 3000 W Buharlı Ütü" adlı ürünün 24.2.2021 tarihinde 206,00-TL satış fiyatı ile tüketicilere sunulduğu; inceleme konusu reklamlara istinaden başvuru sahibi tüketici tarafından, bu fiyat üzerinden alışveriş yapıldığı, ancak; ürüne ilişkin fiyatın yanlış belirtildiği gerekçesiyle firma tarafından söz konusu siparişin iptal edildiği;

Bu nedenle, 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 206,00-TL satış fiyatı üzerinden edinmeye davet ederek haksız ticari uygulamada bulunduğu; ayrıca, inceleme konusu reklamlarda yer alan vaadin yerine getirilmeyerek tüketicilerin yanıltıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu reklamların ve tüketicilere yönelik gerçekleştirilen ticari uygulamaların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5, 9, 13, 14, 28 ve 32 nci maddeleri ile “Haksız Ticari Uygulama Olarak Kabul Edilen Örnek Uygulamalar” Ekinde yer alan A-Aldatıcı Ticari Uygulamalar” maddesinin beşinci fıkrası,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren ve ticari uygulamada bulunan **D-Market Elektronik Hizmetler ve Ticaret A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**143)**

**Dosya No: 2021/3932**

**Şikayet Edilen: Cem Bialetti Ev ve Mutfak Eşyaları San. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** "Cem Retro" adlı ürüne ilişkin "Granit" ibaresi ile yapılan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj

**Tespitler:** "Cem Retro" adlı ürüne ait ambalaj üzerinde yapılan tanıtımlarda yer alan ürün açıklamalarında, "*Taş gibi Granit Görünümlü*" ve "*Yeni nesil teknoloji ile güçlendirilmiş mineral partiküller içeren kaplama*" ibarelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, "Cem Retro" adlı ürüne ait ambalaj üzerinde yapılan tanıtımlarda yer alan ürün açıklamalarında, "*Taş gibi Granit Görünümlü*" ibaresine yer verildiği; ancak, inceleme konusu reklamlarda yer alan "*Görünümlü*" ibaresinin "Granit" ibaresine göre daha küçük puntolarla kullanılması nedeniyle tüketiciler nezdinde, bahsi geçen ürünün granit malzeme kullanılarak üretildiği izleniminin uyandırıldığı;

Bu nedenle, anılan reklamlarda, tüketicilerin satın alma kararını etkileyecek ürün özellikleri hakkında anlam karışıklığına yol açacak bilgilere yer verilerek tüketicilerin yanıltıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,reklam veren **Cem Bialetti Ev ve Mutfak Eşyaları San. ve Tic. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**TÜTÜN VE ALKOL**

**144)**

**Dosya No: 2021/2413**

**Şikayet Edilen: Hybrid Tasarım Danışmanlık ve Organizasyon San. Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *https://www.instagram.com/hybridcommunity/* URL uzantılı internet sitesinde yer alan “Hybrid Community” isimli Instagram hesabında 13-18 Haziran 2021 tarih aralığında “Yeni Rakı Uzun Demleme” markası ile piyasaya arz edilen alkollü içki ürünün tanıtımları

**Reklam Yayın Tarihi:** 13-18.06.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** *https://www.instagram.com/hybridcommunity/* URL uzantılı internet sitesinde yer alan “Hybrid Community” isimli Instagram hesabında hikaye olarak 13-18 Haziran 2021 tarih aralığında “Yeni Rakı Uzun Demleme” markası ile piyasaya arz edilen alkollü içki ürünün tanıtımı yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, *https://www.instagram.com/hybridcommunity/* URL uzantılı internet sitesinde yer alan “Hybrid Community” isimli Instagram hesabında hikaye mahiyetindeki paylaşımlar aracılığı ile 13-18 Haziran 2021 tarih aralığında “Yeni Rakı Uzun Demleme” markası ile piyasaya arz edilen alkollü içki ürünün tanıtımı yapıldığı; 4250 sayılı İspirto ve İspirtolu İçkiler İnhisarı Kanunu’nun 6/1 maddesinde yer alan *“Alkollü içkilerin her ne surette olursa olsun reklamı ve tüketicilere yönelik tanıtımı yapılamaz.”* hükmü gereğince alkollü içki reklamlarının kesinlikle yasak olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- 4250 sayılı İspirto ve İspirtolu İçkiler İnhisarı Kanunu’nun 6/1 ve 6/2 maddeleri,

- Tütün Mamulleri ve Alkollü İçkilerin Satışına ve Sunumuna İlişkin Usul ve Esaslar Hakkında Yönetmelik’in 20/1, 20/2, 20/4, 20/7 ve 20/9 maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**145)**

**Dosya No: 2021/4020**

**Şikayet Edilen: Gözde Umay DALKALI**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şahsa ait www.theluxuryboxturkey.com adresli internet sitesi ile "theluxuryboxturkey" isimli instagram hesabında yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020-2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: Instagram isimli sosyal mecra platformunda "theluxuryboxturkey" isimli hesap üzerinde, ayrıca www.theluxuryboxturkey.com adresli internet sitesinde satışı yapılan hediyelik kutuların/aranjmanların içerisinde/yanında/üstünde alkollü içeceklerin görüntüleri ile üreticilerinin marka ve logolarının yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, instagram isimli sosyal mecra platformunda "theluxuryboxturkey" isimli hesap üzerinden, ayrıca www.theluxuryboxturkey.com adresli internet sitesinden tanıtımları yapılan ve anılan şahıs tarafından kullanıldığı tespit edilen 0536 768 78 88 numarasına verilen siparişler ile satışı yapılan hediyelik kutuların/aranjmanların içerisinde/yanında/üstünde alkollü içeceklerin görüntüleri ile üreticilerinin marka ve logolarının yer aldığı, bu durumun *"Alkollü içkilerin her ne surette olursa olsun reklamı ve tüketicilere yönelik tanıtımı yapılamaz"* hükmü ile Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin "Reklama ilişkin özel düzenlemesi bulunan mal veya hizmetler" başlıklı 26 ncı maddesinde yer alan; *"(1) İlaçlar, beşeri tıbbi ürünler, tıbbi cihazlar, sağlık hizmetleri, gıdalar, takviye edici gıdalar, kozmetik ve temizlik ürünleri, tütün mamulleri ve alkollü içkiler gibi reklama ilişkin özel düzenlemesi bulunan mal veya hizmetlerin reklamları, ilgili mevzuatında yer alan reklam ve tanıtımla ilgili diğer hükümlere de uygun olmalıdır."* hükmüne açıkça aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

**TURİZM**

**146)**

**Dosya No: 2021/3934**

**Şikayet Edilen: Aydemir Otom. Paz. Gıda İnş. Taah. Nak. Teks. Pet. Tur. San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait “Hotel Grand Rimedya Burhaniye” adlı tesise yönelik reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 18.08.2021

**Yayınlandığı Mecra:** Tabela, İnternet

**Tespitler:** Yapılan inceleme sonucunda, firmaya ait “Hotel Grand Rimedya Burhaniye” adlı tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığından “Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi” bulunmamasına karşın tesis çatısında bulunan tabelada "4 Yıldız \*\*\*\*" görsellerine yer verilmek suretiyle “4 Yıldızlı Otel” olarak tanıtıldığı, ayrıca yıldız tanıtımı yapılan söz konusu tabelayı da gösteren tesis fotoğraflarının, www.otelz.com, www.etstur.com ve www.tatilsepeti.com adresli online rezervasyon siteleri ile firmaya ait www.grandrimedya.com adresli internet sitesi ve kurumsal sosyal medya sayfalarında halihazırda yayınlanmakta olduğu hususları tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, firmaya ait “Hotel Grand Rimedya Burhaniye” adlı tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığından “Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi” bulunmamasına karşın tesis çatısında bulunan tabelada "4 Yıldız \*\*\*\*" görsellerine yer verilmek suretiyle “4 Yıldızlı Otel” olarak tanıtılmasının tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı olarak değerlendirildiği, ayrıca yanıltıcı yıldız tanıtımı yapılan söz konusu tabelayı da gösteren tesis fotoğraflarının www.otelz.com, www.etstur.com ve www.tatilsepeti.com adresli online rezervasyon siteleri ile firmaya ait www.grandrimedya.com adresli internet sitesi ve kurumsal sosyal medya sayfalarında halihazırda yayınlanmakta olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Turizmi Teşvik Kanunu’nun 5/a maddesi,

