**T.C.**

**TİCARET BAKANLIĞI**

**Reklam Kurulu Başkanlığı**

**BASIN BÜLTENİ**

**Toplantı Tarihi :** 11 Ocak 2022

**Toplantı Sayısı :** 317

**İLETİŞİM HİZMETLERİ**

**1)**

**Dosya No: 2021/1068**

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

**Şikayet Edilen Reklam/HTU:** 0850 473 06 31, 0850 473 03 07, 0850 473 06 32, 0850 473 18 70 ve 0212 824 24 90 numaralı telefon hatları aracılığıyla gerçekleştirilen ticari uygulamalar

**Reklam/HTU Yayın Tarihi:** 2021

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

**Tespitler:** 0850 473 06 31, 0850 473 03 07, 0850 473 06 32, 0850 473 18 70 ve 0212 824 24 90 numaralı telefon hatları aracılığıyla muhtelif sayıda tüketicinin Türk Telekom Grubu adına arandığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, 0850 473 06 31 numaralı telefon hattından E\*\*\* B\*\*\*\*\*\* isimli tüketicinin TTNET A.Ş. adına arama yapıldığı belirtilerek arandığı, mevcut internet taahhüdü devam ettiği halde tüketiciye daha avantajlı sözleşmeler hakkında bilgi verilmek istendiği, ancak söz konusu görüşmede Türk Telekom Grubu firmalarından TTNET A.Ş.'ye ait olduğu iddia edilerek sunulan hizmetlere ilişkin vaatlerin gerçeği yansıtmadığı,

0850 473 03 07 numaralı telefon hattından 13.03.2021 tarihinde 11:00-11:30 zaman diliminde

G\*\*\*\*\* B\*\*\*\*\* isimli tüketicinin TTNET A.Ş. adına arandığı ve mevcut internet taahhüdü devam ettiği halde tüketiciye taahhüdünün bitti bilgisi verilerek Digitürk paketi içeren ortak bir kampanya teklifi sunulduğu, tüketicinin söz konusu teklifi kabul etmemesi üzerine faturasına 174 TL yansıyacağının belirtildiği,

0850 473 06 32 numaralı telefon hattından N\*\*\*\* Y\*\*\*\*\* isimli tüketicinin mevcut internet

taahhüdü devam ettiği halde taahhüdünün bittiği gerekçesiyle Türk Telekom'dan arandığı, bahsi geçen görüşmede kendisine sunulan aylık 120 TL'lik tarifeyi kabul etmesinin ardından tüketicinin TTNET A.Ş. unvanlı firmadan aldığı internet hizmetine ilişkin taahhüdün devam ettiğini öğrendiği ve iptal işlemi gerçekleştirmesi durumunda faturasına 1400 TL tutarının yansıtılacağını öğrendiği, bu şekilde bahsi geçen numara aracılığıyla gerçekleştirilen ticari işlemlerde tüketiciye yanlış bilgi verilerek Superonline internet hizmetinin satıldığı ve bu yolla mağdur edildiği,

0850 473 18 70 numaralı telefon hattından 12.07.2021 tarihinde 16:30-17:00 zaman diliminde C\*\*\*\*\* A\*\*\*\* isimli tüketicinin TTNET A.Ş. adına arandığı ve mevcut internet taahhüdü devam ettiği halde tüketiciye taahhüdünün bitti bilgisi verilerek Digitürk paketi içeren ortak bir kampanya teklifi sunulduğu, söz konusu teklif kapsamında tüketicinin 24 ay taahhütle 89 TL karşılığında Digitürk paketini ücretsiz izleyebileceğinin vaat edildiği, ancak söz konusu görüşmede sunulan vaadin gerçeği yansıtmadığı,

0212 824 24 90 numaralı telefon hattından 08.09.2021 tarihinde 15:00-15:30 zaman diliminde D\*\*\*\* U\*\*\*\*\*\* C\*\*\*\*\* isimli tüketicinin ve 12.09.2021 tarihinde Y\*\*\*\*\*\* K\*\*\*\*\*\* isimli tüketicinin Türk Telekom adına arandığı ve mevcut internet taahhütleri devam ettiği halde tüketicilere taahhüdünün bittiği bilgisi verilerek Digitürk paketi içeren ortak kampanya teklifini kabul etmeleri halinde faturalarına yansıtılan zamlı fatura tutarının iptal edileceğinin vaat edildiği, ancak söz konusu görüşmede sunulan vaadin gerçeği yansıtmadığı,

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

Sonuç olarak, 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 **Güneydoğu Ulaştırma Dep. Loj. İnş. San. ve Tic. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/13 üncü maddeleri uyarınca **11.429-TL (Onbirbindörtyüzyirmidokuz Türk Lirası) idari para ve anılan ticari uygulamaları durdurma cezaları** verilmesinekarar verilmiştir.

**2)**

**Dosya No: 2021/4297**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** www.turkcell.com.tr adresli internet sitesi ile Dijital Operatör uygulamasında yayınlanan tanıtımlar aracılığıyla Turkcell İletişim Hiz. A.Ş. adına gerçekleştirildiği belirtilen ticari uygulamalar

**Reklam Yayın Tarihi:** 30.09.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Dijital Operatör uygulamasında \*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\* numaralı hat sahibi başvuru sahibi tüketiciye "Senin İçin Seçtiklerimiz" başlığı altında sunulan tanıtımlarda "Yıldız 9 9 GB İnternet, 1000 Dakika Her Yöne 93,90 TL/Ay", "Yıldız 8 8 GB İnternet 1000 Dakika Her Yöne 85,90 TL/Ay", "Platinum Plus 15 Kampanyası 15 GB İnternet, 2000 Dakika Her Yöne 109,90 TL/Ay" ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, www.turkcell.com.tr adresli internet sitesi ile “Dijital Operatör” uygulamasında yayınlanan tanıtımlar aracılığıyla Turkcell İletişim Hiz. A.Ş. adına gerçekleştirildiği belirtilen işlemlerde tüketicileri mağdur etmeye sebebiyet verecek bir unsur bulunmadığı; bu sebeple, bahsi geçen ticari uygulamaların tüketicileri yanıltıcı nitelikte olmadığı değerlendirilmiş olup,

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

**3)**

**Dosya No: 2021/4600**

**Şikayet Edilen: Alptekin Nak. T. Taah. Tem. Ltd. Hiz. (Sedat ALPTEKİN - Karal Telekomünikasyon)**

**Şikayet Edilen Reklam:** *"TTNET'in altyapı yok, hizmet veremeyiz dediği Ağrı Fatih Mahallesi'ndeki 35 MBPS internet verdiğimiz abonenin gördüğü hizmet"* ifadelerini içeren reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 25.01.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Reklam veren firma tarafından 25.01.2021 tarihinde Twitter adlı sosyal medya uygulamasında Pasifik Telekom hizmetine ilişkin yayınlanan reklamlarda *"TTNET'in altyapı yok, hizmet veremeyiz dediği Ağrı Fatih Mahallesi'ndeki 35 MBPS internet verdiğimiz abonenin gördüğü hizmet"* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, 25.01.2021 tarihinde Twitter adlı sosyal medya uygulamasında Pasifik Telekom hizmetine ilişkin yayınlanan reklamlarda rakip firmaya ait ticaret unvanı ve hizmet adı gibi unsurlara yer verilerek haksız rekabete yol açıldığı, ayrıca TTNET A.Ş. tarafından sunulan internet hizmetinin kötülendiği ve itibarsızlaştırıldığı,

Diğer taraftan bahsi geçen reklamlarda Ağrı ilinin Fatih Mahallesi'nde 35 MBPS hızında internet hizmeti sunulduğuna ilişkin iddianın aşağıda yer alan mevzuat hükümleri uyarınca ispatlanamadığı, dolayısıyla anılan reklamlar aracılığıyla tüketicilerin yanıltıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/4, 8/1-a, 8/1-c, 8/1-f, 8/1-g, 9/1, 9/2, 9/3 10/1 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Alptekin Nak. T. Taah. Tem. Ltd. Hiz. (Sedat ALPTEKİN - Karal Telekomünikasyon)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**4)**

**Dosya No: 2021/4867**

**Şikayet Edilen: Türksat Uydu Haberleşme Kablo TV ve İşletme A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** @turksatkablo isimli Instagram hesabında yayınlanan *“www.turksatkablo.com.tr’den başvurularda\* ilk ay bedava”* başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020-2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Reklam veren firma tarafından 2020 ve 2021 yıllarında muhtelif tarihlerde @turksatkablo isimli Instagram hesabında yayınlanan ve “en hızlı internet” ifadesini içeren reklamlar incelendiğinde;

14.08.2020 tarihinde bahsi geçen mecrada yayınlanan reklamlarda *“Bu şey değil mi, Kablonet’i olmadan bir sezonu bitirmeye çalışanlar (…) Bir görünüp bir kaybolan diziler mi? Netflix Türkiye verilerine göre en hızlı servis sağlayıcı Kablonet’e geç, en sevdiğin dizide sezonu takılmadan geç.”* ifadelerine,

16.08.2020 tarihinde söz konusu mecrada yayınlanan reklamlarda *“Steam verilerine göre Türkiye’nin en hızlı interneti (…) Fiber hızda internetle tanış. Hızlı indir, hızlı izle, hızlı oyna.”* ifadelerine,

Nisan 2021 tarihinde anılan mecrada yayınlanan reklamlarda *“Unutma! En hızlı internet en uygun fiyatlarla Kablonet’te! En hızlı internet + en uygun fiyatlar + en cazip kampanyalar = Kablonet (…) Türkiye’nin en hızlı internetini içeren tüm kareleri seçin. Kablo Türksat. Çözmek hiç bu kadar kolay olmamıştı.”* ifadelerine,

20.05.2021 tarihinde bahsi geçen mecrada yayınlanan reklamlarda *“Google – Türkynn en hzl intrnt (…) Bunu mu demek istediniz? Kablonet. Türksat Kablo. Türkiye’nin en hızlı fiber internetine sahip olmanın nasıl bir duygu olduğunu merak ediyorsan seni Kablonet’e bekliyoruz.”* ifadelerine,

15.07.2021 tarihinde söz konusu mecrada yayınlanan reklamlarda *“K.bl.n.t Türkiye’nin en hızlı interneti. (…) Sorumuz 8 harf 1 kelimeden oluşuyor. Sesli harf satın almak serbest! Bakalım doğru cevabı bulabilecek misiniz?”* ifadelerine,

Eylül 2021 tarihinde aynı mecrada yayınlanan reklamlarda *"www.turksatkablo.com.tr'den Yapılan Başvurularda\* İlk Ay Bedava. Tıklayın Hemen Arayalım. İnternet sitesinden yeni abonelik başvurularında geçerlidir. En Hızlı Fiber İnternet "* ifadelerine yer verildiği

tespit edilmiştir.

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

14.08.2020 tarihinde @turksatkablo isimli Instagram hesabında yayınlanan reklamlarda *“Bu şey değil mi, Kablonet’i olmadan bir sezonu bitirmeye çalışanlar (…) Bir görünüp bir kaybolan diziler mi? Netflix Türkiye verilerine göre en hızlı servis sağlayıcı Kablonet’e geç, en sevdiğin dizide sezonu takılmadan geç.”* ifadelerine yer verildiği, buna karşılık <https://ispspeedindex.netflix.net/country/turkey/> adresli internet sitesinden alınan verilere göre reklam veren firmanın Ağustos 2020 ayında Türkiye’de Netflix altyapısına en hızlı bağlanan iki operatörden birisi olduğunun ifade edildiği,

Diğer taraftan, Netflix platformu tarafından yayınlanan verilerde Türkiye’de anılan platformun alt yapısına en yüksek ve eşit hızda bağlanan iki hizmet sağlayıcısı olduğu belirtilmesine rağmen söz konusu reklamlarda internet hızına ilişkin sunulan vaatte en hızlı hizmet sağlayıcının tek başına reklam veren firma olduğu algısı oluşturularak tüketicilerin yanıltıldığı,

16.08.2020 tarihinde @turksatkablo isimli Instagram hesabında yayınlanan reklamlarda *“Steam verilerine göre Türkiye’nin en hızlı interneti (…) Fiber hızda internetle tanış. Hızlı indir, hızlı izle, hızlı oyna.”* ifadelerine yer verildiği, ancak reklam veren firma tarafından Reklam Kurulu Başkanlığı’na Steam verilerine ilişkin herhangi bir belge sunulmadığı, ayrıca söz konusu verilerin yer aldığına ilişkin internet adresinin kullanımda olmadığı, bu durumda bahsi geçen reklamlarda sunulan iddianın ispatlanamadığı,

Nisan 2021 ayında @turksatkablo isimli Instagram hesabında yayınlanan reklamlarda *“Unutma! En hızlı internet en uygun fiyatlarla Kablonet’te! En hızlı internet + en uygun fiyatlar + en cazip kampanyalar = Kablonet (…) Türkiye’nin en hızlı internetini içeren tüm kareleri seçin. Kablo Türksat. Çözmek hiç bu kadar kolay olmamıştı.”* ifadelerine ve 20.05.2021 tarihinde bahsi geçen mecrada yayınlanan reklamlarda *“Google – Türkynn en hzl intrnt (…) Bunu mu demek istediniz? Kablonet. Türksat Kablo. Türkiye’nin en hızlı fiber internetine sahip olmanın nasıl bir duygu olduğunu merak ediyorsan seni Kablonet’e bekliyoruz.”* ifadelerine yer verildiği,

Buna karşılık <https://ispspeedindex.netflix.net/country/turkey/> adresli internet sitesinden alınan verilere göre reklam veren firmanın Nisan ve Mayıs 2021 aylarında Türkiye’de Netflix altyapısına en hızlı bağlanan iki operatörden birisi olduğunun ifade edildiği, ayrıca [www.speedtest.net/global-index/turkey?fixed#market-analysis](http://www.speedtest.net/global-index/turkey?fixed#market-analysis) adresinde yer alan rapor sonuçlarına göre 2021 2. çeyrekte en hızlı servis sağlayıcısının ve gecikme değeri en düşük olan internet hizmet sağlayıcısının Türksat Kablo olduğunun belirtildiği,

Öte yandan, Netflix platformu tarafından yayınlanan verilerin Türkiye’de anılan platformun altyapısına en yüksek hızda bağlanan servis sağlayıcısına yönelik olduğu göz önünde bulundurularak söz konusu verilerin, tüm Türkiye’de kullanılan “en hızlı internet” iddiasını kanıtlar nitelikte sayılamayacağı, ek olarak Speed Test rapor sonuçlarına göre 2021 2. çeyrekte en hızlı servis sağlayıcısının ve gecikme değeri en düşük olan internet hizmet sağlayıcısının reklam veren firma olduğu belirtilmesine rağmen tanıtımlarda yer alan iddianın ispatı niteliğindeki bu bilgiye anılan reklamlarda yer verilmeyerek tüketicilerin eksik bilgilendirildiği,

15.07.2021 tarihinde @turksatkablo isimli Instagram hesabında yayınlanan reklamlarda *“K.bl.n.t Türkiye’nin en hızlı interneti. (…) Sorumuz 8 harf 1 kelimeden oluşuyor. Sesli harf satın almak serbest! Bakalım doğru cevabı bulabilecek misiniz?”* ifadelerine ve Eylül 2021 tarihinde aynı mecrada yayınlanan reklamlarda *"www.turksatkablo.com.tr'den Yapılan Başvurularda\* İlk Ay Bedava. Tıklayın Hemen Arayalım. İnternet sitesinden yeni abonelik başvurularında geçerlidir. En Hızlı Fiber İnternet"* ifadelerine yer verildiği,

Buna karşılık https://ispspeedindex.netflix.net/country/turkey/ adresli internet sitesinden alınan verilere göre reklam veren firmanın Temmuz ve Eylül 2021 aylarında Türkiye’de Netflix altyapısına en hızlı bağlanan iki operatörden birisi olduğunun ifade edildiği, ancak Netflix platformu tarafından yayınlanan verilerin Türkiye’de anılan platformun altyapısına en yüksek hızda bağlanan servis sağlayıcısına yönelik olduğu göz önünde bulundurularak söz konusu verilerin, tüm Türkiye’de kullanılan “en hızlı internet” iddiasını kanıtlar nitelikte sayılamayacağı,

Ek olarak, Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin “Diğer Hususlar” başlıklı 27 nci maddesi kapsamında, reklamlarda vaat edilen internet hızının altyapı, coğrafi şartlar, şebeke yoğunluğu, kullanılan cihaz, bina konumu gibi etkenlere bağlı olarak değişebileceği bilgisinin ortalama tüketicinin algılayabileceği süre ve biçimde verilmesi gerektiği, ayrıca, aynı madde uyarınca, tanıtımlarda reklam veren firma tarafından internet hızına ilişkin vaatte bulunulması durumunda, bu reklamlarda test veya laboratuvar koşullarında geçerli olan internet hızlarına, tüm tüketicilerin ulaşabileceği algısı oluşturulamayacağı, bu koşullarda elde edilen hızların, reklama konu edilmesi halinde, test veya laboratuvar koşullarında geçerli olduğu bilgisi dış ses veya durağan yazı olarak ana vaatte belirtilmesi gerektiği,

Bu kapsamda, yukarıda bahsi geçen reklamlarda sunulan “en hızlı internet” iddiasına ilişkin bu detaylara yer verilmeyerek tüketicilerde Türksat Kablonet’in tüm Türkiye’de en hızlı internet hizmet sağlayıcısı olduğu algısı oluşturulduğu, ancak söz konusu aşağıda yer alan ilgili mevzuat hükümlerine göre ispatlanamadığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/4, 8/1-e, 8/1-f, 9/1, 9/2, 27/7-a ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Türksat Uydu Haberleşme Kablo TV ve İşletme A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**5)**

**Dosya No: 2021/5062**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** www.vodafone.com.tr adresli internet sitesinde yayınlanan "Red Sınırsız Video Paketi" başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** Kasım 2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, Kasım 2021 ayında www.vodafone.com.tr adresli internet sitesinde yayınlanan "Red Sınırsız Video Paketi" başlıklı reklamlarda *“Youtube, Youtube Müzik, Youtube Kids ve İzlesene'de sınırsız internet. Her ay 250 MB her yöne hediye. Red tarifelerinde geçerlidir.”* ifadelerine yer verilerek tüketicilerde anılan ek paketin tüm Red tarifelerinde geçerli olduğu algısı oluşturulduğu,

Ek olarak, A\*\*\*\* Ç\*\*\*\* isimli tüketicinin \*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\* numaralı hat aracılığıyla 06.11.2021 tarihinde müşteri hizmetleri ile yaptığı görüşmede, hattını Vodafone operatörüne taşıması ve "Red Sınırsız İletişim 20" adlı tarifeye abone olması durumunda "Red Sınırsız Video" başlıklı ek paketten faydalanıp faydalanamayacağını sorduğu, karşılığında hat taşıma işlemlerini tamamlamasının ardından ilgili paketi hattına tanımlayabileceği cevabını aldığı,

Diğer taraftan, 14.11.2021 tarihinde hat taşıma işlemlerini tamamlayan başvuru sahibi tüketicinin anılan ek paketin yalnızca "Red 20" tarifelerinde geçerli olduğu gerekçesiyle söz konusu ek paketten faydalanamadığı, dolayısıyla anılan reklamlarda tanıtımı yapılan paketin tüm Red tarifelerinde geçerli olduğu şeklinde sunulan vaadinin gerçeği yansıtmadığı ve tüketici mağduriyetine yol açtığı,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/4 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** verilmesinekarar verilmiştir.

**ÖRTÜLÜ REKLAM**

**6)**

**Dosya No: 2021/1894**

**Şikayet Edilen: Duygu ÖZASLAN**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şahsa ait www.instagram.com/duyguozaslan adresli sosyal medya hesabında yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 25.10.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com/duyguozaslan/adresli sosyal medya hesabında 2021 yılında çeşitli tarihlerde yapılan paylaşımlarında; *"Benimkiler kısa linkte en üstte, 4-5 yıldır giyiyorum resmen terlik gibi en çok giydiğim şey olabilir. Şimdi minilerden de almak istiyorum... milladaki en iyi jeanleri bulma başkanınız geldi. Müthiş kalıp, boy renk... geçen kış ne kadar giydiğimi hatırlarsınız. Dünyanın en rahat, en pofidik ve aynı zamanda ilginç biçimde şık duran şişme montu olduğunu düşünüyorum. Şu an stoğu var hatta indirimdeyken linki koyuyorum... son zamanlarda aldıklarım ve beğendiklerimden oluşan bir link hazırladım size. Aralarda bendeki parçaları bulun...indirim bitmeden süper bi"her şeye uyacak basic parçalar linki hazırladım size. Body de var tayt da iç çamaşırı da... Aylardır beklediğiniz bu maşanın stoğu sonunda yenilenmiş bildirim gelir gelmez paylaşıyorum... Göstereyim şu an gözeneklerimin içinden neler çıkıyor... yüzümde bu her zamanki glam glow'u kullandım gerçekten müthiş biçimde bütün gözeneklerin içinde yağı kiri söküyor... saçımda da body shop'un hindistan cevizli saç yağı var... linkimiz burada ama devamı gelecek birşeyler daha süreyim yüzüme durun... Multivitaminimden, bitkisel protein tozuma, cildim için kullandığım kolajen tozuma, saç/tırnak uzatan vitaminime kadar en en en memnun kaldığım gözüm kapalı önerdiğim ürünler..."* gibi ifadelerle birlikte tanıtımlarda bahsolunan ürünlerin www.trendyol.com adresli e-ticaret platformu üzerinden alışveriş uzantısına yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, söz konusu tanıtımlarda paylaşımların çoğunluğunda "ortaklık" şeklinde bir açıklamaya yer verilmekle birlikte bu açıklama metninin kolaylıkla okunabilir büyüklükte olmadığı, paylaşımın yer aldığı mecranın ara yüz ve teknik özellikleri de dikkate alındığında tüketiciler tarafından ilk bakışta fark edilebilecek biçimde sunulmadığı, bazı paylaşımlarda ise herhangi bir reklam ibaresine yer verilmediği bu suretle şahsın takipçilerini muhtelif markalara yönlendirme yapmak suretiyle markaların ve ürünlerin örtülü reklamının yapıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 6/1, 6/3, 6/4, 7/1, 7/2, 22/1, 22/2, 23/1-a, 23/1-b, 23/1-c ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, **Duygu ÖZASLAN** isimli şahıshakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **114.326-TL (Yüzondörtbinüçyüzyirmialtı Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**7)**

**Dosya No: 2021/4642**

**Şikayet Edilen: Haberturk Gazetecilik A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.haberturk.com adresli haber sitesinde ve https://twitter.com/Haberturk adresli sosyal medya hesabında yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 16.06.2021, 25.11.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.haberturk.com adresli haber sitesinde yer verilen;

"Anadolu Sigorta’dan koronaya karşı görüntülü sağlık hizmeti." başlıklı metinde; *"Anadolu Sigorta, sağlık sigortası sahiplerine 7/24 canlı ve görüntülü sağlık danışmanlığı hizmeti veriyor. Hizmet kapsamında, bireysel ve kurumsal sigortalılar, Sağlığım Cepte uygulamasından veya Anadolu Sigorta online şubesi üzerinden “ 7/24 Sağlık Danışmanlığı” butonuna tıklayarak, canlı ve görüntülü görüşme yapabiliyorlar.*

*Anadolu Sigorta, Sağlık Bakanlığı'nın rehberliği ışığında "Evde Kal!" çağrısını destekleyerek, sağlık sigortası sahiplerine canlı ve görüntülü sağlık danışmanlığı hizmeti veriyor. Anadolu Sigorta, online ve ücretsiz "Görüntülü Doktor Hizmeti" ile 7/24 tüm sağlık sigortalılarına danışmanlık sunuyor. Hizmete, Sağlığım Cepte uygulamasından veya Anadolu Sigorta web sitesi üzerinden ulaşmak mümkün.*

*Tüm dünyada olduğu gibi Türkiye’de de Koronavirüs salgınına bağlı olarak olağanüstü bir dönem yaşandığını hatırlatan Anadolu Sigorta Genel Müdür Yardımcısı Erdinç Gökalp, bu süreçte hızlıca pek çok uygulama hayata geçirdiklerini belirtti. Gökalp şunları söyledi: “Virüsün yayılmasını mümkün olduğunca önleyebilmek adına bu dönemi hep birlikte gerekli önlemleri alarak geçirmek durumundayız. Bu nedenle ilk günden itibaren hem müşterilerimizin hem de çalışanlarımızın sağlığı ve güvenliği için hızlıca pek çok önlem hayata geçirdik. Öncelikle süreçlerimiz gereği şirket binalarında bulunması zorunlu çalışanlarımız haricinde, tüm çalışanlarımızın evden çalışma uygulamasına geçmesi kararı aldık. Bunu yaparken iş sürekliliğimizi korumak ve hizmetlerimizi sigortalılarımıza aksatmadan iletebilmek adına teknolojik altyapımızdan faydalandık. Anadolu Sigorta olarak, gerek müşterilerimiz gerekse çalışanlar arası iletişim için tüm altyapıya sahip durumdayız. Bu süreçte de Türkiye'nin sigortası olmaya devam ederek, tüm sigortalılarımızın yanında olmayı sürdüreceğiz.”*

*Kısa Sürede Hekime Ulaşılıyor*

*Sağlık Bakanlığı öncülüğünde başlatılan "Evde Kal!" çağrısını desteklemek için çalıştıklarını dile getiren Erdinç Gökalp, “2017 yılında online ve ücretsiz "Görüntülü Doktor Hizmeti"mizi faaliyete almıştık. Zorunlu kalmadıkça hastaneye gidilmemesi tavsiye edilen yaşadığımız kritik dönemde, "Görüntülü Doktor Hizmeti" ile tüm sağlık sigortalılarımızın 7/24 hizmetindeyiz” dedi. Hizmet kapsamında, bireysel ve kurumsal sigortalılar, Anadolu Sigorta web sitesi aracılığıyla online şubeden ya da mobil uygulamamız Sağlığım Cepte üzerinden, TC kimlik numarası ile giriş yapıyor ve 7/24 canlı ve görüntülü görüşme yapabiliyorlar. Bu sayede Anadolu Sigortalılar kısa sürede hekime ulaşıp sağlık sorunları için etkin ve doğru yönlendirme alabiliyorlar. Appstore ve Google Play Store’dan indirilebilen Sağlığım Cepte uygulamasıyla Anadolu Sigortalılar, poliçelerine ait bilgilerini, kalan teminat detaylarını görüntüleme ve anlaşmalı hastane arama gibi temel fonksiyonların yanında, Sağlığım Cepte’yi Türkiye’nin en detaylı sağlık sigortası uygulaması haline getiren birçok ayırt edici özellikten de faydalanıyor" diye konuştu.****"*** ifadelerine,

"Kasımda indirimli alışveriş devam ediyor" başlıklı metinde; *"Alışverişte büyük kasım ayı hareketliliği başladı. Trendyol da 200 binden fazla satıcısıyla Kasım’daki alışveriş festivaline özel indirimlerin olduğu 4 günlük kampanya ile katıldı.*

*İnternetten alışverişte büyük kasım ayı hareketliliği başladı. Kampanya döneminde başta online satışların etkisiyle alışverişte rekor bir canlanma yaşanıyor.*

*Müşterilerin uygun fiyatlarla ihtiyaçlarını karşılamasını sağlayan yılın bu döneminde KOBİ ve esnaf da satışlarını artırarak işlerini büyütüyor.*

*2021 Son Çeyrekte Yeni Rekor Beklentisi*

*2020 yılında internetten kredi kartı ile alışveriş yapılma oranı yüzde 30’lara ulaştı. Bir önceki yıla göre Kasım 2020’de kartla alışveriş yapanlar yüzde 54 artarak 29 milyar TL’yi geçti. 2021 yılının son çeyreğinde e-ticaret sektörü yeni rekorlar bekliyor.*

*Önde gelen e-ticaret platformlarından Trendyol da 200 binden fazla satıcısıyla Kasım’daki alışveriş festivaline özel indirimlerin olduğu 4 günlük kampanya ile katıldı. Trendyol, bu yıl ilk kez Hızlı Market, Yemek ve ikinci el uygulaması Dolap’a özel hazırladığı Kasım kampanyalarını da müşterileriyle buluşturuyor.*

*Müşterilerin uygun fiyatlarla alışveriş yapması için kampanya dönemleri büyük önem taşıyor. Trendyol’da, kampanyalara dahil olan indirimli ürünlere müşterilerin hızlıca ulaşması için “fırsat ürünleri etiketi” uygulaması bulunuyor. “Fırsat”, “Büyük Fırsat” ve “Çılgın Fırsat” etiketlerini takip eden müşteriler, istedikleri ürüne indirimli olarak sahip olabiliyor. Müşteriler Trendyol üzerinden seçtikleri ürünleri favorilerine ekleyerek, ürünlerle ilgili beden ve fiyat değişimlerini de yakından takip edebiliyor. Favorilenen ürünler satıcılara rapor olarak sunuluyor. Bu sayede bir ürün ne kadar çok favorilenirse indirime girme olasılığı o kadar artıyor. Müşterilerin kampanya döneminden önce ürünleri favorilerine eklemeleri önem taşıyor.*

*Anlık Bildirimler Önemli*

*Anlık bildirimlerini açmaları da müşteriler için avantajlı alışveriş için fark yaratan bir özellik. Bildirimler aracılığıyla kampanya dönemlerinde 3 saatte bir olan anlık indirimlerden haberdar olup ihtiyaç duydukları ürünlere avantajlı fiyatlarla ulaşabiliyorlar. Müşteriler, Trendyol satıcılarının mağazalarını takip ederek o mağazaya özel indirim kazanabiliyor. Aynı zamanda hem Trendyol’un hem de satıcıların tanımladığı kuponlar sayesinde de indirimli alışveriş gerçekleştirilebiliyor.*

*Müşteri Yorumları Kritik*

*Müşterilerinin geri bildirimlerini yakından takip eden Trendyol’da, müşterilerin satın aldıkları ürünler için yorum yapma özelliği ve platformdaki tüm ürünler için ise şikayet butonu özelliği bulunuyor. Ürün puanı ve müşteri yorumları, avantajlı alışveriş için büyük önem taşıyor. Yüksek ürün puanları ve olumlu müşteri yorumları alışverişe yönelik ön bilgi sağlıyor. Müşteriler, satın aldıkları ürünü değerlendirmek amacıyla yorum yaparken, aradığı ürününün farklı satıcılardaki yorumlarını ve fiyatlarını karşılaştırarak, almak istedikleri satıcıya karar verebiliyor. Bununla birlikte akıllı telefonlarından ürünün ekran görüntüsünü alarak ya da ürün sayfasının altına inerek, Şikayet Et Butonu’na tıklayıp görüşlerini paylaşabiliyor. Trendyol müşterileri Chatbot aracılığıyla Trendyol müşteri hizmetlerine 7/24 ulaşabiliyorlar.*

*Teslimatta Avantaj Sunuyor*

*Evde bulunmayan ya da evde kargo beklemek istemeyen müşterilerin tercihi olan Trendyol Gel-Al noktaları yoğun geçen Kasım ayında müşterilerin kargolarını hızlı teslim almalarını, esnafın da ek gelir kazanmasını sağlıyor. Müşteriler siparişlerini anlaşmalı esnaflardan ve kargo şubelerinden veya kargo otomatlarından 7 gün 24 saat teslim alabiliyor. Bu noktaları kullanan müşteriler 10 TL indirim elde ediyor. Ayrıca Trendyol Cüzdan uygulamasını kullananların da yapılan her alışverişinin %2’si cüzdan hesabına yatırılıyor."* ifadelerine yer verildiği,

Diğer taraftan https://twitter.com/Haberturk adresli sosyal medya hesabında 11.11.2021 tarihinde paylaşılan içerikte; *"Alışverişte büyük kasım ayı hareketliliği başladı... @Trendyol da 200 binden fazla satıcısıyla Kasım’daki alışveriş festivaline özel indirimlerin olduğu 4 günlük kampanya ile katıldı https://haberturk.com/kasimda-indirimli-alisveris-tam-gaz-suruyor-3247868-ekonomi"* ifadeleriyle birlikte inceleme konusu www.haberturk.com adresinde yayınlanan "Kasımda indirimli alışveriş devam ediyor" başlıklı içeriğe yönlendirme yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, söz konusu tanıtımlarda herhangi bir reklam ibaresi bulunmadan "Trendyol" ve "Anadolu Sigorta" isimli şirketlerin övülmesi ve tüketici tercihlerini bilinçli olarak yönlendirebilecek şekilde anılan markalara yönelik özel tanıtıcı atıflar yapılarak mal veya hizmetlerin satın alınmasının teşvik edilmesi suretiyle, firmaların örtülü reklamının yapıldığı, bu durumun tüketicileri yanıltıcı, aldatıcı ve bilgi eksikliklerini istismar edici nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, mecra kuruluşu **Haberturk Gazetecilik 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.

**8)**

**Dosya No: 2021/5005**

**Şikayet Edilen: Startv Medya Hizmetleri A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** "Star TV" isimli televizyon kanalında yayınlanan "Sabahın Sultanı Seda Sayan" isimli programda yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 27.09.2021

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** "Sabahın Sultanı Seda Sayan" isimli programın Op. Dr. Banu Küçükpolat isimli hekimin konuk olduğu 26. bölümünde yer alan diyaloglarda;

*"Sunucu: Sevgili izleyicilerimiz yanımda Kalp ve Damar Cerrahisi Uzmanı Op. Dr. Banu Küçükpolat hocam var. Sevgili yönetmenim Gürsel hocamı baştan aşağı tarar mısın, böyle gelin doktorlar bana böyle gelin... Ne güzel varis tedavisi yaparsın sen hocam. Varis nedir şikayetleri nelerdir hocam?"*

*Konuk: "Varis bir toplardamar hastalığıdır, özellikle biz kadınlarda bunu daha fazla görüyoruz... Bacaklarımızda mavi, yeşil makarna tanesi gibi veya örümcek ağı gibi kılcal damarların olması bizi mutsuz ediyor. Özellikle kadın hastalarım bana; hocam denize giremiyorum, mini etek giyemiyorum... gibi şikayetleri oluyor bu da ciddi anlamda bir kadının özgüvenini bozuyor. Biz bunu toparlamaya, hastalarımızı bacak estetiği anlamında güzelleştirmeye çalışıyoruz.*

*Sunucu; Peki Banu hocam varis tedavisini nasıl yapıyorsun?*

*Konuk; ...Tedavi varisin çeşidine göre değişiyor, eğer makarna tanesi gibi kocaman damarları varsa da hastalarımızın köpük tedavisi dediğimiz bir iğne yöntemi uyguluyoruz, eğer örümcek ağı gibi mavi yeşil ama ciltten kabarık değilse onlarda da skleroterapi dediğimiz bir tedavi uyguluyoruz, seanslar halinde uyguluyoruz, 15 gün 20 gün arayla uyguluyoruz. Maalesef tek seans yetmiyor. Ben hastalarıma söylüyorum, bu varisler bir günde olmadı... Sabırlı olursak güzel sonuçlar elde ediyoruz…*

*Sunucu; Peki ağrılı, acılı bir işlem mi?*

*Konuk: Ağrı eşiği kişiden kişiye değişir, mesela ben kendime iğneyle bir sürü işlem yapabiliyorum, ağrı eşiğim yüksek, tabi ki ağrı eşiği düşük hastalarımız var, mümkün olduğu kadar onları rahatlatıyoruz, lokal anestezi kremler uyguluyoruz...Bu güne kadar hiçbir hastam ağrıdan sebep tedaviyi bırakmadı...*

*Sunucu; Peki el ve ayak üzerindeki belirgin, genişlemiş damarlar için ne yapılabilir?*

*Konuk; Özellikle yaş ilerlediğinde cilt elastikiyetini kaybediyor,*

*Sunucu; Elini de çek, bak ne güzel anlatıyor kadın.*

*Konuk; Damarlar, buradaki tendonlar daha belirgin hale geliyor bir kadın olarak tabi biz bu görüntüyü istemiyoruz, elimizin de güzel olmasını istiyoruz. Biz burada damarın içine işlem yapma yerine etrafına dolgu uygulamaları yapıyoruz, damarın sağını solunu destekliyoruz dolayısıyla daha dolgun daha genç ve daha damarsız eller yapabiliyoruz...*

*Konuk; ...onunla dışarıdan yine seanslar halinde pıt pıt pıt yakma tarzında uygulamalarımız oluyor.*

*Sunucu; Oda kolay oluyor diyorsunuz*

*Konuk; O da kolay*

*Sunucu; Yeter ki bana gelsinler diyorsunuz...(...) Çıkın çıkın gidin Banu Hocama, hocam harika bir sohbetti...bayıldım kadın çok şık çok güzel bu doktora da gidilir yani, gidin varisiniz, kılcal damarınız hepsini halletsin..."* şeklindeki ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, programın ilgili kısmında; konuk hekimin uyguladığı tedavi yöntemleri ve verdiği hizmetlere ilişkin detaylı bilgilere yer verildiği, tedavi yöntemlerinin kendisi tarafından uygulandığı hususunun birçok defa vurgulandığı, hedef kitleyi oluşturanları ikna etmeye yönelik ifadeler içerdiği, tüketicilerin dolaylı olarak Op. Dr. Banu Küçükpolat isimli hekime yönlendirildiği ve anılan hekimi övmek ve tüketicileri yönlendirmek suretiyle şahsın örtülü reklamının yapıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, mecra kuruluşu **Startv Medya Hizmetleri A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **457.308-TL (Dörtyüzelliyedibinüçyüzsekiz Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**9)**

**Dosya No: 2021/5073**

**Şikayet Edilen: Mn Yazılım Medya Bilişim Basım Yayıncılık Reklam İç ve Dış Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.memurlar.net adresli haber sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 30.11.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.memurlar.net adresli haber sitesinde ana sayfa da yer alan içerikte; *"Kredi Kullanamıyor musunuz? Kredi başvurunuzda hedeflerinize ulaşmanız adına Hiperaktif Kredi Danışmanlığından bilgi alabilirsiniz. Hiperaktif Kredi, uygun kredi fırsatları konusunda, kişilere..."* şeklindeki ifadelere yer verildiği ve söz konusu içerik tıklandığında https://hiperaktifkredi.com/basvuru-yap/ adresli internet sitesine yönlendirme yapıldığıtespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu tanıtımlarda okunabilir boyutta bir reklam ibaresi bulunmadığı, söz konusu reklamlar ile tüketicileri "Hiperaktif Kredi" isimli kuruluşa yönlendirmek suretiyle kuruluşun örtülü reklamının yapıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, mecra kuruluşu **Mn Yazılım Medya Bilişim Basım Yayıncılık Reklam İç ve Dış Tic. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**10)**

**Dosya No: 2021/5546**

**Şikayet Edilen: Mehmet YAŞİN**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şahsa ait "damakcatlatan" isimli Instagram sosyal medya hesabında yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 09.10.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com/damakcatlatan/ adresli sosyal medya hesabında yapılan paylaşımında; *"Bazı akşamlar eve gelince eğer yemek de yoksa hemen kendime Dardanel’in Tonuyla ve Sardalyasıyla güzel bir masa hazırlıyorum, tabi yanına bahçeden sivribiberler, nefis domates bir iki galeta da eşlik ediyor. Hem çok lezzetli, hem çok sağlıklı, hem de doyurucu. Bunu sıklıkla, yaz akşamları özellikle yapıyorum size de öneririm."* ifadelerine ve paylaşımın açıklamasında; *"Yaz ve sonbahar akşamları evde kendime atıştırma tabakları hazırlarım. Dardanel Sardalya ve ton, taze biber, domates ve galeta var bu seferkinde. Ekmek olduğunda İspanyolların tapası gibi ince ekmek dilimlerinin üzerine malzemeleri ekliyorum. Çok lezzetli oluyor..."* ifadelerine yer verildiği, paylaşım üzerinde"@dardanel" şeklinde, Dardanel markasının etiketlendiği ve markanın Instagram sayfasına yönlendirildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu tanıtımlarda herhangi bir reklam ibaresi bulunmadan şahsın takipçilerini "Dardanel" markasına yönlendirmek suretiyle markanın örtülü reklamının yapıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, **Mehmet YAŞİN** isimli şahıs hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**11)**

**Dosya No: 2021/5571**

**Şikayet Edilen: Yeni Medya Elektronik Yayıncılık Ltd. Şti.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 17.09.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.haberler.com adresli internet sitesinde yer alan "Profesörler keşfetti bor ve oleuropein, propolisle birleşti" başlıklı haberde;

*"Düzce Üniversitesi Geleneksel ve Tamamlayıcı Tıp Merkezi ve Arı Mucizesi, Türkiye'nin en önemli yer altı kaynaklarından birisi olan Bor'u, Oleuropein ile birleştirerek propolise dahil etti. Bor'un insan sağlığına faydasını keşfeden profesörler, borun çocukların gelişiminden kanser tedavilerine kadar birçok alanda kullanıldığını belirtti.*

*Düzce Üniversitesi Geleneksel ve Tamamlayıcı Tıp Merkezi ve Arı Mucizesi, Türkiye'nin en önemli yer altı kaynaklarından birisi olan Bor'u, Oleuropein ile birleştirerek propolise dahil etti. Düzce Üniversitesi'nde analiz edilip onaylanan Bor içerikiliği Oleuropein ve Propolise her geçen gün talep artıyor. Arı mucizesi tarafından geliştirilen sistem ile ürün softgel olarak son tüketiciye ulaştırılırken, ürünü geliştiren profesörler, Türkiye'nin en önemli yer altı kaynaklarından birisi olan Bor'un insan sağlığına faydasının çok olduğunu belirtti. Düzce Üniversitesi Geleneksel ve Tamamlayıcı Tıp Merkezi Müdürü ve Arı Mucizesi Akademisi kurucularından Prof. Dr. Ertuğrul Kaya, Bor'un insan vücudunda günlük düzeyde ihtiyacı olduğunu vurguladı. Kaya, "Bor vücudumuzda da bulunan bir mikro elementlerden birisidir. Bir mikrobesindir. Vücudumuzun günlük düşük düzeylerde ihtiyacı vardır. Yetişkin insanlar için yaklaşık 1 mili grama kadar vücudumuzun ihtiyaç duyduğu bir mikro elementtir. Borun insan sağlığı açısından yapılmış birçok araştırma da önemi bulunmaktadır. Kemiklerin sağlığının korunması, bazı minerallerin kalsiyum, magnezyum, fosfat gibi minerallerin kemikte tutunmasının uzun süre sağlanmasının D vitaminin artırılması için Bor'un vücudumuzda bir miktar bulunması gerekiyor. Güvenli bir mikro elementtir. Vücudumuzda birikmez. Ayrıca beyin fonksiyonlarını arttırır. Büyümekte olan çocukların beyin fonksiyonlarını, bilimsel fonksiyonlarını arttırdığı gösterilmiştir. Hatırlama ve öğretmen gibi bilinçsel fonksiyonları güçlendirmektedir. Kas ve eklem fonksiyonlarını güçlendirdiği için sporcularda bir miktar kullanılmaktadır. Son yıllarda da Bor'un özellikle spesifik olarak kanser tedavisinde özel bazı kullanım alanları bulunuyor" ifadelerinde bulundu.*

*Propolis ile birleştirilen Bor, biyoyararlanımı arttırdı.*

*Birçok hastalıkta kullanılan Bor'u propolis ile birleştirdiklerini belirten Prof. Dr. Kaya, " Bor vücudumuza birçok gıdadan alınabilmektedir. Yeşil bazı meyveler, kabuklu meyveler, kabuklu kuruyemişler gibi bazı maddelerden boru alabiliyoruz. Ülkemizde bor kaynakları çok fazladır. Bor'un insan sağlığı dışında da birçok kullanım alanı bulunmaktadır. Bor kullandığımız ürünlerde propoliste olueropin ile birleştirildiğinde bu ürünlerin özellikle nanobor olarak yapıldığından dolayı bağırsaklardaki emilimini arttırmaktadır. Bu da biyoyararlanımı artırır. Böylelikle propolisin içerdiği doğal moleküllerin vücudumuza emilimi ve vücudun bunlardan faydalanması artırılmaktadır. Bu amaç ile Arı mucizesi ürünlerine bor eklenerek biyoyararlanımı artırılmıştır" dedi.*

*"Ülkemize çok daha fazla gelir getirebileceğimize inanıyoruz"*

*Bor'un Türkiye'nin en önemli yer altı kaynaklarından birisi olduğunu dile getiren Düzce Üniversitesi Fen Edebiyat Fakültesi Dekanı ve Arı Mucizesi kurucu ortağı Prof. Dr. Halil İbrahim Uğraş, "Bor elementi ülkemizin en önemli yer altı zenginliklerinden birisidir. Devletimiz son yıllarda yaptığı yatırımlarda yer altı zenginliğinden katma değerli ürünler üzerine de birçok çalışma yapıyor. Bu konuda hem devletimizin bazı kurumları ETİ Maden gibi hem de bazı şirket yatırımları sayesinde Bor'dan katma değerli ürünlerin üretimi hızla artıyor. Buda önemli bir fayda sağlayacak ülkemiz için. Çünkü bundan katma değerli ürünlerin üretilmesi, yakın bir zamanda ülkemize daha fazla bor ile ilgili yatırımların ve katma değerin artması ile beraber ekonomik fayda getirecek. Bor'dan yapılan katma değerli ürünlere baktığımızda deterjan sektöründeki ürünleri zaten biliyoruz. Son yıllarda Eti Madenin yaptığı çalışmalarda Bor'dan başka kimyasallarında üretimi gerçekleştirilip yurt dışında birçok ülkeye ihracatı gerçekleştiriliyor. Nanobor'da bunlardan birisi aslında. Nanobor Katma değerli ürünlerden biri tanesi elementel halde nanabor veya moleküler yapıda bir bor örneği görmekteyiz. Bunlar ülkemizde yerleşik 2 adet start up şeklindeki şirketlerin bunlarında övünerek söylüyorum akademik kişiler tarafından kurulan şirketin ürettiği ürünler olarak karşımıza çıkıyor. Biz o akademisyen şirketlerin ürettiği elementer bor ürünlerini alıp kendi ürünlerimizde kullanarak ne tür fayda sağladığını anlamaya çalışıyoruz ki bununla ilgili zaten aldığımız geri dönüşümler son derece olumlu. Sadece nanoborda değil Bor'un diğer moleküllerinde de çok çeşitli yapıları elde edebilirsek ülkemize çok daha fazla gelir getirebileceğimize inanıyoruz" ifadelerini kullandı.*

*Düzce Üniversitesi bünyesinde analizleri yapılan Bor ve Oleuropein ile Propolisin birleştirilmesinden çıkarılan Arı Mucizesi Propolis Softgel'de Alkol, etanol, glikol gibi hiçbir kimyasal solvent bulunmuyor. Yüksek Polifenollü saf zeytinyağında yüksek teknoloji ile işleniyor. Tadı ve kokusu bulunmuyor. Yumuşak kapsüllerden oluşuyor. Bu sayede her yerde kolaylıkla tüketilebiliyor."* şeklindeki ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda söz konusu içerikte tüketici tercihlerini bilinçli olarak yönlendirebilecek şekilde "Propolis Softgel" isimli ürüne yönelik özel tanıtıcı atıflar yapılarak ürünün satın alınmasının teşvik edildiği, herhangi bir reklam ibaresi bulunmadan "Arı Mucizesi" markasını ve bu markaya ait "Propolis Softgel" isimli ürünü övmek ve tüketicileri yönlendirmek suretiyle markanın örtülü reklamının yapıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, mecra kuruluşu **Yeni Medya Elektronik Yayıncılık Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**12)**

**Dosya No: 2021/5572**

**Şikayet Edilen: Yenibahar İletişim Yayıncılık Reklam Sanayi ve Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** "Konya Yenigün" isimli günlük gazetenin 12.02.2021 tarihli nüshasında yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 12.02.2021

**Yayınlandığı Mecra:** Gazete

**Tespitler:** "Konya Yenigün" isimli günlük gazetede yer alan "Dünyagöz'den Gece Körlüğü Hastasına Gece Operasyonu" başlıklı içerikte;

*“Dünyada çok nadir olarak uygulanan kök hücre yöntemiyle Retinitis Pigmentosa ameliyatı 32 yaşındaki hastaya Dünyagöz Konya Hastanesinde uygulandı. Halk arasında tavuk karası ya da gece körlüğü olarak bilinen Retinitis Pigmentosa hastası M.S. sağ gözüne uygulanan kök hücre yöntemi sayesinde hastalığın ilerlemesinin durdurulması amaçlanıyor. Konya'da ilk kez gerçekleştirilecek olan Retinitis Pigmentosa tanılı hastada kök hücre ameliyatını Dünyagöz Konya Hastanesi doktorlarından Göz Hastalıkları Uzmanı Op. Dr. Bayram Gülpamuk yaptı. Op. Dr. Bayram Gülpamuk, operasyon öncesi gazetecilere yaptığı açıklamada, kök hücre tedavisinin tüm dünyada çok nadir uygulanan bir tedavi yöntemi olduğunu ifade etti.*

*Kök Hücre İle Hastalığın İlerlemesini Durduruyoruz*

*Gece körlüğünün tedavisi mümkün olmayan, tam körlüğe kadar ilerleyen bir hastalık olarak bilindiğini ifade eden Gülpamuk, "Kök hücre yöntemiyle Retinitis Pigmentosa ameliyatı dünyada çok yeni ve çok nadir uygulanan bir yöntem. Artık ülkemizde de uygulayabiliyoruz. 32 yaşındaki genç hastamız Türkiye'de bu yöntemin uygulandığı ilk hastalardan birisi. Sağ gözüne operasyon yapacağız. Amacımız hastalığın ilerlemesini yavaşlatmak veya durdurmak, bu bağlamda geri dönüşü mümkün olmayan görme kaybının daha da ilerlemesini engellemektir..." dedi.*

*"Amacımız Görmesini Kaybettirmeden Hayatını İdame Ettirmesi"*

*Gülpamuk gece körlüğünün genetik geçişli ve ilerleyen bir hastalık olması nedeniyle hastanın kendisinden kök hücre alamadıklarını söyledi. Gece körlüğü hastaları için yeni doğan bebeklerin göbek kordonundan kök hücre aldıklarını anlatan Gülpamuk şöyle devam etti; "Bu kök hücreleri bazı genetik testlerden geçirip steril koşullarda elde edip laboratuvar ortamında çoğaltarak hastanın gözüne uyguluyoruz. Bugünkü nakil de göbek kordonundan umbilikal kord içerisinde wharton jölesi dediğimiz jel kıvamında bir madde var, onun içindeki mezenkimal kök hücreler özel laboratuvar ortamında çoğaltarak elde edildi..."* şeklindeki ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; söz konusu içerikte, kuruluşun uyguladığı tedavi yöntemine ilişkin detaylı bilgilere yer verildiği, tedavi yöntemlerinin ilgili kuruluş bünyesinde uygulandığı hususunun birçok defa vurgulandığı, hedef kitleyi oluşturanları ikna etmeye yönelik ifadeler içerdiği, tüketicilerin dolaylı olarak "Dünyagöz Hastanesi" isimli kuruluşa yönlendirildiği ve anılan kuruluşu övmek ve tüketicileri yönlendirmek suretiyle örtülü reklamının yapıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, mecra kuruluşu **Yenibahar İletişim Yayıncılık Reklam 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.

**13)**

**Dosya No: 2021/5576**

**Şikayet Edilen: İhlas Gazetecilik Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** Türkiye Gazetesinde yayınlanan "Avrupa Ülkeleri Rutin Tedaviye Aldı. Covid-19’a Karşı Kök Hücre Silahı" başlıklı metin

**Reklam Yayın Tarihi:** 20.08.2020

**Yayınlandığı Mecra:** Gazete

**Tespitler:** Türkiye Gazetesinin 20 Ağustos 2020 tarihli nüshasında yayınlanan "Avrupa Ülkeleri Rutin Tedaviye Aldı. Covid-19’a Karşı Kök Hücre Silahı**"** başlıklı haberde;

*"Covid-19 enfeksiyonunda virüse karşı etkili bir aşı ya da ilaç bulunana kadar eldeki en iyi silahlardan birinin kök hücre tedavisi olduğunu söyleyen İstinye Üniversitesi Rektörü Prof. Dr. Erdal Karaöz, Almanya başta olmak üzere birçok Avrupa ülkesinde ve Körfez ülkelerinde kök hücre tedavisinin Covid-19 rutin uygulama protokolüne girdiğini belirtti. Ülkemizde de bu tedaviyi uygulayan grupların Sağlık Bakanlığı ile birlikte bir çalıştay düzenleyerek tedavinin standartlarının belirlenmesi gerektiğini ifade eden Prof. Dr. Karaöz “Gelmesi muhtemel görünen ikinci belki de üçüncü dalgaya karşı kök hücre silahı ile hazırlıklı olmalıyız” dedi. Sağlık Bakanlığının bireysel başvurularla Covid-19 enfeksiyonunun kök hücre ile tedavisine izin verdiğini belirten Prof. Dr. Karaöz “Ülkemizde birçok hastane ve grup bu tedaviyi yürütüyor. Bizim uluslararası standartlarda ürettiğimiz hücreler bugüne kadar ülke çapında çeşitli hastanelerde 50’ye yakın Covid-19 hastasında kullanıldı ve ortalama yüzde 60 oranında başarı elde edildiği görüldü. Bu hastaların tamamı uzun süre yoğun bakımda kalmış, entübe, PCR pozitif ve bilinen bütün tedaviler uygulanmış ve ne yazık ki sonuç alınamamış hastalardı. Özellikle uzun süre entübe olan ve sonuç alınamayan hastalarda bu silahın denenmesinde fayda olabilir” diye anlattı.*

*Virüs, Organ Yetmezliği İle Öldürüyor*

*İstinye Üniversitesi bünyesinde hizmet veren Kök Hücre ve Doku Mühendisliği Araştırma Uygulama Merkezinin de kurucusu olan Prof. Dr. Karaöz, Covid-19’un solunum yolundan girerek akciğere yerleştiğini ve burada çoğalarak diğer organlara saldırdığını belirterek “En çok sevdiği hücreler de böbreklerde, karaciğerde, gastrointestinal sistemde bulunan ACE2 reseptörünü içeren hücreler. Virüs damarlarımızın yüzeyini döşeyen hücrelere giriyor. Bağışıklık sistemimiz de bu virüse karşı aşırı reaksiyon göstererek ‘sitokin fırtınası’ dediğimiz durumu oluşturuyor. Aşırı reaksiyon vücudun kendi kendine zarar vermesi ile sonuçlanıyor. Bu virüsle enfekte hastalarda çoklu organ yetmezlikleri görülüyor. Akciğer başta olmak üzere böbrekler, karaciğer ve hatta beyin etkileniyor. Sepsis gelişiyor; hastalar bu şekilde kaybediliyor” dedi.*

*Almanya'da Koronavirüs Hastalarına Uygulanıyor.*

*Almanya’nın bütün Covid-19 hastalarına rutin kök hücre tedavisi uyguladığını ifade eden Prof. Dr. Karaöz “Bildiğim kadarıyla başta ABD olmak üzere Kanada, Japonya, İspanya, İtalya, Pakistan, Ukrayna, ve Danimarka’da Covid-19 hastalarına kök hücre tedavisine ilişkin birçok proje devam ediyor. Bazı ülkelerde ise rutin bir metot olarak uygulanıyor. Mesela en son Abu Dabi’de 2.500 hastaya kök hücre tedavisi yapıldı. Yayınlanan sonuçlar başarılı” dedi.*

*Aynı Metot Kemik İliği Naklinde De Kullanılıyor.*

*Covid-19’da yeni doğmuş olan bebeklerin kordon kanından elde edilen mezenkimal kök hücre adı verilen hücrelerin kullanıldığını söyleyen Prof. Dr. Karaöz “Aslında Covid-19’da yaşadığımız sitokin fırtınasına benzer süreçleri allojenik yani farklı bireyler arasında gerçekleştirilen kemik iliği nakli sonrasında da yaşayabiliyorduk. GVHD (Greft versus Host Disease; Konağa karşı greftin reaksiyonu) adı verilen probleme karşı mezenkimal kök hücreleri Türkiye’de kemik iliği transplantasyonu yapılan birçok merkezde tedavi amaçlı kullanılıyor. Ülkemizdeki ilk Covid-19 enfeksiyonu kapan hekimlerden birisi olan Dr. S.K’ye bu tedavi uygulandı ve başarılı oldu. Günümüze kadar hem biz hem de diğer birçok grup bu tedaviyi Sağlık Bakanlığının izni ve gözetiminde uygulamaya devam ettik. Şu ana kadar bizim ürettiğimiz hücreler 50 civarında hastaya uygulandı. Diğer hastanelerde de önemli vaka sayılarının oluştuğunu düşünüyorum. Kök hücre Covid-19’a karşı şu anda elimizdeki önemli bir silah. Çünkü ölüm döşeğindeki hastalarda başarılı sonuçlar verebiliyor” diye konuştu."* şeklindeki ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu metnin örtülü reklam unsuru taşımadığı değerlendirilmiş olup, anılan reklamların 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 inci maddesine **aykırı olmadığına** karar verilmiştir.

**14)**

**Dosya No: 2021/5626**

**Şikayet Edilen: Delta Group Basın Yayın Matbaacılık Reklam Organizasyon Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** “BBN Haber" isimli gazetede yer alan "Gece Körlüğüne Kök Hücre Nakli ile Tedavi" başlıklı metin

**Reklam Yayın Tarihi:** 12.02.2021

**Yayınlandığı Mecra:** Gazete

**Tespitler:** "BBN Haber" isimli gazetenin 12.02.2021 tarihli nüshasında yer alan "Gece Körlüğüne Kök Hücre Nakli ile Tedavi" başlıklı içerikte; *"Konya'da halk arasında "tavuk karası" yada "gece körlüğü" olarak bilinen retinitis pigmentosa rahatsızlığı bulunan 32 yaşındaki hasta, Dünya Göz Hastanesi'nde kök hücre nakli yöntemiyle ameliyat edildi.*

*Konya Dünyagöz Hastanesi uzmanlarından Op. Dr. Bayram Gülpamuk, kök hücre tedavisinin tüm dünyada çok nadir uygulanan bir tedavi yöntemi olduğunu ifade etti. Gece körlüğünün tedavisi mümkün olmayan, tam körlüğe kadar ilerleyen bir hastalık olarak bilindiğini ifade eden Gülpamuk, "Bilimin ışığında son yapılan çalışmalarla kök hücre tedavisinin gece körlüğü hastalığında, hastalığın gidişatını yavaşlattığı veya durdurduğu gözlenmiştir. Hatta bazı hastalarda bir miktar da olsa görme keskinliğinde artış sağladığı bilimsel olarak kanıtlanmıştır" dedi. Gülpamuk gece körlüğünün genetik geçişli ve ilerleyen bir hastalık olması nedeniyle hastanın kendisinden kök hücre alamadıklarını söyledi. Gece körlüğü hastaları için yeni doğan bebeklerin göbek kordonundan kök hücre aldıklarını anlatan Gülpamuk şöyle devam etti; "Bu kök hücreleri bazı genetik testlerden geçirip steril koşullarda elde edip laboratuvar ortamında çoğaltarak hastanın gözüne uyguluyoruz. Bugünkü nakil de göbek kordonundan umbilikal kord içerisinde wharton jölesi dediğimiz jel kıvamında bir madde var, onuun içindeki mezenkimal kök hücreler özel laboratuvar ortamında çoğaltarak elde edildi..."* şeklindeki ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; söz konusu içerikte, kuruluşun uyguladığı tedavi yöntemine ilişkin detaylı bilgilere yer verildiği, tedavi yöntemlerinin ilgili kuruluş bünyesinde uygulandığı hususunun birçok defa vurgulandığı, hedef kitleyi oluşturanları ikna etmeye yönelik ifadeler içerdiği, tüketicilerin dolaylı olarak "Dünyagöz Hastanesi" isimli kuruluşa yönlendirildiği ve anılan kuruluşu övmek ve tüketicileri yönlendirmek suretiyle örtülü reklamının yapıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, mecra kuruluşu **Delta Group Basın Yayın Matbaacılık Reklam Organizasyon Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**15)**

**Dosya No: 2020/2306**

**Şikayet Edilen: Medya Gündem Dijital Yayıncılık Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.finansgundem.com adresli internet sitesinde yayınlanan *"Sağlıklı Ev’e Talep Patladı"* başlıklı yazı

**Reklam Yayın Tarihi:** 12.06.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.finansgundem.com adresli internet sitesinde, https://www.finansgundem.com/haber/saglikli-eve-talep-patladi/1497937 linkinde yer alan sayfada 12.06.2020 tarihinde yayınlanan *"Sağlıklı Ev’e Talep Patladı"* başlıklı yazıda;

*"DAP Yapı Yönetim Kurulu Başkanı Ziya Yılmaz, "Bana göre yüksek katlı bina dönemi, sadece Türkiye’de değil, tüm dünyada kapandı" dedi. Yılmaz, DAP Yapı’nın Çekmeköy’deki Ormanköy projesiyle ilgili bilgiler paylaştı.*

*Tüm dünyayı etkisi altına alan korona virüs (KOVİD-19) pandemisi, gayrimenkul sektöründe de ezberleri bozmuş durumda. Tüketim alışkanlıklarındaki değişikliğe dikkat çeken DAP Yapı Yönetim Kurulu Başkanı Ziya Yılmaz da bu konuya dikkat çekerek “Bana göre yüksek katlı bina dönemi, sadece Türkiye’de değil, tüm dünyada kapandı” diye konuştu.*

*Türkiye genelindeki son verilere göre pandemi süreciyle birlikte bahçeli evlere yüzde 228, balkonlu evlerde yüz 100’e yakın bir talep artışı yaşandığına dikkat çeken Ziya Yılmaz, “İnsanlar dünyada yaşanan bu sosyal bilinçlenmeyle birlikte özlerine döndü; hayatlarında nelerin eksik olduğunu, onları en çok nelerin mutlu ettiğini düşünmeye başladı. Burada bir numaralı önceliklerden biri de doğayla olan iletişimin güçlendirilmesi geliyor. Üstelik bu sadece belli bir kesime hitap eden bir trend değil. Toplumun tüm kesimlerinde etkisini gösteriyor” ifadelerini kullandı.*

*Çekmeköy’de ‘Sağlık’ Kriterleri Geçerli...*

*Bu noktada DAP Yapı’nın son yatırımı olan Çekmeköy’deki Ormanköy projesiyle ilgili bilgiler paylaşan Ziya Yılmaz, “Uzun süredir üzerinde çalıştığımız Sağlıklı Ev konseptini Çekmeköy’de hayata geçiriyoruz. Bunun için sağlık ve sağlıklı yaşam uzmanlarından oluşan özel bir ‘DAP Yapı Sağlık Komitesi’ oluşturduk. Bu çerçevede de Sağlıklı Ev kriterlerine göre tüm projenin şekillendirdik. Bu çervede ‘sağlıklı ev’ modelinin en başarılı örneklerinden biri Çekmeköy’de yükselecek” dedi.*

*Şu ana kadar projeye 58 bin kişiden görüş aldıkları bilgisini de paylaşan Ziya Yılmaz sözlerini şöyle sürdürdü: “Bu talep açıkçası beklediğimiz bir talepti. Çünkü pandemi süreciyle birlikte doğaya dönüş, orman içinde yaşam, bahçeli evler, teraslı ve geniş balkonlu evlerin eksikliğini çok net olarak hissettik. Bu noktada da karşımıza çalışmasına korona virüs öncesinde başladığımız ‘Sağlıklı Ev Kriterleri’ çıktı.”*

*Orman İçindeki Ev, Yaşlanmayı Geciktiriyor...*

*Yılmaz, oluşturdukları ‘Sağlıklı Ev Kriterleri’ni ise şöyle sıraladı:*

*1- “Birincisi her binada elbette asansör olacak. Fakat asansöre ihtiyaç duymadan çıkılabilecek yükseklikteki eve sağlıklı ev diyoruz. İşte tam da bu yüzden, Çekmeköy’deki yeni yatırımımızda bina yüksekliğini zemin+5 kat olarak sınırladık.*

*2- İkincisi ise bahçe konusu… Sağlıklı evlerde bahçe yoksa teras, teras da veremiyorsanız kesinlikle geniş balkona sahip bulunacak. Yaklaşık 200 bin metrekare alan üzerinde yer alan Çekmeköy projemizin yüzde 90’ı yeşil alanlar için ayrıldı.*

*3- Üçüncüsü orman konusu çok önemli… Çünkü ormanlarımız sadece oksijen deposu değil aynı zamanda da şifa kaynağı… yapılan çalışmalar gösteriyor ki orman havasıyla hayatını geçiren insanlar daha yavaş yaşlanıyor. Orman havası alarak yapılan spor ve yürüyüş aktiviteleri tansiyon ve şeker gibi kronik hastalıklara da iyi geliyor. Bu yüzden sağlıklı ev orman içinde ve geniş bir yeşil alana sahip olmak zorunda.*

*4- Dördüncü olarak bir diğer konu da hiç şüphesiz havalandırma sistemi… Pandemi ve sokağa çıkma yasaklarının olduğu süreçte hepimiz evlerimizde kaldık. Havaların iyi olmadığı günlerde pencerelerimizi dahi açamadık. Burada havalandırma sistemlerinin kalitesi hepimizin bir numaralı önceliği oldu. Bu açıdan bakıldığında ‘Sağlıklı Ev’ dediğinizde, her dairenin havalandırma sisteminin korona sürecindeki sağlık kriterlerine uygun olarak tasarlanması ve ‘bağımsız’ olması büyük önem taşıyor.*

*5- Beşinci ve son kriter ise hepimizin bildiği gibi elbette deprem yönetmeliği…*

*Doğadaki Dostlarımız Hemen Yanıbaşımızda...*

*Öte yandan eve kapandığımız günlerde sosyal medyanın en çok konuşulan konularından biri de ekosistemi paylaştığımız doğadaki dostlarımız oldu. İstanbul Boğazı’ndaki yunuslar bu dönemin en dikkat çekici görüntülerini sergiledi. Artık insanlar doğa ile iç içe yaşarken aynı zamanda diğer canlıların da kıymetini anlar oldu. DAP Yapı Yönetim Kurulu Başkanı Ziya Yılmaz, “Bugün orman içindeki Çekmeköy projemizde de insanların keyifle ormanda sevgili dostlarımızla yürüyebileceği, spor yaparken ceylanlarla, sincaplarla karşılaşacağı doğal bir yaşam alanı olacak” ifadelerini kullandı.*

*Her Ev Aynı Zamanda Bir Çalışma Ofisi...*

*DAP Yapı’nın Çekmeköy projesinde bir diğer önemli çözümün evden çalışma konusu olduğuna dikkat çeken Ziya Yılmaz, “Her ne kadar normalleşme süreci başlamış olsa da koronavirüs sonrası da bir çok şirket ‘evden çalışma’ya devam edecek. Yani artık her evde bir çalışma odası ya da çalışma alanı olacak. Bu noktada insan kaynakları uzmanlarının bir takım önerileri var. Diyorlar ki, evde bir çalışma odanız olsun. Yoksa mutlaka bir çalışma alanı oluşturun. İşte bu yüzden çalışma odalarını unutmadık. Mesela bazı evlerimize yarım odalar şeklinde bölümler ekledik. Evden çalışma ile ilgili uzmanların dikkat çektiği bir konu var. Diyorlar ki; yapmanız gereken ilk şey kendinize bir çalışma alanı oluşturun. Her sabah işe gidiyormuş gibi kalkıp hazırlanın. Ardından ‘evinizin içindeki’ ofisinize geçin. Ev içerisindeki ofisinize geçmenin önemini anlatıyorlar. Artık birçok şirketin de evden çalışmayı sürdüreceğini düşünürsek bu gerçekten de çok önemli bir döneme girildiğini gösteriyor” dedi.*

*Ana Ulaşım Hatlarının Yanı Başında...*

*Ormanköy projesinin, ana ulaşım hatlarının yanı başında yer aldığına da dikkat çeken Ziya Yılmaz, projenin Üsküdar-Çekmeköy Metro İstasyonu’na 2 dakika, Kuzey Çevreyolu bağlantılarına 5 dakika, Yavuz Sultan Selim Köprüsü’ne 25 dakika, 15 Temmuz Şehitler Köprüsü’ne 20 dakika ve Fatih Sultan Mehmet Köprüsü’ne 20 dakika mesafede yer aldığını söyledi. Projedeki fiyat konusuyla ilgili çalışmanın devam ettiğini söyleyen Ziya Yılmaz, “İlk düşüncemiz 10 bin TL’nin üzerinde bir rakamla satışa çıkmaktı. Fakat lansmana özel bir sürpriz yapmaya karar verdik. Metrekaresi 8 binden başlayan fiyatlarla satışa çıkıyoruz. Bitiş rakamları ise 16-17 bin TL’leri bulacak” dedi."*

şeklinde ifadelere ve projeyle ilgili bazı görsellere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda söz konusu içeriğin açık reklam olduğunu gösteren "ilandır, reklamdır vb." herhangi bir uyarı işaretine yer verilmediği ve haber statüsünde yayınlandığının görüldüğü, bu çerçevede söz konusu yazı incelendiğinde DAP Yapı isimli firmanın ve firmaya ait Ormanköy projesinin övüldüğü, ön plana çıkarıldığı, kullanılan övücü ifadelerle projenin satın alınmasının teşvik edildiği, anılan projede yer alan yapıların sağlıklı ev konseptinde olduğunun belirtildiği ve buna ilişkin bir de şema görseline yer verildiği, ayrıca söz konusu yazıda; *"Doğadaki Dostlarımız Hemen Yanıbaşımızda... Her Ev Aynı Zamanda Bir Çalışma Ofisi... Ana Ulaşım Hatlarının Yanı Başında..."* gibi reklam niteliğinde ara başlıklara yer verildiği, yazının sonlarında projeye ait fiyat bilgileri ile lansmana özel sürpriz indirim yapıldığı bilgisine yer verildiği, böylelikle söz konusu yazıda haber verme amacının dışına çıkılarak DAP Yapı isimli firmanın ve firmaya ait Ormanköy projesinin örtülü reklamının yapıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, mecra kuruluşu **Medya Gündem Dijital Yayıncılık Ticaret A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**FİNANSAL HİZMETLER**

**16)**

**Dosya No: 2021/4172**

**Şikayet Edilen: Fatih ALMALI**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.bozum.net adresli internet sitesinde yayınlanan reklamlar ve söz konusu tanıtımlar aracılığıyla gerçekleştirilen ticari uygulamalar

**Reklam Yayın Tarihi:** 17.09.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Reklam veren şahıs tarafından www.bozum.net adresli internet sitesinde yayınlanan tanıtımlarda, *"Neden Bizi Tercih Etmelisin? Bozum.net olarak birinci önceliğimiz siz değerli müşterilerimizin memnuniyetidir. Sizlerin memnuniyetini sağlamak adına en uygun komisyon oranları ve hızlı işlem hizmetleri sunuyoruz. (...) İletişime geçin. Bizimle Whatsapp üzerinden iletişime geçebilirsiniz. Bozumu yapın. Size ileteceğimiz yönlendirmelere uyarak bozum işlemini yapın. Ödemeniz yapılsın. Son aşamada belirttiğiniz banka hesabına ödemeniz yapılacaktır. (...) Müşterilerimizin bizler hakkındaki yorumları. Türk Telekom bakiye bozumunda bir numaralı tercihim. Düşünen herkese tavsiye ederim. Melis Şanlı - Müşteri (...) 70 TL Bozuma 25 TL Nakit, 140 TL Bozuma 50 TL Nakit, 210 TL Bozuma 75 TL Nakit (...)"* ifadelerine verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, www.bozum.net adresli internet sitesinde yayınlanan reklamlar ve söz konusu tanıtımlar aracılığıyla gerçekleştirilen ticari uygulamalarda mobil bozdurma işleminin, faturalı mobil hatta sahip kişilerin mobil ödeme limitlerinin belirli bir komisyon karşılığında nakde çevrilerek banka hesaplarına yatırılması şeklinde izinsiz faaliyette bulunularak bir fiktif işlem gerçekleştirildiği, bu yolla tüketici mağduriyetine sebebiyet verildiği ve söz konusu hizmetin sunulmasına aracılık eden ödeme hizmeti sağlayıcılarına ilişkin güvensizlik oluşturulduğu, dolayısıyla anılan işlemlerin haksız ticari uygulama niteliğinde olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu reklamların ve anılan tanıtımlar aracılığıyla gerçekleştirilen ticari uygulamaların,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/4, 28/1, 28/2, 29/1, 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 **Fatih ALMALI** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63, 77/12 ve 77/13 üncü maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**17)**

**Dosya No: 2021/4179**

**Şikayet Edilen: Mert Tayyip DEMİR**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.astapay.org adresli internet sitesinde yayınlanan reklamlar ve söz konusu tanıtımlar aracılığıyla gerçekleştirilen ticari uygulamalar

**Reklam Yayın Tarihi:** 17.09.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Reklam veren şahıs tarafından www.astapay.org adresli internet sitesinde yayınlanan tanıtımlarda, *"Bozum Yeri. Güvenilir hizmetin adresi. Mobil ödemelerinizi anında nakite çevirin ödemenizi hemen alın. Turkcell, Vodafone, Avea Türk Telekom mobil ödeme bozdurma. (...) Güncel bozum oranı %75. "* ifadelerine verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, www.astapay.org adresli internet sitesinde yayınlanan reklamlar ve söz konusu tanıtımlar aracılığıyla gerçekleştirilen ticari uygulamalarda mobil bozdurma işleminin, faturalı mobil hatta sahip kişilerin mobil ödeme limitlerinin belirli bir komisyon karşılığında nakde çevrilerek banka hesaplarına yatırılması şeklinde izinsiz faaliyette bulunularak bir fiktif işlem gerçekleştirildiği, bu yolla tüketici mağduriyetine sebebiyet verildiği ve söz konusu hizmetin sunulmasına aracılık eden ödeme hizmeti sağlayıcılarına ilişkin güvensizlik oluşturulduğu, dolayısıyla anılan işlemlerin haksız ticari uygulama niteliğinde olduğu,

Diğer taraftan, anılan tanıtımlarda Türk Telekom, Turkcell ve Vodafone operatörlerine ait logolara yer verildiği, ancak söz konusu firmalarla herhangi bir bağı bulunmadığı gerçeği altında reklam veren şahıs tarafından bu firmaların itibarından haksız biçimde yararlanıldığı ve anılan şahıs lehine haksız kazanç elde edildiği; bu durumun haksız rekabete yol açtığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu reklamların ve anılan tanıtımlar aracılığıyla gerçekleştirilen ticari uygulamaların,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/4, 28/1, 28/2, 29/1, 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 **Mert Tayyip DEMİR** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63, 77/12 ve 77/13 üncü maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**18)**

**Dosya No: 2021/4451**

**Şikayet Edilen: Akbank T.A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.akbank.com.tr “Akbank Mobilden Müşteri Olanlara Hoş Geldin Kredisi” isimli kampanyaya ilişkin tanıtımlar ve ticari uygulamalar

**Reklam Yayın Tarihi:** 18.11.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.akbank.com/tr-tr/kampanyalar/Sayfalar/mobilden-akbankli-olana-faizsiz-kredi.aspx URL uzantılı adresin 18.11.2021 tarihli görünümünde; “*Şimdi mobilden Akbanklı ol %0 faizli ve masrafsız 5.000 TL kredini kullan. İlk kez mobilden Akbanklı olanlara. Kredi teklifi ilk defa ve uzaktan müşterimi edinimi\* sürecinden Akbanklı olan müşteriler için geçerlidir. Kredi başvurusunu "Başlangıç Ürünleri" sayfasındaki "İhtiyaç Kredisi" seçeneği ile veya görüntülü görüşme sonrası Akbanklı Ol sürecinin tamamlanması sonrasında mobil uygulama içerisinden gerçekleştirenler başvuruları değerlendirilip onaylandığı takdirde Akbank Mobil ve İnternet üzerinden kampanyadan yararlanabilir. Kurye süreci ile işlemlerini tamamlayacak olan müşteriler, belge işlemleri tamamlanıp evraklar bankaya geldikten sonra Akbank Mobil'e girerek krediye başvurabilirler. Tüm müşteriler, müşteri olduktan sonra 5 gün içinde %0 faizli krediye başvurulabilir. Kampanya kapsamında kullanılacak maksimum kredi tutarı 5000 TL, maksimum vade 12 aydır. Söz konusu kredi talepleri Banka tarafından değerlendirilerek olumlu bulunursa karşılanacaktır. Akbank, kredi koşullarını değiştirme, ek bilgi ve belge talebinde bulunma ve kampanyayı durdurma hakkını saklı tutar. Kampanya sadece Akbank Mobil ve İnternet kanalında tamamlanacak başvurular için geçerlidir. Akbank Şubelerinde geçerli değildir. Müşteri kampanyadan sadece bir kere yararlanabilir. \*Uzaktan müşteri edinimi süreci için Akbank Mobil’i indirerek “Akbanklı olmak istiyorum” adımından ilerlenmelidir. Uzaktan müşteri olma sürecimiz hakkında detaylı bilgi için tıklayınız.”* ifadeleri ile örnek yıllık maliyet tablosuna yer verildiği, detaylı bilgi sekmesinde ise Akbank mobil bankacılık aracılığı ile banka müşterisi olunmasına ilişkin sürecin yer aldığı bir videoya yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, "Akbank Mobilden Müşteri Olanlara Hoş Geldin Kredisi" başlıklı reklamlar ile anılan tanıtımlar aracılığıyla gerçekleştirilen ticari uygulamalarda, banka tarafından tüketicilere çeşitli kampanya ve ürün tanıtımlarının yapılabileceği, ayrıca ürün pazarlama ve satış faaliyetlerinde bulunulabileceği hususlarında tüketicilerden onay alındığı tespit edilmiştir. Diğer taraftan bankacılık mevzuatı ve uygulamaları kapsamında, tüketicilere kredi verilip verilmemesi hususunda yetkilinin bankalar olduğu, tanıtımı yapılan kampanya koşullarında da konuya ilişkin tüketicilerin bilgilendirildiği görülmüştür. Bu sebeplerle anılan reklamlarda ve ticari uygulamalarda tüketicileri yanıltıcı nitelikte hususlar bulunmadığı değerlendirilmiş olup,

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

**KOZMETİK VE TEMİZLİK ÜRÜNLERİ**

**19)**

**Dosya No: 2021/5567**

**Şikayet Edilen: Ful TV-Ful Yayıncılık Medya Hizmetleri A. Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** "FUL TV" logolu televizyon kanalında yayınlanan "Mucize Ağrı Kremi" isimli ürüne yönelik tele-alışveriş reklamları

**Reklam Yayın Tarihi:** 16.03.2021

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** “FUL TV” logolu televizyon kanalında 16.03.2021 tarihinde yayınlanan “Mucize Ağrı Kremi” isimli ürüne ilişkin tele-alışveriş reklamlarında *“(...) Bel fıtığıyla, boyun fıtığının asla çözümü yoktur. Yani tıbben de, batı tıbbının da aciz kaldığı yerler var. Özellikle de eklem sıvılarının kaybolmasından dolayı sıvı enjekte ediyorlar, bir takım parça takıyorlar. Ama ameliyattan sonra ne olur ne olmaz diye dört yıldır bu tecrübelerin tamamını yaşadığımdan dolayı bir de bel fıtığının, boyun fıtığının da çaresi, umudu bu. Sıvıyla falan olacağına ben asla inanmıyorum…Bel ağrısı, diz ağrısı, boyun ağrısı, bel fıtığı, boyun fıtığı, sedef, egzama, migren ve sinüzit. Migren ve sinüzitle ilgili olarak sıkıntınız varsa bir haftanın içerisinde bundan sonra ömür boyunca bu ağrıyı hissetmek istemiyorsanız ekranın altındaki numaraları şimdi hemen arayın. Ayak kokusu, ayak mantarı ile ilgili probleminiz varsa 48 saat içerisinde 2 defa yani bir gün akşam bir gün sabah bir de diğer günkü sabahın akşamı ömür boyu ayak kokusu bitecek. Özellikle de sedef, egzama, mantar yaklaşık 15 veya 20 gün kullanıyorsunuz…Ama eklem rahatsızlıklarınızdan dolayı fıtıklardan dolayı rahatsızlığınız varsa bundan başka çözüm, çareniz, umudunuz yok…bel ağrısıyla, boyun ağrısıyla, bel fıtığıyla, diz ağrısıyla, eklem rahatsızlıklarıyla yani o eklem sıvıları kayboldu dedi ya bunların tamamını yerine getiriyor.”, "0212 700 18 …", "Son Kampanya!!!, 10 Kutu Mucize Krem 99 TL + Kargo, "Vücudunuzdaki Tüm Ağrılara Çözüm Mucize Ağrı Kremi", "Bel - Diz - Sırt - Eklem Ağrılarınıza Karşı Çözüm Ağrı Kremi!", "Dizlerinde, Sırtında, Ellerinde Kireçlenmesi Olanlar!", "Sinüzit, Migren Ve Baş Ağrısı Çekenler!", "Kas Ağrılarına, Zorlanmalara, Kasılmalara Çözüm Mucize Ağrı Kremi!", "Romatizma - Eklem - Kas - Bel -Sırt - Fıtık Ağrıları - Sinir Sıkışması!", "Diz - Kol - Bacak - Migren - Sinüzit Ağrıları - Kireçlenme!"* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, mecra kuruluşu **Ful TV-Ful Yayıncılık Medya Hizmetleri 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 cezaları** verilmesinekarar verilmiştir.

**20)**

**Dosya No: 2021/5568**

**Şikayet Edilen: Kıdz.-Animez-Mcd Televizyon Yayıncılık A. Ş.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 12.04.2021

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** “KIDZ.-ANİMEZ ” logolu televizyon kanalında 12.04.2021 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 yediden yetmişe 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 altı tedavisi.- 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...- 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 illaki eşinden, dostundan duymuşlardır. Deneyin efendim. Onlar nasıl kurtulduysa sizler de kurtulacaksınız... 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 ...", " +90 552 684 28 ...", "Eklem Ve Romatizma Ağrıları, Kireçlenme - Tutulma Ağrıları, El - Kol - Diz - Dirsek Ağrıları, Migren - Baş Ağrıları, Boyun Ağrıları, Sırt Ağrıları - Zorlanmalar, Yürümekte Zorluk Çekenler, Cilt Hastalıkları - Mantar - Egzama, Hemoroid Hastalıkları, Bedeninizdeki Bütün Ağrıların İlacı,"* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, mecra kuruluşu **Kıdz.-Animez-Mcd Televizyon 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 cezaları** verilmesinekarar verilmiştir.

**21)**

**Dosya No: 2021/5569**

**Şikayet Edilen: Park Tv - Zirvepark Radyo Televizyon Yayıncılık A. Ş.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 27.02.2021

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** “PARK TV” logolu televizyon kanalında 27.02.2021 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 yediden yetmişe 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 altı tedavisi.- 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.- 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 illaki eşinden, dostundan duymuşlardır. Deneyin efendim. Onlar nasıl kurtulduysa sizler de kurtulacaksınız...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...", " +90 552 684 28 ..", "Eklem Ve Romatizma Ağrıları, Kireçlenme - Tutulma Ağrıları, El - Kol - Diz - Dirsek Ağrıları, Migren - Baş Ağrıları, Boyun Ağrıları, Sırt Ağrıları - Zorlanmalar, Yürümekte Zorluk Çekenler, Cilt Hastalıkları - Mantar - Egzama, Hemoroid Hastalıkları, Bedeninizdeki Bütün Ağrıların İlacı,"* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, mecra kuruluşu **Park Tv - Zirvepark Radyo Televizyon 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 cezaları** verilmesinekarar verilmiştir.

**22)**

**Dosya No: 2021/5570**

**Şikayet Edilen: Tv 19- Anadolu Tanıtım ve Medya Hizmetleri A. Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** "TV 19" logolu televizyon kanalında yayınlanan "Mucize Ağrı Kremi" isimli ürüne yönelik tele-alışveriş reklamları

**Reklam Yayın Tarihi:** 24.02.2021

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** “TV 19” logolu televizyon kanalında 24.02.2021 tarihinde yayınlanan “Mucize Ağrı Kremi” isimli ürüne ilişkin tele-alışveriş reklamlarında *“(...) Bel fıtığıyla, boyun fıtığının asla çözümü yoktur. Yani tıbben de, batı tıbbının da aciz kaldığı yerler var. Özellikle de eklem sıvılarının kaybolmasından dolayı sıvı enjekte ediyorlar, bir takım parça takıyorlar. Ama ameliyattan sonra ne olur ne olmaz diye dört yıldır bu tecrübelerin tamamını yaşadığımdan dolayı bir de bel fıtığının, boyun fıtığının da çaresi, umudu bu. Sıvıyla falan olacağına ben asla inanmıyorum…Bel ağrısı, diz ağrısı, boyun ağrısı, bel fıtığı, boyun fıtığı, sedef, egzama, migren ve sinüzit. Migren ve sinüzitle ilgili olarak sıkıntınız varsa bir haftanın içerisinde bundan sonra ömür boyunca bu ağrıyı hissetmek istemiyorsanız ekranın altındaki numaraları şimdi hemen arayın. Ayak kokusu, ayak mantarı ile ilgili probleminiz varsa 48 saat içerisinde 2 defa yani bir gün akşam bir gün sabah bir de diğer günkü sabahın akşamı ömür boyu ayak kokusu bitecek. Özellikle de sedef, egzama, mantar yaklaşık 15 veya 20 gün kullanıyorsunuz…Ama eklem rahatsızlıklarınızdan dolayı fıtıklardan dolayı rahatsızlığınız varsa bundan başka çözüm, çareniz, umudunuz yok…bel ağrısıyla, boyun ağrısıyla, bel fıtığıyla, diz ağrısıyla, eklem rahatsızlıklarıyla yani o eklem sıvıları kayboldu dedi ya bunların tamamını yerine getiriyor.”,* "*0212 700 18 …", "Son Kampanya!!!, 10 Kutu Mucize Krem 99 TL + Kargo, "Vücudunuzdaki Tüm Ağrılara Çözüm Mucize Ağrı Kremi", "Bel - Diz - Sırt - Eklem Ağrılarınıza Karşı Çözüm Ağrı Kremi!", "Dizlerinde, Sırtında, Ellerinde Kireçlenmesi Olanlar!", "Sinüzit, Migren Ve Baş Ağrısı Çekenler!", "Kas Ağrılarına, Zorlanmalara, Kasılmalara Çözüm Mucize Ağrı Kremi!", "Romatizma - Eklem - Kas - Bel -Sırt - Fıtık Ağrıları - Sinir Sıkışması!", "Diz - Kol - Bacak - Migren - Sinüzit Ağrıları - Kireçlenme!"* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, mecra kuruluşu **Tv 19- Anadolu Tanıtım ve Medya Hizmetleri 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 cezaları** verilmesinekarar verilmiştir.