- Turizm Tesislerinin Niteliklerine İlişkin Yönetmelik’in 16 ncı maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Aydemir Otom. Paz. Gıda İnş. Taah. Nak. Teks. Pet. Tur. San. ve Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**147)**

**Dosya No: 2021/3958**

**Şikayet Edilen: Türk Hava Yolları A.O.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Anadolu Jet yolcularının CIP Lounge isimli özel yolcu salonlarını kullanımına ilişkin olarak www.anadolujet.com adresli internet sitesinde yer verilen reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan inceleme sonucunda, https://www.anadolujet.com/tr/hizmetler/ucus-oncesi/ic-hatlar-ozel-yolcu-salonlari URL adresinde yer alan “İç Hatlar Özel Yolcu Salonları – CIP Lounge” başlıklı sayfada, *“CIP Lounge - Özel Yolcu Salonları - Özel yolcu salonlarımız, misafirlerimizin uçuşlarından önce hoşça vakit geçirip dinlenebilecekleri keyif dolu bir mekan olarak tasarlanmıştır. Özel yolcu salonlarımızda sunulan hizmetler: Zengin ve lezzetli ikram çeşitleri, Güncel yerli ve yabancı dergi/gazete seçenekleri, Kablosuz internet bağlantısı, Bilgisayar, Yazıcı, TV, Kilitli şarj otomatı, Mescit. Özel yolcu salonlarımızdan nasıl yararlanabilirsiniz ? AnadoluJet uçuşlarında özel yolcu salonlarımızı kullanmak isteyen yolcularımız; THY satış ofislerinden, AnadoluJet çağrı merkezi ya da acenteden bilet alım işlemleri esnasında veya salon girişinde CIP Lounge hizmet bedeli ücretini ödeyerek yararlanabilir.”* ifadelerinin yer aldığı,

Aynı sayfada bulunan "Özel Yolcu Salonlarımız ve Kullanım Ücretleri" başlığı altında yer verilen tabloda "Standart Ücret" ve "İndirimli Ücret" şeklinde iki farklı tipte fiyatlandırma uygulamasının yer aldığı ve "İndirimli Ücret\*" ibaresi yanına konumlandırılan "\*" işareti ile de indirimli giriş ücretinden hangi koşullar altında faydalanılabileceğine ilişkin tablonun altında yer alan dipnotlar bölümünde açıklamalar yapıldığı,

İndirimli ücretten faydalanma koşullarına ilişkin olarak dipnot bölümünde yer verilen açıklamalarda ise, *"\*İndirimli ücret: Corporate club üyesi yolcu ve bir misafiri ile Elite ve Elite Plus yolcular ve bir misafiri veya aile üyelerini kapsar. Yolcularımız Sabiha Gökçen dış hat özel yolcu salonumuzdan kendileri için 20 $ aile üyeleri için ise 10 $ ödeyerek faydalanabilirler. Antalya dış hat lounge kullanmak isteyen yolcularımız işlemlerini Antalya Havalimanı satış ofisinden gerçekleştirmeleri gerekmektedir.0-6 yaş ücretsizdir. Star Alliance Gold Kart sahibi yolcular, PLM\* (Paid Lounge Membership) Kart sahipleri de dahil olmak üzere, bir misafiri ile tüm salonlarımızdan ücretsiz yararlanabilirler. Misafir hakkı yalnızca bir misafir için geçerlidir. Misafirin, yolcu ile birlikte seyahat etme zorunluluğu olmayıp aynı gün Star Alliance üyesi bir hava yolu ile seyahat etmesi ve biniş kartını ibraz etmesi gerekir.* *Yolcu salonlarımızın çalışma saatleri ve hizmetlerimiz havalimanlarına veya uçuş saatlerine göre değişiklik gösterebilmektedir. AnadoluJet CIP Lounge hizmet bedelini ve kuralları değiştirme hakkını saklı tutar. Salon kullanım ücreti iade edilemez veya başka bir tarihe değiştirilemez. Yalnızca, sefer iptali durumunda sistem izin veriyorsa iade yapılabilir. \* Star Alliance Paid Lounge Membership (PLM) Kart: Star Alliance salonlarına giriş prosedürüne dahil olan ücretli bir program üyeliğini temsil eden ve üzerinde “Star Alliance Lounge” logosu olan kartlardır. Örnek olarak; Air Canada Maple Leaf Club-Worldwide Kart ve United Airlines United Club Kart. ! Adana, Kayseri, Trabzon, Hatay ve Gaziantep özel yolcu salonlarımız geçici bir süreyle kapalıdır."* şeklinde ifade ve tanıtımların yer aldığı,

Şikayet başvurusu ekinde yer alan tüketiciye ait dijital Miles and Smiles Elite Kartın sağ üst bölümünde “Star Alliance Gold” ibaresi ve logosunun bulunduğu,

Yine konuya ilişkin olarak yapılan incelemelerde, Türk Hava Yolları’na ait https://www.turkishairlines.com/tr-ir/miles-and-smiles/program-icerigi/ URL adresli internet sayfasında, "Miles&Smiles Kart Statüleri" başlığı altında Elite statüsüne sahip yolcuların kartlarının Star Alliance Gold Kart avantajlarından yararlanabilme hakkına sahip olduğunun belirtildiği hususları tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, https://www.anadolujet.com/tr/hizmetler/ucus-oncesi/ic-hatlar-ozel-yolcu-salonlari URL adresinde yer alan tanıtımlarda, Star Alliance Gold Kart sahibi yolcuların bir misafiri ile tüm özel yolcu salonlarından ücretsiz yararlanma hakkına sahip olduğu belirtilmekle birlikte, Star Alliance Gold Kart özelliğine de sahip Miles&Smiles Elit ve Elit Plus Kart sahiplerinin, Star Alliance üyesi olan Türk Hava Yolları A.O.’ya ait CIP Salonlarına girişte ücrete tabi olmasının ana-vaat istisna uyumsuzluğu oluşturduğu ve yanıltıcı olarak değerlendirildiği, firma tarafından yapılan açıklamalarda, Star Alliance'ın, havayollarını, kendi iç işleyişlerinde yolcularına uygulayacakları kurallar hususunda serbest bıraktığı ve bu yolcuların Star Alliance'a üye başka bir havayolunun salonlarından faydalanmak istediklerinde Star Alliance kurallarının bağlayıcı olduğu belirtilmekteyse de inceleme konusu tanıtımlarda bu yönde bir açıklamaya yer verilmediği, dolayısıyla söz konusu tanıtımların bu haliyle eksik bilgilendirme içerdiği ve tüketicileri yanıltıcı olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**DİĞER**

**148)**

**Dosya No: 2020/1257**

**Şikayet Edilen: Birleşik Ödeme Hizmetleri ve Elektronik Para A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ilişkin olarak radyo kanallarında ve broşürlerde yer alan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Yayınlandığı Mecra:** Radyo, Broşür

**Tespitler:** Radyo kanallarında ve broşürlerde yer alan reklamlarda, *“Gazmatik ile hızlı ve kolay hizmet. Başkent doğalgaz aboneleri* *işlemlerini sıra beklemeden hızlı ve kolay bir şekilde “Gazmatik”lerden yapmaya devam ediyorlar.* *Gazmatik ile 7 gün 24 saat ön ödemeli kart ve fatura ödemelerinizi ister nakit ister kredi kartıyla Ankara* *genelinde konumlandırılan “Gazmatikler”den ödeyebilirsiniz.”* şeklinde ifadelere yer verildiğitespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firmaya ilişkin olarak radyo kanallarında ve broşürlerde yer alan reklamlar ile ilgili sunulan bilgi ve belgeler kapsamında şikayet konusu hususta Reklam Mevzuatı hükümlerine aykırı bir unsura rastlanmadığından, anılan reklamların Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin ilgili hükümleri ile 6502 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 ve 62 nci maddelerine **aykırı olmadığına** karar verilmiştir.

**149)**

**Dosya No: 2020/1538**

**Şikayet Edilen: Kargın İnşaat Sanayi ve Ticaret A.Ş.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ilişkin olarak www.memurlar.net adresli internet sitesinde *"Sierra Yaşamkent Ankara Yaşamkent 379.000 TL'den Başlayan Fiyatlarla! Kredili Alımlarda Net %19 İndirim. 36 Ay 0 Faiz."* ifadelerine yer verildiği ve firma tarafından 23.09.2019 tarihi ve daha öncesine ait satış faturalarının sunulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firmaya ilişkin olarak www.memurlar.net adresli internet sitesinde *"Sierra Yaşamkent Ankara Yaşamkent 379.000 TL'den Başlayan Fiyatlarla! Kredili Alımlarda Net %19 İndirim. 36 Ay 0 Faiz."* ifadelerine yer verildiği buna istinaden 04.12.2019 tarihinde firmayı arayan tüketiciye reklamda belirtilen fiyata daire olmadığı, daire fiyatlarının 450.000 TL'den başladığı bilgisinin verildiği, firma tarafından reklamın yayınlandığı dönemde 379.000 TL fiyatı ile daire satışının yapıldığı hususunun ispatlanamadığı bu nedenlerle söz konusu tanıtımların gerçeği yansıtmadığı, dolayısıyla, söz konusu tanıtımların; tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**150)**

**Dosya No: 2020/2154**

**Şikayet Edilen: Bilkom Bilişim Hizmetleri Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ilişkin olarak www.instagram.com ve www.facebook.com adresli internet sitelerinde yer alan sponsorlu tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ilişkin olarak www.instagram.com ve www.facebook.com adresli internet sitelerinde yer alan sponsorlu reklamlarda *“Huawei Kablosuz Şarj Cihazı”* isimli ürünün 399 TL olan fiyatı üzerinden indirim uygulanarak 299 TL'ye indirildiği bilgisine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firmaya ilişkin olarak www.instagram.com ve www.facebook.com adresli internet sitelerinde yer alan sponsorlu reklamlarda *“Huawei Kablosuz Şarj Cihazı”* isimli ürünün 399 TL olan fiyatı üzerinden indirim uygulanarak 299 TL'ye indirildiği bilgisine yer verildiği ancak söz konusu ürünün 1 yıldan fazla süredir 299 TL olan fiyatının 399 TL'ye yükseltilerek indirim uygulanmasının tüketicileri yanıltıcı olduğu bu nedenle söz konusu tanıtımların gerçeği yansıtmadığı,

Bununla birlikte firma tarafından uygulanan indirim kampanyasında indirimli satışın başlangıç ve bitiş tarihleri ile indirimli olarak satışa sunulan mal veya hizmetin miktarı sınırlı ise bu miktarın açık ve anlaşılır bir biçimde belirtilmesi zorunlu olduğu halde bu bilgilere yer verilmediği,

Diğer taraftan www.instagram.com ve www.facebook.com adresli internet sitelerinde yer alan sponsorlu reklamlarda söz konusu ürünün 399 TL üzerinden indirim uygulanarak ürünün 299 TL’den tüketiciye satıldığı, ancak ilgili mevzuatta yer alan “*İndirimli satışa konu edilen mal veya hizmetin indirimden önceki fiyattan daha düşük fiyatla satışa sunulduğunun ispatı satıcı veya sağlayıcıya aittir.”* hükmü gereğianılan ürünün indirimden önceki fiyattan satışa sunulduğunun ispatlanması gerektiği ancak söz konusu hususun ispatlanamadığı, dolayısıyla, söz konusu tanıtımların; tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Fiyat Etiketi Yönetmeliği’nin 11 inci maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**151)**

**Dosya No: 2020/2413**

**Şikayet Edilen: Karmagrup Medikal ve Sağlık Ürünleri Mobilya San. Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ilişkin olarak "KARMAGRUPMEDİKAL" isimli satıcı tarafından www.n11.com adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ilişkin olarak "KARMAGRUPMEDİKAL" isimli satıcı tarafından www.n11.com adresli internet sitesinde *"N95 Temsan FFP1 Ventilli Solunum ve Virüs Maskesi (20li)"* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firmaya ilişkin olarak "KARMAGRUPMEDİKAL" isimli satıcı tarafından www.n11.com adresli internet sitesinde *"N95 Temsan FFP1 Ventilli Solunum ve Virüs Maskesi (20li)"* şeklinde ifadelere yer verildiği ancak N95 ifadesinin Amerikan Ulusal Standartlarına göre belirlenen ve havadaki partiküllerin en az %95'ini filtreleyen bir solunum koruyucu tipini ifade ederken, FFP1 ifadesinin TSE 149 En + A1 standartı ile belirlenen ve havadaki partiküllerin %80'ini filtreleyen bir koruyucu tipini ifade ettiği, bu durumda “N95 ve FFP1” ifadelerinin bir arada kullanılmasının tüketicileri yanıltıcı olduğu,

Bununla birlikte anılan internet sitesinde *"...Virüs Maskesi"* şeklinde ifadelere yer verilmesi suretiyle ürünün niteliği konusunda aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte bilgi verildiği, dolayısıyla söz konusu tanıtımların tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/6, 7/8-c, 7/8-ç, 28/1, 28/4, 29/1, 29/2-a ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**152)**

**Dosya No: 2020/3327**

**Şikayet Edilen: Atasay Kuyumculuk San. ve Tic. A.Ş.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ait www.atasay.com adresli internet sitesinde *"Ücretsiz aynı gün kargo. Seçili ürünlerde saat 16:00'ya kadar vereceğiniz siparişler herhangi bir ek ücret ödemeksizin kargoya verilecek ve gideceği yere göre 1 ile 3 iş günü içerisinde kapınızda olacaktır."* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firmaya ait www.atasay.com adresli internet sitesinde *"Ücretsiz aynı gün kargo. Seçili ürünlerde saat 16:00'ya kadar vereceğiniz siparişler herhangi bir ek ücret ödemeksizin kargoya verilecek ve gideceği yere göre 1 ile 3 iş günü içerisinde kapınızda olacaktır."* ifadelerine yer verildiği buna istinaden satın alacağı ürünün aynı gün kargoya verileceğini düşünerek internet sitesinden alışveriş yapan tüketicinin siparişinin aynı gün değil siparişinden 5 gün sonra kargoya verildiği bu nedenle söz konusu tanıtımların gerçeği yansıtmadığı, dolayısıyla, söz konusu tanıtımların; tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**153)**

**Dosya No: 2020/3472**

**Şikayet Edilen: Serkan BOZDOĞAN (Padova Saat Optik)**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait "Padova Saat Optik" isimli satıcı tarafından www.hepsiburada.com adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ait "*Padova Saat Optik*" isimli satıcı tarafından www.hepsiburada.com adresli internet sitesinde satılan Ray-Ban marka güneş gözlüğünü satın alan tüketici firmaya ürünün sahte olduğunu belirterek ücret iadesi talep etmesine rağmen firma tarafından tüketiciye geri dönüş sağlanmadığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firmaya ait "Padova Saat Optik" isimli satıcı tarafından www.hepsiburada.com adresli internet sitesinde Ray-Ban marka güneş gözlüğü tanıtımlarının yapıldığı, bu tanıtımlara güvenerek www.hepsiburada.com adresli internet sitesinden Ray-Ban marka güneş gözlüğünü satın alan tüketici firmaya ürünün sahte olduğunu belirterek ücret iadesi talep etmesine rağmen firma tarafından tüketiciye geri dönüş sağlanmadığı bu nedenle söz konusu tanıtımların tüketicileri yanıltıcı olduğu,

Diğer taraftan firma tarafından anılan internet sitesinde Ray-Ban markalı ürünlere yer verilmesi nedeniyle tüketicilerin söz konusu markaya duyduğu güven ve itibardan haksız bir şekilde yarar sağlandığı; ayrıca, tüketicilerin bilgi ve tecrübe eksikliklerinin istismar edilerek yanıltıldığı, dolayısıyla, söz konusu tanıtımların; tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/5-f, 11/1, 28/1, 28/2, 28/4, 29/1, 29/2-b ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Serkan BOZDOĞAN (Padova Saat Optik)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**154)**