**23)**

**Dosya No: 2021/1918**

**Şikayet Edilen: Justın Beauty Kozmetik Ürünleri Ticaret Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.trendyol.com adresli internet sitesinde satışa sunulan *“Cosrx Acne Pimple Master 24 Patch - Sivilce Bandı”* isimli ürüne yönelik yayınlanan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 09.07.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.trendyol.com/cosrx/acne-pmple-master-24-patch-svlce-band-p-3184555?boutqueld=567311&merchantId=106303 URL adresinin 09.07.2021 tarihli görünümünde *“Cosrx Acne Pimple Master 24 Patch - Sivilce Bandı CRX-PCL-02-M-N”* isimli kremin ürün isminde “Sivilce Bandı”ifadesine, bununla birlikte söz konusu tanıtımlarda “*Acne Pimple Master* *Patch sorunlu bölgedeki enfeksiyon ve bakterilere karşı savaşarak sorunun temel nedenini ortadan* *kalkmasına destek oluyor.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

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

**24)**

**Dosya No: 2021/2024**

**Şikayet Edilen: Reyhan Bitkisel Ürünler ve Kozmetik Paz. San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.ciceksepeti.com adresli internet sitesinde satışa sunulan *“Sivilce ve Siyah Nokta Karşıtı Serum”* isimli ürüne yönelik yayınlanan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 10.09.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.ciceksepeti.com/sivilce-ve-siyah-nokta-karsiti-serum-kcm63005980 URL adresinin 10.09.2021 tarihli görünümünde *“Sivilce ve Siyah Nokta Karşıtı* *Serum”* isimli ürün tanıtımlarında *“Geçmeyen akne, siyah nokta, sivilceler için. Eliveone Akne Serum* *içeriğinde bulunan aktif doğal bileşenler sayesinde cilt gözeneklerini temizler ve bu sayede intihaplı olan* *cilt bölgesi yenileyerek sivilce ve siyah nokta gibi kusurları 23 gün içerisinde giderir… Sivilceleri giderir.* *Siyah nokta ve pürüzleri yok eder. Yaşamdan kaynaklı yara, sivilce vb. kusurları giderir. %96 sivilceleri* *giderir. Dermotolojik açıdan test edilmiş ve onaylanmış ürünümüz %94 oranında etkisi kanıtlanmıştır. Karma ciltler için uygundur. Pareben içermez ve hiçbir yan etkisi yoktur. %94 siyah noktaları temizler.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Bununla birlikte söz konusu tanıtımlarda yer alan *“Dermotolojik açıdan test edilmiş ve onaylanmış ürünümüz %94 oranında etkisi kanıtlanmıştır. Karma ciltler için uygundur. Pareben içermez ve hiçbir yan etkisi yoktur. %94 siyah noktaları temizler.”* 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,

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

- 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 **Reyhan Bitkisel Ürünler ve Kozmetik Paz. San. ve Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**25)**

**Dosya No: 2021/2214**

**Şikayet Edilen: Beyaz Kağıt ve Hijyenik Ürn. Temz. İnş. San. Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Asperox Sarı Güç Ultra Yağ Çözücü”* isimli ürüne ilişkin muhtelif mecralarda yayınlanan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, Televizyon

**Tespitler:** “Asperox Sarı Güç Ultra Yağ Çözücü” isimli temizlik ürününe ilişkin, firmaya ait asperox isimli instagram sayfasının 12.07.2021 tarihli görünümünde; *“Asperox Sarı Güç’ün mutfaktaki yeteneğini sergilediği yüzeyler saymakla bitmez. Asperox Sarı Güç’ün sizi etkisi altına alması yalnızca 5 saniye. Asperox Sarı Güç’ün kostik, solvent ve paraben içermeyen formülüyle temizlik hiç bu kadar kolay olmamıştı. Halınızın ulaşılması güç yerlerine Asperox Sarı Güç ile ulaşın! Ocak mı araba jantı mı? Asperoz Sarı Güç ile hepsi! Parıldayan araçların arkasında o var. Asperox Sarı Güç ile aracınızın her noktasını kolayca temizleyin. Sadece sıkın, silin yola tertemiz devam edin. Asperox Sarı Güç, paraben ve solvent içermeyen formülüyle her yer doğal olarak mis, doğal olarak tertemiz! Solvent içermez. Doğal olarak tertemiz. Paraben İçermez. Her yüzeyde etkili. %sn’de temizlik. Kirlenmiş fayanslar, derz araları, bunlar da dert mi? Asperoz Sarı Güç’ün söküp atamayacağı kir yok! Mangaldan önce gözleriniz; soğandan değil, Asperox Sarı Güç ile mutluluktan yaşarsın! Her alanda temizlik ondan sorulur! İster araba koltuklarında ister camlarda. Sarı Güç etkili formülü ile her yerde karşınızda!”* ifadelerine ve asperox.com.tr adresli internet sitesinin 12.07.2021 tarihli görünümünde; *“Asperox Sarı Güç Ultra Yağ Çözücü mükemmel performanslı formülüyle inatçı yağ ve kirleri 5 saniye içerisinde söker atar. Ocak, fırın, davlumbaz, aspiratör, musluk, lavabo, mutfak tezgâhı, mutfak dolapları, mermer, fayans ve seramik yüzeyler, alüminyum, paslanmaz çelik, tencere ve tava, bahçe mobilyaları, PVC, motosiklet, bisiklet, otomobil jantı gibi araçlarda oluşan yağ ve kirleri temizlemede güvenle kullanılabilir. Asperox Sarı Güç, paraben, kostik, ağartıcı içermez ve dermatolojik olarak test edilmiştir.”* ifadelerine,

Muhtelif televizyon kanallarında, ayrıca 12.07.2021 tarihinde “Asperox” isimli youtube kanalında yer alan Motosiklet Temizliği isimli reklam filminde; *“Asperox Sarı Güç güçlü formülü ile motosiklet jantlarından otomobil motoruna yağı kiri 5 saniyede söker atar. Asperox Sarı Güç! 5 saniyede her yüzeyde etkili güç!”* ifadesine,Fırın Temizliği isimli reklam filminde; “*5 aydır çıkmayan yağ lekesini Asperox Sarı Güç 5 saniyede nasıl söksün? Asperox Sarı Güç! 5 saniyede her yüzeyde etkili güç!”* Davlumbaz temizliği isimli reklam filminde; *“Madem Asperox sarı gücü 5 saniyede anlatamıyorum o zaman keyfini çıkarayım.* *Yok artık! Davlumbazı bile temizledi. Asperox Sarı Güç! 5 saniyede her yüzeyde etkili güç!”* ifadesine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, firmaya ait asperox.com.tr adresli internet sitesinin ve asperox isimli instagram sayfasının 12.07.2021 tarihli görünümünde yer verilen ürünün *"kostik"* içermediğine ilişkin ifadelerin ispatlanamadığı,

*“Asperox Sarı Güç Ultra Yağ Çözücü”* isimli ürününe ilişkin 2021 yılında muhtelif mecralarda ve çeşitli televizyon kanallarında yayınlanan reklam filmlerinde *"Asperox Sarı Güç güçlü formülü ile motosiklet jantlarından otomobil motoruna yağı kiri 5 saniyede söker atar... 5 aydır çıkmayan yağ lekesini Asperox Sarı Güç 5 saniyede nasıl söksün? Asperox Sarı Güç! Sen 5 saniyede temizliyorsan ben de bunu 5 saniyede anlatırım…5 saniyede her yüzeyde etkili güç. 5 saniyede tüm yüzeyleri temizler"* şeklinde ve benzer ifadelere yer verilerek ürünün kirleri 5 saniyede tamamen temizlediği vurgusu yapılmasına karşın bu iddianın sunulan raporlarla ispatlanamadığı dolayısıyla anılan reklamların tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Beyaz Kağıt ve Hijyenik Ürn. Temz. İnş. San. Tic. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **457.308-TL (Dörtyüzelliyedibinüçyüzsekiz Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**26)**

**Dosya No: 2021/2304**

**Şikayet Edilen: Sante İlaç Pazarlama Sanayi ve Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.santeplustr.com adresli internet sitesi ile söz konusu internet sitesine ilişkin olarak “Google” arama sayfasında yer alan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 04.11.2021, 18.10.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Google arama motoru üzerinden yapılan 04.11.2021 tarihli arama sonuçlarında “Reklam” ibaresiyle yer alan www.santeplustr.com adresli internet sitesine ait başlıkta; *“Sivilceleri Kurutur. (…)Sivilceleri temizler ve kurutur. (…)Sivilcelerden kurtulmanızı sağlar. Sivilce nasıl geçer diyorsanız sizin için bir ürün.”* ifadelerine,

https://santeplustr.com/urun/santeplusacnexaknekurutucukrem50ml/?gclid=EAIaIQobChMIgqqCnZbA8wIVhJiyCh0\_KQ2lEAAYAiAAEgK6rfD\_BwE adresli internet sitesinin 04.11.2021 tarihli görünümünde yer alan “Sante Plus Acnex Akne Karşıtı Krem” isimli ürün tanıtımlarında; *“Sivilcelerden ve neden olduğu fiziksel ve psikolojik rahatsızlıklardan kesin olarak kurtulmanın doğal tek formülü; eşsiz içeri ile sizlerle buluşuyor. Sivilce tedavisinde etkinliği ile günde iki kez düzenli kullanmayı müteakip üç gün içinde yeni sivilce oluşumlarını durdurduğu gibi, oluşan sivilceleri de yok eder. Siyah noktaların kaybolması bir haftalık tedavi sonunda gözle görülür oranda azalır. Bir haftalık tedavi sonunda günde bir kez, bir ay boyunca kullanarak cildinizin bundan sonra sivilce sorunu kalmayacağını göreceksiniz.”* ifadelerine,

https://santeplustr.com/urun/santeplus-leke-kremi-50ml URL adresinin 18.10.2021 tarihli görünümünde, tanıtımı yapılan *“Sante Plus Biteraphie Leke Kremi 50 ml”* ürün isminde *“Leke Kremi”* şeklinde ve sitede yer alan tanıtımlarda *“Cilt lekeleri, güneş ışınları başta olmak üzere çeşitli çevresel faktörler, akne veya sivilce sonrası ya da cilt yaşlanmasıyla ve en çokta hamilelikte hormanların etkisi ile ortaya çıkabilir. Güneş, yaşlılık, hamilelik ve akne lekelerine karşı mucizevi doğal bir içerik ile cildinizi lekelerden arındırmakla kalmaz, cilt tonunuzu eşitleyerek tek tonda kusursuz ve duru bir görünüm sağlar. Bir haftalık kullanımda lekelerinizi gözle görülür oranda azaltır.**Çil lekeleri, Sivilce Lekesi, Hamilelik Lekesi, Güneş Lekesi, Yaşlılık Lekeleri, Yara Lekesivs. Gibi cilt görüntüsünün bozulduğu durumlarda cilt görünümünün doğal halin dönesine katkı sağlar.Cilt lekelerinin oluşumunu, içeriğindeki bitkisel aktiflerle engellemeyi amaçlayan Sante PlusLeke Kremi; Yaşlanmaya bağlı cilt lekeleriniz oluşuyorsa ya da herhangi bir koruyucu ürün kullanmamaktan ya da yanlış kullanmaktan ötürü güneş ışınları gibi çevresel faktörler cildinizde lekeler oluşturduysa veleke giderici kremarayışına girdiyseniz Sante Plusleke kremisizlere yardımcı olabilecektir…* *Göz altı torbalarını önlemeye ve koyu halkalarında renginin açılmasına yardımcı olabilmektedir. Yaşlılık lekelerinin gözle görülür derecede azalmasına yardımcı olur. Kırışıkların azalmasına ve cildin yukarı kaldırılmasına yardımcı olur. Cilt tonunun eşitlenmesine ve daha genç bir cilt görünümü elde etmeye yardımcı olur. Cildinizde leke görünümleri olmadan, özellikleyüzdeki lekelerolmaksızın tek bir tonda ten rengine makyajsız bir şekilde de sahip olmak istiyorsanız; Sante Plus Leke Kremi size yardımcı olabilir. Akne sorunu yaşayanlar için de ortak şikayet, sivilce sonrası oluşan lekelerdir.Sivilce sonrası lekeleri için krem olarak öne çıkan Sante Plus Leke Kremi, cildinizde bir bariyer görevi üstlenerek sorununuza çözüm üretebilir. Fiziksel, hormonel ya da çevresel etkenler ile meydana gelmiş cilt lekelerine karşı içeriğindeki antioksidanlar sayesinde aktif rol oynayan Sante Plus Leke Kremi, ciltteki renk eşitsizliklerine içeriğindekibitkisel aktiflerleile yardımcı olabilir ve cildinizi çok daha sağlıklı bir ışıltıya kavuşturabilir. PARA İADE GARANTİLİ ÜRÜNDÜR. bu ürünü Sağlık Bakanlığı Sitesi Üzerinden Barkod Numarası İle Sorgulayabilirsiniz. Sağlık Bakanlığı UTS Sorgula”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Bununla birlikte, https://santeplustr.com adresli site görselinde *“PARA İADE GARANTİLİ ÜRÜNDÜR.”* ana vaadine yer verilerek tüketiciler nezdinde ürün iade edilirse bedelinin tamamının geri ödeneceği algısı oluşturulmasına karşın, *“Detay için Tıklayınız”* sekmesi tıklandığında; *“iadesi talep edilen ürün kargo ücreti düşülür düşen bedelinin %70’i İADE edilir”* ifadesine yer verildiği, bu durumun ana vaadin sağladığı avantajı tamamıyla ya da büyük ölçüde ortadan kaldıracak nitelikte olduğu ve ana vaatle uyumsuzluk içerdiği,

Son olarak bahsi geçen site görselinde ürün barkodu paylaşılarak *“Bu ürünü Sağlık Bakanlığı Sitesi Üzerinden Barkod Numarası İle Sorgulayabilirsiniz.”* ifadesine ve *“Sağlık Bakanlığı UTS Sorgula”* sekmesine yer verilerek Sağlık Bakanlığı Ürün Takip Sistemine yönlendirme yapıldığı ve kozmetik ürünlerin Ürün Takip Sistemine kayıtlı olması zorunlu ürünler olması nedeniyle söz konusu ifadelerin tüketicileri aldatıcı, yanıltıcı ve Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin “Doğruluk ve dürüstlük” başlıklı 7 nci maddesinin *“(6) İlgili mevzuatı gereği bir mal veya hizmete ilişkin olarak düzenlenmesi zorunlu ruhsat, izin, onay, kayıt gibi belgeler ile uyulması gereken diğer yasal süreçler, o mal veya hizmetin diğerlerinden farklı ya da daha üstün olduğu algısı oluşturacak biçimde reklamlarda kullanılamaz.”* hükmüne aykırı 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 ve 7 nci maddeleri,

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/8, 18/1, 18/2, 18/6, 18/7, 26 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Sante İlaç Pazarlama 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.

**27)**

**Dosya No: 2021/2315**

**Şikayet Edilen: Laviaderm İlaç Kozmetik Medikal Gıda İnş. San. Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.laviaderm.com adresli internet sitesinde yer alan muhtelif ürünlere yönelik reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 20.10.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.laviaderm.com adresli internet sitesinin 20.10.2021 tarihli görünümünde; *“Laviaderm Scabit Krem: Laviaderm Scabit Krem sarcoptes scabiei olarak isimlendirilen akarların neden olduğu şiddetli kaşıntı ve döküntü ile kendini gösteren hastalığı doğal bitkisel içeriği ile hızla ve tamamen giderir. Bunu akarların yaşam döngülerini bozarak, yeni akarların cildinizde çoğalmasını ve girmesini önleyerek gerçekleştirir. Kısa sürede ve çok etkin bir iyileşme sağlar. Açıklama: Uyuz özel bir akardan (Sarcoptes scabiei) kaynaklanan cilt hastalığıdır. Daha çok diğer kişilerle temasla ve özellikle ortak kullanımda olan eşyalar aracılığıyla bulaşır ve her yaşta görülür. Uyuz hastalığı, hayvanlardan insana bulaşmaz. Bu akarlar cilt yüzeyinde çoğalır, daha sonra deriden içeri girerler. Uyuz, geceleri daha çok artan yoğun kaşıntının yanında kırmızı döküntüler ile kendini gösterir. Uyuz olan bölgenin kaşıntı yüzünden sürekli kaşınması sonucu oluşan çizilmeler ile enfekte olan yaralar da oluşur. Kaşıntı tahammül edilemez bir hale gelebilir. Yoğun kaşıntı ve kızarıklıklar vücudun tüm bölgelerinde görülmekle berber parmak araları, el bileği, dirsek veya diz kıvrımları, bel, göbek çevresi, göğüsler veya cinsel organlarda daha sıktır. Çok küçük çocuklar ile yaşlılarda baş, boyun, yüz, avuç içi ve tabanlarında da görülür. Laviaderm®Scabit Kremiçeriğindeki özel bitkisel bileşenleri ile deride bu sorunlara neden olan akarların tamamen yok edilmesini sağlar. Tüm cilt tipleri için uygundur. Kaşıntının ilk kullanımdan itibaren yatıştığını, kabarıklık kızarıklıkları hızla yok olduğu görülür. Laviaderm Scabit Double Effect Krem:**Uyuz Sarcoptes scabiei isimli akar türünden kaynaklanan bir cilt hastalığıdır. Uyuz tedavisinde kullanılan ürünler genellikle standart bir etkiye sahiptir. Uyuza bağlı şiddetli kaşıntı sorunlarında ve dirençli vakalarda etkinlikleri düşük olabilmektedir. Bu nedenle uyuz tedavisi için farkı ürünler kullanan ancak çözüm bulamayan hastaların dirençli uyuz vakalar için geliştirilen Laviaderm® Scabit Double Effect uyuza karşı çift etkili ilk ve tek kremdir. Uyuzun neden olduğu şiddetli kaşıntı, kızarıklık ve döküntü belirtilerini kısa sürede ortadan kaldırır. Doğal içeriği ile uyuz etkeninin yaşam döngüsünü bozarak, çoğalmasını önlerken, rahatlatıcı ve cilt doku bütünlüğünü korucu özelliği ile iyileştirme sürecini kısaltır ve cilt hasarlarını ortadan kaldırır. Böylece kısa sürede ve çok etkin bir iyileşme sağlar. Uyuz yoğun bir kaşıntı ile kendini gösteren bir cilt hastalığıdır. Farklı yaşlarda görülebilir ve özellikle ortak kullanımda olan eşyalar aracılığıyla veya farklı temas yöntemleri ile bulaşır. Uyuz öncelikle cilt yüzeyinde başlar, daha sonra deriden içeri girer ve geceleri daha yoğun kaşıntı ile kırmızı döküntü belirtileri gösterir. Uyuz olan bölgenin aşırı kaşınmasına bağlı olarak çizilmeler ile enfekte olan yaralara da dönüşebilir. Kaşıntı vücudun tüm bölgelerinde görülebilir. Ancak özellikle parmak araları, el bileği, dirsek veya diz kıvrımları, bel, göbek çevresi, göğüsler veya cinsel organlarda daha sık görülür. Çok küçük çocuklar ile yaşlılarda baş, boyun, yüz, avuç içi ve ayak tabanlarında da görülebilir. Laviaderm® Scabit Double Effect Kremiçeriğindeki özel bitkisel bileşenler ile dirençli uyuz sorununa neden olan akarların tamamen yok edilmesini sağlarken, ilk kullanımdan itibaren yatıştığını, kabarıklık kızarıklıkları hızla yok olduğu görülür. Tüm cilt tipleri için uygundur. Dirençli uyuzun neden olduğu belirtilerin yok olması ve cilt doku hasarlarının hızla ortadan kalmasını sağlar. Gebeler ve bebekler dışındaki tüm bireylerin uyuz sorunlarının çözümünde kullanılabilir. Laviaderm Cilt Ton Eşitleyici Krem ( Leke Kremi ):**Bir haftalık kullanımda lekeler gözle görülür oranda azaltır. Güneş, yaşlılık ve akne lekelerine karşı mucizevi doğal bir içerik ile cildinizi lekelerden arındırmakla kalmaz, cilt tonunuzu eşitleyerek tek tonda kusursuz ve duru bir görünüm sağlar. Cilt lekeleri, güneş ışınları başta olmak üzere çeşitli çevresel faktörler, akne veya sivilce sonrası ya da cilt yaşlanmasıyla ortaya çıkabilir. Cilt lekelerini gidermek için soğuk pres ile elde edilen kayısı çekirdeği ve nar çekirdeği yağı ile hazırlanan doğal Laviaderm®️ Cilt Ton Eşitleyici Krem cilt lekelerini gidermenize yardımcı olur. Cilt tonunu eşitleyerek tek tonda kusursuz ve duru bir görünüm sağlar. Açıklama: Cilt lekeleri ya da ciltteki renk eşitsizlikleri fiziksel veya güneş ışınları gibi çevresel etkenlere veya hormonal nedenlere bağlı olarak meydana gelebilir. Cilt lekelerine çözüm üretilmez ise zamanla daha da yoğunlaşır ve kalıcı hale gelebilir. Bu tür leke sorunlarıyla karşılaştığınızda farklı çözüm yöntemleri arayışlarınız olabilir. Cilt lekelerinin oluşumuna karşı doğal içeriğiyle etkinliği kanıtlanmış olan Laviaderm®️ Cilt Ton Eşitleyici Krem leke sorunlarınızı giderir. Özel bir yöntem ile organik olarak üretilen kayısı ve nar çekirdeklerinin içerdiği yağların doğal yapısı bozulmadan elde edilmesiyle hazırlanan Laviaderm®️ Cilt Ton Eşitleyici Krem cilt lekelerinin giderilmesinde çok etkili bir kremdir. Bu özel içeriği sayesinde leke görünümlerini yok ederek, cilt tonunu eşitler, tek tonda kusursuz ve duru bir görünüm sağlar. Özellikle güneş lekeleri için doğal bir Cilt Ton Eşitleyici Kremi cilt bakım rutininize eklemeniz önerilir. Cilt leke sorunlarınıza çözümler üretebilen Laviaderm®️ Cilt Ton Eşitleyici Krem güneş ışınlarının neden olabileceği yeni lekelenmelerin oluşmasını da önlemeye yardımcı olur. Ayrıca, ciltteki ölü deri tabakasının temizlenmesine, cildiniz parlak ve pürüzsüz görünmesine ve nemli kalmasına katkı sağlar. Yine sivilce sonrası oluşan lekeler giderilmesinde fayda sağlamasının yanı sıra, görünmeyecek incelikte bir bariyer ile cildinizin kaplayarak dış etkenlere karşı korunmasını da sağlar. Sonuçta lekesiz ve daha pürüzsüz bir cilt görünümü oluşturur. Laviaderm Kantaron Kremi: Yara ve yanıkta mucizeyi ürünümüzle tanışın! Doğandan gelen mucizeyi sizlerle buluşturuyoruz. Kantaron çiçeği ekstresinden elde edilmiş %100 doğal krem, zarar görmüş cildinizi onarır ve cildin yeniden doğal haline kavuşmasını sağlar. Kantaron Kremi bitkisel aktif bileşenleri ve sarı kantaron yağının mükemmel kombinasyonuyla hazırlanmış cildinizi nemlendiren, besleyen ve yenilenmesine yardımcı olan bir kremdir. Özellikle nemlendirici özelliğinin yanı sıra yara izlerinin iyileşmesinde de etkilidir. Yine bebek bez bölgesinin bakımı için doğal olarak geliştirilmiştir. Açıklama: Laviaderm®️Kantaron Kremilekesiz ve genç bir cilt için sarı kantaron ve özel bitki özleri ile geliştirilmiş bir kremdir. Sarı kantaron yağının bitkisel aktif bileşenlerle zenginleştirilmesiyle hazırlanan mükemmel kombinasyonu sayesinde cildinizi besler, nemlendirir, doğal yenilenmesini sağlar ve yara izlerinin giderir. Cildinize organik bir bakım sağlar. Özellikle bebek bez bölgesinin bakımı için doğal olarak geliştirilmiştir. Kuruyan cildinize ihtiyacı olan nemi verirken gerekli bakımı da sağlamaktadır. Cildin serbest radikallere karşı korunmasına, elastikiyetini artırarak yenilenmesini ve daha genç bir görünüm kazanmasına yardımcı olur…Bu ürünü Sağlık Bakanlığı Sitesi Üzerinden Barkod Numarası İle Sorgulayabilirsiniz.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Bununla birlikte bahsi geçen site görselinde ürün barkodu paylaşılarak *“Bu ürünü Sağlık Bakanlığı Sitesi Üzerinden Barkod Numarası İle Sorgulayabilirsiniz.”* ifadesine yer verilerek Sağlık Bakanlığı Ürün Takip Sistemine yönlendirme yapıldığı ve kozmetik ürünlerin Ürün Takip Sistemine kayıtlı olması zorunlu ürünler olması nedeniyle söz konusu ifadelerin tüketicileri aldatıcı, yanıltıcı ve Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin “Doğruluk ve dürüstlük” başlıklı 7 nci maddesinin *“(6) İlgili mevzuatı gereği bir mal veya hizmete ilişkin olarak düzenlenmesi zorunlu ruhsat, izin, onay, kayıt gibi belgeler ile uyulması gereken diğer yasal süreçler, o mal veya hizmetin diğerlerinden farklı ya da daha üstün olduğu algısı oluşturacak biçimde reklamlarda kullanılamaz.”* hükmüne aykırı 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 ve 7 nci maddeleri,

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

- 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 **Laviaderm İlaç Kozmetik Medikal Gıda İnş. San. Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**28)**

**Dosya No: 2021/5347**

**Şikayet Edilen: NCM Internatıonal Network Sağlık İthalat İhracat A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.ncminternational.com.tr adresli internet sitesinde yer alan muhtelif ürünlere yönelik reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 17.06.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.ncminternational.com.tr adresli internet sitesinin 17.06.2021 tarihli görünümünde; “*NCM Slim Band:* *NCM Slimband bölgesel yağlara nüfus ederek, ince ve düzgün bir cilt yapısına kavuşmanıza ve kilo vermenize yardımcı olur. İçeriklerinin etkisi ile metabolizmayı hızlandırmaya yardımcı olur. RCX60 Tea: NCM RCX60 TEA farklı bitkisel içeriklerinin birleşimiyle oluşmuş, vücudun zindeliğinin sağlanmasına ve bununla beraber hayat kalitesinin artmasına yardımcı olur. NCM RCX60 TEA metabolizmanın hızlanmasına ve vücudun doğal detokslanmasına yardımcı olur. Mediband: Doğadan gelen şifa. NCM Mediband tamamıyla bitki özleri ve minerallerden oluşan bir karışımdır. Ağrı şikayetinin olduğu bölgelere, içeriğindeki bitki özleri ve mineraller sayesinde enerji(ısı) vererek kasların gevşemesine ve şikayetin azalmasına yardımcı olur. Melatonin Sleep Patch: Melatonin beynimizde salgılanan bir tür hormondur. Beyinden kan yoluyla bütün vücudumuza kolayca yayılabilir. Bu nedenle de bütün vücudumuzu etkileyebilmektedir. NCM Melatonin Sleep Patch, içeriğindeki bitki yağları ve melatonin ile huzursuzluk ve kaygı gibi psikolojik etkilerin yanında, yorgunluk gibi fiziksel etkilerden kaynaklanan uykusuzlukların giderilmesine yardımcı olur.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla 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, 26 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**29)**

**Dosya No:** **2021/4612**

**Şikayet Edilen: Nıvea Beıersdorf Turkey Kozmetik Sanayi ve Ticaret Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.nivea.com.tr/ adresli internet sitesi ve muhtelif televizyon kanallarında yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019, 2020, 25.10.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, Televizyon

**Tespitler:** https://www.nivea.com.tr/ adresli internet sitesinde “Nivea Luminous630 Leke Karşıtı Serum” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; “*Mevcut pigmentasyon üzerinde etki göstererek koyu lekeleri aydınlatmaya ve boyutunu küçültmeye yardımcı olur. Lekesiz bir cilt sağlar. 4 haftasa leke görünümünün gözle görülür şekilde aydınlanmasına yardımcı olur. 10 yıllık leke oluşumunu 4 haftada azaltmaya yardımcı olur.”* ifadelerine, “Yeni Nivea Luminous630 Koyu Halka Karşıtı Göz Kremi” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Koyu halka görünümünü azaltmaya yardımcı olur. Gözaltı torbası görünümünü azaltmak için yorgun gözlerdeki şişkinlik görünümünü almaya yardımcı olur. Hyaluronik Asit ince çizgi ve kırışıklık görünümünün azaltmaya yardımcı olur. Cildinizdeki lekeler için çözüm Nivea’da.”* ifadelerine, “Nivea Cellular Şekillendirici Yaşlanma Karşıtı Gündüz Kremi”isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Hücre üretimini, yenilenmesini ve bariyer oluşumunu tetikleyerek hücre dayanıklılığını geliştirir. Kırışıklık görünümü azalır. Cilt 24 saat nem ile güçlendirilir ve yenilenir. Cilt, UV ışınlarının etkisinden kaynaklanan cilt yaşlanmasına, hücre hasarına, yaşlılık lekelerine ve cilt sarkmasına karşı korunur.”* ifadelerine, “Kırışıklık Karşıtı Yaşa Özel Yüz Bakım Kremi 55+” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Derin Kırışıklıkları giderir. Yenileyici. Olgun ciltlerle oluşan derin kırışıklıkları giderir.”* ifadelerine, “Nivea Kırışıklık Karşıtı+ Nemlendirici 35+”isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Mimik çizgilerini giderir. Kırışıklıkları gözle görülür şekilde azaltır.”* ifadelerine,“Nivea Kırışıklık Karşıtı+ Sıkılaştırıcı 45+”isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Kazayağı kırışıklıklarını giderir.”* ifadelerine,“Nivea Q10 Sıkılaştırıcı Vücut Yağı” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Azalan çatlak görünümü”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, https://www.nivea.com.tr/ adresli internet sitesi ve Ekim 2019-Mart 2020 tarihleri arasında muhtelif televizyon kanallarında “*Nivea Cellular Şekillendirici Yaşlanma Karşıtı Gündüz Kremi” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; “Hücre üretimini, yenilenmesini ve bariyer oluşumunu tetikleyerek hücre dayanıklılığını geliştirir. Kırışıklık görünümü azalır. Cilt 24 saat nem ile güçlendirilir ve yenilenir. Cilt, UV ışınlarının etkisinden kaynaklanan cilt yaşlanmasına, hücre hasarına, yaşlılık lekelerine ve cilt sarkmasına karşı korunur.”* ifadelerine, *“Kırışıklık Karşıtı Yaşa Özel Yüz Bakım Kremi 55+” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; “Derin Kırışıklıkları giderir. Yenileyici. Olgun ciltlerle oluşan derin kırışıklıkları giderir.”* ifadelerine, “*Nivea Kırışıklık Karşıtı+ Nemlendirici 35+” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; “Kırışıklıkları gözle görülür şekilde azaltır.”* ifadelerine, “*Nivea Kırışıklık Karşıtı+Sıkılaştırıcı 45+” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; “Kazayağı kırışıklıklarını giderir.”* ifadelerine yer verildiği ancak Kozmetik Mevzuatına tabi bulunan tüm kozmetik ürünlerinin, 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 muhtelif mecralarda “Nivea Luminous630 Leke Karşıtı Serum” isimli ürüne ilişkin görsellerde söz konusu ürünün cilt lekelerini tamamen yok 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 5/1-b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/6, 26 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Nivea Beiersdorf Turkey Kozmetik Sanayi ve Ticaret Anonim Şirketi** 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.

**30)**

**Dosya No: 2021/2364**

**Şikayet Edilen:** **Procter and Gamble Tüketim Malları Sanayi A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Fixodent Professional Diş Protez Yapıştırıcısı” isimli ürün tanıtımları

**Reklam Yayın Tarihi:** 28.07.2021, Şubat-Kasım 2021

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

**Tespitler:** https://www.kadinlarbilir.com/markalar/fixodent adresli internet sitesinin 28.07.2021 tarihli görünümünde; *“Amerika'nın 1 Numaralı\* Diş Protez Yapıştırıcı Markası. 10 Kata Kadar Güçlü Tutuş\*. Anti-bakteriyel koruma. 30 gün. Memnun kalmazsanız paranız iade”* ifadeleri ile birlikte *“\*Kasım 19' - Kasım 20' arası AC Nielsen toplam marka satış verilerine göre”*, *“\*\*Yapıştırıcı kullanılmamasına kıyasla”* ve *“Para iade garantisi hakkında ayrıntılı bilgi için:* *www.fixodenttr.com”* açıklamalarına yer verildiği,

www.fixodenttr.com adresli internet sitesinden yönlendirilen https://www.kadinlarbilir.com/ aile/bu-ay-sizin-icin/fixodent-para-iade-kampanyasi adresli internet sitesinin 28.07.2021 tarihli görünümünde “Fixodent Para İade Kampanyası Şartnamesi”nin yer aldığı,

Muhtelif televizyon kanallarında Şubat-Kasım 2021 tarihleri arasında yayınlanan reklamlarda; *“Amerika'nın 1 Numaralı Diş Protez Yapıştırıcı Markası Fixodent artık Türkiye’de. Diş proteziniz ilk taktığınızda iyi oturuyor gibi görünür. Ama sabah, akşam yediklerinizle hareket edebilir. Artık Fixodent Diş Protez yapıştırıcısı kullanmanızın vakti geldi. Tek uygulamayla üstün tutuş sağlar. Fixodent Professional ile 10 kata kadar güçlü tutuş, birinci günden itibaren daha az diş eti tahrişi ve anti bakteriyel koruma. Üstelik memnun kalmazsanız paranız iade.”*ifadeleri ile birlikte*“AC Nielsen’in Kasım 2019-Kasım 2020 tarihleri arası toplam marka satış verilerine göre.”, “10 kata kadar güçlü tutuş. Yapıştırıcı kullanılmamasına kıyasla”, “birinci günden itibaren daha az dişeti tahrişi. Sert gıda tüketilip yapıştırıcı kullanılmamasına kıyasla”, “Antibakteriyel koruma”* ve *“30 gün. Memnun kalmazsanız paranız iade. Para iade garantisi hakkında ayrıntılı bilgi için: www.fixodenttr.com”* ibarelerine yer verildiği,

Eczane içi tanıtım materyallerinde; *“Amerika’nın 1 numaralı\* diş protez yapıştırıcı markası. 10 kata kadar güçlü tutuş\*\*.* *Antibakteriyel koruma. 30 gün. Memnun kalmazsanız paranız iade”* ifadeleri ile iddiaların açıklamalarına yerildiği, ayrıca “Fixodent Complete” ürününe ilişkin olarak *“Gün boyu güçlü tutuş, sızdırmazlık ve konfor. Ferah”* ibareleri ile “Fixodent Plus” ürününe ilişkin olarak *“Aroma içermez. 10 kata kadar güçlü tutuş.”* ibarelerinin yer aldığı,

İnceleme konusu ürün ambalajlarında; *“En gelişmiş protez yapıştırıcı kremimiz\*”, “En iyi tutuş\*”, “En iyi diş eti korumamız\*”, “En ferah nefes\*”, “\*Fixodent serisindeki en iyi teknolojiler”* ve *“Diş hekimleri ile tasarlandı”* ibarelerinin yer aldığı,

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; https://www.kadinlarbilir.com/ markalar/fixodent adresli internet sitesinin 28.07.2021 tarihli görünümünde, muhtelif televizyon kanallarında Şubat-Kasım 2021 tarihleri arasında yayınlanan televizyon reklamlarında ve eczane içi tanıtım materyallerinde “Fixodent Professional Diş Protez Yapıştırıcısı”isimli ürüne ilişkin olarak “Anti-bakteriyel koruma” ibaresine yer verildiği,

Ancak, söz konusu tanıtımlarda yer alan “Anti-bakteriyel koruma”iddiasının ispatına ilişkin olarak sunulan ve ağız kokusunda meydana gelen değişimi gösteren çalışmanın, tanıtımı yapılan ürünün antibakteriyel etki sağladığı iddiasını desteklemede yetersiz kaldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**31)**

**Dosya No: 2021/3840**

**Şikayet Edilen:** **Eczacıbaşı Tüketim Ürünleri Sanayi ve Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Uni Baby Hassas Dokunuş Islak Mendil” isimli ürün tanıtımları

**Reklam Yayın Tarihi:** 30.11.2021, 26.07.2021-16.08.2021

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

**Tespitler:** Muhtelif televizyon kanallarında 26.07.2021-16.08.2021 tarihleri arasında yayınlanan reklamlarda; *“Ek gıdalar dönemine hoş geldin anne. 6-12 ayda ek gıdaya başlayan bebeğinizin cildi hassaslaşır. Bunun için Uni Baby Hassas Dokunuş Islak Mendil’i geliştirdik. İçeriğindeki prebiyotik lifler cilt bağışıklığını destekler. Bebeğinizin cildini 3 kata kadar nemlendirir. Bebekler değişir, Uni Baby yetişir.”*ifadeleri ile birlikte *“Türkiye’de ilk ve tek!”* ve *“\*Mevcut Uni Baby Sensitive ürününe göre”* ibarelerine,

https://www.unibaby.com.tr/urun/uni-baby-hassas-dokunus-3x52li.html adresli internet sitesinin 30.11.2021 tarihli görünümünde; *“6-12 ay döneminde ek gıdaya başlayan bebeğinizin özellikle bez bölgesi daha hassas ve tahrişe daha yatkın hale gelebilir. Uni Baby Hassas Dokunuş Islak Mendil 6-12 ay döneminde ek gıdaya başlayan bebeklerin hassas cildine özel olarak geliştirilmiştir. Cildin doğal yapısında bulunan ve cildi koruyan yararlı mikroorganizmaları besleyen maddeleridir. Yeni Uni Baby Hassas Dokunuş Islak Mendil, içeriğindeki prebiyotikler sayesinde, cildin nemini uygulamadan hemen sonra 3 kata kadar\* artırır. (…) Hipoalerjeniktir, dermatolojik olarak test edilmiştir. Hiçbir ürünümüz hayvanlar üzerinde test edilmemiştir. Türkiye’nin tek prebiyotikli mendili. Ek gıdaya başlayan bebeğiniz için. Prebiyotikler cilt bağışıklığını destekler. 3 kata kadar nemlendirir\*. \*Uni Baby Sensitive’e göre. Ne içermez? Alkol, Paraben, Parfüm, SLS, SLES, Boya.”* ifadelerine,

Anılan ürün ambalajında ise; *“Türkiye’nin tek prebiyotikli mendili.”* ibaresine yer verildiği,

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; muhtelif televizyon kanallarında 26.07.2021-16.08.2021 tarihleri arasında yayınlanan reklamlar ile https://www.unibaby.com.tr/urun/uni-baby-hassas-dokunus-3x52li.html adresli internet sitesinin 30.11.2021 tarihli görünümünde yer alan tanıtımlarda, “Uni Baby Hassas Dokunuş Islak Mendil” isimli ürüne ilişkin olarak; *“Ek gıdalar dönemine hoş geldin anne. 6-12 ayda ek gıdaya başlayan bebeğinizin cildi hassaslaşır. Bunun için Uni Baby Hassas Dokunuş Islak Mendil’i geliştirdik. İçeriğindeki prebiyotik lifler cilt bağışıklığını destekler.(...)”* şeklindeifadelere 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 *“İçeriğindeki prebiyotik lifler cilt bağışıklığını destekler”*ifadelerinin ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği; ayrıca şayet anılan ürünler söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “kozmetik ürün” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilmesi gereken ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuata uygun olmadığı dolayısıyla her koşulda, söz konusu ürün ile ilgili olarak yapılan bu nitelikteki tanıtımların mevcut mevzuata aykırılık teşkil ettiği,

Diğer taraftan, https://www.unibaby.com.tr/urun/uni-baby-hassas-dokunus-3x52li.html adresli internet sitesinin 30.11.2021 tarihli görünümünde yer alan *“Hiçbir ürünümüz hayvanlar üzerinde test edilmemiştir.”* iddialarının Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin “İspat külfeti” başlıklı 9 uncu maddesinde yer alan esaslar çerçevesinde ispatlanamadığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Eczacıbaşı Tüketim 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.