**Dosya No: 2020/4230**

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

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, Katalog

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

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firmaya ilişkin olarak www.artstone.com adresli internet sitesinde "*Pazar lideri konumundaki firmamız, kalite üzerinde yoğunlaşıyor ve bu kriteri ön plana çıkarıyor. Bu doğrultuda aynı zamanda kendi sektöründe bir ilk olma özelliği taşıyan “A2 Yanmazlık Sınıfı”nda yer alan ürünlerimizi, Almanya merkezli “TÜV SÜD” tarafından belirlenen kalite normlarına ve standartlarına uygun olarak üretiyoruz. Artstone panellerinin tüm modellerinin"A2 YANMAZLIK SERTİFİKASI"na sahip olması günümüz şartlarında inşa ve renove edilen projeler için aranan özelliklerin başında gelmektedir. Yer aldığımız kompozit kaplama sektöründeA2yanmazlık belgesine sahip ürün sahibi olan firmaların çok kısıtlı olması nedeniyle Artstone ayrıca tercih sebebidir. Panellerimiz AB mevzuatlarına göre Euroclass ISO EN 13501-1(yapı malzemelerinin yangına karşı tepkisi ve yangına karşı dayanım performansı) yangın testinden başarıyla geçmiştir.\*Bazı modellerimizde opsiyonel “B Sınıfı” üretim yapılmaktadır." şeklinde, ürün etiketlerinizde "A2 Alev almaz"* şeklinde, kataloglarda *"Artstone paneller Euroclass TS EN 13501-1 (yapı malzemelerinin yangına karşı tepkisi ve yangına karşı dayanım performansı) yanmazlık kriterlerinden "A2" sınıfına girmektedir. tüm verilere istinaden -40 ile +120 derece aralığında değişiklik göstermektedir."* şeklinde ve https://www.youtube.com/watch?v=rLF3-oQ6z\_A adresli internet sitesinde *"…Artstone panelleri A2 yanmazlık sınıfında yer alır. Artstone panelleri üretim teknolojisi sayesinde Euroclass ISO EN 13501-1(yapı malzemelerinin yangına karşı tepkisi ve yangına karşı dayanım performansı) yangın testinden başarıyla geçmiştir."* şeklinde ifadelere yer verilerek ürünlerin A2 yanmazlık belgesine sahip olduğunun belirtildiği, buna dayanak olarak da CPC Belgelendirme Muayene ve Deney Hizmetleri Ticaret Limited Şirketi'nden alınan Ulusal Teknik Onay (UTO) Belgesinin gösterildiği, ancak anılan kuruluşta yapılan testlerde A2 yanmazlık belgesine sahip olmak için gerekli kriterlerin sağlanıp sağlanmadığının tespit edilemediği dolayısıyla söz konusu hususun ispatlanamadığı,

Diğer taraftan, www.artstone.com adresli internet sitesinde yer alan *"Pazar lideri konumundaki firmamız, kalite üzerinde yoğunlaşıyor ve bu kriteri ön plana çıkarıyor. Bu doğrultuda aynı zamanda kendi sektöründe bir ilk olma özelliği taşıyan “A2 Yanmazlık Sınıfı”nda yer alan ürünlerimizi, Almanya merkezli “TÜV SÜD” tarafından belirlenen kalite normlarına ve standartlarına uygun olarak üretiyoruz."* ifadeleri ile ilk kez A2 yanmazlık sertifikalı ürünlerin firma tarafından piyasaya arz edildiğinin belirtildiği bu sebeple söz konusu iddianın ispatlanması gerektiği, ancak söz konusu hususun ispatlanamadığı, dolayısıyla, söz konusu tanıtımların; tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

 Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Artstone Panel Sistemleri A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **3 (üç) ay süre ile tedbiren durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**155)**

**Dosya No: 2019/11563**

**Şikayet Edilen: Eva Taahhüt İnş. İç ve Dış Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından çeşitli internet siteleri üzerinden gerçekleştirilen reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019, 14.07.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yürütülen inceleme neticesinde, firmaya ait www.catipark.com adresli internet sitesi ile bu site ile ilişkili https://www.facebook.com/catipark ve https://www.instagram.com/catipark\_esenboga/ adresli sosyal medya adreslerinde ve Google arama motorunda yapılan arama sonucunda "Esenboğa'da ilk ve tek kapalı otopark" ifadesine ve bu yöndeki görsellere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, firma tarafından çeşitli internet ve sosyal medya siteleri ile Google arama motoru üzerinden yapılan aramada yer verilen ve işletilen otoparkın kapalı otopark niteliğinde olduğuna yönelik ifadelerin, söz konusu otoparkın açık veya üstü tente ile örtülmüş park yerleri şeklinde "kapalı" olarak adlandırılabilecek nitelikte olmadığı hususları göz önüne alındığında tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**156)**

**Dosya No: 2019/11572**

**Şikayet Edilen: Stone Panel Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından www.stone-panel.com.tr adresli internet sitesi ile ürün ambalajları üzerinden gerçekleştirilen reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019, 12.07.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, Ambalaj

**Tespitler:** Yürütülen inceleme neticesinde, firmaya ait internet sitesinde “Since 1993” ifadesine yer verildiği ancak firma tarafından 2014 yılı içerisinde yürütülen işlemler neticesinde "Kılıçkap Sağlık Hizmetleri ve Tıbbi Malzemeler Sanayi Ticaret Limited Şirketi" olan şirket unvanının "Stone Panel San. ve Tic. Ltd. Şti." olarak değiştirildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, firma tarafından 2014 yılı içerisinde yürütülen işlemler neticesinde ticaret unvanının değiştirildiği, dolayısıyla firmanın panel alanındaki faaliyetinin 2014 yılından itibaren gerçekleştirilmesine karşın internet sitesi ile ürün ambalajları üzerinde söz konusu faaliyetin 1993 yılından itibaren gerçekleştirildiğine ilişkin ifadelere yer verilmesinin tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**157)**

**Dosya No: 2019/11763**

**Şikayet Edilen: Hürriyet Özlem YILDIZ**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şahıs tarafından çeşitli internet siteleri üzerinden gerçekleştirilen reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019, 05.04.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yürütülen inceleme neticesinde, Google arama motoru ve ilgili internet sitesinde *“Ücretsiz apartman yönetimi programı*” ifadesine yer verildiği, söz konusu programın bilgisayara indirilmesi için gereken linkin üzerinde “*Demo*” ifadesine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda,Google arama motoru üzerinden gerçekleştirilen arama ve bu arama sonucunda ulaşılan www.hursoft.com.tr adresli internet sitesinde yer verilen tüketicilere sunulan programın ücretsiz olduğuna yönelik ifadelerin, söz konusu programın demo niteliğinde olması, dolayısıyla belirli özelliklerinin kullanılmasının mümkün olmaması karşısında tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**158)**

**Dosya No: 2020/1315**

**Şikayet Edilen: Derimod Konf. Ayak. Deri San. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait www.derimod.com.tr adresli internet sitesi üzerinden gerçekleştirilen tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 26.11.2019

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ait www.derimod.com.tr adresli internet sitesinde “Erkek Deri Sneaker” adlı ürünün 699 ve 639 TL üzerinden yapılan indirimle 399 ve 349 TL bedel ile satışa sunulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, firmaya ait www.derimod.com.tr adresli internet sitesinin 26.11.2019 tarihli görünümünde indirimli olarak satışa sunulan "Erkek Deri Sneaker" adlı ürünlerin indirim öncesi satış fiyatını kanıtlar nitelikteki belgelerin Bakanlığımıza sunulamadığı, dolayısıyla söz konusu fiyatların gerçeği yansıtmadığı, belirtilen uygulama ile "Yapılan indirimin miktarı veya oranı hesaplanırken, indirimli fiyattan bir önceki fiyat esas alınır" şeklindeki yükümlülük başta olmak üzere indirimli satış başlangıç ve bitiş tarihleri ile ürünlere ilişkin stok bilgilerinin verilmesi şeklindeki Reklam Mevzuatında indirimli satışlara ilişkin olarak belirlenen hükümlerin ihlal edildiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 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, 29/1, 29/2-a ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**159)**

**Dosya No: 2020/1360**

**Şikayet Edilen: Dido Konf. Teks. Tic. ve San. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından www.hepsiburada.com adresli internet sitesi üzerinden gerçekleştirilen tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 07.11.2019