**32)**

**Dosya No: 2021/3856**

**Şikayet Edilen: Fitalive Gıda Bitkisel Sağlık ve Bakım Ürünleri Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.trendyol.com adresli internet sitesinde “Fitalive Cosmetics” mağaza adı ile satışa sunulan “Fit & Alive Cellicaderm” isimli ürün tanıtımları

**Reklam Yayın Tarihi:** 02.12.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.trendyol.com/fit-alive/cellicaderm-hucre-yenileyici-40-ml-p-939587 33?boutiqueId=61&merchantId=165110 adresli internet sitesinin 02.12.2021 tarihli görünümünde yer alan “Fit & Alive Cellicaderm” isimli kozmetik ürün tanıtımlarında *“Hücre Yenileyici”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

**33)**

**Dosya No: 2021/3859**

**Şikayet Edilen: Yeşilılgaz Kozmetik Kimya İnş. Oto. ve Gıda San. Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Fuji Express Sarı İxir” isimli ürün tanıtımları

**Reklam Yayın Tarihi:** 22.10.2021, 06.04.2021-14.04.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, Televizyon

**Tespitler:** 06.04.2021 tarihinde ATV logolu televizyon kanalında yayınlanan ve Esra EROL isimli program sunucusu tarafından ürünle ilgili tanıtıcı bilgilerin açıklandığı reklamda,

*“Merhaba sevgili seyirciler. Sizlere tanıtacağım bu çok özel ürüne dikkat etmenizi istiyorum. 43 yıllık tecrübeye sahip Yeşil Ilgaz kozmetik firmasının üretmekte olduğu Fuji Express markası altındaki bu muhteşem kir ve yağ sökücü ürünü Sarı İxir artık yanı başınızda. Fuji Express Sarı İxir özellikle evimizde, mutfak yüzeyleri, ankastreler, banyo, halı ve koltuk yüzeylerinde, beyaz kıyafetlerimizde, beyaz tül perdelerimizde kullanılabilir. Ayrıca, aracımız ve motorumuzda oluşabilecek inatçı yağ lekelerinde de etkin çözüm sunabilen Sarı İxir’e artık kolayca ulaşabileceksiniz. (…)Fuji Express Sarı İxir’le sıkıyorum, siliyorum.”* şeklinde ifadelere yer verildiği,

Bununla birlikte, aynı tanıtımların 07.04.2021 tarihinde ATV logolu televizyon kanalında Müge Anlı isimli program sunucusu ve 14.04.2021 tarihinde Kanal D logolu televizyon kanalında Seda SAYAN isimli program sunucusu ile yayınlandığı,

https://www.yesililgazkozmetik.com/tr adresli internet sitesinin 22.10.2021 tarihli görünümünde; *“SARI İXİR Ultra Güçlü 10Kat Güçlü Temizlik Yağ Kir Leke Araç ve Zorlu Yağ ve Kirler İçin Özel 1000Ml. ÜRÜNÜMÜZ NERELERDE KULLANILIR. Far sararması gibi zorlu lekelerde seyreltmeden yalnızca fara gelecek şekilde kullanabilirsiniz.(kaportayı muhafaza ederek).Far Temizliğinden Sonra Kalan Mat kısmı temizlemek için pasta cila atılması gerekebilir. Aradaki farkı çok net görebilirsiniz. Oto Detay Temizliği (Far, motor, jantlar, iç aksamlar ve döşemelerin temizliğinde) Ev Temizliğinde (Ocak, mutfak, duvar, halı, koltuk, banyo, pimapen, fayans ve derz temizliğinde) Bulaşık ve Çamaşır Makilerinde. Sanayilerin yağlı kirli parçalarında ve zemin temizliğinde. Fabrika hastane okul gibi toplu alanların temizliği ve hijyeninde kullanılan yoğun etkili yağ ve kir temizleyicidir. Renk soldurma yapmaz kumaş yüzeylerde rahatlıkla kullanılabilir, haki ve suni deri temizliğine uygundur. Fuji SARI İXİR kumaş, deri, ahşap, seramik, metal yüzeylerdeki yağ ve kirlerin yapısını bozarak çözülmelerini sağlayan geniş kullanım alanlı renk soldurmayan formülü ile temizlik denildiğinde tek başına yeterli olabilecek mucize bir üründür. OTO DETAY TEMİZLİK ÜRÜNÜDÜR. Aracınızın motoruna sıkıp su ile durulayarak motor temizleyebilirsiniz. Aracınızın farklarındaki güneş sararmalarını ve matlaşmaları yok etmekte çok başarılı olan Fuji SARI İXİR jantlardaki balata siyahlığı vb. kir ve lekeyi temizleyebilirsiniz. Araç tavanı iç yüzeyler, deri ve kumaş tüm döşemelerin temizliğinde Fuji SARI İXİR'İ kullanabilirsiniz. Sadece sıkıp nemli bezle silmeniz yeterlidir. Fuji SARI İXİR ile kendi oto kuaförünüzü kendiniz yapın. Kolay temizliğin farkına varın. MÜKEMMEL EV TEMİZLİK ÜRÜNÜDÜR. Evinizde ocak, fırın, mermer, seramik, her türlü yağlı ve kirli eşyalarda üstün etkiye sahiptir. Ev hanımlarını temizliğe ve deterjana bakış açısını değiştirecek bir ürün ayrıca konsantre olmasından dolayı temizliği ucuza getirecek sizi yormadan temizlik sağlayacak. Duvar, halı, pimapen, fayans, derz temizliğinde lekeli çamaşırlarınızın üzerine Fuji SARI İXİR sıkıp makineye attığınızda lekelerin kayboluşuna inanamayacaksınız. Avizelerinizi yerinden bile indirmeden temizleyebileceksiniz. Bulaşık makinesinde da yoğun yağlı ve kirli bulaşıklar için etkilidir. Kısacası Fuji SARI İXİR günlük kullanımınızda hayatınızı oldukça kolaylaştırarak kendinize vakit ayırmanızı sağlayacak. Ayrıca renk soldurmayan kokusuz formülü ile vazgeçemeyeceğiniz tek ürün olacaktır. TOPLU KULLANIM ALANLARININ VAZGEÇİLMEZİ OLACAK Fabrika, hastane, okul gibi toplu alanların temizliği ve hijyeninde kullanılan yoğun etkili yağ çözücüdür, hijyen sağlar.”* şeklinde ifadelere, ayrıca anılan ürüne ilişkin olarak muhtelif e-ticaret sitelerinde yer alan tanıtımlarda benzer ifadelere yer verildiği,

https://www.yesililgazkozmetik.com/tr adresli internet sitesinin 22.10.2021 tarihli görünümünde yer alan ve firmaya ait “Yeşil Ilgaz Kozmetik” isimli Youtube kanalında yer alan https://www.youtube.com/watch?v=RzlMOtzE6i8 adresli internet sayfasının 22.10.2021 tarihli görünümünde yayınlanan reklam videosunda;

*“Yeni Fuji Express Sarı İxir Ultra Yağ ve Kir Temizleyici. İnatçı Lekeler için Daha Hızlı ve Daha Etkili Temizlik. Fuji Express Sarı İxir 5’li etkisiyle sıradan yüzey temizleyicilerin yapamadığı işi tek başına yapar. Yağları çözer, kirleri temizler, kokusu rahatsız etmez, lekeleri çıkarır, yüzeyleri parlatır. Ovalamaya son. Gelişmiş formülü sayesinde ovalamaya gerek kalmadan yağ ve kirleri saniyeler içerisinde içine çekerek yok eder. Üstelik beklemiş yağ ve kirler üzerinde bile etkili. Tek yapmanız gereken temizlemek istediğiniz yüzeye sıkmak ve silmek. İşte, saniyeler içerisinde tertemiz. Sanki yeni gibi tertemiz yüzeyler. Fuji Express Sarı İxir’i evinizin her yerinde yağ ve kirlerin temizlenmesinde, aracınızın temizliğinde, sanayide oluşan ağır yağ ve kirlerin temizlenmesinde güvenle kullanabilirsiniz. Fuji Express Sarı İxir çevre dostudur. Solvent, Paraben ve ağartıcı içermez. %100 Geri dönüştürülebilir ambalaj.(…)”* şeklinde ifadelere,

https://www.instagram.com/yesil\_ilgaz\_kozmetik/ adresli internet sitesinin 22.10.2021 tarihli görünümünde;

*“Ankastre; Parmak izi, yağ, kireç ve su lekelerini kolaylıkla temizler. Leke Sil; Nötr PH sayesinde ağır yağların bulunduğu tüm yüzeylerde alet ve ekipmanlarda güvenle kullanılır. Ahşap Temizleyici; Hızlı kuruma özelliğiyle, temizlik ve özenli bakım sağlar. İz bırakmadan temizler. Asprin; Sulandırılmadan fayanslarda, küvet ve klozet temizliklerinde, zorlu kirlerde ve yağ lekelerinde kullanılır. Yağ sökücü; Limon kabuğu özü ile güçlendirilmiş formülü sayesinde ulaştığı her inatçı yağ ve kir lekesini kolayca yok ettiği yapılan performans testleri ile kanıtlanmıştır. Derz; Özel olarak geliştirilmiş formülü ile fayans aralarında biriken kir, tortu gibi lekeleri temizleyecek derzlerinizi ve fayanslarınızı göz alıcı bir parlaklığa kavuşturur. Sarı İxir; Evinizde ocak, fırın, mermer, seramik, her türlü yağlı ve kirli eşyalarda üstün etkiye sahiptir. Ev hanımlarını temizliğe ve deterjana bakış açısını değiştirecek bir ürün ayrıca konsantre olmasından dolayı temizliği ucuza getirecek sizi yormadan temizlik sağlayacak. Fuji Express Sarı İxir ile yağ ve kir derdine son. Özel formülü sayesinde Mutfak yüzeylerindeki yağ ve kiri derinlemesine temizleyip pırıl pırıl görünmesini sağlayan, eşyalarınızdaki lekelere karşı hızlı ve etkili çözümler sunan Fuji Express Sarı İxir Yeşil Ilgaz Kozmetik’te”* şeklinde ifadelere yer verildiği,

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, söz konusu tanıtımlarda “Fuji Express Sarı İxir” isimli ürüne ilişkin olarak yer verilen; “*10 kat güçlü temizlik sağladığı*”, “*Ovalamaya gerek kalmadan yağ ve kirleri saniyeler içerisinde içine çekerek yok ettiği*”, “*İnatçı lekeler için daha hızlı ve daha etkili temizlik sağladığı*”, “*Sıradan yüzey temizleyicilerin yapamadığı işi tek başına yaptığı*”, “*Renk soldurmadığı*”, “*Kokusuz olduğu*”, “*Konsantre olduğu*”, “*Nötr PH’a sahip olduğu*”, “*Ambalajının %100 geri dönüştürülebilir olduğu*”, “*Solvent, Paraben ve Ağartıcı içermediği*”, “*Ürünün halı ve koltuk yüzeyleri, kumaşlar, beyaz kıyafetler, beyaz tül perdeler, haki ve suni derilerde kullanılabildiği ve lekeli çamaşırların üzerine sıkılıp çamaşır makinesinde yıkandığında lekelerin kaybolduğu”*, “*Ürünün oto detay temizliği (far, motor, jantlar, iç aksamlar ve döşemelerin temizliği vb.), bulaşık ve çamaşır makineleri ve sanayide oluşan ağır yağ ve kirlerde kullanılabildiği*” iddialarının Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin “İspat külfeti” başlıklı 9 uncu maddesinde yer alan esaslar çerçevesinde ispatlanamadığı,

Bununla birlikte, inceleme konusu tanıtımlarda yer alan *“10 kat güçlü temizlik”*, *“inatçı lekeler için daha hızlı ve daha etkili temizlik”* ve *“ürünün sıradan yüzey temizleyicilerin yapamadığı işi tek başına yaptığı”* şeklindeki iddialara ilişkin ispatlayıcı nitelikte belgelerin sunulmadığı, bu durumun tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu, ayrıca anılan tanıtımların karşılaştırmalı reklam hükümlerine 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, 8/1, 9/1, 9/2, 9/4 ve 9/5 maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Yeşilılgaz Kozmetik Kimya İnş. Oto. ve Gıda San. Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **457.308 TL (Dörtyüzelliyedibinüçyüzsekiz Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**34)**

**Dosya No: 2021/4649**

**Şikayet Edilen: Naturel Kozmetik Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.yvesrocher.com.tr adresli internet sitesinde yer alan “Sebo Pure Vegetal - Akneleri ve Siyah Noktaları Azaltan, Gözenek Sıkılaştıran, Matlaştırıcı Bakım Kremi” isimli ürün tanıtımları

**Reklam Yayın Tarihi:** 04.11.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.yvesrocher.com.tr/cilt-bakimi/sebo-pure-vegetal-akneleri-ve-siyah-noktalari-azaltan-gozenek-sikilastiran-matlastirici-bakim-kremi/p/37720 adresli internet sitesinin 04.11.2021 tarihli görünümünde;

*“Sebo Pure Vegetal - Akneleri ve Siyah Noktaları Azaltan, Gözenek Sıkılaştıran, Matlaştırıcı Bakım Kremi. (...)Yağlı ve karma ciltlerin en büyük sorunu akne ve siyah noktalardan, Yves Rocher’nin tamamen bu sorunu hedef alarak geliştirdiği yeni bitkisel içerikli bakım kremi sayesinde kurtulun. (…)Yoğun tedavi edici formülüyle, sivilce ve siyah noktaların neden olduğu izlerle savaşır, cilt dokusunu düzeltir. Akneli ciltlere özel olan hafif doku cilde nem sağlarken yapısında bulunan % 100 bitkisel Salisilik Asit ile mevcut lekelerin azalmasına, akne oluşumunu engellemeye ve azaltmaya, gözenekleri sıkılaştırmaya yardımcıdır.(…) İçeriğinde yüksek antioksidan bulunan % 100 Bitkisel Boreal Çay Tozu cildinizin hücresel yenilenme süresini uyarır, sebum üretimini dengeler.(…) “%87 Doğal İçerik”,*

*“Yorumlar. (…)İnanmamıştım açıkçası ama bugün sabah öğle akşam sadece akne ve yara olan kısımlara uyguladım şok oldum. Yüzde 70 kuruttu kabuk attırdı. (…)Daha ilk kullanımda aktif sivilcelerimi geri söndürmeye başladı. (…)Yeni kullanmaya başladım, bir türlü geçmeyen sivilcelerime ilk sürüşte bile etkisi oldu. Daha bir hafta olmadan çoğu sivilcem sönmeye ve yara olanlar iyileşmeye başladı.”* şeklinde ifadelere yer verildiği,

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; söz konusu tanıtımlarda *“Sebo Pure Vegetal - Akneleri ve Siyah Noktaları Azaltan, Gözenek Sıkılaştıran, Matlaştırıcı Bakım Kremi. (....)Yağlı ve karma ciltlerin en büyük sorunu akne ve siyah noktalardan, Yves Rocher’nin tamamen bu sorunu hedef alarak geliştirdiği yeni bitkisel içerikli bakım kremi sayesinde kurtulun. (…)Yoğun tedavi edici formülüyle, sivilce ve siyah noktaların neden olduğu izlerle savaşır, cilt dokusunu düzeltir. Akneli ciltlere özel olan hafif doku cilde nem sağlarken yapısında bulunan % 100 bitkisel Salisilik Asit ile mevcut lekelerin azalmasına, akne oluşumunu engellemeye ve azaltmaya, gözenekleri sıkılaştırmaya yardımcıdır.(…) İçeriğinde yüksek antioksidan bulunan % 100 Bitkisel Boreal Çay Tozu cildinizin hücresel yenilenme süresini uyarır, sebum üretimini dengeler.(…)Yorumlar. (…)İnanmamıştım açıkçası ama bugün sabah öğle akşam sadece akne ve yara olan kısımlara uyguladım şok oldum. Yüzde 70 kuruttu kabuk attırdı. (…)Daha ilk kullanımda aktif sivilcelerimi geri söndürmeye başladı. (…)Yeni kullanmaya başladım, bir türlü geçmeyen sivilcelerime ilk sürüşte bile etkisi oldu. Daha bir hafta olmadan çoğu sivilcem sönmeye ve yara olanlar iyileşmeye başladı.”* 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 dolayısıyla her koşulda, söz konusu ürün ile ilgili olarak yapılan bu nitelikteki tanıtımların mevcut mevzuata aykırılık teşkil ettiği 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-e 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 **Naturel Kozmetik Ticaret A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**35)**

**Dosya No: 2021/4651**

**Şikayet Edilen: Merkül Medikal Ürünler Ticaret ve A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://propeelingtr.net/ ve https://www.instagram.com/propeeling. official/ adresli internet sitelerinde yer alan “Propeeling Özel Fırçalı Peeling Macunu” isimli ürün tanıtımları

**Reklam Yayın Tarihi:** 04.11.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://propeelingtr.net/ adresli internet sitesinin 04.11.2021 tarihli görünümünde yer alan “Propeeling Özel Fırçalı Peeling Macunu” isimli ürün tanıtımlarında; *“1 Günde Siyah Noktalara, 7 Günde Sivilcelere Elveda. (…)İçeriğinde ne bulunur?...Çay Ağacı Yağı…Doğal antibakteriyeldir, akne kurutucu özelliğe sahiptir. (…)Birinci ayda sivilceleri yok edebilir. (…)Leke ve izleri geçirebilir.”* şeklinde,

https://www.instagram.com/propeeling.official/ adresli internet sitesinin 04.11.2021 tarihli görünümünde; *“7 Günde Sivilceleri, 1 Günde Siyah Noktaları Yok Eder. Leke ve İzleri Giderir. (…)Sadece bir haftada sivilce ve siyah noktaları kalıcı olarak yok eder. (…)Sivilce Öğütücü Propeeling(…) Sivilceleri yok eder. Lekeleri geçirir. Propeeling tedavi garantili. (…)Klinik testler sonucu. Sivilce oluşumunu %90 engeller. (…)Sivilceleri ve lekeleri %100 yok eder. (…)Propeeling sivilce tedavisinde devrim yarattı. (…)Devrim Yaratan Sivilce Kremi.(…)%100 Organik ProPeeling”*şeklinde ifadelere yer verildiği,

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, Kozmetik Mevzuatına tabi bulunan tüm kozmetik ürünlerin, insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve etkileri geçici olan ürünler olması gerektiği; bu bağlamda inceleme konusu tanıtımlarda yer alan tedaviye yönelik ve endikasyon belirten ifadelerin ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği; ayrıca şayet anılan ürünler söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “kozmetik ürün” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilmesi gereken ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuata uygun olmadığı dolayısıyla her koşulda, söz konusu ürün ile ilgili olarak yapılan bu nitelikteki tanıtımların mevcut mevzuata aykırılık teşkil ettiği, bununla birlikte, https://www.instagram.com/propeeling.official/adresli internet sitesinin 04.11.2021 tarihli görünümünde yer alan *“%100 Organik ProPeeling”* 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, 9/1, 9/2, 9/4, 9/5, 26 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Merkül Medikal Ürünler Ticaret ve 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**: **2021/4726**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** 29 Eylül-3 Ekim 2021 tarihleri arasında Ankara'da gerçekleştirilen Prof. Dr. A. Lütfü Tat Sempozyumu Kongresi ile 19-23 Ekim 2021 tarihleri arasında Antalya'da gerçekleştirilen 29. Ulusal Dermatoloji Kongresi standında yer alan “Bioderma Atoderm” markalı ürünlere ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 29 Eylül-3 Ekim 2021, 19-23 Ekim 2021

**Yayınlandığı Mecra:** Diğer (Kongre Standı)

**Tespitler:** 29 Eylül-3 Ekim 2021 tarihleri arasında Ankara'da gerçekleştirilen Prof. Dr. A. Lütfü Tat Sempozyumu Kongresi ile 19-23 Ekim 2021 tarihleri arasında Antalya'da gerçekleştirilen 29. Ulusal Dermatoloji Kongresi standında yer alan “Bioderma Atoderm” markalı ürünlere ilişkin tanıtımlarda; *“Daha güçlü cilt bariyeri, daha az egzama atağı. Atoderm. Atopi-Egzama Eğilimli Ciltler. Skin Barrier Therapy Patenti. Ataklarda %76 sonlanma.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; söz konusu kongrelerin tüketicilere yönelik olmadığı anlaşıldığından, inceleme konusu tanıtım görsellerinin 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun kapsamında değerlendirilemeyeceği, dolayısıyla anılan reklamların 6502 sayılı Kanun'un 61 inci maddesine **aykırı olmadığına** karar verilmiştir.

**37)**

**Dosya No: 2021/4785**

**Şikayet Edilen: Loreal Türkiye Kozmetik Sanayi ve Ticaret Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** “La Roche Posay Laboratorie Dermatologique” markalı ürünlere yönelik “*Dermatologların En Çok Tavsiye Ettiği Marka”* ibareli tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 02.11.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.laroche-posay.com.tr/ adresli internet sitesinin 02.11.2021 tarihli görünümünde yer alan “La Roche Posay Laboratorie Dermatologique” markalı ürünlere yönelik tanıtımlarda; *“Türkiye’de Dermatologların En Çok Tavsiye Ettiği Marka\*. \*Ipsos tarafından Ocak 2020- Mart 2020 tarihleri arasında gerçekleştirilen bağımsız araştırma sonuçları esas alınmıştır.”* ve *“Türkiye’de Dermatologların En Çok Tavsiye Ettiği Marka\*. \*Ipsos tarafından Ocak 2021 - Mart 2021 tarihleri arasında CAWI ve CAPI yöntemleriyle gerçekleştirilen bağımsız araştırma sonuçları esas alınmıştır.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, www.laroche-posay.com.tr/ adresli internet sitesinin 02.11.2021 tarihli görünümünde yer alan “La Roche Posay Laboratorie Dermatologique” markalı ürünlere yönelik tanıtımlarda; *“Türkiye’de Dermatologların En Çok Tavsiye Ettiği Marka\*. \*Ipsos tarafından Ocak 2020- Mart 2020 tarihleri arasında gerçekleştirilen bağımsız araştırma sonuçları esas alınmıştır.”* ve *“Türkiye’de Dermatologların En Çok Tavsiye Ettiği Marka\*. \*Ipsos tarafından Ocak 2021 - Mart 2021 tarihleri arasında CAWI ve CAPI yöntemleriyle gerçekleştirilen bağımsız araştırma sonuçları esas alınmıştır.”*ifadelerine yer verildiği,

Ancak, *“Türkiye’de Dermatologların En Çok Tavsiye Ettiği Marka”* iddiası ile ilgili olarak aynı araştırma şirketi tarafından Haziran-Ağustos 2021 tarihleri arasında gerçekleştirilen araştırma sonuçlarına göre söz konusu iddianın geçerli olmadığı, dolayısıyla aksi yönde bir bağımsız araştırma raporu bulunmasına rağmen tanıtımlarda Ocak-Mart 2020 ve Ocak-Mart 2021 tarihleri arasında yapılan araştırma sonuçlarına yer verilmesinin tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu ve Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin “İspat külfeti” başlıklı 9 uncu maddesinde yer alan *“(…)raporların, reklamda yer alan iddiaları reklamın yayınlandığı dönemde kanıtlar nitelikte olması esastır.”* hükmüne aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**38)**

**Dosya No: 2021/4877**

**Şikayet Edilen: Design Kims Tekstil Hyoungseek Kım**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 02.11.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.limonian.com/chamos-pigment-duzenleyici-set adresli internet sitesinin 02.12.2021 tarihli görünümünde “Fungal Akne-Sivilce” başlığı altında yer alan “Chamos Acacı Sivilceli Ciltler için Cilt Bakım Seti” tanıtımlarında;*“(…)Chamos Onarıcı Cica Centella Krem. (…)Cilt problemlerinizi kısa sürede kurutmaya ve yok etmeye yardımcı Chamos Problemli Ciltler İçin Kurutucu Toz. (…)Cilt problemlerinizi, lekelerinizi veya ciltteki fazla sebumu gidermeye ve yatıştırmaya yardımcı olan bölgesel bakım sağlayan cilt bakım ürünüdür. (…)lekelerinizin düzenlenmesine yardımcı olur. (…)Bu ürünleri birlikte kullanmanız, cilt problemlerinizi gidermede daha etkili ve hızlı çözüme ulaşmanızı sağlayacaktır.”* şeklinde ifadeler ile birlikte “Chamos Problemli Ciltler İçin Kurutucu Toz” isimli ürünün kullanımı sonucu aknelerin giderildiğine ilişkin öncesi ve sonrası görsellerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; Kozmetik Mevzuatına tabi bulunan tüm kozmetik ürünlerin, insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve etkileri geçici olan ürünler olması gerektiği; bu bağlamda inceleme konusu tanıtımlarda yer alan tedaviye yönelik ve endikasyon belirten ifadelerin ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği; ayrıca şayet anılan ürünler söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “kozmetik ürün” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilmesi gereken ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuata uygun olmadığı dolayısıyla her koşulda, söz konusu ürün ile ilgili olarak yapılan bu nitelikteki tanıtımların mevcut mevzuata aykırılık teşkil ettiği 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, 5/1-ğ, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 26 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**39)**

**Dosya No: 2021/4948**

**Şikayet Edilen:** **Icb Global Teknoloji Hizmetleri Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.trendyol.com adresli internet sitesinde “İcbkozmetik” mağaza adı ile satışa sunulan “Alfea Dermocosmetics Ultra Peptide Plus and Vitamine Complex Serum” isimli ürün tanıtımları

**Reklam Yayın Tarihi:** 02.11.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.trendyol.com/alfea/cilt-tonu-esitleyici-hucre-yenileyici-kirisiklik-leke-yaslanma- akne-karsiti-yuz-serumu-30ml-p-154900134 adresli internet sitesinin 02.12.2021 tarihli görünümünde yer alan “Alfea Dermocosmetics Ultra Peptide Plus and Vitamine Complex Serum” isimli ürün tanıtımlarında *“Hücre Yenileyici”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

**40)**

**Dosya No: 2021/4950**

**Şikayet Edilen:** **Ankara Müteahhitlik İnşaat Taahhüt Mühendislik Mimarlık Gıda Tarım Tekstil Turizm Taşımacılık Petrolcülük Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.trendyol.com adresli internet sitesinde “Mygazelle” mağaza adı ile satışa sunulan “Fit & Alive Cellicaderm” isimli ürün tanıtımları

**Reklam Yayın Tarihi:** 02.11.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.trendyol.com/fit-alive/cellicaderm-hucre-yenileyici-40-ml-p-93958 733?boutiqueId =61&merchantId=393594 adresli internet sitesinin 02.12.2021 tarihli görünümünde yer alan “Fit & Alive Cellicaderm” isimli kozmetik ürün tanıtımlarında *“Hücre Yenileyici”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

**41)**

**Dosya No: 2021/5071**

**Şikayet Edilen:** **Dc Kozmetik İçecek Turizm İnşaat İmalat Taahhüt İthalat İhracat Pazarlama Sanayi ve Ticaret Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.trendyol.com adresli internet sitesinde “Escabel Kozmetik” mağaza adı ile satışa sunulan “Escabel Arı Zehri Kremi” isimli ürün tanıtımları

**Reklam Yayın Tarihi:** 03.11.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.trendyol.com/escabel/yuz-kremi-ari-zehiri-siyah-nokta-ve-sivilce-akne-karsiti-leke-temizleyici-yuz-kremi-50-ml-p-97769215 adresli internet sitesinin 03.12.2021 tarihli görünümünde; *“Mucizevi Arı Zehri Kremi. (…)Escabel Arı Zehri Kremi, içerdiği arı zehri beraberinde barındırdığı mineraller sayesinde hücre yenileme etkisi göstermektedir.(…)Ayrıca ciltteki kırışıklıkların da giderilmesinde etkin bir rol oynar. Arı zehri kremi sivilce izleri ve siyah lekelerin ciltte bırakmış olduğu tahribatın giderilmesine yardımcı olur. Cildin altındaki yağların giderilerek sivilce oluşumunu engeller ve sivilceler nedeniyle oluşan izlerin giderilmesinde yardımcı olur. (…)Ciltte bulunan sivilceleri tedavi eder. Sivilcelerden kalan kızarıklık, çukur ve izlerin kaybolmasını sağlar.(…)Yüzdeki kan dolaşımını hızlandırarak, toksinlerini temizler.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

**42)**

**Dosya No: 2021/5577**

**Şikayet Edilen: Zerre Elektronik Hizmetleri Danışmanlık ve Yazılım Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.happy.com.tr adresli internet sitesinde CollagenForte isimli ürüne ilişkin reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021, 2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.happy.com.tr/collagen-forte-hydrolyzed-jel-250-ml, https://www.happy.com.tr/collagen-forte-hydrolyzed-jel-250-ml-x-2-adet, https://www.happy.com.tr/collagen-forte-hydrolyzed-jel-250-ml-x-3-adet, https://www.happy.com.tr/collagen-forte-hydrolyzed-jel-250-ml-x-6-adet adlı alan adlarındaki Collagen Forte isimli ürüne ilişkin; "Sivilce ve akneleri yok eder." vb. şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; https://www.happy.com.tr/collagen-forte-hydrolyzed-jel-250-ml, https://www.happy.com.tr/collagen-forte-hydrolyzed-jel-250-ml-x-2-adet, https://www.happy.com.tr/collagen-forte-hydrolyzed-jel-250-ml-x-3-adet, https://www.happy.com.tr/collagen-forte-hydrolyzed-jel-250-ml-x-6-adet adlı alan adlarındaki CollagenForte isimli ürüne ilişkin; *"Sivilce ve akneleri yok eder."* vb*.* şeklinde endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç ifadeler kullanılarak mevzuatta izin verilen sağlık beyanlarının dışına çıkan tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği, böylelikle söz konusu ürünlerin insan fizyolojisine ve/veya metabolizmasına etki eden bir “tıbbi ürün” gibi tanıtıldığı, “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,

- 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 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Zerre Elektronik Hizmetleri Danışmanlık ve Yazılım Tic. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**SAĞLIK**

**43)**

**Dosya No: 2021/4350**

**Şikayet Edilen:** **GRC Sağlık Kozmetik Hediyelik Eşya Tic. Ltd. Şti. (www.eczane.com.tr)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 03.06.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Kuruluşa ait www.eczane.com.tr adresli internet sitesinin 03.06.2021 tarihli görünümünde; firmaya ait internet sitesinin alan adı içerisinde "eczane" ibaresine yer verildiği; ayrıca çölyak tanı testi gibi medikal ve tıbbi cihazlara ilişkin tanıtımlara yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, “Çölyak Tanı Testi” adlı ürünün “İn Vitro Tanı Amaçlı Tıbbi Cihaz Yönetmeliği” kapsamında değerlendirildiği ve bazı kapsamdaki bazı ürünlerin münhasıran sağlık meslek mensubu tarafından ve aynı zamanda meslekten olmayan kişiler tarafından kullanılabileceği; ancak Tıbbi Cihaz Satış, Reklam ve Tanıtım Yönetmeliği kapsamında ürün, meslekten olmayan kişiler tarafından kullanılabiliyor olsa bile ürün tanıtımının yalnızca üretici firmaya ait internet satış sitesinde yapılabileceği; bu açıdan, ürünün üretici firmaya ait satış sitesi dışında bir internet adresinde tanıtımının yapılmasının mevzuata göre aykırı olduğu;

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

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

- Eczacılar ve Eczaneler Hakkında Yönetmelik’in 42 ve 43 üncü maddeleri,

- Tıbbi Cihaz Satış, Reklam ve Tanıtım Yönetmeliği'nin 15/1, 15/2 ve 15/3 üncü maddeleri,

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **GRC Sağlık Kozmetik Hediyelik Eşya Tic. Ltd. Şti. (www.eczane.com.tr)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**44)**

**Dosya No: 2021/4689**

**Şikayet Edilen:** **Dr. Mustafa Sait POLAT**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 13.12.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.mustafasaitpolat.com adresli internet sitesinin 13.12.2021 tarihli görünümünde örnek olarak; *"...2014 yılında Los Angeles’ta katarakt ve refraktif cerrahi üzerine birçok kursa katılan Opr. Dr. Mustafa Sait Polat yaklaşık 15 yıldır katarakt cerrahisi lasik wavefront tedavisi ile aktif ve başarılı olarak 10.000’den fazla vaka tecrübesine sahiptir...Modern katarakt cerrahisinde ZEPTO® teknolojisi. Katarakt cerrahisi son 20 yılda büyük ilerleme gösterdi. Önce kataraktı ses dalgalarıyla eriten fako yöntemi bulundu. Artık klasikleşen ve bugün de uygulanan fako tekniği, önceleri tek başına kullanılıyordu. Sonra buna femtosaniye lazer uygulaması eklendi. İki yöntem bir arada kullanılmaya başlandı. Femtosaniye ile kataraktın ön yüzeyi düzgün bir biçimde açılabiliyordu ve bu da cerrahi kalitesini yükselten önemli unsurlardan birisiydi. Şimdi artık ZEPTO® teknolojisiyle bu işlem her zamankinden iyi hale getirildi. ZEPTO® teknolojisi, femtosaniye lazerden daha hızlı işlev görüyor ! Bu sayede kısa bir sürede, katarakt ön yüzeyi açılıyor ve kataraktın temizlenmesiyle birlikte bu açıklığın içine göz içi lensi yerleştiriliyor. ZEPTO® teknolojisiyle yapılan katarakt ameliyatında göz içine yerleştirilen çok odaklı akıllı lenslerin verdiği görüntü kalitesi üst düzeyde gerçekleşiyor. ZEPTO® teknolojisi, ameliyat süresini kısaltıyor. ZEPTO® teknolojisiyle göze yerleştirilen merceklerde odak noktası kaymaları yaşanmıyor, bu nedenle görüntü kalitesi yüksek oluyor...Modern tekniklerin gelişimi ile günümüzde katarakt ameliyatları iğnesiz, narkozsuz, ağrısız yapılarak hasta aynı gün evine dönmektedir...Kalitesiz merceklerle yapılan bir ameliyat sonrasında gözde sorunlar gelişebilir. Bu durum kısa bir süre sonra hastanın ikinci kez katarakt olma riskini de beraberinde getirebilir. Bu da hasta için ayrı bir ameliyat riski ve maddi külfet anlamına gelir…"* gibi ifadelere yer verildiği;

www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinin 13.12.2021 tarihli görünümlerinde şahsa ait "*drmustafasaitpolat*" kullanıcı isimli sayfada yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *"...Gözlük ve lens kullanmak istemeyenleri sadece 1-2 dakika içinde sadece lazerle ağrısız bir şekilde o sıkıntıdan kurtarıyoruz...ayrıntılı bilgi ve randevu için 05525072222...Gözlüklerden kurtarmaya devam ediyoruz...Hemen işlem sonrası gözlüksüz görmede inanılmaz bir düzelme oluyor...-5 miyop -1 astigmat her iki göz de 15 sn de,gözlükleri*

*bırakıyoruz...9 lens kullanan hastamızı gözlük ve lenslerinden kurtardık...Lazerlerimize Kıbrıs’tan gelen Serkan beyle devam ediyoruz...ODTÜ elektronik mezunu abdullah kardeşimizin işlem sonu görüşlerini sorduk. Abdullah kardeşim -5 numara gözlüklerden kurtuldun, şimdi daha rahat mühendislik yapabilirsin...Ağrısız, acısız sadece 1 dk da gözlüklerden kurtulabilirsiniz...-6,50 numaraları olan hastamızın öncesi ve sonrası...Bazı insanlarda zaman geçtikçe üst ve alt göz kapağında hem ciltte sarkmalar hemde cilt altı yağ dokusunda fıtıklaşmalar olabilir ,bu hem estetik açıdan hemde tıbbı açıdan #blefaroplasti işlemiyle tedavi edilebilir..."* gibi ifadelere; hasta yorumlarına ve hasta öncesi ile sonrası görüntülerine yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**45)**

**Dosya No: 2021/4694**

**Şikayet Edilen:** **Dr. Yalçın İŞCAN**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 05.11.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://dryalciniscan.com/ adresli internet sitesinin 05.11.2021 tarihli görünümünde örnek olarak; *"...Gözünüzdeki ışık HİÇ SÖNMESİN! 15 yıllık tecrübemiz ile teknolojiyi birleştirdik!...Yalçın beyle oğlum 3 aylıkken gözünde katarakt ameliyatıyla başlayan tedavi sureticimizde her zaman yanımızdaydı.oglum şuanda 6yaşında ve tedavimiz sorunsuz bir şekilde devam ediyor tecrubesiyle...Yaşlanmanın cilt üzerinde sarkmaya ve kırışıklığaneden olduğunu söylemek kaçınılmazdır. Zaman geçtikçe cildin canlı, gençve gergin görünmesine olanak sağlayan kollajen ve benzerimaddelerdeazalma görülür ve fonksiyonları işlevleriniyitirirler. Bu sebeple ciltte sarkmagerçekleşirken göz kapakları ve kaşlar gibihassas bölgeler de son dereceetkilenir. Bunun yanı sıra sigara ve alkol tüketimi, uyku bozuklukları, çevrekirliliğive çok fazla güneş ışınına maruz kalma gibifaktörlerde cilt üzerindeetkisivardır ve gözkapağı çevresinde de çeşitli deformasyonlara neden olabilir...şekilde estetik görünüme kavuşmasının yanı sıra gereken tüm işlemlergerçekleştirilerek gözlerin sağlıklı bir hale getirilmeside amaçlanır...Göz Estetiğiaynı zamanda kaş veya alın kaldırma operasyonlarıile yapılarak kişilerin tam olarak istediğiestetik görünüme kavuşmalarısağlanabilir...Bu sebeplebu operasyon daha çok 40 yaş ve sonrasındakikişiler tarafından tercih edilmektedir...Göz Estetiği(Blefaroplasti) sonrasında kişilerdeki yorgun ve donuk bir ifade yerine canlı ve parlak bir görünüme kavuşulmasını sağlar…No touch laser uygulaması, göz kırılma kusurlarını ortadan kaldırmak içinkullanılan yöntemlerden sadece bir tanesiolmakla beraber son yıllarda ençok tercih edilen yöntem olarak da bilinmektedir. Bu işlemler, birçokdurumda güvenle yapılan operasyonlardır...Bu yöntemde uzak ışık kaynağına 50 saniyeden daha az birsüre bakmak yeterliolmaktadır. Ayrıca bu yöntemde diğer laserprosedürlerinden sonra sıfır komplikasyon meydana gelmektedir...No touch laser tedavisinin avantajları oldukça fazladır. Bu yöntemi kullananhastaların elde ettikleri avantajlar şu şekilde sıralanabilir: Düşük bir maliyeti olmaktadır. Nispeten ince kornea yapısına sahip olanlarda da kullanılır. Göz içi basıncını arttırma gibi bir risk bulunmamaktadır. Korneada bulunan duyu sinirlerine zarar verilmemektedir. Kuru göz gibi bir soruna neden olmamaktadır. Korneanın biyomekanik bütünlüğünü de korumak bu yöntemlesağlanmaktadır..."* gibi ifadeler ile hasta yorumlarına yer verildiği;

www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinin 05.11.2021 tarihli görünümünde şahsa ait *"yalciniscan.op.dr"* kullanıcı isimli sayfada yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *"...Gözlüksüz Daha Net Bir Hayat İçin; EXCIMER LASER Tüm Mesafelerde NET GÖRÜŞ! Lazer cerrahisinin amacı; Hastanın göz sağlığını korumak ve gözlük veya mercek kullanmadan daha konforlu bir yaşam sağlamaktır...Kesi-Dikiş Olmadan, El Değmeden NO TOUCH LAZER İLE GÖZLÜKLERİNİZDEN Kurtulabilirsiniz! MİNİK HASTAMIZIN GÖZ YAŞI KANAL TIKANIKLIĞINI BAŞARILI BİR PROBİNG(SONDALAMA) OPERASYONU İLE AÇTIK...BUĞULU CAMLARDAN SIKILMADINIZ MI?...Dünyanın Görmeye Değer Tüm Güzellikleri Sizin İçin!..Hayata sağlıklı gözlerle bakın! Körlük ve tüm görme sorunlarıyla mücadele için her yıl Ekim ayında kutlanan Dünya Görme Günü’nde siz de kendiniz için bir iyilik yapın, göz sağlığınızı ihmal etmeyin!...NO TOUCH LASER İLE YAKIN-ORTA-UZAK MESAFEDE NET GÖRÜŞ!...DOĞANIN GÜZELLİKLERİNİ KAÇIRMAYIN! NO TOUCH LASER İLE TÜM MESADE NET GÖRÜŞ!...GÖZ KAPAĞI ESTETİĞİ ile Mucizeyi Tanık Olun!...Batman'da excimer lazer uygulamasına son hızla devam etmekteyiz. Bugün tbt günü, normalde kaçırmazdım ama bu kadar yenilik içindeyken tbt ye sıra gelmedi…Malum bu aralar kliniğimizde yeniliklerle dolu günler yaşıyoruz. Her hastamda ben de aynı coşkuyu yaşıyorum. Yıllarca gözlükle yaşamışken bir anda yepyeni bir hayata merhaba demenin mutluluğunu hastalarımın gözlerinde gördükçe ben de mutlu oluyorum...No Touch Laser ile ''Puslu Perdeni Temizle''.BİR ŞAŞILIK YOLCULUĞU DAHA SONA ERDİ..."* ifadeler ile hasta öncesi ve sonrası görsellerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu internet sitelerinde yer alan ifadelerin tabip tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlerle ilgili olduğu; bu nedenle, söz konusu tanıtımların bilgilendirme kapsamını aşarak *“reklam’’* niteliğinde değerlendirildiği ve sağlık alanında çalışan şahsın faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı, talep yaratıcı nitelikte olduğu ve şahıs ile faaliyette 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-b, 5/1-ğ, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 26 ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**46)**

**Dosya No: 2021/5481**

**Şikayet Edilen: Etiket Güzellik Salonu (Uğurcan SEZER)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 24.09.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com ve www.facebook.com adresli sosyal paylaşım sitelerinin 24.09.2021 tarihli görünümlerinde kuruluşa ait *"etiketguzellik1"* ile *"Etiket Güzellik"* kullanıcı isimli sayfalarda yer alan paylaşımlarda örnek olarak; *"...3 SEANS BÖLGESEL İNCELME SONUCU İşlemlerimiz ve kampanyalarımız hakkında bizleri arayabilirsiniz...MEDİKAL CİLT TEMZİLİĞİ... BUZ LAZER EPİLASYON...BUZ LAZER EPİLASYON MÜŞTERİ MEMNUNİYETİ...MUHTEŞEM YAZ ÇEKİLİŞİ KATILIM KOŞULLARI: @etiketguzellik1 Sayfasını Takip Etmeyi Gönderiyi Beğenmeyi Arkadaşlarınızı etiketlemeyi unutmayın. Not: Katılım şartlarını uygulamayanlar haklarını kaybedecektir. Kazananlar @etiketguzellik1 sayfasında 28 Mayıs Cuma günü açıklanacaktır. Herkese Bol Şans...BÜYÜK ÇEKİLİŞ Şanslı 3 kişiye Lazer, Cilt Bakımı, Dermapen. Takip Et Beğen Hikayede Paylaş Son 3 Gönderiyi Beğen (İstanbuldan) 3 Arkadaşını Etiketle...BÜYÜK YAZ KAMPANYASI BAŞLADI! Tüm Vücut Buz Lazer Epilasyon 8 Seans 1299₺ Bitiş Garantisi Ağrısız&Acısız 4 Mevsim Full Konfor Memnuniyet Garantisi...Muhteşem Kampanya Buz Lazer Epilasyon 3 Bölge 250TL yerine sadece 89₺ \*Kampanya Mart sonuna Kadar Geçerlidir... BOTOX ÖNCESİ - SONRASI..."* gibi ifadelere; kampanya ve fiyat bilgileri ile hasta öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği tespit edilmiştir.

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

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

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

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

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

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/1-b, 5/1-ğ, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 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 **Etiket Güzellik Salonu (Uğurcan SEZER)** hakkında, söz konusu tanıtımlar ile ilgili olarak, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**47)**

**Dosya No: 2021/5482**

**Şikayet Edilen:** **Şeyda ZALOĞLU**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 22.06.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com ile www.facebook.com adresli sosyal paylaşım sitelerinin 22.06.2021 tarihli görünümlerinde şahsa ait *"Phibrows Seyda Zaloglu "* ve *"phibrows.seydazaloglu"* kullanıcı isimli sayfalarda yer alan paylaşımlarda örnek olarak; *"...RUSSIAN LIP (dudak dolgusu) Acısız Altın oran dudak şekli Pembemsi dudak rengi AMELİYATSIZ Gülüş Estetiği İncedudakları dolgunlaştırıyor, Dudaklarınızı besliyor ve Gülüşünüzü şekillendiriyoruz Yaşile birlikte kaybettiğinizHyaluronik Asiti size geri kazandırıyor ince kırışıklar dahil dudağınızdaki tüm deformeleri gideriyoruz...HOLLYWOOD YÜZŞEKİLLENDİRME Hollywood Yüz Şekillendirme️ Doku Kaybı Giderme Gıdı Görünümü Gider...İp Askı ile BADEM GÖZ ESTETİĞi ŞİMDİ KAMPANYADA 28 Mayıs’ta bitecektir. Kampanya Sadece 2 Gün Geçerlidir Detaylı bilgi ve Randevu için 0532 385 7903 veya 0532 134 7229 nolu hatlardan bize ulaşabilirsiniz...JAWLINE / ELMACIK DOLGUSU ÜYE MEMNUNİYETİ MEMNUNİYETVİDEOSU ️Hollywood Yüz Şekillendirme...BİYOLOJİK LİFTİNG AŞISI Yüzünde sarkma, nem ve elastikiyet kaybı olan ve bunun için dolgu istemeyen kişiler için yepyeni bir işlem Biyolojik Lifting Aşısı; Ciltte Doğal bir Görünüm Sağlar Ciltteki Kırışıklıkları Giderir Hacim Kayıplarını Düzeltir Cilde Nem Verir...ÜYEMEMNUNİYETİ Dudak Dolgusu Gülüş Estetiği Doğal Dudak Dolgusu...AMELİYATSIZ BİŞEKTOMİ/ÇENE UCU DOLGUSU sizce nasıl olmuş Yoğun Hyaluronik Asit İçerikli Doku Kaybı Giderme Yüz*

*Şekillendirme Yanak İnceltme...NAZOLABIAL ve JAWLİNE DOLGU Nazolabial Dolgu / Çeneucu / Jawline Yoğun Hyaluronik Asit İçerikli ️ Doku Kaybı Giderme Yüz Şekillendirme...BBGLOW KALICI FONDOTEN EFEKTİ NEDİR? NE İŞE YARAR? Bbglow cilde kalıcı fondoten efekti veren bir mezoterapi serumudur. #microneedling ile cildin epidermis katmanına uygulanır. Kalıcılığı 1 yıldır. İçeriğinde kimyasal madde yoktur tamamen doğal bileşenlerden oluşmuştur. Kişinin kendi ten rengine uygun renkler kullanılır. 3 farklı tonu sayesinde cilde kontür şeklinde uygulanır böylece daha keskin hatlar elde edilir. Görsel 1. Seans sonucudur "* gibi ifadelere; kampanya ve fiyat bilgilerine, hasta yorumları ile hasta öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği tespit edilmiştir.

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

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

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

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

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

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Şeyda ZALOĞLU** hakkında, söz konusu tanıtımlar ile ilgili olarak, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**48)**

**Dosya No: 2021/5529**

**Şikayet Edilen:** **Estecopat Güzellik Salonu (Zeliha UZUNYAYLA)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 26.08.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinin 26.08.2021 tarihli görünümünde kuruluşa ait "*estecopatguzelliksalonu*" kullanıcı isimli sayfalarda yer alan paylaşımlarda örnek olarak; *"...Estecopat güzellik merkezimiz 5 Katlı olup güvenle hizmet vermekteyiz. Hijenik ortamda düzgün ve güler yüzlü enerjik işinde uzman güvenle gelebileceğiniz tek adres estecopat güzellik merkezine herkesi bekleriz. Cilt Bakımı, lazerepilasyon, botoks, kalıcı Kaş, yaptırmak için iletişim hattimiz: 05445888810...lazer epilasyon ile rahatsız edici kıllarınızdan kurtulun...tabi ki beyler için içinde elmacık ense yanak seansı 50 göğüs koltuk altı 100 sırt bölgesi yüz şort bölgesine kadar erkek bacak 100..."* gibi ifadelere ve fiyat bilgilerine yer verildiği tespit edilmiştir.

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

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

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

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

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

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

- İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin 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 **Estecopat Güzellik Salonu (Zeliha UZUNYAYLA)** hakkında, söz konusu tanıtımlar ile ilgili olarak, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**49)**

**Dosya No: 2021/4505**

**Şikayet Edilen: Elazığ Özel Hastahanesi A.Ş. (Özel Elazığ Hayat Hastanesi)**

**Şikayet Edilen Reklam:** İnstagram isimli sosyal medya mecrasında "ozelelazighayat" adlı hesap üzerinden yayınlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 09.08.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu tanıtımların 09.08.2021 tarihli görünümünde, *“Hastanemizde Covid-19 PCR ve Antikor Testlerini güvenle yaptırabilirsiniz”*, *"Op. Dr. Veysel KARAHAN \*Cerrahi Onkoloji \* Genel Cerrahi \* Obezite Cerrahisi \* Metabolik Cerrahi HASTA KABULÜNE BAŞLAMIŞTIR.", "Gençlik aşısı ile zamanın etkilerini azaltın."* ve *"Sağlığınız İçin Hayattayız."* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, söz konusu tanıtımların 09.08.2021 tarihli görünümünde, *“Hastanemizde Covid-19 PCR ve Antikor Testlerini güvenle yaptırabilirsiniz”* ifadelerine yer verildiği, reklam veren hastanenin PCR testlerine yönelik diğer bir kuruluşla yaptığı anlaşmanın Elazığ İl Sağlık Müdürlüğünün 13.08.2021 tarihli uygun görüşüne istinaden, bu tarihten sonra geçerli kabul edileceği, dolayısıyla bu tarih öncesinde yapılan 09.08.2021 tarihli paylaşımın tanıtım ve bilgilendirme mevzuatına aykırı olarak değerlendirildiği,

- Diğer taraftan, tanıtımlarda ismi geçen Genel Cerrahi ve Cerrahi Onkoloji Uzmanı Dr. Veysel KARAHAN isimli doktorun, hastane bünyesinde görev yapmaya 10.09.2021 tarihinde başladığı, oysa 09.08.2021 tarihli paylaşımda, *"Op. Dr. Veysel KARAHAN \* Cerrahi Onkoloji \* Genel Cerrahi \* Obezite Cerrahisi \* Metabolik Cerrahi HASTA KABULÜNE BAŞLAMIŞTIR."* ifadeleriyle, hastane bünyesinde bu tarihte faaliyet gösterdiği algısına sebep olduğu;

- Aynı tanıtımlarda, *"Gençlik aşısı ile zamanın etkilerini azaltın."* ve *"Sağlığınız İçin Hayattayız."* gibi ifadelere yer verilerek, tıbbi uygulamalara ve sağlık alanında faaliyet gösteren kuruluşun faaliyetlerine talep uyandırıldığı,

- Tüm bu durumların, kuruluşun yetkilendirildiği alan dışında gerçekleştirdiği uygulamalara yönelik ve tüketicileri yanıltıcı, tecrübe ve bilgi eksikliklerini istismar edici olmasının yanı sıra, sağlık alanında ilgili mevzuatta izin verilen bilgilendirme ve tanıtım sınırını da aşarak “reklam” niteliği taşıdığı 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 ve 66 ncı maddeleri,

- 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 **Elazığ Özel Hastahanesi A.Ş. (Özel Elazığ Hayat Hastanesi)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**50)**

**Dosya No: 2021/4786**

**Şikayet Edilen: Op. Dr. Alper TUNCEL**

**Şikayet Edilen Reklam:** İnstagram isimli sosyal medya mecrasında anılan şahsa ait "dralpertuncel" isimli hesap adıyla yayınlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 21.05.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu tanıtımların 21.05.2021 tarihli görünümünde, tıbbi işlemlerin uygulandığı hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görsellere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, söz konusu tanıtımların 21.05.2021 tarihli görünümünde, tıbbi işlemlerin uygulandığı hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görsellere yer verildiği, bu 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, 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 **Op**. **Dr. Alper TUNCEL** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**51)**

**Dosya No: 2021/4902**

**Şikayet Edilen: Dr. Nihat DİK**

**Şikayet Edilen Reklam:** İnstagram isimli sosyal medya mecrasında, doktora ait "dr.nihatdik" isimli hesap üzerinden yayınlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 10.11.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu tanıtımların 10.11.2021 tarihli görünümünde, *"Fransız Askısı hakkında merak ettikleriniz için yana kaydırın...Siz de Fransız Askısı ile yer çekimine meydan okumak isterseniz yorumlara yazabilirsiniz.", "Ameliyatsız yüz gençleştirme ve doku yenileme tedavilerinden biri olan Altın İğne, cildinizde olağanüstü bir etki yaratacak.", "Malum yaz aylarından yeni çıktık ve güneş lekeleri herkesin ortak problemi Peki bu şikayetinizin çözümü artık daha kolay desem? Nasıl mı? Tabii ki Akıllı Lazer ile Leke Tedavisi"* gibiifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu tanıtımların 10.11.2021 tarihli görünümünde, *"Fransız Askısı hakkında merak ettikleriniz için yana kaydırın...Siz de Fransız Askısı ile yer çekimine meydan okumak isterseniz yorumlara yazabilirsiniz.", "Ameliyatsız yüz gençleştirme ve doku yenileme tedavilerinden biri olan Altın İğne, cildinizde olağanüstü bir etki yaratacak.", "Malum yaz aylarından yeni çıktık ve güneş lekeleri herkesin ortak problemi Peki bu şikayetinizin çözümü artık daha kolay desem? Nasıl mı? Tabii ki Akıllı Lazer ile Leke Tedavisi"* gibiifadelere yer verildiği, tüm bu 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 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 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 **Dr. Nihat DİK** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **114.326-TL (Yüzondörtbinüçyüzyirmialtı Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesinekarar verilmiştir.

**52)**

**Dosya No: 2021/4927**

**Şikayet Edilen: Hayriye PARLAK**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.medekshaircenter.com/ ve https://www.noktasacekimi.com adresli internet sitelerinde ve İnstagram isimli sosyal paylaşım sitesinde "@noktasacekim", Facebook isimli sosyal paylaşım sitesinde ise "NOKTA SAÇ EKİMİ" isimli hesap üzerinden yayımlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 21.09.2021, 12.11.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Kuruluş sahibi Hayriye PARLAK hakkında daha önce 10.11.2020 tarihli ve 303 sayılı Kurul gündeminde mevzuata aykırı reklamlarından dolayı anılan reklamları durdurma cezası, 08.06.2021 tarihli ve 310 sayılı Kurul gündeminde ise aynı gerekçelerle mevzuata aykırı tanıtımların devam ettiği tespit edilerek aynı gerekçeyle 114.326-TL idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları verildiği,

- https://www.medekshaircenter.com/ ve https://www.noktasacekimi.com adresli internet sitelerinin 21.09.2021 ve 12.11.2021 tarihli görünümlerinde, sağlık mevzuatında “saç merkezi” olarak tanımlanan bir sağlık kuruluşu türü bulunmadığı halde, kuruluşun isimlendirmesinde "Saç Ekim Merkezi" ve "Medeks Hair Center" ifadelerine yer verildiği, kuruluş bünyesinde "FUE Saç Ekimi, PRP Tedavisi, Kaş Ekimi, Bıyık Ekimi, Sakal Ekimi" gibi tıbbi işlemlere yönelik hizmet verildiğine yönelik tanıtımlar yapıldığı ve bu işlemlerin uygulandığı hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ilişkin fotoğrafların paylaşıldığı, söz konusu tanıtımlarda, *"Sabit fiyat, kesin sonuç, sınırsız kök, tek seans"* gibi ifadelere yer verildiği, buna ek olarak, "*Nokta Saç Ekim Merkezi bilimsel ve teknik üstünlükle saç ekim hizmeti verir. Saç ekimi orgaizasyonu ile saç ekimini tatil anlayışı ile birleştirerek ve konfor sunarak hastalarının mutluluğunu hedeflemektedir. Operasyonlarımızı steril hastane ortamında üst düzey konfor ile yapmaktayız."* gibi ifadelerin kullanıldığı,

- İnstagram ve Facebook gibi sosyal medya mecralarında yapılan paylaşımlarda "sakal ekimi, saç ekimi" gibi tıbbi işlemlerin tanıtımlarına ve bu işlemlerin uygulandığı hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere yer verildiği, *"Bize uğramadan saç ektirmeyin. Tek fiyat 3.500 TL. Maksimum greft, kesin sonuç, sabit fiyat, 2 seans prp (...)"* gibi ifadeler ile tıbbi işlemlere yönelik kampanya ve fiyat bilgilerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, https://www.medekshaircenter.com/ ve https://www.noktasacekimi.com adresli internet sitelerinin 21.09.2021 ve 12.11.2021 tarihli görünümlerinde, sağlık mevzuatında “saç merkezi” olarak tanımlanan bir sağlık kuruluşu türü bulunmadığı halde, şikayete konu kuruluşun isimlendirmesinde "Saç Ekim Merkezi" ve "Medeks Hair Center" ifadelerine yer verildiği, kuruluş bünyesinde "FUE Saç Ekimi, PRP Tedavisi, Kaş Ekimi, Bıyık Ekimi, Sakal Ekimi" gibi tıbbi işlemlere yönelik hizmet verildiğine yönelik tanıtımlar yapıldığı ve bu işlemlerin uygulandığı hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ilişkin fotoğrafların paylaşıldığı, söz konusu tanıtımlarda, *"Sabit fiyat, kesin sonuç, sınırsız kök, tek seans"* gibi tıbbi işlemlere talep uyandıran nitelikte ifadelere yer verildiği, buna ek olarak, "*Nokta Saç Ekim Merkezi bilimsel ve teknik üstünlükle saç ekim hizmeti verir. Saç ekimi orgaizasyonu ile saç ekimini tatil anlayışı ile birleştirerek ve konfor sunarak hastalarının mutluluğunu hedeflemektedir. Operasyonlarımızı steril hastane ortamında üst düzey konfor ile yapmaktayız."* gibi ifadeler kullanılarak, kuruluşun sağlık turizmi alanında da hizmet sunduğu algısının oluşturulduğu,

- İnstagram ve Facebook gibi sosyal medya mecralarında yapılan paylaşımlarda "sakal ekimi, saç ekimi" gibi tıbbi işlemlerin tanıtımlarına ve bu işlemlerin uygulandığı hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere yer verildiği, *"Bize uğramadan saç ektirmeyin. Tek fiyat 3.500 TL. Maksimum greft, kesin sonuç, sabit fiyat, 2 seans prp (...)"* gibi ifadeler ile tıbbi işlemlere yönelik kampanya ve fiyat bilgilerine yer verildiği,

- Bu bağlamda söz konusu kuruluşun sağlık alanında hizmet sunmaya yetkisi, izni veya ruhsatının bulunmadığı halde, inceleme konusu tanıtımlarda, yetkisiz sağlık hizmeti sunumuna yönelik tanıtım yaptığı ve tabipler tarafından uygulanması gereken çeşitli tıbbi tedavi yöntemlerinin isimlerini sayarak bu alanda hizmet verdiği ve sağlık alanında faaliyet gösterdiği yönünde izlenim uyandırdığı, ayrıca sağlık mevzuatında “saç merkezi” olarak tanımlanan bir sağlık kuruluşu türü bulunmadığı halde, söz konusu tanıtımlarda “Medeks Hair Center” ve "Nokta Saç Ekim Merkezi" gibi isimlerle tanıtım yapıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- 3359 sayılı Sağlık Hizmetleri Temel Kanunu’nun;

-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 29 uncu maddesi,

- İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmelik’in “J-(Ek: 29/6/2010 – 2010/671 K.) Güzellik Salonları*"* başlıklı 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 **Hayriye PARLAK** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **idari para ve anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine,

Diğer taraftan, şahsa ait https://www.medekshaircenter.com/ adresli internet sitesinde ve İnstagram isimli sosyal paylaşım sitesinde "medekshaircenter" isimli hesap üzerinden yayınlanan 22.03.2021 tarihli tanıtımların yürürlükte bulunan mevzuata aykırı olduğu gerekçesiyle, Reklam Kurulunun 08.06.2021 tarihli ve 310 sayılı toplantısında, şahıs hakkında 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca idari para ve anılan reklamları durdurma cezası verildiği, ancak söz konusu ceza kararının ardından mevzuata aykırı tanıtımlara 21.09.2021 ve 12.11.2021 tarihlerinde devam edildiği göz önünde bulundurularak, 6502 sayılı Kanun'un 77/12 nci maddesinin, *"(...) Reklam Kurulu, idari işleme konu ihlalin bir yıl içinde tekrar edilmesi hâlinde yukarıda belirtilen idari para cezalarını on katına kadar uygulayabilir."* hükmü çerçevesinde, söz konusu tanıtımlar hakkında uygulanacak olan cezanın, 2021 yılı için düzenlenen idari para cezasının iki katı **228.652-TL (114.326x2=228.652-TL İkiyüzyirmisekizbinaltıyüzelliiki Türk Lirası)** olarak uygulanmasına karar verilmiştir.

**53)**

**Dosya No: 2021/5095**

**Şikayet Edilen: Op. Dr. Bahattin MERCAN**

**Şikayet Edilen Reklam:** Facebook isimli sosyal paylaşım sitesinde yayınlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 02.11.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu tanıtımların 02.11.2021 tarihli görünümünde örnek olarak, “*Revizyon rinoplasti sonrası hastamızın memnuniyeti bizi de mutlu etti.”, “Hastamızın izniyle ameliyat öncesi ve altı hafta sonrasındaki görünümünü paylaşmak istedim.”* ifadelerine yer verildiği, yine anılan mecrada, hastaların ameliyat öncesi ve sonrasına ait görüntülerin paylaşıldığı ve hasta yorumlarınayer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, söz konusu tanıtımların 02.11.2021 tarihli görünümünde örnek olarak, “*Revizyon rinoplasti sonrası hastamızın memnuniyeti bizi de mutlu etti.”, “Hastamızın izniyle ameliyat öncesi ve altı hafta sonrasındaki görünümünü paylaşmak istedim.”* ifadelerine yer verildiği, yine anılan mecrada, hastaların ameliyat öncesi ve sonrasına ait görüntülerin paylaşıldığı ve hasta yorumlarınayer verildiği; bu 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, 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 **Op. Dr. Bahattin MERCAN** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**54)**

**Dosya No: 2021/5104**

**Şikayet Edilen: Prof. Dr. Can Alper ÇAĞICI**

**Şikayet Edilen Reklam:** Facebook ve İnstagram isimli sosyal paylaşım sitelerinde yayınlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 19.11.2021, 06.12.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu https://www.facebook.com/dr.canalpercagici adresli sayfanın 19.11.2021 tarihli görünümünde örnek olarak, "*Öncesini görmeseniz, 'bunun da mı burnu estetik ameliyatlıymış?' diyebileceğiniz burunlar. İyi bir rinoplastinin amacı tek başına güzel bir burun yapmak değil yüze en uygun burnu yapmaktır. Burnun yüzün diğer kısımları ile harmoni içinde olması gerekir. Ve neticede yüze bakıldığında burnu ameliyatlı dedirttirmemelidir*.*”, “Senelerdir burnunun görüntüsünden hoşlanmayan, bunu sıkıntı edenler, hayatı ertelemeyin ameliyat için sebep aramayın. Mutsuz olmanız yeterince geçerli bir sebep zaten*.*”* gibi ifadelere,

https://z-p15.www.instagram.com/prof.dr.canalpercagici/?hl=tr adresli sayfanın 06.12.2021 tarihli görünümünde, hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu https://www.facebook.com/dr.canalpercagici adresli sayfanın 19.11.2021 tarihli görünümünde örnek olarak, "*Öncesini görmeseniz, 'bunun da mı burnu estetik ameliyatlıymış?' diyebileceğiniz burunlar. İyi bir rinoplastinin amacı tek başına güzel bir burun yapmak değil yüze en uygun burnu yapmaktır. Burnun yüzün diğer kısımları ile harmoni içinde olması gerekir. Ve neticede yüze bakıldığında burnu ameliyatlı dedirttirmemelidir*.*”, “Senelerdir burnunun görüntüsünden hoşlanmayan, bunu sıkıntı edenler, hayatı ertelemeyin ameliyat için sebep aramayın. Mutsuz olmanız yeterince geçerli bir sebep zaten*.*”* gibi ifadelere,

https://z-p15.www.instagram.com/prof.dr.canalpercagici/?hl=tr adresli sayfanın 06.12.2021 tarihli görünümünde, hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere yer verildiği,

Tüm bu 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 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, 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 **Prof. Dr. Can Alper ÇAĞICI** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**55)**

**Dosya No: 2021/5107**

**Şikayet Edilen: Prof. Dr. Enis Alpin GÜNERİ**

**Şikayet Edilen Reklam**: Facebook isimli sosyal paylaşım sitesinde yayınlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 23.11.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu tanıtımların 23.11.2021 tarihli görünümünde, tıbbi işlemlerin uygulandığı hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görsellere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, söz konusu tanıtımların 23.11.2021 tarihli görünümünde, tıbbi işlemlerin uygulandığı hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görsellere yer verildiği, bu 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, 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 **Prof. Dr. Enis Alpin GÜNERİ** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**56)**

**Dosya No: 2021/5166**

**Şikayet Edilen: Doç. Dr. Ender ŞAHİN**

**Şikayet Edilen Reklam:** İnstagram isimli sosyal medya mecrasında, anılan şahsa ait "doc.dr.endersahin" isimli hesap üzerinden yayınlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 06.12.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu tanıtımların 06.12.2021 tarihli görünümünde, tıbbi işlemlerin uygulandığı hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görsellere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, söz konusu tanıtımların 06.12.2021 tarihli görünümünde, tıbbi işlemlerin uygulandığı hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görsellere yer verildiği, bu 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, 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 **Doç. Dr. Ender ŞAHİN** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**57)**

**Dosya No: 2021/2196**

**Şikayet Edilen: Medila Rehabilitasyon Sağlık Turizm Fizik Tedavi Yaşlı ve Engelli Bakım Hizm. San. Tic. A.Ş.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 05.08.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Kuruluşun "Medila Sağlık ve Yaşam Merkezi" ismi ile tanıtıldığı;

www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde ‘medilasaglik’ kullanıcı isimli sayfanın 05.08.2021 tarihli görünümünde yer alan paylaşımlarda örnek olarak; *“Fizik Tedavi, Palyatif Bakım Hizmeti, Hiberbarik Oksijen Tedavisi, Akupunktur, Hacamat, Robotik Rehabilitasyon, Proloterapi, Diş Beyazlatma, Hidroterapi, Sıcak Tedavisi, Soğuk Tedavisi, Ultrason ile Tedavi”* gibi tıbbi işlemlere ilişkin tanıtımlarda bulunulduğu; ayrıca *“...astım hastalıklarının tedavisi...poliklinik hizmetlerini sevdikleriniz ve sizin için çok yakında sunacağız...sağlık ve yaşam merkezimizde birçok hastalığa çözüm sunmaya hazırlanıyoruz. sağlık ve yaşam merkezimizde teknolojik tedavi ekipmanları ve profesyonel sağlık hizmetiyle yaşamınızı kolaylaştırmaya hazırlanıyoruz....konaklamalı fizik tedavi hizmetimizle çok yakında sizlerle birlikte olacağız...bakım, rehabilitasyoni, poliklinik hizmetlerimizle...D vitamini esikliğini nasıl anlarsınız...B12 eksikliğinin 6 belirtisi...D vitamini almak çok kolay...yaz aylarında kalp hastaları için 5 koruyucu kural...”* gibi ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, kuruluşun sağlık alanında faaliyet göstermek için ilgili kurumlarca düzenlenen bir ruhsatının bulunmadığı, buna karşın "Medila Sağlık ve Yaşam Merkezi" ismi ile tanıtılan kuruluşun;

www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde ‘medilasaglik’ kullanıcı isimli sayfanın 05.08.2021 tarihli görünümünde yer alan paylaşımlarda örnek olarak; *“Fizik Tedavi, Palyatif Bakım Hizmeti, Hiberbarik Oksijen Tedavisi, Akupunktur, Hacamat, Robotik Rehabilitasyon, Proloterapi, Diş Beyazlatma, Hidroterapi, Sıcak Tedavisi, Soğuk Tedavisi, Ultrason ile Tedavi”* gibi tabipler tarafından sağlık kuruluşlarında uygulanması gereken tıbbi işlemlere ilişkin tanıtımlarda bulunduğu; ayrıca *“...astım hastalıklarının tedavisi...poliklinik hizmetlerini sevdikleriniz ve sizin için çok yakında sunacağız...sağlık ve yaşam merkezimizde birçok hastalığa çözüm sunmaya hazırlanıyoruz. sağlık ve yaşam merkezimizde teknolojik tedavi ekipmanları ve profesyonel sağlık hizmetiyle yaşamınızı kolaylaştırmaya hazırlanıyoruz....konaklamalı fizik tedavi hizmetimizle çok yakında sizlerle birlikte olacağız...bakım, rehabilitasyoni, poliklinik hizmetlerimizle...D vitamini esikliğini nasıl anlarsınız...B12 eksikliğinin 6 belirtisi...D vitamini almak çok kolay...yaz aylarında kalp hastaları için 5 koruyucu kural...”* gibi ifadelere yer vererek sağlık alanında faaliyet gösterdiği yönünde tanıtımlar yaptığı; dolayısıyla, söz konusu tanıtımların ilgili mevzuata aykırılık teşkil ettiği, tüketici yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

- Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmelik’in 29 ve 31/1-a maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Medila Rehabilitasyon Sağlık Turizm Fizik Tedavi Yaşlı ve Engelli Bakım Hizm. San. Tic. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**58)**

**Dosya No: 2021/2209**

**Şikayet Edilen: Diyojen Optik**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 09.08.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.facebook.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait 'Diyojen Optik' kullanıcı isimli sayfanın 09.08.2021 tarihli görünümünde yer alan 30.05.2021 tarihli paylaşımda; *‘...çekiliş var her ay sonu 1 gr altın hediye...diyojen optikten güneş gözlüğü alan herkese gram altın kazanma şansı her ay sonu yapılacak olan çekilişlerde 1 kişiye gram altın hediye’* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, www.facebook.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait 'Diyojen Optik' kullanıcı isimli sayfanın 09.08.2021 tarihli görünümünde yer alan 30.05.2021 tarihli paylaşımda; *‘...çekiliş var her ay sonu 1 gr altın hediye...diyojen optikten güneş gözlüğü alan herkese gram altın kazanma şansı her ay sonu yapılacak olan çekilişlerde 1 kişiye gram altın hediye’* ifadelerine yer verildiği; ancak yapılacak olan çekiliş süresinin başlangıç ve bitiş tarihi ile malın teslimine ilişkin koşullar ya da bu koşulların duyuruluş şeklinin açıklanmadığı 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, 15/1-c ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**59)**

**Dosya No: 2021/2210**

**Şikayet Edilen: Özel Yeşilyurt Ağız Diş Sağlığı Merkezi Tic. Ltd. Şti.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 17.08.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait ‘ozelyesilyurtdent’ kullanıcı isimli sayfanın 17.08.2021 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘…Özel Yeşilyurt Ağız ve Diş Sağlığı tüm diş tedavileri için hizmetinizde. Muayene randevusu için bize ulaşabilirsiniz…Tüm diş problemleriniz ve tedavileriniz için bizden randevu alın…Balçova şubemiz sizi sonsuza dek gülümsetir…Sağlıklı ve bembeyaz dişlere kavuşmak hayal değil!... Kemalpaşa Şubemiz sizi sonsuza dek gülümsetir…Bostanlı şubemiz sizi sonsuza dek gülümsetir…Zirkonyum kaplama ile bembeyaz dişler…Sağlıklı gülüşler çocuklukta başlar Çocuğunuzun ortodonti tedavisi için bizden randevu alabilirsiniz…2013’ten bugüne her gün hayata yeni gülüşler eklemenin mutluluğunu yaşıyoruz…Hayata yeni bir gülümseme daha…Dental implant tedavisi için bizden hemen randevu alabilirsiniz…Yaza hazırlanan gülüşler!... Bembeyaz dişler, sağlıklı ve mutlu gülüşler…Kameralara rahatça gülümseyin…’* gibi ifadeler ile hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere; ayrıca tıbbi işlemlerin uygulanmasına dair görüntülere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu tanıtımlarda yer alan ifade ve görüntüler ile kuruluş tarafından sunulan hizmetlere yönelik talep oluşturulduğu ve sağlık alanında çalışan kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırıldığı, dolayısıyla söz konusu tanıtımların sağlık mevzuatında izin verilen bilgilendirme sınırını aşarak “reklam’’ niteliğinde olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

- 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-b, 26 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Özel Yeşilyurt Ağız Diş Sağlığı Merkezi 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.

**60)**

**Dosya No: 2021/4461**

**Şikayet Edilen: Fecri ÇERİ (Elazığ Blue White Güzellik Salonu)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 11.11.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait ‘bluewhiteelazig’ kullanıcı isimli sayfanın 11.11.2021 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘Buz Epilasyon, Karbon Peeling’* gibi tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara, bu işlemlerle ilgili çekiliş bilgilerine ve bu işlemlerin uygulanmasına ilişkin görüntülere yer verildiği; ayrıca inceleme konusu tanıtımlarda “güzellik salonu” olarak faaliyet gösteren kuruluşun isminin *“Elazığ Blue White, Elazığ Blue White Güzellik Merkezi”*olarak nitelendirildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait ‘bluewhiteelazig’ kullanıcı isimli sayfanın 11.11.2021 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘Buz Epilasyon, Karbon Peeling’* 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 çekiliş bilgilerine ve bu işlemlerin uygulanmasına ilişkin görüntülere yer verildiği; ayrıca inceleme konusu tanıtımlarda “güzellik salonu” olarak faaliyet gösteren kuruluşun isminin *“Elazığ Blue White, Elazığ Blue White Güzellik Merkezi”*olarak 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 nci fıkrasında yer alan; “*Güzellik salonunda tıp fakültesi diploması olan biri çalışsa bile, tabip yetkisinde olan tıbbi işlemler**güzellik salonunda yapılamaz. Bu hususa uymadığı tespit edilen kişiler hakkında ilgili mevzuat hükümleri uygulanır*.” hükmü ile de her ne şekilde olursa olsun, tabip tarafından yapılması gereken tıbbi işlemlerin güzellik salonlarında gerçekleştirilmesinin yasaklandığı,

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

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

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

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

-Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında 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-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 **Fecri ÇERİ (Elazığ Blue White Güzellik Salonu)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**61)**

**Dosya No: 2021/4577**

**Şikayet Edilen: Hayying Kozmetik ve Sağlık Hizmetleri Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.hayyingdanismanlik.com ve https://linktr.ee adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 22.10.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://hayyingdanismanlik.com adresli internet sitesinin 22.10.2021 tarihli görünümünde; kuruluşun *'Bireysel Terapi, Yetişkin Terapi, Çift Terapisi'* gibi alanlarda hizmet verdiği ve çalışanlarının psikologlardan oluştuğu belirtilerek çeşitli olumlu hasta yorumlarına yer verildiği,

https://linktr.ee/hayyingdanismanlikk adresli internet sitesinin 22.10.2021 tarihli görünümünde; kuruluş tarafından düzenlenen *'Bütüncül Terapi Eğitimi'* gibi muhtelif sertifika eğitimlerinin tanıtımının yapıldığı,

Bununla birlikte, inceleme konusu internet sitelerinde kuruluşun isminin *'Hayying Psikolojik Danışmanlık Merkezi'* olarak nitelendirildiği,

Diğer taraftan; kuruluşa Kadıköy İlçe Sağlık Müdürlüğü tarafından 01.07.2021 tarihinde yapılan denetim sonucunda, kuruluşun ruhsatsız olarak faaliyet gösterdiği ve vergi levhasında yer alan ana faaliyet kodundan farklı bir alanda hizmet sunduğunun belirlendiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, Sağlık Bakanlığı tarafından düzenlenmiş bir ruhsata sahip olmayan dolayısıyla sağlık alanında faaliyet göstermeye yetkili olmayan kuruluşun bu alanında hizmet sunduğu yönünde reklam yapmasının; benzer alanda faaliyet gösteren kuruluşlar açısından 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, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 7/5-c, 26, 28/1, 28/2, 28/3, 28/4, 29/1, 29/2-e ve 32 nci maddeleri ile ‘Haksız Ticari Uygulama Olarak Kabul Edilen Örnek Uygulamalar’ başlıklı ekinin ‘Aldatıcı Ticari Uygulamalar’ bölümünün 4 ve 8 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Hayying Kozmetik ve Sağlık Hizmetleri Anonim Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63, 77/12 ve 77/13 üncü maddeleri uyarınca **114.326-TL (Yüzondörtbinüçyüzyirmialtı Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**62)**

**Dosya No: 2021/4584**

**Şikayet Edilen: Fatma ÇOPUR**

**Şikayet Edilen Reklam:** *''Sağlıklı beslen formda kal'* ibareli otobüs giydirme reklamlarında yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** Diğer

**Tespitler:** İnceleme konusu otobüs giydirme reklamlarında; *'Sağlıklı beslen formda kal. Takipli ve motivasyonlu online diyet sistemi ile diyetisyeniniz her ay yanınızda. Hedef kiloya ulaşmak artık çok daha kolay. Kişiye özel danışmanlık ile sağlıklı beslenerek zayıflayın. Fatma Çopur Diyetisyen'* gibi ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, diyetisyenlerin İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmelik kapsamında sağlık beyanı dışında olmak kaydıyla, tanı ve tedaviye yönelik işlem yapılmayan kuruluşlarda, diyetisyen unvanını kullanarak çalışabileceklerinin düzenlendiği,

Yine, Sağlık Meslek Mensupları ile Sağlık Hizmetlerinde Çalışan Diğer Meslek Mensuplarının İş ve Görev Tanımlarına Dair Yönetmelik kapsamında, “diyetisyen” olan sağlık meslek mensuplarının görev alanları tanımlanarak hizmet verebilecekleri hususların belirtildiği,

Bu bağlamda; inceleme konusu tanıtımlarda yer alan ifadeler ile şahsı tarafından sunulan hizmetlere yönelik talep oluşturulduğu ve sağlık alanında çalışan şahsın faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırıldığı, dolayısıyla söz konusu tanıtımların sağlık mevzuatında izin verilen bilgilendirme sınırını aşarak “reklam’’ niteliğinde olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Sağlık Meslek Mensupları ile Sağlık Hizmetlerinde Çalışan Diğer Meslek Mensuplarının İş ve Görev Tanımlarına Dair Yönetmelik’in 5/c maddesi ile ‘Ek-1/A’ ekinin ‘Diyetisyen’ başlıklı bölümü,

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

**63)**

**Dosya No: 2021/4628**

**Şikayet Edilen: Vialife Estetik ve Güzellik Merkezi**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 10.11.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.vialifeestetik.com/ adresli internet sitesinin 10.11.2021 tarihli görünümünde yer alan tanıtımlarda örnek olarak; *‘Lazer Epilasyon, Yüz Germe Estetiği, Yağ Enjeksiyonu, Lip Lift, Kaş Kaldırma Estetiği, Göz Kapağı Estetiği, Çene Estetiği, Burun Estetiği, Bişektomi, Badem Göz Estetiği, İple Kaş Kaldırma, İple Yüz Germe, Dolgu, Şakak Dolgusu, Nazolabial Dolgu, Jawline, Gözaltı Işık Dolgusu, Elmacık Dolgusu, Dudak Dolgusu, Çene Ucu Dolgusu, Burun Dolgusu, Vücut Germe, Kol Germe, Karın Germe, Boyun Germe, Bacak Germe, Botoks, Yüz Botoksu, Masseter Botoksu, Koltukaltı Botoksu, Boyun Ve Dekolte Botoksu, Vücut Estetiği, Liposuction, Kas Estetiği, Jinekomasti, Cilt Gençleştirme, Somon Dna, Prp, Mezoterapi, Gençlik Aşısı, Meme Estetiği, Meme Küçültme, Meme Estetiği, Meme Dikleştirme, Meme Büyütme, Popo Estetiği, Popo Yağ Enjeksiyonu, Popo Dikleştirme, Kepçe Kulak Estetiği, Saç Ekimi, Fut Tekniği, Fue Tekniği, Dhı Tekniği, Saç Mezoterapisi,Yüz Liftingi, Oksijen Terapi, Hydrafacial, Akne Tedavisi, Ameliyatsız Yüz Germe, Diode Lazer Epilasyon, Buz Lazer Epilasyon, Alexandrite Lazer Epilasyon, Leke Tedavisi, Kimyasal Peeling, Fraksiyonel Lazer, Dermapen, Altın İğne, Leke ve Skar Tedavileri, Lipoliz, Kavitasyon, Çatlak Tedavisi, Microblading, Kalıcı Eyeliner, Kalıcı Dipliner, Dudak Renklendirme, Dövme Silme’* gibi tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara, bu işlemlerle ilgili kampanya bilgilerine, bu işlemlerin uygulandığı hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere yer verildiği; ayrıca inceleme konusu tanıtımlarda “güzellik salonu” olarak faaliyet gösteren kuruluşun isminin *“Vialife Güzellik ve Estetik, Vialife Estetik ve Güzellik Merkezi”*olarak nitelendirildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, https://www.vialifeestetik.com/ adresli internet sitesinin 10.11.2021 tarihli görünümünde yer alan tanıtımlarda örnek olarak; *‘Lazer Epilasyon, Yüz Germe Estetiği, Yağ Enjeksiyonu, Lip Lift, Kaş Kaldırma Estetiği, Göz Kapağı Estetiği, Çene Estetiği, Burun Estetiği, Bişektomi, Badem Göz Estetiği, İple Kaş Kaldırma, İple Yüz Germe, Dolgu, Şakak Dolgusu, Nazolabial Dolgu, Jawline, Gözaltı Işık Dolgusu, Elmacık Dolgusu, Dudak Dolgusu, Çene Ucu Dolgusu, Burun Dolgusu, Vücut Germe, Kol Germe, Karın Germe, Boyun Germe, Bacak Germe, Botoks, Yüz Botoksu, Masseter Botoksu, Koltukaltı Botoksu, Boyun Ve Dekolte Botoksu, Vücut Estetiği, Liposuction, Kas Estetiği, Jinekomasti, Cilt Gençleştirme, Somon Dna, Prp, Mezoterapi, Gençlik Aşısı, Meme Estetiği, Meme Küçültme, Meme Estetiği, Meme Dikleştirme, Meme Büyütme, Popo Estetiği, Popo Yağ Enjeksiyonu, Popo Dikleştirme, Kepçe Kulak Estetiği, Saç Ekimi, Fut Tekniği, Fue Tekniği, Dhı Tekniği, Saç Mezoterapisi,Yüz Liftingi, Oksijen Terapi, Hydrafacial, Akne Tedavisi, Ameliyatsız Yüz Germe, Diode Lazer Epilasyon, Buz Lazer Epilasyon, Alexandrite Lazer Epilasyon, Leke Tedavisi, Kimyasal Peeling, Fraksiyonel Lazer, Dermapen, Altın İğne, Leke ve Skar Tedavileri, Lipoliz, Kavitasyon, Çatlak Tedavisi, Microblading, Kalıcı Eyeliner, Kalıcı Dipliner, Dudak Renklendirme, Dövme Silme’* 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 bilgilerine, bu işlemlerin uygulandığı hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere yer verildiği; ayrıca inceleme konusu tanıtımlarda “güzellik salonu” olarak faaliyet gösteren kuruluşun isminin *“Vialife Güzellik ve Estetik, Vialife Estetik ve Güzellik Merkezi”*olarak 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 nci fıkrasında yer alan; “*Güzellik salonunda tıp fakültesi diploması olan biri çalışsa bile, tabip yetkisinde olan tıbbi işlemler**güzellik salonunda yapılamaz. Bu hususa uymadığı tespit edilen kişiler hakkında ilgili mevzuat hükümleri uygulanır*.” hükmü ile de her ne şekilde olursa olsun, tabip tarafından yapılması gereken tıbbi işlemlerin güzellik salonlarında gerçekleştirilmesinin yasaklandığı,

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

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

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

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

- Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında 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-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 **Vialife Estetik ve Güzellik Merkezi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**64)**

**Dosya No: 2021/4630**

**Şikayet Edilen: Torosdent Ağız ve Diş Sağlığı Tic. Ltd. Şti.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 11.11.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde ‘dt.autkuaydin’ kullanıcı isimli sayfanın 11.11.2021 tarihli görünümünde yer alan paylaşımlarda örnek olarak; *‘…Kemik yetersizliği olan hastalarımızda çenenin belirli bölgelerinden kemik toplayarak yeni kemik oluşturabiliyoruz. Hastamızın kendi kemiğini kullandığımız için hem biyolojik olarak uyumlu hem de diğer tedavilere göre sonucu öngörülebilir olan bu işlem sayesinde hastamız hareketli protez kullanmak zorunda kalmayacak…’* gibi ifadeler ile birlikte tıbbi işlemlerin uygulanmasına ilişkin görüntülere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, sağlık alanında yürürlükte bulunan mevzuat gereği, sağlık alanında faaliyet gösteren kuruluşların, yalnızca açılış bilgileri, hizmet alanları ve sunduğu hizmetler ile ilgili konularda toplumu bilgilendirmek amacıyla tanıtım yapabilecekleri ve ilan verebilecekleri, bunların dışında, talep yaratmaya yönelik açıklamalara ve yanıltıcı, abartılı, doğruluğu bilimsel olarak kanıtlanmamış bilgilere yer veremeyeceğinin hüküm altına alındığı,

Bu bağlamda, inceleme konusu internet sitesinde yer alan ifade ve görüntüler ile kuruluş tarafından sunulan hizmetlere yönelik talep oluşturulduğu ve sağlık alanında çalışan kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırıldığı, dolayısıyla söz konusu tanıtımların sağlık mevzuatında izin verilen bilgilendirme sınırını aşarak “reklam’’ niteliğinde olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

- Ağız ve Diş Sağlığı Hizmeti Sunulan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmelik’in 25 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 **Torosdent Ağız ve Diş Sağlığı 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: 2021/4929**

**Şikayet Edilen: Dr. Merve KOÇAK IŞIK**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 10.12.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://mervekocak.com.tr/ adresli internet sitesinin 10.12.2021 tarihli görünümünde örnek olarak; *‘...değişime gülümseyin…’* ifadeleri ile *‘…İzmir’de gördüğüm en iyi diş hekimi…işini layığıyla yapan ve muhteşem bir hekim tüm ailemin ve yakınlarımın tedavisini kendisi yaptı gayet memnunuz teşekkürler…Nihayet işini doğru ve güzel yapan bir diş hekimi bulduğum için çok mutluyum işi iş olarak değil sanat olarak yapan Merve hanımı kutluyorum iyi ki varsınız…’* gibi övücü nitelikte hasta yorumlarına yer verildiği,

www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde yer alan ‘dt.mervekocak’ kullanıcı isimli sayfanın 10.12.2021 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘…İki tane gömülü dişi olmayan hastamızın gülüşü şimdiden değişti…Bu günü bu vaka ile bitirelim. Büyüme gelişim çağında ortodontik tedavi fonksiyon kazandırdığı kadar özgüven de kazandırır…Çocuklarınızın kendiyle barışık ve özgüvenli bireyler olmaları için…Artedent ile gülümse Kaybedilen dişler için günümüzde en iyi seçenek implanttır. İmplant ile takıp çıkarmalı dişlerin problemleri son buldu…Kimse dişlerini bir bardağa çıkarıp uyumamalı…İmplant günümüzde dişsiz hastalar için en iyi seçenektir. Muayene sırasında en çok söylenen benim vücudum implantı kabul eder mi endişesi ,ancak uygun koşullarda yapıldığında dental implant başarısı 100e yakındır .İleri derecede kemik kaybı olan hastalarımızda bile…Çocuklarınızın çene gelişimindeki problemlerin çözümü 10-12 yaşlarında fonksiyonel çene ortopedisi ile çok kolaydır. Hastamız yetişkin olmasına rağmen iyi bir iş çıkardık sonuçta hastamızın tedaviye uyumunun katkısı tartışılmaz…Yetişkin hastada sınırları zorladığımız bir vaka prematüre kontak kaynaklı sınıf 3 ortognatik cerrahi yapılmadan böyle güzel sonuçlar alınabilir… hiç çekinmeden doya doya gülebilirsiniz. işlem tamamen zararsızdır…Bu hastamızda alt çene büyümesi gerideydi estetik olarak görüntüsünden şikayetçiydi neyse ki ergenliğe girmek üzereyken yetiştik ve sonuç çok yüz güldürücü oldu…Büyüme durduktan sonra çocuklarda iskeletsel tedaviler ancak plastik cerrahi ve ortodontik tedavi ile mümkündür ancak büyüme döneminde apareyler ile sihirli sonuçlar alınabilir…Ortodontik tedavi ile her yaşta güzel bir gülümseme mümkün…Büyüme gelişim dönemi bitmeden yapılan ortodontik tedaviler sadece dişleri değil bütün yüzü ilgilendiren sorunlar çözülebilir…’* ifadeleri ile hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere yer verildiği,

www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde yer alan ‘artedent\_’ kullanıcı isimli sayfanın 10.12.2021 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘…En ideal gülüşler, Titizlik ister…* *Kaybedilen dişler için en iyi seçenek diş implantıdır…* *Sanat ve sağlığın buluştuğu kliniğimizde , Tüm güncel tedaviler başarı ile uygulanmaktadır…* *Digital anestezi ile diş hekimi korkusuna son…* *Küçük dokunuşlar ,büyük farklar yaratır…* *Artedent ile değişime gülümse…* *Artedent, çocuklarınızın korkmadan geleceği klinik. Artedent ile gülümse…* *Sizi gülümsetmek en büyük amacımız…* *Özgüvenli gülüşler için sağlıklı ve güzel dişlere sahip olmanız gerekir. Artedent ile hayalinizde ki gülüşe kavuşacaksınız. Artedent ile gülümse…Neden daha önce gelmedim ki’ diyeceğiniz klinik, Artedent…* *Artedent ile hayatında yepyeni bir gülümseme…Gülüşlerinizi beyaza boyayın…* *Sağlıklı dişler, Artedent ile güzel gülüşler…* *Çocuklarınız Artedent Kliniğine gelirken gülümseyecek. Kliniğimizde çocukların diş hekimi korkusunu yenmesini ve ömür boyu diş doktorlarına giderken gülümsemelerini sağlıyoruz…İmplant işlemi sonrasında yepyeni, sağlıklı dişlere ve güzel bir gülüşe kavuşacaksınız…* *Sağlıklı ve güzel bir gülüşe Bonding İşlemi sonucunda kavuşabilirsiniz…* *Ağız ve diş sağlığınız için rutin kontrollere gelerek hem vücudunuzu hem de yarınlarınızı güvence altına alabilirsiniz. Artedent ile gülümse…* *Dental implantların yararları Günümüzde herkesin gönül rahatlığıyla tercih edebileceği Dental İmplant işlemlerinin yararlarını…* *En sağlıklı dişlere kavuşmanız için Artedent’e gelmeniz yeterli…* *Artedent gülümsetir. Fiyat ve bilgi almak için Dm’den bizimle iletişime geçebilirsiniz…* *İmplant işlemi ile sağlıklı ve güzel gülüşlere sahip olun…Diş Beyazlatma işlemi sonrasında diş rengi tonları olabildiğince açılır ve parlak dişlere sahip olurken, güzel gülüşlere sahip olmanızı sağlar…* *Hayata karşı yepyeni bir gülümseme…Diş Hekimi Merve Koçak Işık ile çocuklarda diş hekimi korkusunu yeniyoruz…’* ifadeleri ile hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, sağlık alanında yürürlükte bulunan mevzuat gereği, sağlık alanında faaliyet gösteren kuruluşların, yalnızca açılış bilgileri, hizmet alanları ve sunduğu hizmetler ile ilgili konularda toplumu bilgilendirmek amacıyla tanıtım yapabilecekleri ve ilan verebilecekleri, bunların dışında, talep yaratmaya yönelik açıklamalara ve yanıltıcı, abartılı, doğruluğu bilimsel olarak kanıtlanmamış bilgilere yer veremeyeceğinin hüküm altına alındığı,