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Tüketicinin 2019 yılında belirtilen site üzerinden satın aldığı ürünün iptal edildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, B\*\*\*\* A\*\*\*\*\*\* adlı tüketicinin www.hepsiburada.com adresli internet sitesi üzerinden firma tarafından satışa sunulan kaban ürününü satın aldığı ancak firmanın söz konusu siparişi herhangi bir gerekçe gösterilmeden iptal ettiği, bu çerçevede, Reklam Mevzuatında yer verilen satıcının/sağlayıcının mal veya hizmeti makul bir sürede sunamayacağına ilişkin bilgi sahibi olmasına karşın tüketiciyi bu konuda uyarmaksızın mal veya hizmetleri o fiyattan edinmeye davet etmek şeklindeki haksız ticari uygulamanın gerçekleştirildiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/3, 7/4, 7/5-a, 9/1, 28/1, 28/4, 29/1 ve 32 nci maddeleri ile Haksız Ticari Uygulama Olarak Kabul Edilen Örnek Uygulamalar Ekinin 5 inci maddesi,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**160)**

**Dosya No: 2020/5984**

**Şikayet Edilen: Favori Kargo Taş. Gıda İnş. Tic. Ltd.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından www.haberler.com adresli internet sitesi üzerinden gerçekleştirilen tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Tüketicilere gönderilen ürünün reklamlarda iddia edilen nitelikte olmadığı ve ilgili kargo belgeleri üzerinden yürütülen incelemede tüketiciye ürünü gönderen firmanın Favori Kargo Taş. Gıda İnş. Tic. Ltd. olduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, www.haberler.com adresli internet sitesi üzerinden 2020 yılı içerisinde tüketicilere "steril nano teknolojisi yüz maskesi" adlı ürünün tanıtımının yapıldığı ve tüketicilerle yapılan görüşmelerde ürünün Sağlık Bakanlığınca onaylandığına yönelik ifadelerde bulunulduğu ancak tüketicilere gönderilen ürünün sıradan bir bez maske olduğu, bu durumun da tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/5-c, 7/8-c, 9/1, 11/1-a, 11/1-b, 12/1, 12/2, 28/1, 28/4, 29/1, 29/2-a ve 32 nci maddeleri ile Haksız Ticari Uygulama Olarak Kabul Edilen Örnek Uygulamalar Ekinin 4 üncü maddesi,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,reklam veren **Favori Kargo Taş. Gıda İnş. Tic. Ltd.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **104.781 TL (Yüzdörtbinyediyüzseksenbir Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**161)**

**Dosya No: 2020/5985**

**Şikayet Edilen: Şeref YALVAÇ-Favori Kargo**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından www.ffp3koruyucumaske.com adresli internet sitesi üzerinden gerçekleştirilen tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Tüketicilere gönderilen ürünün reklamlarda iddia edilen nitelikte olmadığı ve ilgili kargo belgeleri üzerinden yürütülen incelemede tüketicilere ürünü gönderen firmanın Şeref YALVAÇ-Favori Kargo olduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, www.ffp3koruyucumaske.com adresli internet sitesi üzerinden gerek firmanın gerekse Bio Kozmetik-Çetin Çakır firmasının unvanını kullanarak tüketicilere "steril nano teknolojisi yüz maskesi" adlı ürünün tanıtımının yapıldığı ancak tüketicilere gönderilen ürünün sıradan bir bez maske olduğu, tüketicilerin satın alma kararını etkileyen söz konusu uygulamanın aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/5-c, 7/8-c, 7/8-ç, 9/1, 11/1-a, 11/1-b, 12/1, 12/2, 28/1, 29/1, 29/2-a ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,reklam veren **Şeref YALVAÇ-Favori Kargo** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **104.781 TL (Yüzdörtbinyediyüzseksenbir Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**162)**

**Dosya No: 2020/5986**

**Şikayet Edilen:** Sazak GSM Haberleşme Tekn. San. ve Tic. Ltd. Şti.

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından tüketicilere gönderilen kısa mesajlarda yer verilen tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Yayınlandığı Mecra:** Kısa Mesaj

**Tespitler:** Söz konusu mesajlarda “Türkiye’nin yasal jigolo sitesi http://www.bujigolo1.com/jigolo-basvuru-formu sayfasından sizde ücretsiz başvurun bayanlarla para karşılığı beraber olun” ifadesine yer verildiği ve bu mesajları göndermekle sorumlu firmanın Sazak GSM Haberleşme Tekn. San. ve Tic. Ltd. Şti. olduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, "Elit Ajans" kullanıcı adıyla tüketicilere gönderilen kısa mesajlarda yer verilen ifadelerin Reklam Mevzuatında yer verilen hükümlere aykırı olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/1-c, 28/1, 28/4, 29/1 ve 32 nci maddeleri ile Haksız Ticari Uygulama Olarak Kabul Edilen Örnek Uygulamalar Ekinin 8 inci maddesi,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,reklam veren **Sazak GSM Haberleşme Tekn. San. ve Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **42.738 TL (Kırkikibinyediyüzotuzsekiz Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**163)**

**Dosya No: 2021/3998**

**Şikayet Edilen: D-Market Elektronik Hizm. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından televizyon kanallarında yayınlatılan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** Firma tarafından “Efsane Kasım” kampanyası kapsamında çeşitli televizyon kanallarında yayınlatılan indirimli satış tanıtımlarında;

"Çağla ile Yeni Bir Gün" programı içerisinde "*Bugün Makyaj Malzemelerinde %50'ye varan indirimler*" ana başlığıyla yayınlanan tanıtımlarda "*Essence I Love Crazy Hacim Maskara 25,75 TL yerine 19,90 TL*", "*Kampanya 13 Kasım 2020 saat 23.59'a kadar geçerlidir. Stoklarla sınırlıdır*"

"Zuhal Topal'la Sofrada" programı içerisinde "*Günün En Yeni Fırsatları Küçük Ev Aletlerinde %45'e varan indirimler*" ana başlığıyla yayınlanan tanıtımlarda, *"Philips Azur Advanced Optimal Temp. Teknolojili Buharlı Ütü 1.049 TL yerine 579.90 TL*", "*Kampanya 10 Kasım 2020 saat 23.59'a kadar geçerlidir. Stoklarla sınırlıdır*"

"*Bugünün Efsanesi ise tam sizlik, Mutfak Gereçlerinde Efsane Kasım'a Özel %70'e varan indirimler*" başlıklı tanıtımlarda "*Vestel Vanilya 2000 B El Blender Seti 349 TL yerine 219 TL*", "*Karaca Biogranit Rose 7 Parça Tencere Seti 599 TL yerine 289 TL*" "*Kampanya 9 Kasım 2020 saat 23.59'a kadar geçerlidir. Stoklarla sınırlıdır*"

"*Hepsiburada'nın Süper Fırsatlarını Kaçırma, Mamalardan Bezlere Bebeğinin Tüm Temel İhtiyaçlarında Süper Fiyatları Yakala*" ana başlıklı tanıtımlarda, "*SMA Optipro 3 1-3 Yaş Bebek Sütü 800gr\*3 adet 370 TL yerine 264,90 TL*", "*Sleepy Gece Külotu+Masaj Havlusu 3'er paket 126 TL yerine 74,90 TL*", "*Kampanya 16 Kasım 2020 saat 23.59'a kadar geçerlidir. Stoklarla sınırlıdır*"

"Eviniz ve Kendiniz için Süper Fırsatlar Burada" ana başlıklı tanıtımlarda "*Hijyen ve Temizlik Ürünlerinde Şahane İndirimler Şu Anda Hepsiburada'da*", "*Urve Mikrofiber Flat Tablet Mob Bakır 4 119.90 TL yerine 69.90 TL*", "*Deep Fresh Antiviral Islak Cep Mendili 39.90 TL yerine 22.90 TL*" "*Kampanya 13 Kasım 2020 saat 23.59'a kadar geçerlidir. Stoklarla sınırlıdır*"

"*Beyaz Eşyalarda %30'a varan, Mutfak Gereçlerinde %70'e varan indirimler*" ana başlıklı tanıtımlarda "*Vestel NFK480 X A++ 480 Lt No Frost Buzdolabı 3.699 TL yerine sadece 3.399 TL*", "*Jumbo 1800 18 parça yemek seti 299 TL yerine 199.90 TL*" "*Kampanya 10 Kasım 2020 saat 23.59'a kadar geçerlidir. Stoklarla sınırlıdır*"

ATV logolu televizyon kanalında alt bant şeklinde yayınlanan tanıtımlarda "*DKNY Fresh Blossom 100 ml kadın parfüm 445 TL 'nin üzeri çizilerek 99 TL*", "*EATALY shoes kadın bot 279 TL'nin üzeri çizilerek 89,90 TL*" "*Kampanya 14 Kasım 2020 saat 23.59'a kadar geçerlidir. Stoklarla sınırlıdır*"