Bu bağlamda, inceleme konusu internet sitesinde yer alan ifade ve görüntüler ile şahıs tarafından sunulan hizmetlere yönelik talep oluşturulduğu ve sağlık alanında çalışan şahsın faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırıldığı, dolayısıyla söz konusu tanıtımların sağlık mevzuatında izin verilen bilgilendirme sınırını aşarak “reklam’’ niteliğinde olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

- 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-b, 26 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**66)**

**Dosya No:** **2021/357**

**Şikayet Edilen: Abdullah YILDIZ**

**Şikayet Edilen Reklam*:***“Fizyonicaea” isimli instagram hesabında yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 04.02.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** “Fizyonicaea” isimli instagram hesabında yer alan tanıtımlarda; *“Emir Hanım, sırt ve diz bölgesindeki şiddetli ağrılar ile kliniğimize başvurdu. 6 seanslık tedavi programında uyguladığımız Manipülatif Fizyoretapi ve egzersizler ile ağrılarına veda etti. Ameliyatsız fıtık tedavisi. Hizmetlerimiz: Bel be boyun fıtığı, boyun düzleşmesi, omuz ve sırt ağrıları, skolyoz, sinir sıkışmaları…*” ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, “Fizyonicaea” isimli instagram hesabında söz konusu şahıs tarafından, geleneksel ve tamamlayıcı tıp uygulamaları ile ilgili Bakanlıkça tescil edilmiş sertifikaya sahip olmaksızın yetkisiz şekilde ve yetkilendirilmemiş mekanda Geleneksel ve Tamamlayıcı Tıp Uygulamaları Yönetmeliği kapsamında bulunan kupa uygulamasının yapıldığı, anılan internet sitesi üzerinden tıbbi amaçlı tanıtıcı bilgilerin verildiği, dolayısıyla, söz konusu tanıtımların ilgili mevzuata aykırı, tüketici yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

- Geleneksel ve Tamamlayıcı Tıp Uygulamaları Yönetmeliği’nin 8 inci maddesi,

- Sağlık Bakanlığı Sertifikalı Eğitimler Yönetmeliği’nin 6/1, 6/2 ve 6/3 üncü 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 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 **Abdullah YILDIZ** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**67)**

**Dosya No:** **2021/739**

**Şikayet Edilen: CZ Matmazel Güzellik Salonu**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 10.03.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.instagram.com/czmatmazel/ adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda; *“Lazer epilasyon, dermapen, sivilce ve leke tedavisi, Kampanya… Dermapen 250 TL, lazer epilasyonda kampanya… Tüm Vücut 1000 TL… Son teknoloji buz başlıklı epilasyon sayesinde ağrı ve acı olmadan sonsuza kadar tüylerinizden kurtulabileceğinizi biliyor muydunuz? Vücuttaki istenmeyen tüyler hem kadınlar hem de erkekler için estetik bir sorundur, Lazer epilasyonda prensip, kıl folikülünde yerleşmiş bulunan melanin adı verilen renk maddesinin lazer ışığı tarafından tutularak ısıya dönüşmesini sağlamak…”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, https://www.instagram.com/czmatmazel/ adresli internet sitesinde doktor kontrolünde uygulanması gereken ve güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara yer verildiği, tıbbi işlemlere ilişkin fiyat bilgisi verilerek kampanya düzenlendiği,

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, 8, 25 ve Ek 13 üncü maddeleri,

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

- 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-b, 7/5-c, 26 ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**68)**

**Dosya No:** **2021/1938**

**Şikayet Edilen: Dr. Servet TERZİLER**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.instagram.com/drterziler/?hl=tr ve https://tr-tr.facebook.com/drterziler adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 20.06.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.instagram.com/drterziler/?hl=tr adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda; *“Saç ekiminden sonra hızlı iyileşme mümkün. Birçok kişinin çevreden edindikleri bilgiler nedeniyle saç ekimi sonrası iyileşme sürecinin uzun süreceği ve iş hayatlarından uzak kalacakları şeklinde tereddütleri oluyor. Ancak uyguladığımız ekim yöntemleri ve özel tedavi süreci ile danışanlarımız sanılandan çok daha hızlı ve konforlu bir iyileşme süreci yaşıyor. Fotoğraflarda da görüldüğü üzere Hollandalı misafirim sadece 1 haftada neredeyse ekim yapılmamış gibi doğal bir görünüme kavuştu. Saçı ekmeden çoğaltabilen kişiye özel tedavi dönemi. Saç ekimi sonrası en hızlı iyileşme… Terziler, saç ekimi sonrasında yara iyileşmesini hızlandıran özel geliştirilmiş akıllı onarım serumu ve jel ile hastalarının sağlıklı ve hızlı bir şekilde iyileşmesini sağlıyor. Saç ekiminden 24-48 saat sonra, 1 hafta 10 gün boyunca uygulanan ve ekim yapılan yere losyon sürülerek hastanın her gün yarım saat bekletilmesi ve yıkatılması gibi zahmetli bir süreci ortadan kaldıran Dr. Terziler; yara iyileşmesini hızlandıran nemlendirici ve antimikrobiyal özelliği olan püskürtmeli serumun tedavi planını hastalarına aktarıyor.* *Babanızın başına gelebilecek en güzel hediye: 1 kişiye, 1 seans IV Saç Serumu Tedavisi. Saç tedavilerinde son gelinen nokta; IV Nutritions tedavisi kazanmak için yapmanız gerekenler: @drterziler hesabını takip et, Bu gönderiyi beğen, Yorum olarak arkadaşlarını etiketle (farklı kişileri etiketleyerek birden fazla katılım hakkı kazanabilirsiniz”,*

https://tr-tr.facebook.com/drterziler adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda; *“Dünyada halen 1.40- 1.50 büyüklükte safirler kullanılarak gerçekleştirilen uygulamayı Dr. Terziler, 1.0 incelikte yani dünyanın en ince #safir mücevher uçlu kalemini kullanarak gerçekleştiriyor. En ince ve en keskin safir uçla saçlar arasına girmek daha kolay oluyor ve böylelikle mevcut saçlar zarar görmüyor.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.[http://www.mayaestetik.com/hizmet…/epilasyon/lazer-epilasyon](http://www.mayaestetik.com/hizmetler/epilasyon/lazer-epilasyon)

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, https://www.instagram.com/drterziler/?hl=tr ve https://tr-tr.facebook.com/drterziler adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlarda söz konusu şahsı övücü hasta yorumlarına yer verildiği,

Bununla birlikte söz konusu sosyal medya hesaplarında hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği tıbbi işlemlere ilişkin kampanyalar düzenlendiği,

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

- 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, 5-/1-h, 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. Servet TERZİLER** 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:** **2021/1940**

**Şikayet Edilen: Markaadası Optik Sanayi ve Ticaret Limited Şirketi**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 20.06.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.instagram.com/markaadasioptik/?hl=tr/ adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda; *“Uzak yakın orta yani 3’ü bir arada gözlüklerde, dünyanın en iyi gözlük camları olarak gösterilen Fransız Essilör Marka Adası Optik güvencesi ile Karşıyaka’da! Essilor uzak yakın camlar ile tek gözlükte tüm mesafelerde net görüş elde edin.”*  ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.[http://www.mayaestetik.com/hizmet…/epilasyon/lazer-epilasyon](http://www.mayaestetik.com/hizmetler/epilasyon/lazer-epilasyon)

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu internet sitesinde tanıtımı yapılan ve tıbbi cihaz kapsamında olan numaralı gözlük camının ilgili mevzuat gereği reklamının yapılmasının yasak olduğu; dolayısıyla, söz konusu tanıtımların mevzuata aykırı olduğu ve benzer kuruluşlar arasında haksız rekabete yol açtığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**70)**

**Dosya No:** **2021/2264**

**Şikayet Edilen: Prof. Dr. Baran ACAR**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 09.07.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.instagram.com/prof.dr.baranacar/?hl=tr adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda; *“KBB/Ağız Yüz ve Çene Cerrahisi Uzmanı… Yüzünüz ile doğru orantılı bir görünüm için bize ulaşın. Hizmetlerimiz ameliyat öncesi burun tasarımı. Ultrasonik pieozo ile estetik. Kişiye özel burun estetiği. Cazip fiyat seçeneği.* *Burun estetiği öncesi endişeli bekleyiş, kontrol muayenesinde böylesine sakinlik ve mutluluk verici bir memnuniyete dönüşür. Bu değişime sende inanamazsın, ancak yaşarsın, Sizde burun estetiği hakkında detaylı bilgi almak istiyorsanız iletişime geçebilirsiniz. Bu güzel burunu yapmak için gereken; ne sihir ne mucize, en önemlisi bilgi ve tecrübe ile birleşen el emeği”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.[http://www.mayaestetik.com/hizmet…/epilasyon/lazer-epilasyon](http://www.mayaestetik.com/hizmetler/epilasyon/lazer-epilasyon)

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda,https://www.instagram.com/prof.dr.baranacar/?hl=tr adresli internet sitesindeyer alan tanıtımlarda tıbbi işlemlere yönelik talep yaratıcı ifadelere yer verildiği, inceleme konusu tanıtımlarda yer alan ifade ve görüntülerin, tıbbi işlemlerle ilgili ve talep yaratıcı nitelikte olduğu, söz konusu şahsa yönlendirme yaparak sağlık alanında çalışan şahsın faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı ve diğer kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açtığı,

Diğer taraftan söz konusu sosyal medya hesabında yer verilen “KBB/Ağız Yüz ve Çene Cerrahisi Uzmanı” ifadesinin gerçeği yansıtmadığı, bu durumun tüketicileri yanıltıcı, aldatıcı ve bilgi eksikliklerini istismar edici nitelikte olduğu, tüketicinin algılama düzeyi göz önünde bulundurulduğunda mevzuata aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- 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 **Prof. Dr. Baran ACAR** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**71)**

**Dosya No:** **2021/4239**

**Şikayet Edilen: Dr. Mustafa ÖDEMİŞ**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.instagram.com/drmustafaodemis/ adresli internet sitesinde ve söz konusu şahsa ait muayenehanenin dış cephesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 13.07.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, Tabela

**Tespitler:**

https://www.instagram.com/drmustafaodemis/ adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda; “*Burunda ileri derece deformite, ax eğriliği ve solunum problemi olan hastamıza ultrasonik rinoplasti yaparak, şekil ve solunum problemlerini çözdük. Burnunuz yüzünüze göre mi?* *Burun estetiği, ya da diğer adıyla rinoplasti burun şeklini değiştirmek amacıyla yapılan cerrahi operasyonlara verilen isimdir. Hayatını değiştir.* *Laviest’in güvenilir ve çalışkan kadrosuyla artık yüzler gülüyor saçsızlığın sebep olduğu mutsuzluk ve özgüvensiz duruşunuz ortadan kalkıyor.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir. [http://www.mayaestetik.com/hizmet…/epilasyon/lazer-epilasyon](http://www.mayaestetik.com/hizmetler/epilasyon/lazer-epilasyon)

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, https://www.instagram.com/drmustafaodemis/ adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda tıbbi işlemlere yönelik hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine ve tıbbi işlemlerin uygulama görüntülerine yer verildiği,

Şahsa ait muayenehanenin dış cephesinde yer alan görüntülerin talep yaratıcı olarak değerlendirildiği,

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

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

**72)**

**Dosya No: 2021/5541**

**Şikayet Edilen: Steto Sağlık Bilişim Turizm San. ve Tic. A.Ş.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 01.07.2021, 21.10.2021, 04.11.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu internet sitesinin 01.07.2021, 21.10.2021 ve 04.11.2021 tarihli görünümlerinde; *“ Hediye Çekiniz mi Var? STETO hediye çekinizi kullanarak doktorunuzu seçin, randevunuzu alın ve kolayca görüntülü görüşmenizi gerçekleştirin. Hediye Çekini Kullan”* gibi ifadelerlesağlık hizmetlerinde kampanya içeriklerine, *“(…)“STETO yarım gün süren hastane ziyaretinizi 30 dakikaya indirsin!” Hayalimiz, alanının en güvenilir uzmanlarına herkesin hızlıca ve kolayca ulaşabileceği, sağlığın devasa bir endüstri değil, uzmanla danışan arasında gerçekleşen özel bir deneyime dönüştüğü bir dünyada yaşamak. (…) Neden STETO? – … Uzmana ulaşabilmek için; Büyük şehirlerde ortalama 2-3 saat zaman kaybının oluşabilmesi, Küçük yerleşim merkezlerinde sağlık hizmetlerinin yetersiz kalabilmesi (…) Özel bir sağlık deneyimi (…)”* gibi sağlık hizmetlerine yönelik ifadelerle birlikte *“Randevu Al”* uygulamasına yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; inceleme konusu internet sitesinin 01.07.2021, 21.10.2021 ve 04.11.2021 tarihli görünümlerinde; *“ Hediye Çekiniz mi Var? STETO hediye çekinizi kullanarak doktorunuzu seçin, randevunuzu alın ve* *kolayca görüntülü görüşmenizi gerçekleştirin. Hediye Çekini Kullan”* gibi ifadelerle sağlık hizmetlerinde kampanya içeriklerine, *“(…)“STETO yarım gün süren hastane ziyaretinizi 30 dakikaya indirsin!”* *Hayalimiz, alanının en güvenilir uzmanlarına herkesin hızlıca ve kolayca ulaşabileceği, sağlığın devasa* *bir endüstri değil, uzmanla danışan arasında gerçekleşen özel bir deneyime dönüştüğü bir dünyada* *yaşamak. (…) Neden STETO? – … Uzmana ulaşabilmek için; Büyük şehirlerde ortalama 2-3 saat zaman* *kaybının oluşabilmesi, Küçük yerleşim merkezlerinde sağlık hizmetlerinin yetersiz kalabilmesi (…) Özel* *bir sağlık deneyimi (…)”* gibi sağlık hizmetlerine yönelik ifadelere yer verildiği, bu bağlamda inceleme konusu tanıtımlarda yer alan ifadelerin talep yaratıcı nitelikte olduğu, diğer sağlık kuruluşları ve doktorlar açısından da haksız rekabete sebep olduğu ve dolayısıyla ilgili mevzuata aykırılık teşkil ettiği,

Diğer taraftan, ülkemizde halihazırda sağlık alanında aracılık faaliyetlerinin sadece Uluslararası Sağlık Turizmi ve Turistin Sağlığı Hakkında Yönetmelik kapsamında uluslararası sağlık turizmi alanında yapılabileceği, bu alanda yetkili kuruluşlar dışında sağlık alanında aracılık/danışmanlık/yönlendirme hizmeti verilemeyeceği; bu doğrultuda, inceleme konusu tanıtımlarda yer alan ifadelerle birlikte “Randevu Al” uygulaması ile www.steto.com adresli internet sitesinin kayıtlı üyeleri lehine talep oluşturulduğu, sağlık hizmetleri sunumuna aracılık faaliyetinde bulunulduğu, bu durumun ilgili mevzuata aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

- Özel Hastaneler Yönetmeliği’nin 60 ıncı maddesi,

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 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 **Steto Sağlık Bilişim Turizm 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.

**73)**

**Dosya No: 2021/5542**

**Şikayet Edilen: Etik Güzellik Salonları Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Instagram sosyal medya mecrasında kuruluşa ait hesap üzerinden yayımlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 08.07.2021, 21.10.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Kuruluşun bir güzellik salonu olarak ruhsatlandırıldığı; buna karşın, inceleme konusu Instagram sosyal medya platformunun Esthe Etic Guzellik Merkezi (@estheetic\_) hesabının 08.07.2021 ve 21.10.2021 tarihli görünümlerinde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *“Lazer Epilasyon, Buz Sistem Epilasyon, Leke Tedavisi, Karbon Peeling, Dermapen, Hydrafacial, Dolgu, Botoks, Kaş Silme, Saç Mezoterapisi, Somon DNA, Akne Tedavisi”* gibi tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara, tıbbi yöntemlerin uygulandığı hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ilişkin görüntülere ve bu işlemlerle ilgili kampanya ve fiyat bilgilerine yer verildiği; ayrıca söz konusu sosyal medya hesabında kuruluşun isminin “Esthe Etic Guzellik Merkezi” olarak nitelendirildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; kuruluşun bir güzellik salonu olarak faaliyet göstermesine rağmen, inceleme konusu Instagram sosyal medya platformunun Esthe Etic Guzellik Merkezi (@estheetic\_) hesabının 08.07.2021 ve 21.10.2021 tarihli görünümlerinde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *“Lazer Epilasyon, Buz Sistem Epilasyon, Leke Tedavisi, Karbon Peeling, Dermapen, Hydrafacial, Dolgu, Botoks, Kaş Silme, Saç Mezoterapisi, Somon DNA, Akne Tedavisi”* gibi güzellik salonlarında uygulanması mevzuat gereği yasak olan ve tabip tarafından uygulanması gerektiğinden tanıtımının da yapılmasına izin verilmeyen tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara, tıbbi yöntemlerin uygulandığı hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ilişkin görüntülere ve bu işlemlerle ilgili kampanya ve fiyat bilgilerine yer verildiği,

Ayrıca söz konusu sosyal medya hesabında kuruluşun isminin “Esthe Etic Guzellik Merkezi”olarak 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 nci fıkrasında yer alan; “*Güzellik salonunda tıp fakültesi diploması olan biri çalışsa bile, tabip yetkisinde olan tıbbi işlemler**güzellik salonunda yapılamaz. Bu hususa uymadığı tespit edilen kişiler hakkında ilgili mevzuat hükümleri uygulanır*.” hükmü ile de her ne şekilde olursa olsun, tabip tarafından yapılması gereken tıbbi işlemlerin güzellik salonlarında gerçekleştirilmesinin yasaklandığı,

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

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: 29/6/2010 – 2010/671 K.) Güzellik Salonları”başlıklı bölümünün 16 ncı maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**74)**

**Dosya No: 2021/5543**

**Şikayet Edilen: Diş Hekimi Şahin KOÇAK**

**Şikayet Edilen Reklam:** Instagram ve Facebook sosyal medya platformlarında yer alan şahsa yönelik tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 29.09.2021, 05.10.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler** İnceleme konusu Instagram sosyal medya platformunun “Dt.ŞahinKOÇAK (@dt.sahinkocak)” hesabının 29.09.2021 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *“ (…)* *Bonding uygulaması (estetik dolgu) tek seansta anestezi (iğne ile uyuşturma) yapılmadan ve dişlerden* *aşındırma yapmadan uygulanan estetik uygulamalardır. Bu uygulamanın en güzel yanı dişlerin* *kesilmeden tek seferde ve kısa sürede estetik hale gelmesidir. Detaylı bilgilendirme için dişhekimize* *danışın (…) Loading...@ Ortodonti tedavisi her yaşta uygulanabilir. Ancak yapılan analizlere göre tedavi* *planı seçilip iskeletsel olan sıkıntılar büyüme ve gelişme sonrası giderilemeyebilir. Bunun için ortognatik* *cerrahi gerekir. Aslında uzun olan bu konunun özeti en erken yaşta dişhekimize başvurmanızdır.* *#ortodonti #mersinprovince (…) Estetik uygulamalar yapılırken sadece bembeyaz dişler değil, yapılan* *gingivoplasti operasyonları(diş eti manikürü) ve dudak konturlaması da kişiye özel estetiğin* *yakalanmasında önemli rol oynamaktadır. Aynı zamanda hastanın yapacağı bakımların hastaya doğru* *bir şekilde iletilmesi de çok elzemdir. #gingivoplastia #gingivoplasti (…) Uzun süreli Bruksizm(Diş* *Sıkma) problemi yaşayan hastalarda, sürekli gelen kuvvetlere bağlı atrisyon(diş aşınması) sonucu, yüz* *yüksekliğinde yaşanan azalmaya bağlı, yaşlı yüz görüntüsü ortaya çıkabilir. Bu tarz durumlarda* *kaybedilen mesafeyi basınca dayanıklı malzemeler kullanarak arttırmak gerekebilir. (…)* gibi ifadelerle birlikte hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülerine yer verildiği,

İnceleme konusu Facebook sosyal medya platformunun “Sahin Kocak” kullanıcı isimli hesabının 05.10.2021 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *“ (…) Smile* *Design (Gülüş Tasarımı) yapılırken ağız bir bütün olarak değerlendirilip ağızda kullanılması gereken en* *doğru materyaller bir denge oluşturacak şekilde tasarlanmalıdır. Malzemenin fiyatından ve* *popülerliğinden önce hastaya katacağı artı ve eksiler değerlendirilip ona göre tercih ve seçim* *yapılmalıdır. #smiiedesign #gülüştasarımı #hollywoodsmile #mersin #Turkey #design #designer #mersinortodonti #mersinzirkonyum #zirkonyumdiş #mersinimplant #mersindişhekimi (…) Uzun süreli Bruksizm(Diş Sıkma) problemi yaşayan hastalarda, sürekli gelen kuvvetlere bağlı atrisyon(diş aşınması) sonucu, yüz yüksekliğinde yaşanan azalmaya bağlı, yaşlı yüz görüntüsü ortaya çıkabilir. Bu tarz durumlarda kaybedilen mesafeyi basınca dayanıklı malzemeler kullanarak arttırmak gerekebilir. Düzleşmiş dişler bunun en belirgin göstergelerinden birisidir. #dikeyboyutyükseltme #zirkonyum #mersinzirkonyum #dentistry #dentistrylife #mersin #Turkey #mersindişhekimi (…) Bonding uygulaması (estetik dolgu) tek seansta anestezi (iğne ile uyuşturma) yapılmadan ve dişlerden aşındırma yapmadan uygulanan estetik uygulamalardır. Bu uygulamanın en güzel yanı dişlerin kesilmeden tek seferde ve kısa sürede estetik hale gelmesidir. Detaylı bilgilendirme için dişhekimize danışın #bonding #estetikdiş #aestetic #dentalart #mersinortodonti #mersindişhekimi #dentistry #dentistrylife #zahnarzt #mersinimplant #mersinzirkonyum #handmade #hollywoodsmile — Mersin'de (…)”* gibi ifadelerle birlikte hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülerine yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

- Sağlık Meslek Mensupları ile Sağlık Hizmetlerinde Çalışan Diğer Meslek Mensuplarının İş ve Görev Tanımlarına Dair 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 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 **Diş Hekimi** **Şahin KOÇAK** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**75)**

**Dosya No: 2021/5544**

**Şikayet Edilen: Hospitadent Özel Sağlık Hizmetleri San. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Kuruluşa ait çeşitli mecralarda yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

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

**Tespitler:** Kuruluşa ait İstanbul İlinde çeşitli Metro Pano/Metro Wall/Tramvay Giydirme/ON TV LED Ekranı/Köprü Alınlık/Otobüs Arkası tanıtımlarında; “*17 Yıldır 3 Milyon Kişiyle Gülümsüyoruz,* *Eksik Olmayın – Hospitadent Uluslararası Diş Hastanesi*” ifadelerine yer verildiği; diğer taraftan, kuruluşa yönelik 34 LIH 45 plakalı araç üzerinden araç giydirme yöntemiyle reklam yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; kuruluşa ait İstanbul İlinde çeşitli Metro Pano/Metro Wall/Tramvay Giydirme/ON TV LED Ekranı/Köprü Alınlık/Otobüs Arkası tanıtımlarında yer alan; “*17 Yıldır 3 Milyon Kişiyle Gülümsüyoruz,* *Eksik Olmayın – Hospitadent Uluslararası Diş Hastanesi*” ifadeleriyle sağlık alanında çalışan kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm verildiği ve talep uyandırıldığı, dolayısıyla söz konusu ifadelerin sağlık alanında izin verilen bilgilendirme ve tanıtım sınırını aşarak “reklam” niteliğinde değerlendirildiği,

Diğer taraftan, kuruluşa yönelik 34 LIH 45 plakalı araç üzerinden araç giydirme yöntemiyle reklam yapılmasının ilgili mevzuata aykırı olduğu 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 **Hospitadent Özel Sağlık Hizmetleri San. ve Tic. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **11.429-TL (Onbirbindörtyüzyirmidokuz Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**76)**

**Dosya No: 2021/3968**

**Şikayet Edilen:** **Apron34 Bebe Giyim Tekstil Turizm Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.pttavm.com adresli internet sitesinde “Aloanne” mağaza adı ile satışa sunulan “Reflor 250 mg 20 Kapsül” isimli tıbbi müstahzar tanıtımları

**Reklam Yayın Tarihi:** 03.11.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.pttavm.com/reflor-250-mg-20-kapsul-p-90599732?waw\_keyword =reflor adresli internet sitesinin 03.11.2021 tarihli görünümünde “Reflor 250 mg 20 Kapsül” isimli tıbbi müstahzarın satış ve tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilen ürünlerin reklamının yapılmasının mevzuat gereği yasak olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

- Beşeri Tıbbi Ürünlerin Tanıtım Faaliyetleri Hakkında Yönetmelik’in 5/3 maddesi,

- 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 **Apron34 Bebe Giyim Tekstil Turizm 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.

**77)**

**Dosya No: 2021/5435**

**Şikayet Edilen:** **Cumali AKAR**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.trendyol.com adresli internet sitesinde “Biavuç.com” mağaza adı ile satışa sunulan “Reflor 250 mg Liyofize Toz İçeren Şase” isimli tıbbi müstahzar tanıtımları

**Reklam Yayın Tarihi:** 05.11.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.trendyol.com/seven-berry/reflor-250-mg-10-sase-p-74479978? boutqueId=586486&merchantId=205308 adresli internet sitesinin 05.11.2021 tarihli görünümünde “Reflor 250 mg Liyofize Toz İçeren Şase” isimli tıbbi müstahzarın satış ve tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilen ürünlerin reklamının yapılmasının mevzuat gereği yasak olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

- Beşeri Tıbbi Ürünlerin Tanıtım Faaliyetleri Hakkında Yönetmelik’in 5/3 maddesi,

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

**78)**

**Dosya No: 2021/5436**

**Şikayet Edilen:** **Volkan ERDURAN**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.trendyol.com adresli internet sitesinde “Eserfarma” mağaza adı ile satışa sunulan “Reflor 250 Mg 20 Kapsül” isimli tıbbi müstahzar tanıtımları

**Reklam Yayın Tarihi:** 05.11.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.trendyol.com/seven-berry/reflor-250-mg-20-kapsul-p-74479862? boutqueId=5896 73&merchantId=123210 adresli internet sitesinin 05.11.2021 tarihli görünümünde; *“1. BEŞERİ TIBBİ ÜRÜNÜN ADI REFLOR 250 mg Kapsül 2. KALİTATİF VE KANTİTATİF BİLEŞİM Etkin madde: - Liyofilize Saccharomyces boulardii (250 mg mayaya eşdeğer) 282,50 mg Yardımcı maddeler: - Laktoz monohidrat 32,50 mg - Magnezyum stearat 2,85 mg Yardımcı maddeler için 6.1’e bakınız. 3. FARMASÖTİK FORM Kapsül 4. KLİNİK ÖZELLİKLER 4.1. Terapötik endikasyonlar Enfeksiyöz ve non spesifik ishallerin tedavisi Antibiyotik tedavisine bağlı ishal gibi sindirim sistemi rahatsızlıklarının önlenmesi ve tedavisinde Vankomisin/metranidazole ek olarak Clostridium difficile hastalığının reküransının önlenmesinde Seyahata bağlı turist diyaresinin önlenmesi ve tedavisi 4.2. Pozoloji ve uygulama şekli Pozoloji/uygulama sıklığı ve süresi: Yetişkinler Doktor tarafından başka şekilde tavsiye edilmediği takdirde”* şeklindeifadelere yer verilerek“Reflor 250 mg 20 Kapsül” isimli tıbbi müstahzarın satış ve tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilen ürünlerin reklamının yapılmasının mevzuat gereği yasak olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

- Beşeri Tıbbi Ürünlerin Tanıtım Faaliyetleri Hakkında Yönetmelik’in 5/3 maddesi,

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

**GIDA**

**79)**

**Dosya No: 2021/4903**

**Şikayet Edilen: Ful Yayıncılık Medya Hizmetleri Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** Yerel düzeyde yayın yapan FUL TV isimli televizyon kanalında Anadolu Yöresel Doğal Antibiyotix adlı ürüne yönelik tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 27.02.2021, 28.02.2021

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** 27.02.2021 tarihinde 13:08-16:10 ve 18:40-19:11, 28.02.2021 tarihinde 17:24-18:26 saatleri arasında “Anadolu Doğal Yöresel Antibiyotix” markalı takviye edici gıda mahiyetindeki ürün reklamında “...*evet çok önemli bir karışım; bağışıklık sisteminizi güçlendirecek, astım, alerji bakın alerji artı koah diyorlar ben öyle isimlere. Hekimler öyle söylüyor. Yine nefes darlığı, akciğer rahatsızlıkları, mide rahatsızlıkları, böbrek rahatsızlıkları, eklem rahatsızlıkları, bir de bağışıklık sistemi. Çocuklarınıza her sabah akşam, gençlerinize okula giden herkese birer kaşık bunlardan yedirin bakın o çocuğunuz hastalanmayacak. Neden, çünkü immün sistemi güçlenecek. Onun için bu karışımı ben hepinize öneriyorum...; koahınız, kanseriniz, efendime söyleyeyim eklem rahatsızlıklarınız, çocuklarınızın uyuyamaması, geceleri işeme problemi yaşayanlar, nefes darlığı çekenler, bakın çocuklarda büyüme problemi yaşayanlar al bu macunu ye kardeşim... Doğal bir antibiyotik olarak bunu yediğinizde 21 gün devam edin bu anlattığım karışımı kullanmaya her öksürdüğünüzde kapkara böyle balgam atacaklar bu akciğerleri temizlenecek ve inanın sağlığına kavuşacaklardır...Bunun karışımını kullanın müthiş bir şifa bulacaksınız. Mide bağırsak sıkıntısı olanlar muhakkak kullansınlar, çocuk gelişimi için ...Virüslerden kurtulmak için, parazitlerden kurtulmak için muhakkak ama muhakkak kullanın ...alzheimer için muhakkak ama muhakkak tüketilsin diyor..., alzheimerı artık tarihe gömmek istiyorsanız yine hocamızın özel olarak yapmış olduğu bu karışımdan sizler de destek alabilirsiniz. Vücut ağrılarınız varsa şeker, kolesterol, tansiyon gibi sıkıntılarınız var ise böbrek rahatsızlıkları yaşıyorsanız böbrek taşınız var ise bağışıklık sisteminizde bir sorun var ise idrar yolu enfeksiyonu yaşıyorsanız kalp damar rahatsızlığınız varsa*...,” şeklinde beyanlara ve Ahmet Maranki adlı şahıs tarafından yapılan açıklamalara yer verildiğitespit edilmiştir.

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

İnceleme konusu reklamlarda yer alan beyanların, birer sağlık beyanı olduğu, bu tür beyanlarla söz konusu ürünün astım, alerji, nefes darlığı, akciğer rahatsızlıkları, mide, bağırsak, rahatsızlıkları, böbrek rahatsızlıkları, eklem rahatsızlıkları, unutkanlık, alzheimer, vücut ağrıları, şeker, kolesterol, tansiyon, kalp damar rahatsızlığı, böbrek taşı, idrar yolu enfeksiyonu, bağışıklık sistemi sorunlarına iyi geldiği vurgulanarak sanki ilaç veya beşeri tıbbi ürün gibi tanıtıldığı, yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre takviye edici gıdalar için bu tür sağlık beyanlarının kullanılmasının kesinlikle yasak olduğu, bir ürüne ilişkin olarak her hangi bir sağlık beyanında bulunabilmesi için ilgili idari otoriteden izin alınması gerektiği, kullanılan bu beyanlar için ilgili otoriteden izin alınmadığından söz konusu beyanların doğruluğunun bilimsel olarak ispat edilmiş sayılamayacağında gerçeği yansıtmadığı ve dolayısıyla doğruluğu bilimsel olarak ispat edilmemiş bu beyanlarla tüketicilerin aldatılıp yanıltıldığı,

Öte yandan, inceleme konusu reklamlarda Ahmet Maranki adlı şahıs tarafından yapılan açıklamalara yer verilmek suretiyle tanıtımı yapılan ürünün anılan şahıs tarafından tavsiye edildiği, şahıs tarafından yapılan açıklamalarda sağlık beyanı mevzuatına aykırı biçimde ürünün tıbbi ürün gibi tanıtıldığı, adı geçen şahsın uzmanlığına 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 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 maddeleri,

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

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

- 1262 sayılı İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanunu’nun 18/2, 18/3 ve 19/1 inci 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, 26/1 ve 27/1 inci 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 maddesi uyarınca **22.861,00-TL (Yirmiikibinsekizyüzaltmışbir Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**80)**

**Dosya No: 2021/4904**

**Şikayet Edilen: Hedef TV Radyo Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** Yerel düzeyde yayın yapan FUL TV isimli televizyon kanalında Anadolu Yöresel Doğal Antibiyotix adlı ürüne yönelik tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 27.02.2021, 28.02.2021

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** 27.02.2021 tarihinde 13:08-16:10 ve 18:40-19:11, 28.02.2021 tarihinde 17:24-18:26 saatleri arasında “Anadolu Doğal Yöresel Antibiyotix” markalı takviye edici gıda mahiyetindeki ürün reklamında “...*evet çok önemli bir karışım; bağışıklık sisteminizi güçlendirecek, astım, alerji bakın alerji artı koah diyorlar ben öyle isimlere. Hekimler öyle söylüyor. Yine nefes darlığı, akciğer rahatsızlıkları, mide rahatsızlıkları, böbrek rahatsızlıkları, eklem rahatsızlıkları, bir de bağışıklık sistemi. Çocuklarınıza her sabah akşam, gençlerinize okula giden herkese birer kaşık bunlardan yedirin bakın o çocuğunuz hastalanmayacak. Neden, çünkü immün sistemi güçlenecek. Onun için bu karışımı ben hepinize öneriyorum...; koahınız, kanseriniz, efendime söyleyeyim eklem rahatsızlıklarınız, çocuklarınızın uyuyamaması, geceleri işeme problemi yaşayanlar, nefes darlığı çekenler, bakın çocuklarda büyüme problemi yaşayanlar al bu macunu ye kardeşim... Doğal bir antibiyotik olarak bunu yediğinizde 21 gün devam edin bu anlattığım karışımı kullanmaya her öksürdüğünüzde kapkara böyle balgam atacaklar bu akciğerleri temizlenecek ve inanın sağlığına kavuşacaklardır...Bunun karışımını kullanın müthiş bir şifa bulacaksınız. Mide bağırsak sıkıntısı olanlar muhakkak kullansınlar, çocuk gelişimi için ... Virüslerden kurtulmak için, parazitlerden kurtulmak için muhakkak ama muhakkak kullanın ... alzheimer için muhakkak ama muhakkak tüketilsin diyor..., alzheimerı artık tarihe gömmek istiyorsanız yine hocamızın özel olarak yapmış olduğu bu karışımdan sizler de destek alabilirsiniz. Vücut ağrılarınız varsa şeker, kolesterol, tansiyon gibi sıkıntılarınız var ise böbrek rahatsızlıkları yaşıyorsanız böbrek taşınız var ise bağışıklık sisteminizde bir sorun var ise idrar yolu enfeksiyonu yaşıyorsanız kalp damar rahatsızlığınız varsa*...,” şeklinde beyanlara ve Ahmet Maranki adlı şahıs tarafından yapılan açıklamalara yer verildiğitespit edilmiştir.

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

İnceleme konusu reklamlarda yer alan beyanların, birer sağlık beyanı olduğu, bu tür beyanlarla söz konusu ürünün astım, alerji, nefes darlığı, akciğer rahatsızlıkları, mide, bağırsak, rahatsızlıkları, böbrek rahatsızlıkları, eklem rahatsızlıkları, unutkanlık, alzheimer, vücut ağrıları, şeker, kolesterol, tansiyon, kalp damar rahatsızlığı, böbrek taşı, idrar yolu enfeksiyonu, bağışıklık sistemi sorunlarına iyi geldiği vurgulanarak sanki ilaç veya beşeri tıbbi ürün gibi tanıtıldığı, yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre takviye edici gıdalar için bu tür sağlık beyanlarının kullanılmasının kesinlikle yasak olduğu, bir ürüne ilişkin olarak her hangi bir sağlık beyanında bulunabilmesi için ilgili idari otoriteden izin alınması gerektiği, kullanılan bu beyanlar için ilgili otoriteden izin alınmadığından söz konusu beyanların doğruluğunun bilimsel olarak ispat edilmiş sayılamayacağında gerçeği yansıtmadığı ve dolayısıyla doğruluğu bilimsel olarak ispat edilmemiş bu beyanlarla tüketicilerin aldatılıp yanıltıldığı,

Öte yandan, inceleme konusu reklamlarda Ahmet Maranki adlı şahıs tarafından yapılan açıklamalara yer verilmek suretiyle tanıtımı yapılan ürünün anılan şahıs tarafından tavsiye edildiği, şahıs tarafından yapılan açıklamalarda sağlık beyanı mevzuatına aykırı biçimde ürünün tıbbi ürün gibi tanıtıldığı, adı geçen şahsın uzmanlığına 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 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 maddeleri,

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

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

- 1262 sayılı İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanunu’nun 18/2, 18/3 ve 19/1 inci 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, 26/1 ve 27/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Hedef TV Radyo Anonim Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddesi uyarınca **22.861,00-TL (Yirmiikibinsekizyüzaltmışbir Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**81)**

**Dosya No: 2021/4905**

**Şikayet Edilen: Anadolu Tanıtım ve Medya Hizmetleri Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** Yerel düzeyde yayın yapan TV 19 isimli televizyon kanalında Anadolu Yöresel Doğal Antibiyotix adlı ürüne yönelik tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 08.03.2021, 09.03.2021, 04.04.2021, 08.04.2021, 09.04.2021, 10.04.2021, 11.04.2021 ve 12.04.2021

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** 08.03.2021 tarihinde 19:45-20:11, 09.03.2021 tarihinde 09:58-10:36, 04.04.2021 tarihinde 10:39-11:29, 08.04.2021 tarihinde 09:27-10:17, 09.04.2021 tarihinde 11:26-12:16, 10.04.2021 tarihinde 11:56-12:47, 11.04.2021 tarihinde 12:47-13:38 ve 12.04.2021 tarihinde 09:47-10:38 saatleri arasında “Anadolu Doğal Yöresel Antibiyotix” markalı takviye edici gıda mahiyetindeki ürün reklamında *“*...*evet çok önemli bir karışım; bağışıklık sisteminizi güçlendirecek, astım, alerji bakın alerji artı koah diyorlar ben öyle isimlere. Hekimler öyle söylüyor. Yine nefes darlığı, akciğer rahatsızlıkları, mide rahatsızlıkları, böbrek rahatsızlıkları, eklem rahatsızlıkları, bir de bağışıklık sistemi. Çocuklarınıza her sabah akşam, gençlerinize okula giden herkese birer kaşık bunlardan yedirin bakın o çocuğunuz hastalanmayacak. Neden, çünkü immün sistemi güçlenecek. Onun için bu karışımı ben hepinize öneriyorum...; koahınız, kanseriniz, efendime söyleyeyim eklem rahatsızlıklarınız, çocuklarınızın uyuyamaması, geceleri işeme problemi yaşayanlar, nefes darlığı çekenler, bakın çocuklarda büyüme problemi yaşayanlar al bu macunu ye kardeşim... Doğal bir antibiyotik olarak bunu yediğinizde 21 gün devam edin bu anlattığım karışımı kullanmaya her öksürdüğünüzde kapkara böyle balgam atacaklar bu akciğerleri temizlenecek ve inanın sağlığına kavuşacaklardır...Bunun karışımını kullanın müthiş bir şifa bulacaksınız. Mide bağırsak sıkıntısı olanlar muhakkak kullansınlar, çocuk gelişimi için ... Virüslerden kurtulmak için, parazitlerden kurtulmak için muhakkak ama muhakkak kullanın ... alzheimer için muhakkak ama muhakkak tüketilsin diyor.., alzheimerı artık tarihe gömmek istiyorsanız yine hocamızın özel olarak yapmış olduğu bu karışımdan sizler de destek alabilirsiniz. Vücut ağrılarınız varsa şeker, kolesterol, tansiyon gibi sıkıntılarınız var ise böbrek rahatsızlıkları yaşıyorsanız böbrek taşınız var ise bağışıklık sisteminizde bir sorun var ise idrar yolu enfeksiyonu yaşıyorsanız kalp damar rahatsızlığınız varsa*...*”* şeklinde beyanlara ve Ahmet Maranki adlı şahıs tarafından yapılan açıklamalara yer verildiğitespit edilmiştir.

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

İnceleme konusu reklamlarda yer alan beyanların, birer sağlık beyanı olduğu, bu tür beyanlarla söz konusu ürünün astım, alerji, nefes darlığı, akciğer rahatsızlıkları, mide, bağırsak, rahatsızlıkları, böbrek rahatsızlıkları, eklem rahatsızlıkları, unutkanlık, alzheimer, vücut ağrıları, şeker, kolesterol, tansiyon, kalp damar rahatsızlığı, böbrek taşı, idrar yolu enfeksiyonu, bağışıklık sistemi sorunlarına iyi geldiği vurgulanarak sanki ilaç veya beşeri tıbbi ürün gibi tanıtıldığı, yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre takviye edici gıdalar için bu tür sağlık beyanlarının kullanılmasının kesinlikle yasak olduğu, bir ürüne ilişkin olarak her hangi bir sağlık beyanında bulunabilmesi için ilgili idari otoriteden izin alınması gerektiği, kullanılan bu beyanlar için ilgili otoriteden izin alınmadığından söz konusu beyanların doğruluğunun bilimsel olarak ispat edilmiş sayılamayacağında gerçeği yansıtmadığı ve dolayısıyla doğruluğu bilimsel olarak ispat edilmemiş bu beyanlarla tüketicilerin aldatılıp yanıltıldığı,

Öte yandan, inceleme konusu reklamlarda Ahmet Maranki adlı şahıs tarafından yapılan açıklamalara yer verilmek suretiyle tanıtımı yapılan ürünün anılan şahıs tarafından tavsiye edildiği, şahıs tarafından yapılan açıklamalarda sağlık beyanı mevzuatına aykırı biçimde ürünün tıbbi ürün gibi tanıtıldığı, adı geçen şahsın uzmanlığına 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 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 maddeleri,

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

- 1262 sayılı İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanunu’nun 18/2, 18/3 ve 19/1 inci 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, 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 maddesi uyarınca **22.861,00-TL (Yirmiikibinsekizyüzaltmışbir Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**82)**

**Dosya No: 2021/4906**

**Şikayet Edilen: Lions Reklam Güvenlik Malzemeleri Temizlik Koz. İnş. Malz. Org. San. Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Yerel düzeyde yayın yapan TV 19 isimli televizyon kanalında Anadolu Yöresel Doğal Antibiyotix adlı ürüne yönelik tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 08.03.2021, 09.03.2021, 04.04.2021, 08.04.2021, 09.04.2021, 10.04.2021, 11.04.2021 ve 12.04.2021

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** 08.03.2021 tarihinde 19:45-20:11, 09.03.2021 tarihinde 09:58-10:36, 04.04.2021 tarihinde 10:39-11:29, 08.04.2021 tarihinde 09:27-10:17, 09.04.2021 tarihinde 11:26-12:16, 10.04.2021 tarihinde 11:56-12:47, 11.04.2021 tarihinde 12:47-13:38 ve 12.04.2021 tarihinde 09:47-10:38 saatleri arasında “Anadolu Doğal Yöresel Antibiyotix” markalı takviye edici gıda mahiyetindeki ürün reklamında *“.*..*evet çok önemli bir karışım; bağışıklık sisteminizi güçlendirecek, astım, alerji bakın alerji artı koah diyorlar ben öyle isimlere. Hekimler öyle söylüyor. Yine nefes darlığı, akciğer rahatsızlıkları, mide rahatsızlıkları, böbrek rahatsızlıkları, eklem rahatsızlıkları, bir de bağışıklık sistemi. Çocuklarınıza her sabah akşam, gençlerinize okula giden herkese birer kaşık bunlardan yedirin bakın o çocuğunuz hastalanmayacak. Neden, çünkü immün sistemi güçlenecek. Onun için bu karışımı ben hepinize öneriyorum...; koahınız, kanseriniz, efendime söyleyeyim eklem rahatsızlıklarınız, çocuklarınızın uyuyamaması, geceleri işeme problemi yaşayanlar, nefes darlığı çekenler, bakın çocuklarda büyüme problemi yaşayanlar al bu macunu ye kardeşim... Doğal bir antibiyotik olarak bunu yediğinizde 21 gün devam edin bu anlattığım karışımı kullanmaya her öksürdüğünüzde kapkara böyle balgam atacaklar bu akciğerleri temizlenecek ve inanın sağlığına kavuşacaklardır...Bunun karışımını kullanın müthiş bir şifa bulacaksınız. Mide bağırsak sıkıntısı olanlar muhakkak kullansınlar, çocuk gelişimi için ... Virüslerden kurtulmak için, parazitlerden kurtulmak için muhakkak ama muhakkak kullanın ... alzheimer için muhakkak ama muhakkak tüketilsin diyor... alzheimerı artık tarihe gömmek istiyorsanız yine hocamızın özel olarak yapmış olduğu bu karışımdan sizler de destek alabilirsiniz. Vücut ağrılarınız varsa şeker, kolesterol, tansiyon gibi sıkıntılarınız var ise böbrek rahatsızlıkları yaşıyorsanız böbrek taşınız var ise bağışıklık sisteminizde bir sorun var ise idrar yolu enfeksiyonu yaşıyorsanız kalp damar rahatsızlığınız varsa*...*”* şeklinde beyanlara ve Ahmet Maranki adlı şahıs tarafından yapılan açıklamalara yer verildiğitespit edilmiştir.