şeklindeki ifadelere yer verildiği,

Fiyata ilişkin tanıtımlarda ise;

"Hepsiburada'da Günün Efsane Fırsatı" ana başlıklı tanıtımlarda, "*Şu Anda Hepsihome Lambader 60 TL*", "*Şu Anda Kırlangıç Riviera Zeytinyağı 50 TL" Kampanya 9 Kasım 2020 saat 23.59'a kadar geçerlidir. Stoklarla sınırlıdır*" ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, firma tarafından gerçekleştirilen indirimli satış tanıtımlarında, "*Yapılan indirimin miktarı veya oranı hesaplanırken, indirimli fiyattan bir önceki fiyat esas alınır*" şeklindeki yükümlülük başta olmak üzere ürünlere ilişkin stok bilgilerinin verilmesi yönündeki Reklam Mevzuatında indirimli satışlara ilişkin olarak belirlenen hükümlerin ihlal edildiği; fiyata ilişkin bilgilendirmenin yapıldığı tanıtımlarda ise gerek bu ürünlerin belirtilen tarihlerde reklamlarda yer verilen satış fiyatları üzerinden satıldığına ilişkin ispatlayıcı nitelikte bilgi ve belge sunulamaması gerekse tanıtımlarda belirli bir süre ve adet ile satışa sunulan bu ürünlerin stok bilgilerine yer verilmemesi nedeniyle Reklam Mevzuatında fiyat bilgisine yer verilen reklamlara ilişkin hükümlerin ihlal edildiği; televizyonlarda yayınlanan tanıtımların firma tarafından seçilerek ilgili internet sitesi üzerinden yapılacak satışları arttırma amacıyla gerçekleştirildiği, bu çerçevede, firmanın yer sağlayıcıdan ziyade reklam veren niteliğinde değerlendirilmesi gerektiği gerekçeleriyle söz konusu eylemlerinin tamamından sorumlu olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,reklam veren **D-Market Elektronik Hizm. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **419.126 TL (Dörtyüzondokuzbinyüzyirmialtı Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**164)**

**Dosya No: 2021/4002**

**Şikayet Edilen: D Grup Dayanıklı Tük. Mal. İnş. Tur. Paz. San. Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından gerçekleştirilen tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** Afiş

**Tespitler:** Ankara Ticaret İl Müdürlüğü tarafından yürütülen inceleme neticesinde, firmaya ait boş iş yerinde “Rainbow Yetkili Servis” ifadesine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, firmaya ait tabelalarda “Rainbow Yetkili Servis" ifadesine yer verilmesine karşın ilgili ürünün üreticisi olan firma ile reklam veren firma arasındaki sözleşmenin 20.05.2021 tarihinde iptal edildiği, dolayısıyla söz konusu tabelalarda belirtilen ifadelerin kullanmasının tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/3, 7/4, 7/5-b, 7/5-c, 9/1, 11/1-a, 11/1-b, 12/1, 12/2 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,reklam veren **D Grup Dayanıklı Tük. Mal. İnş. Tur. Paz. San. Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**165)**

**Dosya No: 2021/1010**

**Şikayet Edilen: Çiçeksepeti İnternet Hizmetleri A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.ciceksepeti.com adresli internet sitesinde yayınlanan "Sonraki siparişinde 15 TL kazanmak için siparişini hemen tamamla" ibareli reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 06.03.2021, 09.03.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.ciceksepeti.com adresli internet sitesinde, “Mobilde Kazandıran Kampanya” başlığı ile yapılan tanıtımlarda*, “ÇiçekSepeti müşterileri kampanya süresince web sitesinden yapacağı ilk ve tek seferde 40 TL altı çiçek ve bonnyfood alışverişinde ÇiçekSepeti mobil uygulamasından yapacağı bir sonraki alışverişinde geçerli 10 TL, 40 TL ve üstü çiçek ve bonnyfood alışverişinde ise 15 TL hediye çeki kazanacaktır. Hediye çeki kazandıran alışverişin web sitesinden yapılması gerekmektedir. ÇiçekSepeti mobil uygulamasından yapılan alışverişlerde hediye çeki kazanılamaz. Kazanılan hediye çeki sadece ÇiçekSepeti mobil uygulamasından yapılan alışverişlerde kullanılabilecektir. Hediye çeki kazandıran alışverişin çiçek (tasarım çiçek dahildir) ve bonnyfood kategorilerinden yapılması gerekmektedir. Kazanılan hediye çeki tüm ürün gruplarında geçerlidir. Kampanyadan bir müşteri bir kez faydalanabilir ve bir müşteri bir alışverişinde en fazla 1 hediye çeki kazanabilir. Sepetinde birden fazla ürün olan müşterilerin kazanacağı çek tutarı sepetteki yüksek fiyatlı ürüne göre belirlenecektir. Örneğin sepetinde, 60 TL ve 15 TL'lik 2 ürün olan bir müşterinin kazanacağı çek tutarı yüksek fiyatlı olan 60 TL'lik ürün üzerinden belirlenecek ve 15 TL olacaktır. Kazanılan hediye çeklerinin geçerlilik süresi 90 gündür. Hediye çeki, müşterilerin hesabına sipariş verdiği ürün "teslim edildi" statüsüne geçtiği an tanımlanacak ve 90 gün geçerlilik süresi bu tarihten itibaren başlayacaktır. Hediye çeki hesabına tanımlanan müşteriler SMS yoluyla bilgilendirilecektir. ÇiçekSepeti'nde üyeliği olmayan müşterilerin hediye çekleri, üyeliğini yarattıktan sonra hesaplarına tanımlanacaktır. Müşteriler, kazandıkları hediye çeklerini "Hesabım" menüsü altındaki "Hediye Çeklerim" bölümünde görüntüleyebilirler. Kampanya koşullarında belirtilen tüm alışveriş ve çek tutarlarına KDV dahildir. Kampanyadan kazanılan hediye çekleri bölünerek farklı alışverişlerde kullanılamaz. Hediye çekinin kullanılabilmesi için yapılacak alışverişin tutarı hediye çeki tutarından büyük olmalıdır. Bu kampanya, başka kampanya ve indirimlerle birleştirilemez. ÇiçekSepeti, kampanya koşullarında dilediği zaman değişiklik yapma hakkını saklı tutar.”* şeklinde kampanya detaylarına yer verildiği;

Başvuru sahibi tüketiciye gönderilen 09.03.2021 tarihli e-posta metninde, *“Memnuniyetinizi sağlamak amacıyla hesabınıza bir indirim kodu tanımladık. %15 indirim sağlayan ve rozetli ürünlerde geçerli kupon kodunuz: 1ZM237TU4U İndirim kodunuzu sipariş özetindeki "İndirim Kodunu Kullan" yazan alana girerek kullanabilirsiniz. "Hemen Sipariş Ver" butonuna basarak indiriminizin geçerli olduğu ürünleri gezmeye başlayabilirsiniz. Mutlu günler dileriz!”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, www.ciceksepeti.com adresli internet sitesinde satışı gerçekleştirilen muhtelif ürünlere ilişkin yayınlanan *"Sonraki siparişinde 15 TL kazanmak için siparişini hemen tamamla"* ibareli reklamlara istinaden anılan internet sitesinde yer alan “kampanyalar” bölümünde, *“kampanya süresince websitesinden yapacağı ilk ve tek seferde 40 TL altı çiçek ve bonnyfood alışverişinde ÇiçekSepeti mobil uygulamasından yapacağı bir sonraki alışverişinde geçerli 10 TL, 40 TL ve üstü çiçek ve bonnyfood alışverişinde ise 15 TL hediye çeki kazanacaktır”* ifadelerine yer verildiği;

Başvuru sahibi tüketicinin 04.09.2020 tarihinde vermiş olduğu sipariş neticesinde kendisine 15,00-TL değerinde hediye çeki tanımlandığı ancak tüketicinin süresi içerisinde hediye çekini kullanmadığı; dolayısıyla, kampanyanın yalnızca ilk ve tek seferde yapılan alışverişlerde geçerli olduğu gerekçesiyle, başvuru sahibi tüketicinin 06.03.2021 tarihinde gerçekleştirilen şikayete konu alışverişinde kampanyadan yararlanamadığının anlaşıldığı,

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

**166)**

**Dosya No: 2021/2319**

**TV8 TV Yayıncılık A. Ş.** unvanlı firmaya ait TV8 kanalında "PSVEINDOVEN-Galatasaray Şampiyonlar Ligi 2. Ön Eleme turu" maçında yayınlanan "modabet-tempobet-vdcasino-betnano-tbet-nerobet-betexper-goldenbahis-hiperwin-betsat-hititbet-elexbet-indexfx-bahsine" gibi illegal bahis reklamları yayınlanmasının mevzuata aykırı nitelikte olduğu iddiaları ile ilgili görüşme ve değerlendirmelerin **ertelenmesine** karar verilmiştir.