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

İnceleme konusu reklamlarda yer alan beyanların, birer sağlık beyanı olduğu, bu tür beyanlarla söz konusu ürünün astım, alerji, nefes darlığı, akciğer rahatsızlıkları, mide, bağırsak, rahatsızlıkları, böbrek rahatsızlıkları, eklem rahatsızlıkları, unutkanlık, alzheimer, vücut ağrıları, şeker, kolesterol, tansiyon, kalp damar rahatsızlığı, böbrek taşı, idrar yolu enfeksiyonu, bağışıklık sistemi sorunlarına iyi geldiği vurgulanarak sanki ilaç veya beşeri tıbbi ürün gibi tanıtıldığı, yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre takviye edici gıdalar için bu tür sağlık beyanlarının kullanılmasının kesinlikle yasak olduğu, bir ürüne ilişkin olarak her hangi bir sağlık beyanında bulunabilmesi için ilgili idari otoriteden izin alınması gerektiği, kullanılan bu beyanlar için ilgili otoriteden izin alınmadığından söz konusu beyanların doğruluğunun bilimsel olarak ispat edilmiş sayılamayacağında gerçeği yansıtmadığı ve dolayısıyla doğruluğu bilimsel olarak ispat edilmemiş bu beyanlarla tüketicilerin aldatılıp yanıltıldığı,

Öte yandan, inceleme konusu reklamlarda Ahmet Maranki adlı şahıs tarafından yapılan açıklamalara yer verilmek suretiyle tanıtımı yapılan ürünün anılan şahıs tarafından tavsiye edildiği, şahıs tarafından yapılan açıklamalarda sağlık beyanı mevzuatına aykırı biçimde ürünün tıbbi ürün gibi tanıtıldığı, adı geçen şahsın uzmanlığına 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 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 maddeleri,

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

- 1262 sayılı İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanunu’nun 18/2, 18/3 ve 19/1 inci 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, 26/1 ve 27/1 inci 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 maddesi uyarınca **22.861,00-TL (Yirmiikibinsekizyüzaltmışbir Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**83)**

**Dosya No: 2021/4907**

**Şikayet Edilen: Kaful Radyo ve Televizyon İletişim Reklam Yayıncılık A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Yerel düzeyde yayın yapan HM isimli televizyon kanalında Mahmut Efend-i Enginar Macunu adlı ürüne yönelik tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 20.02.2021, 21.02.2021, 22.02.2021, 24.02.2021, 26.02.2021, 27.02.2021, 03.03.2021, 11.03.2021, 12.03.2021, 13.03.2021, 14.03.2021 ve 15.03.2021

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** 20.02.2021 tarihinde 10:51-11:21, 21.02.2021 tarihinde 10:18-10:49, 22.02.2021 tarihinde 21:00-21:32, 24.02.2021 tarihinde 10:30-11:00, 26.02.2021 tarihinde 07:31-08:02, 27.02.2021 tarihinde 10:24-10:55, 03.03.2021 tarihinde 17:56-18:27, 11.03.2021 tarihinde 16:03-16:34, 12.03.2021 tarihinde 13:38-14:09, 13.03.2021 tarihinde 13:39-14:09, 14.03.2021 tarihinde 13:40-14:11 ve 15.03.2021 tarihinde 13:38-14:09 saatleri arasında “Mahmut Efend-i Enginar Macunu” adlı ürüne yönelik reklamlarda “…*Karaciğer hastaları, akciğer hastaları, kansızlık sorunu olanlar, kilo ile başı dertte olanlar, hangi rejimi yaptıysa zayıflayamayanlar alın size Osmanlı ecdad mirası enginar macunu formülü. ... Akciğer hastaları, karaciğer hastaları, kanında mikrop olanlar, kansızlık sorunu yaşayanlar, unutkanlık sorunu olanlar, siz de üç kutu sağlık ve hastalıklarınıza deva olacak bu fırsatı kaçırmayın. Osmanlı ecdad formulü Mahmut Efend-i Enginar Macunu'ndan siz de fayda bulun...Başta karaciğeri, akciğeri temizliyor. Kanı temizliyor. Vücuttaki zararlı maddeleri, toksinleri yok ediyor. İdrar yoluyla attırıyor. Böbreklerin düzenli çalışmasını sağlıyor. Böbrek kumlarını düşürüyor. Ayrıca solunum yollarını açıyor…Bunun üstüne de hayatınızdan sigarayı tamamıyla çıkaracaksınız... Enginar Macunu karaciğeri temizliyor ve artık vücudunuz eskisi gibi çalışır hale geliyor. Bu sayede metabolizmanız da düzeliyor ve kilo vermeye başlıyorsunuz. Vücudunuz da gençleşiyor efendim…ama bu üçlü şifamız ile karaciğer temizlenecek, yağlanma bitecek ve karaciğer eski boyutuna gelecektir. Kandaki zararlı mikropları temizler, böylelikle hücrelerin yenilenmesini ve bir çok organı sağlıklı günlerdeki gibi yeniler, hücreleri besler, vücuda resmen yeniden can verir kan verir...300 yıllık akciğer temizleyici macun...,* *Osmanlıdan günümüze padişahların ve sarayın aktarı Mahmut Efend-i Enginar Macunu hastalıkları önlüyor, karaciğeri ve akciğeri temizliyor, Enginar Macunu karaciğeri temizler, karaciğerin yenilenme hızını arttırır. Enginar Macunu kandaki mikropları atar, akciğeri temizler. Enginar Macunu toksinleri atar, safra kesesini arındırır. Enginar Macunu zayıflatır*” şeklinde beyanlara yer verildiğitespit edilmiştir.

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

İnceleme konusu reklamlarda yer alan beyanların, birer sağlık beyanı olduğu, bu tür beyanlarla söz konusu ürünün karaciğeri, akciğeri, kanı temizlediği, vücuttaki zararlı maddeleri, toksinleri yok ettiği ve idrar yoluyla attırdığı, böbreklerin düzenli çalışmasını sağladığı, böbrek kumlarını düşürdüğü, solunum yollarını açtığı, kandaki üre ve yağ oranını düşürdüğü, şeker hastalığına ve romatizmaya iyi geldiği vurgulanarak sanki ilaç veya beşeri tıbbi ürün gibi tanıtıldığı, yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre takviye edici gıdalar için bu tür sağlık beyanlarının kullanılmasının kesinlikle yasak olduğu, bir ürüne ilişkin olarak her hangi bir sağlık beyanında bulunabilmesi için ilgili idari otoriteden izin alınması gerektiği, kullanılan bu beyanlar için ilgili otoriteden izin alınmadığından söz konusu beyanların doğruluğunun bilimsel olarak ispat edilmiş 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, 7/2, 7/3 ve 7/4 maddeleri,

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

- 1262 sayılı İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanunu’nun 18/2, 18/3 ve 19/1 inci 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, 26/1 ve 27/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, mecra kuruluşu **Kaful Radyo ve Televizyon İletişim Reklam Yayıncılık A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü maddesi ile 77/12 nci maddesi uyarınca **22.861,00-TL (Yirmiikibinsekizyüzaltmışbir Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**84)**

**Dosya No: 2021/4908**

**Şikayet Edilen: Lions Reklam Güvenlik Malzemeleri Temizlik Koz. İnş. Malz. Org. San. Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Yerel düzeyde yayın yapan HM isimli televizyon kanalında Mahmut Efend-i Enginar Macunu adlı ürüne yönelik tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 20.02.2021, 21.02.2021, 22.02.2021, 24.02.2021, 26.02.2021, 27.02.2021, 03.03.2021, 11.03.2021, 12.03.2021, 13.03.2021, 14.03.2021 ve 15.03.2021

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** 20.02.2021 tarihinde 10:51-11:21, 21.02.2021 tarihinde 10:18-10:49, 22.02.2021 tarihinde 21:00-21:32, 24.02.2021 tarihinde 10:30-11:00, 26.02.2021 tarihinde 07:31-08:02, 27.02.2021 tarihinde 10:24-10:55, 03.03.2021 tarihinde 17:56-18:27, 11.03.2021 tarihinde 16:03-16:34, 12.03.2021 tarihinde 13:38-14:09, 13.03.2021 tarihinde 13:39-14:09, 14.03.2021 tarihinde 13:40-14:11 ve 15.03.2021 tarihinde 13:38-14:09 saatleri arasında yerel düzeyde yayın yapan HM isimli televizyon kanalında Mahmut Efend-i Enginar Macunu adlı ürün reklamında “…*Karaciğer hastaları, akciğer hastaları, kansızlık sorunu olanlar, kilo ile başı dertte olanlar, hangi rejimi yaptıysa zayıflayamayanlar alın size Osmanlı ecdad mirası enginar macunu formülü. ... Akciğer hastaları, karaciğer hastaları, kanında mikrop olanlar, kansızlık sorunu yaşayanlar, unutkanlık sorunu olanlar, siz de üç kutu sağlık ve hastalıklarınıza deva olacak bu fırsatı kaçırmayın. Osmanlı ecdad formulü Mahmut Efend-i Enginar Macunu'ndan siz de fayda bulun...Başta karaciğeri, akciğeri temizliyor. Kanı temizliyor. Vücuttaki zararlı maddeleri, toksinleri yok ediyor. İdrar yoluyla attırıyor. Böbreklerin düzenli çalışmasını sağlıyor. Böbrek kumlarını düşürüyor. Ayrıca solunum yollarını açıyor…Bunun üstüne de hayatınızdan sigarayı tamamıyla çıkaracaksınız. .. Enginar Macunu karaciğeri temizliyor ve artık vücudunuz eskisi gibi çalışır hale geliyor. Bu sayede metabolizmanız da düzeliyor ve kilo vermeye başlıyorsunuz. Vücudunuz da gençleşiyor efendim.…ama bu üçlü şifamız ile karaciğer temizlenecek, yağlanma bitecek ve karaciğer eski boyutuna gelecektir. Kandaki zararlı mikropları temizler, böylelikle hücrelerin yenilenmesini ve bir çok organı sağlıklı günlerdeki gibi yeniler, hücreleri besler, vücuda resmen yeniden can verir kan verir....300 yıllık akciğer temizleyici macun...,* *Osmanlıdan günümüze padişahların ve sarayın aktarı Mahmut Efend-i Enginar Macunu hastalıkları önlüyor, karaciğeri ve akciğeri temizliyor, Enginar Macunu karaciğeri temizler, karaciğerin yenilenme hızını arttırır. Enginar Macunu kandaki mikropları atar, akciğeri temizler. Enginar Macunu toksinleri atar, safra kesesini arındırır. Enginar Macunu zayıflatır*” şeklinde beyanlara yer verildiği tespit edilmiştir.

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

İnceleme konusu reklamlarda yer alan beyanların, birer sağlık beyanı olduğu, bu tür beyanlarla söz konusu ürünün astım, alerji, nefes darlığı, akciğer rahatsızlıkları, mide, bağırsak, rahatsızlıkları, böbrek rahatsızlıkları, eklem rahatsızlıkları, unutkanlık, alzheimer, vücut ağrıları, şeker, kolesterol, tansiyon, kalp damar rahatsızlığı, böbrek taşı, idrar yolu enfeksiyonu, bağışıklık sistemi sorunlarına iyi geldiği vurgulanarak sanki ilaç veya beşeri tıbbi ürün gibi tanıtıldığı, yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre takviye edici gıdalar için bu tür sağlık beyanlarının kullanılmasının kesinlikle yasak olduğu, bir ürüne ilişkin olarak her hangi bir sağlık beyanında bulunabilmesi için ilgili idari otoriteden izin alınması gerektiği, kullanılan bu beyanlar için ilgili otoriteden izin alınmadığından söz konusu beyanların doğruluğunun bilimsel olarak ispat edilmiş 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, 7/2, 7/3 ve 7/4 maddeleri,

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

- 1262 sayılı İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanunu’nun 18/2, 18/3 ve 19/1 inci 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, 26/1 ve 27/1 inci 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 maddesi uyarınca **22.861,00-TL (Yirmiikibinsekizyüzaltmışbir Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**85)**

**Dosya No: 2021/4909**

**Şikayet Edilen: Zirvepark Radyo Televizyon Yayıncılık Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** Yerel düzeyde yayın yapan Park TV isimli televizyon kanalında yayınlanan Viagra Set adlı ürüne yönelik tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 26.02.2021, 28.02.2021, 03.03.2021, 05.03.2021, 10.03.2021, 19.03.2021, 06.04.2021 ve 07.04.2021

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** 26.02.2021 tarihinde 06:30-07:18 ve 11:30-12:18, 28.02.2021 tarihinde 07:30-08:18, 03.03.2021 tarihinde 06:30-07:18 ve 12:30-13:18, 05.03.2021 tarihinde 07:30-08:18, 10.03.2021 tarihinde 14:30-15:18, 19.03.2021 tarihinde 06:30-07:12, 06.04.2021 tarihinde 07:59-08:48 ve 07.04.2021 tarihinde 07:14-08:03 saatleri arasında Park TV isimli televizyon kanalında yayınlanan Viagra Set adlı ürüne yönelik reklamlarda “…*Hap değil, kapsül değil. Yani bugün bir şeker hastası, bir tansiyon hastası size sesleniyorum. Sakın ama sakın korkmayın. Ağızdan alınan bir şey değil bu. bu çok güzel kullanımı olan basit bir krem... Şeker hastası mısın? yan etkisi yok. Tansiyon hastası mısın? yan etkisi yok. Efendim hiçbir rahatsızlığa hiçbir etkisi yok. Niye yok? Çünkü ağızdan alınmıyor. direk… uygulanıyor. Geciktiriyor, ... Performansı arttırıyor viagra performans krem...,Bunu kullandıktan sonra sana yemin ederim 1 saat inmedim diyor... Bakın arkadaşlar bunlar gerçek. Bunlar sallamasyon konular değil. Viagra bunu yapıyor...”, “Geciktiriyor, sertleştiriyor, taş gibi yapıyor, artı 2 cm büyütüyor. Performansı arttırıyor viagra performans krem.”, “Sertleşme sorunu olmayabilir ama erken boşalmam var. Onun için kullanıyorum. Belki daha çok büyütmek istiyorum. 2 cm büyüme veriyor*” şeklinde beyanlara yer verildiğitespit edilmiştir.

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

İnceleme konusu reklamlarda yer alan beyanların, birer sağlık beyanı olduğu, bu tür beyanlarla söz konusu ürünün cinsel performansı artırdığı ve cinsel sorunlara çözüm olduğu vurgulanarak sanki ilaç veya beşeri tıbbi ürün gibi tanıtıldığı, yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre takviye edici gıdalar için bu tür sağlık beyanlarının kullanılmasının kesinlikle yasak olduğu, bir ürüne ilişkin olarak her hangi bir sağlık beyanında bulunabilmesi için ilgili idari otoriteden izin alınması gerektiği, kullanılan bu beyanlar için ilgili otoriteden izin alınmadığından söz konusu beyanların doğruluğunun bilimsel olarak ispat edilmiş 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, 7/2, 7/3 ve 7/4 maddeleri,

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

- 1262 sayılı İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanunu’nun 18/2, 18/3 ve 19/1 inci 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, 26/1 ve 27/1 inci 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 maddesi uyarınca **22.861,00-TL (Yirmiikibinsekizyüzaltmışbir Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**86)**

**Dosya No: 2021/4910**

**Şikayet Edilen: Ergene Yayıncılık Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** Yerel düzeyde yayın yapan Park TV isimli televizyon kanalında Viagra Set adlı ürüne yönelik tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 26.02.2021, 28.02.2021, 03.03.2021, 05.03.2021, 10.03.2021, 19.03.2021, 06.04.2021 ve 07.04.2021

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** 26.02.2021 tarihinde 06:30-07:18 ve 11:30-12:18, 28.02.2021 tarihinde 07:30-08:18, 03.03.2021 tarihinde 06:30-07:18 ve 12:30-13:18, 05.03.2021 tarihinde 07:30-08:18, 10.03.2021 tarihinde 14:30-15:18, 19.03.2021 tarihinde 06:30-07:12, 06.04.2021 tarihinde 07:59-08:48 ve 07.04.2021 tarihinde 07:14-08:03 saatleri arasında yerel düzeyde yayın yapan Park TV isimli televizyon kanalında Viagra Set adlı ürün reklamında “…*Hap değil, kapsül değil. Yani bugün bir şeker hastası, bir tansiyon hastası size sesleniyorum. Sakın ama sakın korkmayın. Ağızdan alınan birşey değil bu. bu çok güzel kullanımı olan basit bir krem... Şeker hastası mısın? yan etkisi yok. Tansiyon hastası mısın? yan etkisi yok. Efendim hiçbir rahatsızlığa hiçbir etkisi yok. Niye yok? Çünkü ağızdan alınmıyor. direk...uygulanıyor. Geciktiriyor, ... Performansı arttırıyor viagra performans krem...", “Bunu kullandıktan sonra sana yemin ederim 1 saat inmedim diyor... Bakın arkadaşlar bunlar gerçek. Bunlar sallamasyon konular değil. Viagra bunu yapıyor...”, “Geciktiriyor, sertleştiriyor, taş gibi yapıyor, artı 2 cm büyütüyor. Performansı arttırıyor viagra performans krem.”, “Sertleşme sorunu olmayabilir ama erken boşalmam var. Onun için kullanıyorum. Belki daha çok büyütmek istiyorum. 2 cm büyüme veriyor.*” şeklinde beyanlara yer verildiği tespit edilmiştir.

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

İnceleme konusu reklamlarda yer alan beyanların, birer sağlık beyanı olduğu, bu tür beyanlarla söz konusu ürünün cinsel performansı artırdığı ve cinsel sorunlara çözüm olduğu vurgulanarak sanki ilaç veya beşeri tıbbi ürün gibi tanıtıldığı, yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre takviye edici gıdalar için bu tür sağlık beyanlarının kullanılmasının kesinlikle yasak olduğu, bir ürüne ilişkin olarak her hangi bir sağlık beyanında bulunabilmesi için ilgili idari otoriteden izin alınması gerektiği, kullanılan bu beyanlar için ilgili otoriteden izin alınmadığından söz konusu beyanların doğruluğunun bilimsel olarak ispat edilmiş 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, 7/2, 7/3 ve 7/4 maddeleri,

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

- 1262 sayılı İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanunu’nun 18/2, 18/3 ve 19/1 inci 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, 26/1 ve 27/1 inci 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 ve77/12 nci maddesi uyarınca **22.861,00-TL (Yirmiikibinsekizyüzaltmışbir Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**87)**

**Dosya No: 2021/4911**

**Şikayet Edilen: Anadolu Tanıtım ve Medya Hizmetleri Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** Yerel düzeyde yayın yapan TV 19 isimli televizyon kanalında Aronia Özlü Ultra Panax adlı ürüne yönelik tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 24.02.2021 ve 27.02.2021

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** 24.02.2021 tarihinde 18:57-19:59 ve 27.02.2021 tarihinde 11:17-12:20 saatleri arasında TV 19 isimli televizyon kanalında Aronia Özlü Ultra Panax adlı ürüne yönelik reklamlarda “…*Hap değil, kapsül değil. Yani bugün bir şeker hastası, bir tansiyon hastası size sesleniyorum. Sakın ama sakın korkmayın. Ağızdan alınan bir şey değil bu. bu çok güzel kullanımı olan basit bir krem... Şeker hastası mısın? yan etkisi yok. Tansiyon hastası mısın? yan etkisi yok. Efendim hiçbir rahatsızlığa hiçbir etkisi yok. Niye yok? Çünkü ağızdan alınmıyor. direk … uygulanıyor. Geciktiriyor, ... Performansı arttırıyor viagra performans krem..., “Bunu kullandıktan sonra sana yemin ederim 1 saat inmedim diyor... Bakın arkadaşlar bunlar gerçek. Bunlar sallamasyon konular değil. Viagra bunu yapıyor...”, “Geciktiriyor, sertleştiriyor, taş gibi yapıyor, artı 2 cm büyütüyor. Performansı arttırıyor viagra performans krem.”, “Sertleşme sorunu olmayabilir ama erken boşalmam var. Onun için kullanıyorum. Belki daha çok büyütmek istiyorum. 2 cm büyüme veriyor*” şeklinde beyanlara yer verildiğitespit edilmiştir.

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

İnceleme konusu reklamlarda yer alan beyanların, birer sağlık beyanı olduğu, bu tür beyanlarla söz konusu 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 sanki ilaç veya beşeri tıbbi ürün gibi tanıtıldığı, yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre takviye edici gıdalar için bu tür sağlık beyanlarının kullanılmasının kesinlikle yasak olduğu, bir ürüne ilişkin olarak her hangi bir sağlık beyanında bulunabilmesi için ilgili idari otoriteden izin alınması gerektiği, kullanılan bu beyanlar için ilgili otoriteden izin alınmadığından söz konusu beyanların doğruluğunun bilimsel olarak ispat edilmiş 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, 7/2, 7/3 ve 7/4 maddeleri,

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

- 1262 sayılı İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanunu’nun 18/2, 18/3 ve 19/1 inci 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, 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 ve77/12 nci maddesi uyarınca **22.861,00-TL (Yirmiikibinsekizyüzaltmışbir Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**88)**

**Dosya No: 2021/4912**

**Şikayet Edilen: Lions Reklam Güvenlik Malzemeleri Temizlik Koz. İnş. Malz. Org. San. Tic. Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** Yerel düzeyde yayın yapan TV 19 isimli televizyon kanalında Aronia Özlü Ultra Panax adlı ürüne yönelik tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 24.02.2021 ve 27.02.2021

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** 24.02.2021 tarihinde 18:57-19:59 ve 27.02.2021 tarihinde 11:17-12:20 saatleri arasında yerel düzeyde yayın yapan TV 19 isimli televizyon kanalında Aronia Özlü Ultra Panax adlı ürün reklamında “…*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...*” şeklinde beyanlara yer verildiği tespit edilmiştir.

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

İnceleme konusu reklamlarda yer alan beyanların, birer sağlık beyanı olduğu, bu tür beyanlarla söz konusu 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 sanki ilaç veya beşeri tıbbi ürün gibi tanıtıldığı, yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre takviye edici gıdalar için bu tür sağlık beyanlarının kullanılmasının kesinlikle yasak olduğu, bir ürüne ilişkin olarak her hangi bir sağlık beyanında bulunabilmesi için ilgili idari otoriteden izin alınması gerektiği, kullanılan bu beyanlar için ilgili otoriteden izin alınmadığından söz konusu beyanların doğruluğunun bilimsel olarak ispat edilmiş 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, 7/2, 7/3 ve 7/4 maddeleri,

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

- 1262 sayılı İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanunu’nun 18/2, 18/3 ve 19/1 inci 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, 26/1 ve 27/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Lions Reklam Güvenlik Malzemeleri Temizlik Koz. İnş. Malz. Org. San. Tic. Limited Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddesi uyarınca **22.861,00-TL (Yirmiikibinsekizyüzaltmışbir Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**89)**

**Dosya No: 2021/4913**

**Şikayet Edilen: Anadolu Tanıtım ve Medya Hizmetleri Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** Yerel düzeyde yayın yapan TV 19 isimli televizyon kanalında Atom Karışımı adlı ürüne yönelik tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 07.03.2021, 10.03.2021, 11.03.2021, 12.03.2021, 13.03.2021, 14.03.2021, 15.03.2021, 16.03.2021, 18.03.2021, 19.03.2021, 20.03.2021, 21.03.2021, 22.03.2021, 24.03.2021, 25.03.2021, 26.03.2021, 27.03.2021, 28.03.2021, 29.03.2021, 30.03.2021, 31.03.2021, 01.04.2021, 02.04.2021 ve 07.04.2021

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** 07.03.2021 tarihinde 16:30-17:02, 10.03.2021 tarihinde 16:25-16:57, 11.03.2021 tarihinde 10:18-10:51, 12.03.2021 tarihinde 09:39-10:01, 13.03.2021 tarihinde 09:53-10:25, 14.03.2021 tarihinde 15:10-16:14, 15.03.2021 tarihinde 08:38-09:43, 16.03.2021 tarihinde 09:51-10:23, 18.03.2021 tarihinde 09:29-10:01, 19.03.2021 tarihinde 19:48-20:20, 20.03.2021 tarihinde 18:04-18:36, 21.03.2021 tarihinde 08:14-08:47, 22.03.2021 tarihinde 20:04-21:08, 24.03.2021 tarihinde 18:45-19:18, 25.03.2021 tarihinde 11:22-11:54, 26.03.2021 tarihinde 11:25-11:57, 27.03.2021 tarihinde 18:36-19:08, 28.03.2021 tarihinde 10:14-10:46, 29.03.2021 tarihinde 09:02-09:35, 30.03.2021 tarihinde 11:24-11:56, 31.03.2021 tarihinde 09:18-09:50, 01.04.2021 tarihinde 09:03-09:35, 02.04.2021 tarihinde 18:06-18:49 ve 07.04.2021 tarihinde 12:09-12:52 saatleri arasında TV 19 isimli televizyon kanalında 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*” şeklinde beyanlara yer verildiğitespit edilmiştir.

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

İnceleme konusu reklamlarda yer alan beyanların, birer sağlık beyanı olduğu, bu tür beyanlarla söz konusu 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 sanki ilaç veya beşeri tıbbi ürün gibi tanıtıldığı, yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre takviye edici gıdalar için bu tür sağlık beyanlarının kullanılmasının kesinlikle yasak olduğu, bir ürüne ilişkin olarak her hangi bir sağlık beyanında bulunabilmesi için ilgili idari otoriteden izin alınması gerektiği, kullanılan bu beyanlar için ilgili otoriteden izin alınmadığından söz konusu beyanların doğruluğunun bilimsel olarak ispat edilmiş 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, 7/2, 7/3 ve 7/4 maddeleri,

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

- 1262 sayılı İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanunu’nun 18/2, 18/3 ve 19/1 inci 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, 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 maddesi uyarınca **22.861,00-TL (Yirmiikibinsekizyüzaltmışbir Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**90)**

**Dosya No: 2021/4914**

**Şikayet Edilen: Lions Reklam Güvenlik Malzemeleri Temizlik Koz. İnş. Malz. Org. San. Tic. Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** Yerel düzeyde yayın yapan Ful TV isimli televizyon kanalında Atom Karışımı adlı ürüne yönelik tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 18.03.2021, 20.03.2021 ve 22.03.2021

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** 18.03.2021 tarihinde 11:04-11:36, 20.03.2021 tarihinde 09:37-09:59 ve 22.03.2021 tarihinde 19:17-19:49 saatleri arasında yerel düzeyde yayın yapan Ful TV isimli televizyon kanalında Atom Karışımı adlı ürün reklamında “…*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.*” şeklinde beyanlara yer verildiği tespit edilmiştir.

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

İnceleme konusu reklamlarda yer alan beyanların, birer sağlık beyanı olduğu, bu tür beyanlarla söz konusu 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 sanki ilaç veya beşeri tıbbi ürün gibi tanıtıldığı, yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre takviye edici gıdalar için bu tür sağlık beyanlarının kullanılmasının kesinlikle yasak olduğu, bir ürüne ilişkin olarak her hangi bir sağlık beyanında bulunabilmesi için ilgili idari otoriteden izin alınması gerektiği, kullanılan bu beyanlar için ilgili otoriteden izin alınmadığından söz konusu beyanların doğruluğunun bilimsel olarak ispat edilmiş 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, 7/2, 7/3 ve 7/4 maddeleri,

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

- 1262 sayılı İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanunu’nun 18/2, 18/3 ve 19/1 inci 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, 26/1 ve 27/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Lions Reklam Güvenlik Malzemeleri Temizlik Koz. İnş. Malz. Org. San. Tic. Limited Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddesi uyarınca **22.861,00-TL (Yirmiikibinsekizyüzaltmışbir Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**91)**

**Dosya No: 2021/4915**

**Şikayet Edilen: Ful Yayıncılık Medya Hizmetleri Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** Yerel düzeyde yayın yapan FUL TV isimli televizyon kanalında Atom Karışımı adlı ürüne yönelik tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 15.03.2021, 17.03.2021, 18.03.2021, 20.03.2021 ve 22.03.2021

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** 15.03.2021 tarihinde 19:25-19:58, 17.03.2021 tarihinde 07:28-08:00, 18.03.2021 tarihinde 11:04-11:36, 20.03.2021 tarihinde 09:37-09:59 ve 22.03.2021 tarihinde 19:17-19:49 saatleri arasında FUL TV isimli televizyon kanalında 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*” şeklinde beyanlara yer verildiğitespit edilmiştir.

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

İnceleme konusu reklamlarda yer alan beyanların, birer sağlık beyanı olduğu, bu tür beyanlarla söz konusu 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 sanki ilaç veya beşeri tıbbi ürün gibi tanıtıldığı, yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre takviye edici gıdalar için bu tür sağlık beyanlarının kullanılmasının kesinlikle yasak olduğu, bir ürüne ilişkin olarak her hangi bir sağlık beyanında bulunabilmesi için ilgili idari otoriteden izin alınması gerektiği, kullanılan bu beyanlar için ilgili otoriteden izin alınmadığından söz konusu beyanların doğruluğunun bilimsel olarak ispat edilmiş 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, 7/2, 7/3 ve 7/4 maddeleri,

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

- 1262 sayılı İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanunu’nun 18/2, 18/3 ve 19/1 inci 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, 26/1 ve 27/1 inci 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 maddesi uyarınca **22.861,00-TL (Yirmiikibinsekizyüzaltmışbir Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**92)**

**Dosya No: 2021/4916**

**Şikayet Edilen: Hedef Tv Radyo Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** Yerel düzeyde yayın yapan Ful TV isimli televizyon kanalında Atom Karışımı adlı ürüne yönelik tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 15.03.2021, 17.03.2021

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** 15.03.2021 tarihinde 19:25-19:58, 17.03.2021 tarihinde 07:28-08:00 saatleri arasında yerel düzeyde yayın yapan Ful TV isimli televizyon kanalında Atom Karışımı adlı ürün reklamında “…*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.*” şeklinde beyanlara yer verildiği tespit edilmiştir.

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

İnceleme konusu reklamlarda yer alan beyanların, birer sağlık beyanı olduğu, bu tür beyanlarla söz konusu 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 sanki ilaç veya beşeri tıbbi ürün gibi tanıtıldığı, yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre takviye edici gıdalar için bu tür sağlık beyanlarının kullanılmasının kesinlikle yasak olduğu, bir ürüne ilişkin olarak her hangi bir sağlık beyanında bulunabilmesi için ilgili idari otoriteden izin alınması gerektiği, kullanılan bu beyanlar için ilgili otoriteden izin alınmadığından söz konusu beyanların doğruluğunun bilimsel olarak ispat edilmiş 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, 7/2, 7/3 ve 7/4 maddeleri,

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

- 1262 sayılı İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanunu’nun 18/2, 18/3 ve 19/1 inci 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, 26/1 ve 27/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Hedef Tv Radyo Anonim Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddesi uyarınca **22.861,00-TL (Yirmiikibinsekizyüzaltmışbir Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**93)**

**Dosya No: 2022/85**

**Getir Perakende Lojistik A.Ş.** unvanlı firmaya ait “Getir 81 İlde” temalı reklam ve tanıtımlar hakkında yapılan görüşmeler neticesinde, konu ile ilgili olarak ilave incelemeler yürütülmesinin ardından dosyanın yeniden gündeme alınmasına ve dolayısıyla 2022/85numaralı dosyanın görüşülmesinin **ertelenmesine** karar verilmiştir.

**94)**

**Dosya No: 2021/4414**

**Şikayet Edilen: GlaxoSmithKline İlaçları Sanayi ve Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Centrum Advance” isimli gıda takviyesi ürüne yönelik “Centrum Türkiye” isimli Youtube, Instagram ve Facebook isimli sosyal medya hesaplarında yer alan reklam ve tanıtımlar ile "Centrum Kids" isimli gıda takviyesi ürününe ilişkin instagram ve facebook isimli sosyal medya hesaplarında yer alan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 22.09.2021, 22.10.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan inceleme sonucunda; https://www.youtube.com/watch?v=kwjssAIYX9w adlı URL uzantısının 22.09.2021 tarihli görünümünde “Centrum Advance” isimli takviye edici gıda mahiyetindeki ürüne ilişkin olarak; “*Can Bey, tam bir spor aşığı, sağlıklı beslenmek onun göbek adı, günde 8 saat uyku ise altın kuralı, ama konu bağışıklıksa onun bile desteğe ihtiyacı olabilir. Bu yüzden 13 vitamin ve 11 mineral içeren centrum multivitamin, bağışıklığınıza multi destek sağlamak için var. Sizde milyonların tercihi centrum multivitamin kullanın, bağışıklığınıza multi destek sağlayın.”* ifadelerine,

https://www.youtube.com/watch?v=kxbgRb\_mA6g ve

https://www.youtube.com/watch?v=SiESbPJcuBk adlı URL uzantılarının 22.09.2021 tarihli görünümünde; “*Her gün spor yapsan da sağlıklı beslensen de 8 saat uyusan da bağışıklığın desteğe ihtiyaç duyabilir. Sen de milyonların tercihi centrum multivitamin ile tanış bağışıklığına multidestek sağla.”* ifadelerine,

https://www.youtube.com/watch?v=1U8q6mEY-80 adlı URL uzantısının 22.09.2021 tarihli görünümünde; "*Aslı Hanım sporda bir dünya markası, sağlıklı beslenmenin 1 numarası, günde 8 saat uykuysa olmazsa olmazı, ama konu bağışıklıksa onun bile desteğe ihtiyacı olabilir. Bu yüzden 13 vitamin ve 11 mineral içeren centrum multivitamin, bağışıklığınıza multi destek sağlamak için var. Sizde milyonların tercihi centrum multivitamin kullanın, bağışıklığınıza multi destek sağlayın.”* ifadelerine yer verildiği,

*“Bu yüzden 13 vitamin ve 11 mineral içeren centrum multivitamin, bağışıklığınıza multi destek sağlamak için var* " şeklindeki sesli ifadeler sırasında oyuncunun etrafında rengarenk bir kalkan oluştuğu ve ayrıca anılan reklam ve tanıtımlarda ürününün "sadece eczanelerde" ifadesi ile tanıtıldığı,

“Centrum Türkiye" isimli https://www.instagram.com/centrumturkiye/ adresli ve https://www.facebook.com/centrumturkiye/ adresli sosyal medya hesaplarının 22.10.2021 tarihli görünümünde yer alan paylaşımlarda; "*Konu bağışıklıksa senin de desteğe ihtiyacın olabilir, Centrum ile bağışıklığına mıılti destek sağla. “Günde 1 tablet Centrum ile bağışıklığınıza multi destek sağlayın.”,“Milyonların tercihi Centrum ile bağışıklığınıza multi destek sağlayın*” ifadelerinin yer aldığı,

"Centrum Türkiye" isimli https://www.instagram.com/centrumturkiye/ adresli ve https://www.facebook.com/centrumturkiye/ adresli sosyal medya hesaplarının 22.10.2021 tarihli görünümünde yer alan paylaşımlarda "Centrum Kids" isimli gıda takviyesi ürününe ilişkin olarak okul ortamında maske takan çocukların bulunduğu görsellerle birlikte; “*Yüz yüze eğitim başladı! Bu süreçte bağışıklıklarının güçlü olması önemli. Centrum Kids ile çocuğunuzun bağışıklığına multi destek sağlayın.“,“Yüz yüze eğitim başlamışken çocuğunuzun bağışıklığına destek olun! Siz de Centrum Kids’i deneyin!”* ifadelerinin yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, https://www.youtube.com/watch?v=kwjssAIYX9w adlı URL uzantısının 22.09.2021 tarihli görünümünde “Centrum Advance” isimli takviye edici gıda mahiyetindeki ürüne ilişkin; “*Can Bey, tam bir spor aşığı, sağlıklı beslenmek onun göbek adı, günde 8 saat uyku ise altın kuralı, ama konu bağışıklıksa onun bile desteğe ihtiyacı olabilir. Bu yüzden 13 vitamin ve 11 mineral içeren centrum multivitamin, bağışıklığınıza multi destek sağlamak için var. Sizde milyonların tercihi centrum multivitamin kullanın, bağışıklığınıza multi destek sağlayın.”* ifadelerinin,

https://www.youtube.com/watch?v=kxbgRb\_mA6g ve

https://www.youtube.com/watch?v=SiESbPJcuBk adlı URL uzantılarının 22.09.2021 tarihli görünümünde; “*Her gün spor yapsan da sağlıklı beslensen de 8 saat uyusan da bağışıklığın desteğe ihtiyaç duyabilir. Sen de milyonların tercihi centrum multivitamin ile tanış bağışıklığına multidestek sağla.”* ifadelerinin,

https://www.youtube.com/watch?v=1U8q6mEY-80 adlı URL uzantısının 22.09.2021 tarihli görünümünde; "*Aslı Hanım sporda bir dünya markası, sağlıklı beslenmenin 1 numarası, günde 8 saat uykuysa olmazsa olmazı, ama konu bağışıklıksa onun bile desteğe ihtiyacı olabilir. Bu yüzden 13 vitamin ve 11 mineral içeren centrum multivitamin, bağışıklığınıza multi destek sağlamak için var. Sizde milyonların tercihi centrum multivitamin kullanın, bağışıklığınıza multi destek sağlayın.”* ifadelerinin,

Centrum Türkiye" isimli https://www.instagram.com/centrumturkiye/ adresli ve https://www.facebook.com/centrumturkiye/ adresli sosyal medya hesaplarının 22.10.2021 tarihli görünümünde muhtelif paylaşımlarda yer alan; "*Konu bağışıklıksa senin de desteğe ihtiyacın olabilir, Centrum ile bağışıklığına mıılti destek sağla. “Günde 1 tablet Centrum ile bağışıklığınıza multi destek sağlayın.”,“Milyonların tercihi Centrum ile bağışıklığınıza multi destek sağlayın*” ifadelerinin,

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, 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, nitekim Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Kurumu ile yapılan yazışmalar neticesinde ilgili ifadelerin sağlık beyanı içerdiği kararına varıldığı ve söz konusu ürüne Kurumları tarafından sağlık beyanı izni verilmediğinin ifade edildiği,

Bahse konu reklam ve tanıtımlarda yer alan; "*Bu yüzden 13 vitamin ve 11 mineral içeren centrum multivitamin, bağışıklığınıza multi destek sağlamak için var* " şeklindeki sesli ifadeler sırasında oyuncunun etrafında rengarenk bir koruma kalkanı oluştuğu, işbu rengarenk koruma kalkanı şeklindeki görüntüyle söz konusu ürünün kullanımı ile sanki hastalıklara ve bağışıklık sistemini tehdit eden dış etmenlere karşı koruma altına giriliyormuş gibi vücudun etrafında oluşan renkli koruma kalkanı şeklindeki görüntülerin söz konusu ürünlerin bağışıklık sistemini güçlendirerek hastalıklara karşı koruduğu yönünde bir mesaj veren ve ürünleri insan sağlığı ile ilişkilendiren açık sağlık beyanları olduğu,

Diğer taraftan mezkur gıda takviyesi ürününün "sadece eczanelerde" ifadesi ile tanıtıldığı, "Sadece Eczanelerde / Yalnızca Eczanelerde" gibi beyanların, tüketici algısında tanıtımı yapılan gıda takviyesinin de münhasıran eczanelerde satışı yapılan ilaç benzeri bir ürün olduğu izlenimi uyandırdığı,

"Centrum Türkiye" isimli https://www.instagram.com/centrumturkiye/ adresli ve https://www.facebook.com/centrumturkiye/ adresli sosyal medya hesaplarının 22.10.2021 tarihli görünümünde "Centrum Kids" isimli gıda takviyesi ürününe ilişkin olarak; “Y*üz yüze eğitim başladı! Bu süreçte bağışıklıklarının güçlü olması önemli. Centrum Kids ile çocuğunuzun bağışıklığına multi destek sağlayın.“, “Yüz yüze eğitim başlamışken çocuğunuzun bağışıklığına destek olun! Siz de Centrum Kids’i deneyin!”* ifadelerine yer verildiği, ilgili reklam görselleri ile birlikte değerlendirildiğinde Milli Eğitim Bakanlığı tarafından yüz yüze eğitime geçilme karan alınan salgın sürecinde COVİD-19 virüsünden korunmaya yönelik iletişimde bulunulduğu ve anılan ürünlerin toplumsal olarak içinde bulunulan Covid-19 salgını döneminde çocukların sağlığına münhasır bir koruma sağladığı algısı yaratıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**95)**

**Dosya No: 2021/4044**

**Şikayet Edilen: Rıza ARSLAN**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.n11.com/ adresli internet sitesinde satış yapan “fityasam0606” isimli mağaza tarafından yapılan "FORMUL 1 SHAKE SEÇİMLİ SÜPERRR FİYATA" başlıklı ürün tanıtımları

**Reklam Yayın Tarihi:** 08.12.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.n11.com/ adresli internet sitesinde "fityasam0606" mağaza adıyla yapılan https://urun.n11.com/saglik-destek-urunleri/formul-1-shake-secimli-superrr-fiyata-P483535599 URL adresindeki Herbalife Öğün Yerine Geçen Besleyici Shake Karışımı" ürününe ilişkin 08.12.2021 tarihinde yapılan tanıtımlarda "Formul 1 Shake Seçimli Süper Fiyata" ifadesi ile ürünün satış fiyatının % 45 indirim oranıyla 180,00-TL yerine 99,90-TL fiyatı ile satışa sunulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, www.n11.com/ adresli internet sitesinde "fityasam0606" mağaza adıyla yapılan https://urun.n11.com/saglik-destek-urunleri/formul-1-shake-secimli-superrr-fiyata-P483535599 URL adresindeki Herbalife Öğün Yerine Geçen Besleyici Shake Karışımı" ürününe ilişkin 08.12.2021 tarihinde yapılan tanıtımlarda "Formul 1 Shake Seçimli Süper Fiyata" ifadesi ile ürünün satış fiyatının % 45 indirim oranıyla 180,00-TL yerine 99,90-TL fiyatı ile satışa sunulduğu ancak söz konusu kampanya kapsamında yapılan indirimlerin gerçeği yansıtmadığı dolayısıyla tüketiciler nezdinde olduğundan daha fazla indirim yapılıyormuş algısı uyandırılarak 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-ç, 9/1, 9/2, 9/4, 9/5, 13/1, 14/1, 14/2, 14/3, 14/4, 28, 29 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Rıza ARSLAN** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63, 77/12 ve77/13 üncü maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**96)**

**Dosya No: 2021/4879**

**Şikayet Edilen: Şok Marketler Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.instagram.com adresli internet adresinde "şok marketler" kullanıcı adıyla yapılan "Mis Laktozsuz Süt" ürünü tanıtımları

**Reklam Yayın Tarihi:** 22.11.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com adresli internet adresinde "şok marketler" kullanıcı adıyla yapılan firmaya ait sosyal medya hesabı https://www.instagram.com/p/CV-GoJJtCj7/ URL adresinin 22.11.2021 tarihli görünümünde yer alan 10-16 Kasım 2021 tarihleri arasında geçerli "Mis Laktozsuz Süt" ürün kampanyasında, ürünün fiyatının 6,50 TL, indirimli fiyatının 5,75 TL olduğu bilgisine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, www.instagram.com adresli internet adresinde "şok marketler" kullanıcı adıyla yapılan firmaya ait sosyal medya hesabı https://www.instagram.com/p/CV-GoJJtCj7/ URL adresinin 22.11.2021 tarihli görünümünde yer alan 10-16 Kasım 2021 tarihleri arasında geçerli "Mis Laktozsuz Süt" ürün kampanyasında, ürünün fiyatının 6,50 TL, indirimli fiyatının 5,75 TL olduğu bilgisine yer verildiği ancak Bakanlığa sunulan fiyat değişim tablosuna göre ürünün indirimden önceki satış fiyatının 5,90 TL olduğu, üstü çizili olarak sunulan fiyatın indirimden önceki fiyat olmadığı, bu durumun tüketicileri yanıltıcı olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Şok Marketler Ticaret A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63, 77/12 ve77/13 üncü maddeleri uyarınca **114.326,00-TL (Yüzondörtbinüçyüzyirmialtı Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesinekarar verilmiştir.