**167)**

**Dosya No: 2021/4087**

**Global Gıda Pazarlama ve Dış Tic. Ltd. Şti.** unvanlı firmaya ait https://arascandy.com/ adresli internet sitesinde Aras Oyuncak firması adıyla satılan şeker çeşitlerinden "sürpriz oyuncaklar" başlığı altında yer alan “Fulya” isimli sakız/şeker oyuncaklarının içinden çıkan resimli görsellerin; çocukların fiziksel, zihinsel, ahlaki, psikolojik ve toplumsal gelişim özelliklerini olumsuz yönde etkileyebilecek nitelikte olduğu iddiaları ilgili görüşme ve değerlendirmelerin **ertelenmesine** karar verilmiştir.

**HAKSIZ TİCARİ UYGULAMALAR**

**168)**

**Dosya No: 2021/3946**

**Şikayet Edilen: Kirazlar Fermantasyon Sanayi ve Ticaret Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Mevsim Biberiye Turşusu” isimli ürün ambalaj uygulaması

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj/Etiket

**Tespitler:** “Mevsim Biberiye Turşusu” isimli ürünün 650 gram ambalaj içerisinde 720 gram fiyat etiketi üzerinden satışa sunulduğunun İl Müdürlüğü tarafından tutanak altına alındığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; “Mevsim Biberiye Turşu”isimli üründe gramaj değişikliği yapılmadığı, başvuru konusu şikayetin satışa sunulan ürünün fiyat etiketi nedeniyle oluştuğu ve söz konusu uygulamanın mer’i mevzuata aykırı bir durum teşkil etmediği yönünde kanaat hasıl olduğundan, inceleme konusu ticari uygulamanın 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 ve 62 nci maddelerine **aykırı olmadığına**karar verilmiştir.

**169)**

**Dosya No: 2021/3947**

**Şikayet Edilen: Tat Gıda Sanayi Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Tat Acılı Ketçap” isimli ürün ambalaj uygulaması

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj/Etiket

**Tespitler:** “Tat Acılı Ketçap” isimli ürünün 390 gram ambalaj içerisinde 400 gram fiyat etiketi üzerinden satışa sunulduğunun İl Müdürlüğü tarafından tutanak altına alındığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firma tarafından sağlanan bilgiler ve belgeler kapsamında “Tat Acılı Ketçap” isimli ürünün 400 gram olan gramajının 03.04.2021 tarihi itibariyle 390 grama düşürüldüğü; ancak, 01.04.2021 tarihinde yürürlüğe giren Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği değişikliğine aykırı olarak, 400 gram birim fiyat üzerinden 390 gramlık ambalaj içinde, yeni tasarlanan etiketlerin kullanılmaya başladığı 28.04.2021 tarihine kadar piyasaya arz edilmeye devam edildiği; ayrıca, gramaj değişikliği yapılmasına rağmen 13.07.2021 ve 15.07.2021 tarihli iki ayrı fatura örneğinden tespit edildiği üzere 400 gramlık ürünlerin 390 gramlık ürünlerle birlikte aynı birim fiyat üzerinden satışa sunulduğu ve tüm bu hususlar dikkate alındığında söz konusu etiket ve ambalaj kullanımından kaynaklı ticari reklam ve ticari uygulamaların tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 9/1, 9/5, 28/1, 28/2, 28/3, 28/4, 29/1, 29/2-a ve 29/2-c maddeleri ile “Haksız Ticari Uygulama Olarak Kabul Edilen Örnek Uygulamalar” başlıklı eki altında “A-Aldatıcı Ticari Uygulamalar” alt başlığı altında yer alan haksız ticari uygulama örneklerinin 20 nci sırası,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Tat Gıda Sanayi Anonim Şirketi** hakkında, reklam veren tarafından inceleme konusu ürünün ülke çapında satışa sunulduğu bilgisi kapsamında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü, 77/12 nci ve 77/13 üncü maddeleri uyarınca **114.326,00-TL (Yüzondörtbinüçyüzyirmialtı Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**170)**

**Dosya No: 2021/3949**

**Şikayet Edilen: Tat Gıda Sanayi Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Tat Garnitür Konservesi” isimli ürün ambalaj uygulaması

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj/Etiket

**Tespitler:** “Tat Garnitür Konservesi” isimli ürünün 340 gram ambalaj içerisinde 370 gram fiyat etiketi üzerinden satışa sunulduğunun İl Müdürlüğü tarafından tutanak altına alındığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; “Tat Garnitür Konservesi”isimli üründe gramaj değişikliği yapılmadığı, başvuru konusu şikayetin satışa sunulan ürünün fiyat etiketi nedeniyle oluştuğu ve söz konusu uygulamanın mer’i mevzuata aykırı bir durum teşkil etmediği yönünde kanaat hasıl olduğundan, inceleme konusu ticari uygulamanın 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 ve 62 nci maddelerine **aykırı olmadığına**karar verilmiştir.

**171)**

**Dosya No: 2021/3951**

**Şikayet Edilen: Ülker Bisküvi Sanayi Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Ülker İkram Çikolatalı Kremalı Sandviç Bisküvi” isimli ürün ambalaj uygulaması

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj/Etiket

**Tespitler:** “Ülker İkram Çikolatalı Kremalı Sandviç Bisküvi” isimli ürünün 84 gram ambalaj içerisinde 92 gram fiyat etiketi üzerinden satışa sunulduğunun İl Müdürlüğü tarafından tutanak altına alındığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelmeler sonucunda; “Ülker İkram Çikolatalı Kremalı Sandviç Bisküvi” isimli üründe gerçekleştirilen gramaj değişikliğinin, Ticari Reklam ve Haksız Ticaret Uygulamaları Yönetmeliğinde yapılan değişikliğin 01.04.2021 tarihi itibariyle yürürlüğe girmesinden önce Temmuz 2018’de gerçekleştirilmiş olduğu anlaşıldığından, inceleme konusu ticari uygulamanın 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 ve 62 nci maddelerine **aykırı olmadığına**karar verilmiştir.

**172)**

**Dosya No: 2021/3953**

**Şikayet Edilen: Ülker Çikolata Sanayi Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Ülker Çikolata %60 Bitter” isimli ürün ambalaj uygulaması

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj/Etiket

**Tespitler:** “Ülker Çikolata %60 Bitter” isimli ürünün 65 gram ambalaj içerisinde 70 gram fiyat etiketi üzerinden satışa sunulduğunun İl Müdürlüğü tarafından tutanak altına alındığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; “Ülker Çikolata %60 Bitter” isimli üründe gerçekleştirilen gramaj değişikliğinin, Ticari Reklam ve Haksız Ticaret Uygulamaları Yönetmeliğinde yapılan değişikliğin 01.04.2021 tarihi itibariyle yürürlüğe girmesinden önce Ekim 2020’de gerçekleştirilmiş olduğu anlaşıldığından, inceleme konusu ticari uygulamanın 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 ve 62 nci maddelerine **aykırı olmadığına**karar verilmiştir.

**173)**

**Dosya No: 2021/3954**

**Şikayet Edilen: Ülker Çikolata Sanayi Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Ülker Albeni” isimli ürün ambalaj uygulaması

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj/Etiket

**Tespitler:** “Ülker Albeni” isimli ürünün 72 gram ambalaj içerisinde 80 gram fiyat etiketi üzerinden satışa sunulduğunun İl Müdürlüğü tarafından tutanak altına alındığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; “Ülker Albeni” isimli üründe gerçekleştirilen gramaj değişikliğinin, Ticari Reklam ve Haksız Ticaret Uygulamaları Yönetmeliğinde yapılan değişikliğin 01.04.2021 tarihi itibariyle yürürlüğe girmesinden önce Aralık 2020’de gerçekleştirilmiş olduğu anlaşıldığından, inceleme konusu ticari uygulamanın 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 ve 62 nci maddelerine **aykırı olmadığına**karar verilmiştir.

**174)**

**Dosya No: 2021/3962**

**Şikayet Edilen: Kerevitaş Gıda Sanayi ve Ticaret Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Superfresh Dana Tekirdağ Köfte” isimli ürün ambalaj uygulaması

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj/Etiket

**Tespitler:** “Superfresh Dana Tekirdağ Köfte” isimli ürünün 320 gram ambalaj içerisinde 362 gram fiyat etiketi üzerinden satışa sunulduğunun İl Müdürlüğü tarafından tutanak altına alındığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; “Superfresh Dana Tekirdağ Köfte” isimli üründe gerçekleştirilen gramaj değişikliğinin, Ticari Reklam ve Haksız Ticaret Uygulamaları Yönetmeliğinde yapılan değişikliğin 01.04.2021 tarihi itibariyle yürürlüğe girmesinden önce Mart 2020’de gerçekleştirilmiş olduğu anlaşıldığından, inceleme konusu ticari uygulamanın 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 ve 62 nci maddelerine **aykırı olmadığına**karar verilmiştir.

**175)**

**Dosya No: 2021/3963**

**Şikayet Edilen: Evyap Sabun Yağ Gliserin Sanayi ve Ticaret Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Fax Lavanta Sıvı Sabun” isimli ürün ambalaj uygulaması

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj/Etiket

**Tespitler:** “Fax Lavanta Sıvı Sabun” isimli ürünün 3,6 litrelik ambalaj içerisinde 4 litre fiyat etiketi üzerinden satışa sunulduğunun İl Müdürlüğü tarafından tutanak altına alındığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; “Fax Lavanta Sıvı Sabun” isimli üründe gerçekleştirilen gramaj değişikliğinin, Ticari Reklam ve Haksız Ticaret Uygulamaları Yönetmeliğinde yapılan değişikliğin 01.04.2021 tarihi itibariyle yürürlüğe girmesinden önce Aralık 2020’de gerçekleştirilmiş olduğu anlaşıldığından, inceleme konusu ticari uygulamanın 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 ve 62 nci maddelerine **aykırı olmadığına**karar verilmiştir.

**176)**

**Dosya No: 2021/3964**

**Şikayet Edilen: Savola Gıda Sanayi ve Ticaret Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Yudum Ayçiçek Yağı” isimli ürün ambalaj uygulaması

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj/Etiket

**Tespitler:** “Yudum Ayçiçek Yağı” isimli ürünün 5 litrelik ambalaj içerisinde 4,5 litre fiyat etiketi üzerinden satışa sunulduğunun İl Müdürlüğü tarafından tutanak altına alındığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; “Yudum Ayçiçek Yağı” isimli üründe gramaj değişikliği yapılmadığı, başvuru konusu şikayetin satışa sunulan ürünün fiyat etiketi nedeniyle oluştuğu ve söz konusu uygulamanın mer’i mevzuata aykırı bir durum teşkil etmediği yönünde kanaat hasıl olduğundan, inceleme konusu ticari uygulamanın 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 ve 62 nci maddelerine **aykırı olmadığına**karar verilmiştir.

**177)**

**Dosya No: 2021/3965**

**Şikayet Edilen: Eti Gıda Sanayi ve Ticaret Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Eti Petito Bol Sütlü Çikolata” isimli ürün ambalaj uygulaması

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj/Etiket

**Tespitler:** “Eti Petito Bol Sütlü Çikolata” isimli ürünün 6,5 gramlık ambalaj içerisinde 8 gram fiyat etiketi üzerinden satışa sunulduğunun İl Müdürlüğü tarafından tutanak altına alındığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; “Eti Petito Bol Sütlü Çikolata” isimli üründe gramaj değişikliği yapılmadığı, başvuru konusu şikayetin satışa sunulan ürünün fiyat etiketi nedeniyle oluştuğu ve söz konusu uygulamanın mer’i mevzuata aykırı bir durum teşkil etmediği yönünde kanaat hasıl olduğundan, inceleme konusu ticari uygulamanın 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 ve 62 nci maddelerine **aykırı olmadığına**karar verilmiştir.

**178)**

**Dosya No: 2021/4005**

**Şikayet Edilen: Ülker Bisküvi Sanayi Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Ülker Probis Proteinli Bisküvi” isimli ürün ambalaj uygulaması

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj/Etiket

**Tespitler:** “Ülker Probis Proteinli Bisküvi” isimli ürünün 280 gramlık ambalaj içerisinde 300 gram fiyat etiketi üzerinden satışa sunulduğunun İl Müdürlüğü tarafından tutanak altına alındığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; “Ülker Probis Proteinli Bisküvi”isimli üründe gramaj değişikliği yapılmadığı, başvuru konusu şikayetin satışa sunulan ürünün fiyat etiketi nedeniyle oluştuğu ve söz konusu uygulamanın mer’i mevzuata aykırı bir durum teşkil etmediği yönünde kanaat hasıl olduğundan, inceleme konusu ticari uygulamanın 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 ve 62 nci maddelerine **aykırı olmadığına**karar verilmiştir.

**179)**

**Dosya No: 2021/4028**

**Şikayet Edilen: Eti Gıda Sanayi ve Ticaret Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Eti Cicibebe” isimli ürün ambalaj uygulaması

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj/Etiket

**Tespitler:** “Eti Cicibebe” isimli ürünün 212 gramlık ambalaj içerisinde 172 gram fiyat etiketi üzerinden satışa sunulduğunun İl Müdürlüğü tarafından tutanak altına alındığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; “Eti Cicibebe” isimli üründe gramaj değişikliği yapılmadığı, başvuru konusu şikayetin satışa sunulan ürünün fiyat etiketi nedeniyle oluştuğu ve söz konusu uygulamanın mer’i mevzuata aykırı bir durum teşkil etmediği yönünde kanaat hasıl olduğundan, inceleme konusu ticari uygulamanın 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 ve 62 nci maddelerine **aykırı olmadığına**karar verilmiştir.

**4. Diğer Konuların Konuşulması**

**4.1)**

**Dosya No: 2021/1206**

**Türk Telekomünikasyon A.Ş.** unvanlı firma tarafından muhtelif mecralarda yayınlanan "Türk Telekom 81 İlde, Milyonlarca Evde" başlıklı reklamların ilgili mevzuata aykırı olduğu gerekçesiyle, Reklam Kurulu’nun 13.07.2021 tarihli ve 311 sayılı toplantısında, bahsi geçen firma hakkında, 6502 sayılı Kanunun 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca anılan reklamları durdurma cezası verilmesi kararına ilişkin reklam veren firma tarafından yapılan itirazın görüşülmesi ve değerlendirilmesi neticesinde, söz konusu **itirazın reddine** karar verilmiştir.

**4.2)**

**Dosya No: 2021/1382**

Easyvit Sağlık Ürünleri San. A.Ş. tarafından Easyfishoil markalı balık yağı ürünlerine ilişkin olarak televizyon kanallarında, www.easyfishoil.com ve www.easyvit.com.tr adresli internet sitelerinde ve firmaya ait kurumsal sosyal medya sayfalarında yayınlanan reklam ve tanıtımlar hakkında Reklam Kurulunun 13.07.2021 tarih ve 311 sayılı toplantısında ilgili mevzuat uyarınca verilen durdurma cezası kararına ilişkin anılan firmaya ait itirazın görüşülmesi sonucunda, söz konusu idari işlemin geri alınmasını gerektirecek herhangi bir hususun bulunmadığı kanaatine varıldığından **itirazın reddine** karar verilmiştir.

**4.3)**

**Dosya No: 2021/2397**

**Karaca Züccaciye ve Ticaret A.Ş.** tarafından, muhtelif mecralarda yayınlanan "Homend" markalı "Alex Pro 1290H" adlı ürüne ilişkin yapılan tanıtımların tüketicileri yanıltıcı olduğuna ilişkin Reklam Kurulunun 10.08.2021 tarih ve 312 sayılı toplantısında yapılan değerlendirmelerde; anılan firma hakkında 6502 sayılı Kanunun 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca 457.308-TL(Dörtyüzelliyedibinüçyüzsekiz Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları verilmesi kararına ilişkin olarak reklam veren firma tarafından yapılan itirazın görüşülmesi ve değerlendirilmesi neticesinde, söz konusu **itirazın reddine** karar verilmiştir.