**97)**

**Dosya No: 2021/5547**

**Şikayet Edilen: Uğur Şahin Gıda Aktariye Çiçekçilik Ayakkabı Tekstil ve Tercümanlık Paz. San. Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.onlinecerezci.com/ adresli internet sitesinde yer alan "Wiltlife Zayıflama Çayı” adlı ürün tanıtımları

**Reklam Yayın Tarihi:** 08.11.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.onlinecerezci.com/ adresli internet sitesinin 08.11.2021 tarihli görünümünde yer alan "Wiltlife Zayıflama Çayı” adlı ürün tanıtımlarında "Zayıflama Çayı", "Onlinecerezci.com farkıyla sunulan bu Wiltlife detoks çayıyla siz de iştahınızı kontrol altına alarak fazla kilolarınızdan kurtulabilir, fit bir hayata merhaba diyebilirsiniz. Üstelik kilo verirken enerjinizi hiç kaybetmeyecek, gün boyu zinde hissedeceksiniz. (...) Wiltlife çayını kullandığınız süre boyunca kendinizi öncelikle enerjik ve zinde hissedeceksiniz. Bol su içmenizi sağlayacak ve ciddi şekilde kendinizi tok hissedecek, normal günlük yaşamınızda aldığınız kalorilerin çok daha altında bir seviyede kalori alımıyla zinde ve dinamik kalarak günü tamamlayacaksınız. (...) Wiltlife Teadetox İle Nasıl Kilo Verilir? (...) özellikle bölgesel fazla kilolarınızdan daha çabuk kurtulacaksınız. Wiltlife Teadetox ile kilo verirken aynı zamanda kendinize spor veya egzersiz için bir miktar zaman ayırabildiğinizde de daha mükemmel sonuçlarla karşılaşacaksınız." ve benzeri ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

- Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği’nin 5/1, 5/2, 7/1, 7/2, 8/1, 8/2, 8/3, 8/4, 9/1, 9/2, 13/1, 13/2, 13/3, 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 ve 26 ncı maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Uğur Şahin Gıda Aktariye Çiçekçilik Ayakkabı Tekstil ve Tercümanlık Paz. San. Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**98)**

**Dosya No: 2021/5555**

**Şikayet Edilen: Hasan OKAN**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.trendyol.com adresli internet sitesinde "Paradise Shopping" mağaza adıyla yapılan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 05.10.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.trendyol.com adresli internet sitesinin 05.10.2021 tarihli görünümünde "Paradise Shopping" mağaza adıyla yapılan Şahı Şifa Endam Bitkisel Form Macun 460 Gr Zayıflamaya Yardımcı Özel Karışım isimli ürün tanıtımında "Zayıflamaya Yardımcı." şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

- Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği’nin 5/1, 5/2, 7/1, 7/2, 8/1, 8/2, 8/3, 8/4, 9/1, 9/2, 13/1, 13/2, 13/3, 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, 26 ncı maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**99)**

**Dosya No: 2021/5556**

**Şikayet Edilen: Mehmet MENÜZE**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.trendyol.com adresli internet sitesinde "ENTRENDGO" mağaza adıyla yapılan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 08.11.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.trendyol.com adresli internet sitesinin 08.11.2021 tarihli görünümünde "ENTRENDGO" mağaza adıyla yapılan https://www.trendyol.com/rosemary/zayiflama-cayi-detox-tea-p-98121747 adlı URL adresinde; ROSEMARY Zayıflama Çayı Detox Tea 321123 isimli ürünün "Zayıflama." şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

- Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği’nin 5/1, 5/2, 7/1, 7/2, 8/1, 8/2, 8/3, 8/4, 9/1, 9/2, 13/1, 13/2, 13/3, 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 ve 26 ncı maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**100)**

**Dosya No: 2021/5557**

**Şikayet Edilen: Emrullah GÖSTERİŞ**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.trendyol.com adresli internet sitesinde "Embiodem gıda kozmetik" mağaza adıyla yapılan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 08.11.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.trendyol.com adresli internet sitesinin 08.11.2021 tarihli görünümünde "Embiodem gıda kozmetik" mağaza adıyla yapılan https://www.trendyol.com/embiodem/zayiflama-destekleyici-matchali-bitkisel-form-detox-cayi-30-lu-suzen-poset-cay-4-kutu-p-127490717 adlı URL adresinde; Embiodem Zayıflama Destekleyici Matchalı Bitkisel Form Detox Çayı 30’lu Süzen Poşet Çay - 4 Kutu isimli ürünün "Zayıflama Destekleyici." şeklinde; https://www.trendyol.com/embiodem/zayiflama-destekleyici-matchali-bitkisel-form-detox-cayi-30-lu-suzen-poset-cay-5-kutu-p-127491097 adlı URL adresinde; Embiodem Zayıflama Destekleyici Matchalı Bitkisel Form Detox Çayı 30’lu Süzen Poşet Çay - 5 Kutu isimli ürünün "Zayıflama Destekleyici." şeklinde ifadelerle tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

- Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği’nin 5/1, 5/2, 7/1, 7/2, 8/1, 8/2, 8/3, 8/4, 9/1, 9/2, 13/1, 13/2, 13/3, 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 ve 26 ncı maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**101)**

**Dosya No: 2021/5558**

**Şikayet Edilen: Nilhan Sultan İç ve Dış Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.sultandan.com/ adresli internet sitesinde yapılan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 09.12.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.sultandan.com/ adresli internet sitesinin 09.12.2021 tarihli görünümünde;

- Harrem Kudret Narlı Aynısefalı Macun isimli ürün tanıtımlarında "Bağışıklığı güçlendirir. Mide rahatsızlığını giderir. Kudret narı çayı gibi macunu da sağlık açısından çok şifalıdır. Dışarıdan gelen bakterilere ve hastalıklara karşı vücudu korumaya yardımcı olur. Mide rahatsızlıklarına iyi gelmesiyle bilinen kudret narı macunu mide ağrılarını gidermeye yardımcı olur. İçerdiği antioksidanlar sayesinde kansere neden olan fonksiyonları azaltmaya yardımcı olur." şeklinde,

- Harrem Acıbadem Macunu isimli ürün tanıtımlarında "Bağışıklık güçlendirici. Acıbadem macunu aynı zaman da sigaraya bağlı olarak ortaya çıkan ve akciğerlerin dolması sonucunda gelişen öksürüğü yatıştırır ve hafifletir. Diyet ve spor yapanlar içinde ideal bir besindir. Astım, bronşit ve solunum yolu rahatsızlıkların da balgam sökmede ve öksürüğün azalmasına yardımcı olur. Acıbadem macunu uzun süre tok tutması nedeniyle yemek yeme hissini ve açlığı yatıştırır bu nedenle zayıflamanıza yardımcı olur, fakat vücudun güç kaybetmesine izin vermeyecek kadar içeriği zengin vitamin ve minerallerle doludur." şeklinde,

- Harrem Çam Kozalak Macunu isimli ürün tanıtımlarında "Akciğer Detoksu. (...) şifa kaynağı çam kozalağı macunu akciğerlerin temizlenerek daha fazla oksijen depolamasına yardımcı olur. Öksürük, nefes darlığı, astım, bronşit gibi hastalıkları yatıştırmaya yardımcı olur. Sigara kullanımına bağlı olarak akciğerlerde biriken katranı temizlemeye ve rahat nefes almaya yardımcı olur. Bu sayede vücudu güçlendirerek soğuk algınlığına karşı daha dirençli hale getirdiği bilinmektedir." şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**102)**

**Dosya No: 2021/5559**

**Şikayet Edilen: Harrem Gıda Kozmetik A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.trendyol.com adresli e-ticaret sitesinde "Harrem" mağaza adıyla yapılan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 09.12.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.trendyol.com adresli e-ticaret sitesinde "Harrem" mağaza adıyla yapılan tanıtımların 09.12.2021 tarihli görünümünde;

Harrem Çam Kozalak Macunu Nefes Açıcı ve Akciğer Temizleyici isimli ürün ile ilgili olarak "Nefes Açıcı ve Akciğer Temizleyici (...) şifa kaynağı çam kozalağı macunu akciğerlerin temizlenerek daha fazla oksijen depolamasına yardımcı olur. Öksürük, nefes darlığı, koah, astım, bronşit gibi hastalıkları yatıştırmaya yardımcı olur. Bağışıklığı artırarak hastalık ve enfeksiyonların önüne geçer. Sigara kullanımına bağlı olarak akciğerlerde biriken katranı temizler. Çam kozalağında bulunan yağlar yani fitonitler anti-Inflamatuar özelliklere sahiptir. Bu sayede vücudu enfeksiyonlara ve soğuk algınlığına karşı daha dirençli hale getirmektedir. Bağışıklık sistemini güçlendirir. (...)  şifa kaynağı çam kozalağı macunu enerji verir, üzerinizdeki yorgunluk ve halsizliği giderir. Çam kozalağı içerisinde büyük ölçüde C vitamini bulunur. Bağışıklık için destekleyici niteliktedir. Akciğerlerin temizlenerek daha fazla oksijen depolamasına yardımcı olur. Öksürük, nefes darlığı, koah, astım, bronşit gibi hastalıkları yatıştırmaya yardımcı olur." şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

- Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği’nin 5/1, 5/2, 7/1, 7/2, 8/1, 8/2, 8/3, 8/4, 9/1, 9/2, 13/1, 13/2, 13/3, 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 ve 26 ncı maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**103)**

**Dosya No: 2021/5560**

**Şikayet Edilen: Hasan KÜÇÜKKAYA**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.trendyol.com adresli internet sitesinde "Tanexa" mağaza adıyla yapılan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 09.12.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.trendyol.com adresli e-ticaret sitesinde "Tanexa" mağaza adıyla yapılan tanıtımların 09.12.2021 tarihli görünümünde; Harrem Çam Kozalak Macunu Nefes Açıcı ve Akciğer Temizleyici isimli ürün ile ilgili olarak "Nefes Açıcı ve Akciğer Temizleyici (...) şifa kaynağı çam kozalağı macunu akciğerlerin temizlenerek daha fazla oksijen depolamasına yardımcı olur. Öksürük, nefes darlığı, koah, astım, bronşit gibi hastalıkları yatıştırmaya yardımcı olur. Bağışıklığı artırarak hastalık ve enfeksiyonların önüne geçer. Sigara kullanımına bağlı olarak akciğerlerde biriken katranı temizler. Çam kozalağında bulunan yağlar yani fitonitler anti-Inflamatuar özelliklere sahiptir. Bu sayede vücudu enfeksiyonlara ve soğuk algınlığına karşı daha dirençli hale getirmektedir. Bağışıklık sistemini güçlendirir. (...) şifa kaynağı çam kozalağı macunu enerji verir, üzerinizdeki yorgunluk ve halsizliği giderir. Çam kozalağı içerisinde büyük  ölçüde C vitamini bulunur. Bağışıklık için destekleyici niteliktedir. Akciğerlerin temizlenerek daha fazla oksijen depolamasına yardımcı olur. Öksürük, nefes darlığı, koah, astım, bronşit gibi hastalıkları yatıştırmaya yardımcı olur." şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**104)**

**Dosya No: 2021/4991**

**Şikayet Edilen: Eczacıbaşı İlaç Pazarlama A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Instagram isimli sosyal paylaşım sitesinde firmaya ait “dynavit” isimli kullanıcı hesabının 26.10.2021 tarihli görünümünde yer alan “Dynavit” markalı muhtelif gıda takviyesi ürünlerine ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 26.10.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan inceleme sonucunda, firmaya ait “dynavit” isimli kullanıcı hesabında yer alan “Dynavit” markalı muhtelif gıda takviyesi ürünlerine ilişkin tanıtımlarda; *“Dynavit bağışıklığın için aradığın aradığın destek”*, *“Dynavit aradığın destek”, “Bağışıklık için güçlü birliktelik”* şeklinde ifadelere ve *“#AradığınDestek #Dynavit”, “#Güçlübirliktelik“#AradığınDestek”* etiketlerine yer verildiği,

Ayrıca söz konusu tanıtımlarda; *“İhtiyacınız ne olursa olsun sağlığınız için gereken özeni gösteremediğiniz zamanlarda bile aradığınız destek Dynavit ürün ailesi her zaman yanınızda!”* ve *“Okullar açılıyor, gözünüz arkada kalmasın, Çocuklarınız için aradığınız destek. #AradığınızDestek! Dynavit Balık Yağı çocuklarınızın normal beyin gelişimine, Dynavit Vitamin D3 400 IU ile de çocuklarınızın kemiklerinin normal büyümesi ve gelişmesine katkıda bulunun!”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firmaya ait “dynavit” isimli kullanıcı hesabının 26.10.2021 tarihli görünümünde yer alan “Dynavit” markalı muhtelif gıda takviyesi ürünlerine ilişkin tanıtımlarda; *“Dynavit bağışıklığın için aradığın aradığın destek”, “Bağışıklık için güçlü birliktelik”* ve “*İhtiyacınız ne olursa olsun sağlığınız için gereken özeni gösteremediğiniz zamanlarda bile aradığınız destek Dynavit ürün ailesi her zaman yanınızda!”* ifadelerine yer verildiği, ancak söz konusu ifadelerinin tanıtımı yapılan ürünü sağlıkla ilişkilendiren sağlık beyanları olduğu, halihazırda geçerli olan mevzuat hükümlerine göre, çeşitli vitaminler, mineraller ve probiyotikler gibi insanın bağışıklık sistemine etkisi - katkısı olabilecek ürünlerin tanıtımlarında kullanılabilecek sağlık beyanları, “Bağışıklık sisteminin normal fonksiyonuna katkıda bulunur.” veya “Bağışıklık sistemini desteklemeye yardımcı olur.” şeklinde sınırlandırılmış olmasına rağmen, bu tür beyanlarla sadece bir takviye edici gıda olan söz konusu ürünlerin bağışıklık sistemini güçlendireceği izlenimi oluşturularak mevzuatta izin verilen sınırların dışına çıkıldığı, böylelikle söz konusu ürünün sanki bir ilaç veya beşeri tıbbi ürün gibi tanıtıldığı, yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre takviye edici gıdalar için bu tür sağlık beyanlarının kullanılmasının kesinlikle yasak olduğu, bir ürüne ilişkin olarak her hangi bir sağlık beyanında bulunabilmesi için ilgili idari otoriteden (Sağlık Bakanlığı Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Kurumu) izin alınması gerektiği, kullanılan bu beyanlar için ilgili otoriteden izin alınmadığından söz konusu beyanların doğruluğunun bilimsel olarak ispat edilmiş sayılamayacağı, dolayısıyla doğruluğu bilimsel olarak ispat edilmemiş bu beyanlarla tüketicilerin aldatılıp yanıltıldığı,

Öte 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, ancak “Dynavit Balık Yağı” ve “Dynavit Vitamin D3 400 IU” isimli gıda takviyelerine ilişkin tanıtımlarda kullanılan *“Dynavit Balık Yağı çocuklarınızın normal beyin gelişimine, Dynavit Vitamin D3 400 IU ile de çocuklarınızın kemiklerinin normal büyümesi ve gelişmesine katkıda bulunun!”* ifadelerinin doğrudan söz konusu ürünlere atıf yapacak ve beyanda belirtilen etkinin ürünlerin kendisi tarafından sağlandığını öne sürecek şekilde kullanıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

- 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, 7/1, 7/2, 8/1, 8/2, 8/3, 8/4, 9/1, 9/2, 13/1, 13/2, 17/1 ve 17/3 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, 26 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Eczacıbaşı İlaç Pazarlama 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.

**105)**

**Dosya No: 2021/5548**

**Şikayet Edilen: Carrefoursa Carrefour Sabancı Ticaret Merkezi Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.carrefoursa.com adresli internet sitesinde Kumbasar Kahverengi Yumurta isimli gıda ürününe ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan inceleme sonucunda, www.carrefoursa.com adresli internet sitesinde Kumbasar Kahverengi Yumurta isimli gıda ürününe ilişkin tanıtımlarda; *“Kumbasar Köy Yumurtası Tadında doğal ürünleri seven ve organik tüketime önem veren kişilerin baş tacı besinleri arasında yer alır… ”* ve *“Köy Yumurtası Tadında Doğal Lezzet”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda,www.carrefoursa.com adresli internet sitesinde Kumbasar Kahverengi Yumurta isimli gıda ürününe ilişkin tanıtımlarda; “Kumbasar Köy Yumurtası Tadında doğal ürünleri seven ve organik tüketime önem veren kişilerin baş tacı besinleri arasında yer alır…” ve “Köy Yumurtası Tadında Doğal Lezzet” ifadelerine yer verilerek söz konusu gıda ürününün organik ürün olduğu izleniminin oluşturulduğu, ancak tanıtımlara konu yumurtanın organik sınıfında olmadığı ve köy yumurtası tadında olduğuna dair üretici firmanın ambalaj üzerinde bir beyanının yer almadığı, bu durumun tüketicileri aldatıcı-yanıltıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Carrefoursa Carrefour Sabancı Ticaret Merkezi Anonim Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**106)**

**Dosya No: 2021/5549**

**Şikayet Edilen: Des Gıda ve Bitkisel Ürünler Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Trendyol isimli internet sitesinde satışı yapılan “Desvital Jr Drops” isimli takviye edici gıda ürününe ilişkin 18.10.2021 ve 21.11.2021 tarihli tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 18.10.2021, 21.11.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan inceleme sonucunda, Trendyol isimli alışveriş sitesinde satışı yapıldığı tespit edilen “Desvital Jr Drops” isimli takviye edici gıda ürününe ilişkin olarak, 18.10.2021 tarihli tanıtımlarda; *“Desvital Dikkat Eksikliği Giderilmesine Yardımcı Takviye Edici Gıda”* ifadelerine ve 21.11.2021 tarihli tanıtımlarda “Satıcı Soruları” bölümünde; *“Jr Drops dikkat eksikliği ve odaklanmayı destekleyen akıllı damla”* ifadelerine ve benzeri ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda;Trendyol isimli alışveriş sitesinde satışı yapıldığı tespit edilen “Desvital Jr Drops” isimli takviye edici gıda ürününe ilişkin olarak, 18.10.2021 tarihli tanıtımlarda yer verilen; *“Desvital Dikkat Eksikliği Giderilmesine Yardımcı Takviye Edici Gıda”* ifadeleri ve 21.11.2021 tarihli tanıtımlarda “Satıcı Soruları” bölümünde yer verilen; *“Jr Drops dikkat eksikliği ve odaklanmayı destekleyen akıllı damla”* ve benzeri ifadelerin tanıtımı yapılan ürünü sağlıkla ilişkilendiren sağlık beyanları olduğu, böylelikle söz konusu ürünün sanki bir ilaç veya beşeri tıbbi ürün gibi tanıtıldığı, yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre takviye edici gıdalar için bu tür sağlık beyanlarının kullanılmasının kesinlikle yasak olduğu, bir ürüne ilişkin olarak her hangi bir sağlık beyanında bulunabilmesi için ilgili idari otoriteden (Sağlık Bakanlığı Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Kurumu) izin alınması gerektiği, kullanılan bu beyanlar için ilgili otoriteden izin alınmadığından söz konusu beyanların doğruluğunun bilimsel olarak ispat edilmiş sayılamayacağı, dolayısıyla doğruluğu bilimsel olarak ispat edilmemiş bu beyanlarla tüketicilerin aldatılıp yanıltıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**107)**

**Dosya No: 2021/5550**

**Şikayet Edilen: Annebar Gıda Tekstil Lojistik Pazarlama ve Ticaret Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** Trendyol isimli internet sitesinde satışı yapılan “G-besin” isimli takviye edici gıda ürününe ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 18.10.2021, 21.11.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan inceleme sonucunda, Trendyol isimli alışveriş sitesinde satışı yapıldığı tespit edilen “G-besin” isimli takviye edici gıda ürününe ilişkin olarak, 18.10.2021 tarihli tanıtımlarda; *“G-besin Doğurganlık Destekleyici Fonksiyonel Besin”* ifadelerine ve 21.11.2021 tarihli tanıtımlarda; “Ürün Değerlendirmeleri” bölümünde; *“Gebelik müjdemi yazmaya geldim:))) G-besinin de etkisi olduğunu düşünüyorum. Ben çok öneririm. Harika bir ürün. Çok teşekkürler sizlere. 23 Eylül 2020”, “Tadı çok güzel severek kullanıyorum ben hamile kalabilmek için aldım inşallah güzel haberlerimi buradan yazarım şifa Allahtan. 5 Mart 2021”, “Ürün kısa sürede elime ulaştı. tadı bahsedildiği gibi kötü değil zaten iki lokmada yenebilecek büyüklükte. ben gebelik için faydası olacağını düşünüyorum. inşallah güzel haberi alırsam buraya da yazarım 4 Mart 2021”, “Ben G-besinle hamile kaldım hala iyi beslenmek için tüketmeye devam ediyorum:) Tadına da bayılıyorum. Herkese öneririm. Çok seviyorum çok:) 6 Nisan 2021”* şeklinde ve benzer yorumlara, “Satıcı Soru ve Cevapları” bölümünde; *“Yumurta kalitesini ve yumurtlamayı güçlü bir şekilde destekler. Rezerv ve yumurta kalitesi düşüklüğünde 90 gün tüketim öneriyoruz. Gebeliğin ilk 3 ayında da tüketime devam edilebilir.”, “G-besin Türkiye’nin ilk ve tek doğurganlık destekleyici fonksiyonel besinidir. Takviye/macun/ilaç değil %100 gıda ürünüdür. Sağlıklı bir şekilde gebe kalarak sağlıklı bir bebeğin ebeveyni olmak isteyen herkese gebelik öncesi ve gebeliğin ilk 3 ayı için önerilir. Harvard Üreme Diyeti’nin pratik besin blokları halinde sunumudur.”, “G-besin yumurtalık tembelliği (polikistik over) beslenmesi için ideal bir çözümdür. En az 1 ay düzenli tüketmenizi öneririz.”, “Polikistik over sendromu bir hormon problemidir. Hormon dengesi beslenme ve hayat tarzı değişiklikleriyle güçlü bir şekilde yönetilebilir. G-besin hormon dengesi ve polikistik over için ideal bir besindir. Polikistik over sendromuna sahip olanlar da tıpkı gebe kalmak isteyenler gibi proteini bitkisel kaynaklı besinlerden almalı, tarçınla kan şekerini dengelemeli, Omega 3 açısından zengin beslenmeli, iyi karbonhidrat dediğimiz yavaş sindirilen karbonhidratlar tüketmeli ve lif açısından zengin beslenmelidir. G-besin tam 19 içeriğiyle tüm bunları Bakanlığı'n kaynak göstermek için zorunlu tuttuğu değerler ve üzerinde karşılar. Düzenli olarak tüketmesini öneririz. İlk aşamada 90 gün olabildiğince düzenli tüketip (mutlaka 90 gün anlamında değil ancak ne kadar düzenli olursa o kadar iyi) sonra ayda 1-2 kutu olarak devam edilebilir.”* şeklinde ve benzer ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda;Trendyol isimli alışveriş sitesinde satışı yapıldığı tespit edilen “G-besin” isimli takviye edici gıda ürününe ilişkin olarak, 18.10.2021 tarihli tanıtımlarda; *“G-besin Doğurganlık Destekleyici Fonksiyonel Besin”* ifadelerine ve 21.11.2021 tarihli tanıtımlarda; “Ürün Değerlendirmeleri” bölümünde; *“Gebelik müjdemi yazmaya geldim:))) G-besinin de etkisi olduğunu düşünüyorum. Ben çok öneririm. Harika bir ürün. Çok teşekkürler sizlere. 23 Eylül 2020”, “Tadı çok güzel severek kullanıyorum ben hamile kalabilmek için aldım inşallah güzel haberlerimi buradan yazarım şifa Allahtan. 5 Mart 2021”, “Ürün kısa sürede elime ulaştı. tadı bahsedildiği gibi kötü değil zaten iki lokmada yenebilecek büyüklükte. ben gebelik için faydası olacağını düşünüyorum. inşallah güzel haberi alırsam buraya da yazarım 4 Mart 2021”, “Ben G-besinle hamile kaldım hala iyi beslenmek için tüketmeye devam ediyorum:) Tadına da bayılıyorum. Herkese öneririm. Çok seviyorum çok:) 6 Nisan 2021”* şeklinde ve benzer yorumlara, “Satıcı Soru ve Cevapları” bölümünde; *“Yumurta kalitesini ve yumurtlamayı güçlü bir şekilde destekler. Rezerv ve yumurta kalitesi düşüklüğünde 90 gün tüketim öneriyoruz. Gebeliğin ilk 3 ayında da tüketime devam edilebilir.”, “G-besin Türkiye’nin ilk ve tek doğurganlık destekleyici fonksiyonel besinidir. Takviye/macun/ilaç değil %100 gıda ürünüdür. Sağlıklı bir şekilde gebe kalarak sağlıklı bir bebeğin ebeveyni olmak isteyen herkese gebelik öncesi ve gebeliğin ilk 3 ayı için önerilir. Harvard Üreme Diyeti’nin pratik besin blokları halinde sunumudur.”, “G-besin yumurtalık tembelliği (polikistik over) beslenmesi için ideal bir çözümdür. En az 1 ay düzenli tüketmenizi öneririz.”, “Polikistik over sendromu bir hormon problemidir. Hormon dengesi beslenme ve hayat tarzı değişiklikleriyle güçlü bir şekilde yönetilebilir. G-besin hormon dengesi ve polikistik over için ideal bir besindir. Polikistik over sendromuna sahip olanlar da tıpkı gebe kalmak isteyenler gibi proteini bitkisel kaynaklı besinlerden almalı, tarçınla kan şekerini dengelemeli, Omega 3 açısından zengin beslenmeli, iyi karbonhidrat dediğimiz yavaş sindirilen karbonhidratlar tüketmeli ve lif açısından zengin beslenmelidir. G-besin tam 19 içeriğiyle tüm bunları Bakanlığı'n kaynak göstermek için zorunlu tuttuğu değerler ve üzerinde karşılar. Düzenli olarak tüketmesini öneririz. İlk aşamada 90 gün olabildiğince düzenli tüketip (mutlaka 90 gün anlamında değil ancak ne kadar düzenli olursa o kadar iyi) sonra ayda 1-2 kutu olarak devam edilebilir.”* şeklinde ve benzer ifadelere yer verildiği, diğer taraftan, tanımlara konu ürün isminde yer verilen “G-besin” ifadesinin de ürünün doğurganlığı veya gebe kalmayı sağlayacağı izlenimi oluşturduğu, söz konusu ifadelerin tanıtımı yapılan ürünü sağlıkla ilişkilendiren sağlık beyanları olduğu, böylelikle söz konusu ürünün sanki bir ilaç veya beşeri tıbbi ürün gibi tanıtıldığı, yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre takviye edici gıdalar için bu tür sağlık beyanlarının kullanılmasının kesinlikle yasak olduğu, bir ürüne ilişkin olarak her hangi bir sağlık beyanında bulunabilmesi için ilgili idari otoriteden (Sağlık Bakanlığı Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Kurumu) izin alınması gerektiği, kullanılan bu beyanlar için ilgili otoriteden izin alınmadığından söz konusu beyanların doğruluğunun bilimsel olarak ispat edilmiş sayılamayacağı, dolayısıyla doğruluğu bilimsel olarak ispat edilmemiş bu beyanlarla tüketicilerin aldatılıp yanıltıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Annebar Gıda Tekstil Lojistik Pazarlama 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.

**108)**

**Dosya No: 2021/5551**

**Şikayet Edilen: SNS Gıda Kozmetik Ticaret ve Sanayi Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** Trendyol isimli internet sitesinde satışı yapılan “Nivalis Awe Cemre Valerian Macun” isimli takviye edici gıda ürününe ilişkin 18.10.2021 tarihli tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 18.10.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan inceleme sonucunda, Trendyol isimli internet sitesinde satışı yapılan “Nivalis Awe Cemre Valerian Macun” isimli takviye edici gıda ürününe ilişkin 18.10.2021 tarihli tanıtımlarda; *“Nivalis Awe Cemre Valerian Macun, Uykuyu Kolaylaştırmaya Ve Gerginlik Için Yardımcı” ve “Gerginliğinizi ve stresinizi azaltmaya yardımcı olabilir.”* ifadelerine ve benzeri ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda;Trendyol isimli internet sitesinde satışı yapılan “Nivalis Awe Cemre Valerian Macun” isimli takviye edici gıda ürününe ilişkin 18.10.2021 tarihli tanıtımlarda yer verilen; *“Nivalis Awe Cemre Valerian Macun, Uykuyu Kolaylaştırmaya Ve Gerginlik Için Yardımcı” ve “Gerginliğinizi ve stresinizi azaltmaya yardımcı olabilir.”* ve benzeri ifadelerin tanıtımı yapılan ürünü sağlıkla ilişkilendiren sağlık beyanları olduğu, böylelikle söz konusu ürünün sanki bir ilaç veya beşeri tıbbi ürün gibi tanıtıldığı, yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre takviye edici gıdalar için bu tür sağlık beyanlarının kullanılmasının kesinlikle yasak olduğu, bir ürüne ilişkin olarak her hangi bir sağlık beyanında bulunabilmesi için ilgili idari otoriteden (Sağlık Bakanlığı Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Kurumu) izin alınması gerektiği, kullanılan bu beyanlar için ilgili otoriteden izin alınmadığından söz konusu beyanların doğruluğunun bilimsel olarak ispat edilmiş sayılamayacağı, dolayısıyla doğruluğu bilimsel olarak ispat edilmemiş bu beyanlarla tüketicilerin aldatılıp yanıltıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**109)**

**Dosya No: 2021/5552**

**Şikayet Edilen: Menşure TANRIÖVEN**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.etioks.com.tr adresli internet sitesinde yer alan “Akıllı Detoks” ve “Drextract” isimli gıda ürünlerine ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 12.11.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan inceleme sonucunda, www.etioks.com.tr adresli internet sitesinin 12.11.2021 tarihli görünümünde; *“Akıllı Detoks”* ve *“Drextract”* isimli gıda ürünlerine ilişkin tanıtımlarda; *“Kilo Vermeye Yardımcı”* ifadeleri ile “Pancarın Büyük Gücü” başlığı ile beraber *“Bağışıklığı güçlendirir, bilişsel fonksiyonları iyileştirir, kan basıncını dengeler, kalbi korur, kanserle savaşır, sindirim sistemini düzenler.”* ifadelerine ve internet sitesinde tanıtımı yapılan beslenme diyeti içeriklerinin kısa zamanda hızlı kilo vermeyi sağladığı yönündeki benzer ifadeler ile kullanıcı yorumlarına yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda;www.etioks.com.tr adresli internet sitesinin 12.11.2021 tarihli görünümünde yer alan *“Akıllı Detoks”* ve *“Drextract”* isimli gıda ürünlerine ilişkin tanıtımlarda yer verilen; *“Kilo Vermeye Yardımcı”* ifadeleri ile “Pancarın Büyük Gücü” başlığı ile beraber yer verilen *“Bağışıklığı güçlendirir, bilişsel fonksiyonları iyileştirir, kan basıncını dengeler, kalbi korur, kanserle savaşır, sindirim sistemini düzenler.”* ifadelerinin ve internet sitesinde tanıtımı yapılan beslenme diyeti içeriklerinin kısa zamanda hızlı kilo vermeyi sağladığı yönündeki benzer ifadeler ile kullanıcı yorumlarının tanıtımı yapılan ürünü sağlıkla ilişkilendiren sağlık beyanları olduğu, böylelikle söz konusu ürünün sanki bir ilaç veya beşeri tıbbi ürün gibi tanıtıldığı, yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre takviye edici gıdalar için bu tür sağlık beyanlarının kullanılmasının kesinlikle yasak olduğu, bir ürüne ilişkin olarak her hangi bir sağlık beyanında bulunabilmesi için ilgili idari otoriteden (Sağlık Bakanlığı Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Kurumu) izin alınması gerektiği, kullanılan bu beyanlar için ilgili otoriteden izin alınmadığından söz konusu beyanların doğruluğunun bilimsel olarak ispat edilmiş sayılamayacağı, dolayısıyla doğruluğu bilimsel olarak ispat edilmemiş bu beyanlarla tüketicilerin aldatılıp yanıltıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**110)**

**Dosya No: 2021/3917**

**Şikayet Edilen: Nondo İlaç Kozmetik Sanayi ve Ticaret A. Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Nondo Vitamins” markalı takviye edici gıdalara ilişkin olarak

https://www.facebook.com/107472160887786/posts/108798330755169/, https://www.facebook.com/Nondo-Vitamin-107472160887786/ ve

http://nondo.com.tr/ adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 17.08.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.facebook.com/107472160887786/posts/108798330755169/ URL adresli facebook sayfasının 17.08.2021 tarihli görünümünde yer alan tanıtım videosunda; *"Arkadaşlar, Coronavirüsünden korunmak için hepimiz bağışıklık sistemimizi güçlü tutmak adına birsürü şey deniyoruz. Ben de Nondo'nun beta glukagonunu kullanmaya başladım. Bunun içerisinde çörek otu var, zencefil var, sardunya var, siyah arpa var. Hepsi özel formüle edilmiş bir vitamin. Bunu tüm eczanelerden satın alabilirsiniz. Ben şimdi adresini de etiketliyorum. Buradan da bakabilirsiniz. Merak ettiğiniz her şeyi de öğrenebilirsiniz. Sizler de deneyin, bağışıklığınız güçlensin, bir an önce de bu virüsten kurtulalım"* şeklinde, yine aynı şekilde https://www.facebook.com/Nondo-Vitamin-107472160887786/ URL adresinde de aynı ürünlere ilişkin benzer tanıtımlara yer verilerek söz konusu ürünlerin bağışıklık sistemini güçlendirdiği yönünde iddialara yer verildiği,

Ayrıca, adı geçen firmaya ait http://nondo.com.tr/ adresli internet sitesinin ana sayfasında; *"Bizi tercih ettiğiniz için teşekkürler Türkiye"* başlığı ile birlikte Buse Tektaş, Seda Sayan, Seda Akgül ve Nergis Kumbasar gibi ünlülerin resimlerine yer verildiği, diğer taraftan aynı internet sitesinde "Ürünlerimiz" başlığı altında söz konusu ürünlerin, *"Erkek Sağlığı", "Kadın Sağlığı", "Kalp Damar Sağlığı", "Uyku & Sinir Sistemi Sağlığı", "Bağışıklık Sistemi Sağlığı", "Saç Cilt Tırnak Sağlığı"* gruplandırıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, adı geçen firmaya ait http://nondo.com.tr/ adresli resmi internet sitesinde yer alan çeşitli ünlülere ait görseller de dikkate alındığında, bahsi geçen facebook hesabının 17.08.2021 tarihli görünümünde yer alan ve Buse Tektaş adlı ünlünün yer aldığı tanıtım videosunun ancak tanıtımı yapılan ürünün sahibi olan Nondo İlaç Kozmetik Sanayi ve Ticaret A. Ş.’nin bilgisi ve onayı dahilinde gerçekleştirilebileceği, dolayısıyla adı geçen firmanın söz konusu tanıtım videosuyla ilgili olarak reklam veren konumunda olduğu, söz konusu videoda yer alan ve yukarıda belirtilen beyanların birer sağlık beyanı olduğu, bu tür beyanlarla takviye edici bir gıda niteliğinde olan söz konusu ürünün, Covid-19 gibi virüs kaynaklı hastalıklara karşı iyi geldiği veya bu hastalıkların bu ürünle tedavi edildiği veya tedavisine yardımcı olduğu mesajının verildiği, böylece söz konusu ürünlerin sanki bir ilaç veya bir beşeri tıbbi ürün gibi tanıtıldığı, yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre takviye edici gıdalar için bu tür sağlık beyanlarının kullanılmasının kesinlikle yasak olduğu, bir ürüne ilişkin olarak her hangi bir sağlık beyanında bulunabilmesi için ilgili idari otoriteden (Sağlık Bakanlığı Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Kurumu) izin alınması gerektiği, kullanılan bu beyanlar için ilgili otoriteden izin alınmadığından söz konusu beyanların doğruluğunun bilimsel olarak ispat edilmiş sayılamayacağı, dolayısıyla doğruluğu bilimsel olarak ispat edilmemiş bu beyanlarla tüketicilerin aldatılıp yanıltıldığı,

Diğer taraftan, http://nondo.com.tr/ adresli internet sitesinin ana sayfasında; "Bizi tercih ettiğiniz için teşekkürler Türkiye" başlığı ile birlikte Buse Tektaş, Seda Sayan, Seda Akgül ve Nergis Kumbasar gibi ünlülerin resimlerine yer verilerek, görsellerine yer verilen ünlülerin bu 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 değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Türk Gıda Kodeksi Gıda Etiketleme ve Tüketicileri Bilgilendirme Yönetmeliği’nin 7/1-a, 7/1-b, 7/1-c, 7/1-ç, 7/2 ve 7/4 maddeleri,

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

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

- 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 ve 26 ncı maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**111)**

**Dosya No:** **2022/54**

**Şikayet Edilen:** **Buse TEKTAŞ**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Nondo Vitamins” markalı takviye edici gıdalara ilişkin olarak,

https://www.facebook.com/107472160887786/posts/108798330755169/ ve https://www.facebook.com/Nondo-Vitamin-107472160887786/ adreslerinde yer alan tanıtım videosu

**Reklam Yayın Tarihi:** 17.08.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.facebook.com/107472160887786/posts/108798330755169/ URL adresli facebook sayfasının 17.08.2021 tarihli görünümünde yer alan ve Buse Tektaş adlı ünlünün oynadığı tanıtım videosunda; "*Arkadaşlar, Coronavirüsünden korunmak için hepimiz bağışıklık sistemimizi güçlü tutmak adına birsürü şey deniyoruz. Ben de Nondo'nun beta glukagonunu kullanmaya başladım. Bunun içerisinde çörek otu var, zencefil var, sardunya var, siyah arpa var. Hepsi özel formüle edilmiş bir vitamin. Bunu tüm eczanelerden satın alabilirsiniz. Ben şimdi adresini de etiketliyorum. Buradan da bakabilirsiniz. Merak ettiğiniz her şeyi de öğrenebilirsiniz. Sizler de deneyin, bağışıklığınız güçlensin, bir an önce de bu virüsten kurtulalım"* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, bahsi geçen sosyal medya hesabının 17.08.2021 tarihli görünümünde paylaşılan ve Buse Tektaş adlı ünlünün yer aldığı tanıtım videosunda yer alan ve yukarıda belirtilen beyanların birer sağlık beyanı olduğu, bu tür beyanlarla takviye edici bir gıda niteliğinde olan söz konusu ürünün, Covid-19 gibi virüs kaynaklı hastalıklara karşı iyi geldiği veya bu hastalıkların bu ürünle tedavi edildiği veya tedavisine yardımcı olduğu mesajının verildiği, böylece söz konusu ürünlerin sanki bir ilaç veya bir beşeri tıbbi ürün gibi tanıtıldığı, yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre takviye edici gıdalar için bu tür sağlık beyanlarının kullanılmasının kesinlikle yasak olduğu, bir ürüne ilişkin olarak her hangi bir sağlık beyanında bulunabilmesi için ilgili idari otoriteden (Sağlık Bakanlığı Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Kurumu) izin alınması gerektiği, kullanılan bu beyanlar için ilgili otoriteden izin alınmadığından söz konusu beyanların doğruluğunun bilimsel olarak ispat edilmiş sayılamayacağı, dolayısıyla doğruluğu bilimsel olarak ispat edilmemiş bu beyanlarla tüketicilerin aldatılıp yanıltıldığı,

Diğer taraftan, inceleme konusu reklamlarda; Buse Tektaş'ın bu 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 değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Türk Gıda Kodeksi Gıda Etiketleme ve Tüketicileri Bilgilendirme Yönetmeliği’nin 7/1-a,7/1-b, 7/1-c, 7/1-ç, 7/2 ve 7/4 maddeleri,

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

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/1-b, 6/1, 7/1, 7/2, 7/3,7/4, 7/5-a, 9/1, 9/2, 9/5, 16/1 ve 26 ncı maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Buse TEKTAŞ** 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.

**112)**

**Dosya No:** **2022/55**

**Şikayet Edilen:** **Askale İçecek Üretim Pazarlama A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Assu Markalı Ambalajlı Su” ürünlerinin ambalajı üzerinde büyük puntolarla "BOLU" ifadesine yer verilerek yapılan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj, İnternet

**Tespitler:** “Assu" markalı ambalajlı suların etiketinde; "ASSU" markasının altında "Doğal Mineralli Su" ürün ismine ve ambalaj üzerinde büyük puntolarla "BOLU" kelimesine yer verildiği, ürün etiketinde küçük puntolarla "...Askale İçecek Üretim Pazarlama A.Ş Sakarya Dokurcan Tesislerinde doldurulmuştur." açıklamasının yapıldığı, diğer taraftan firmaya ait www.assu.com.tr adlı internet sitesinin 07.12.2021 tarihli görünümünde; "Ürünlerimiz" linki altında büyük puntolu "BOLU" ifadesini içeren ürün görsellerine ve "Uzun yıllar önce Bolu'nun gür ormanlarına yağan yağmur ve karlar süzülerek yer altındaki kayalıklara ulaşır. On yıllar süren bu süreçte dengeli mineral yapısına ulaşan suyumuz, kendi cazibesiyle kaynaklarımızdan yeryüzüne çıkar. Son teknoloji makinalarımızla el değmeden şişelenip siz değerli müşterilerimize ulaşır. Gerçek doğal mineralli Assu ile doğadan hakettiğinizi alın" ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, reklam veren tarafından yapılan açıklamalar ve Sakarya İl Sağlık Müdürlüğü tarafından adı geçen firma adına tanzim edilen “Doğal Mineralli Su Üretim İzni” belgesi birlikte değerlendirildiğinde, “Assu Markalı Ambalajlı Su” ların kaynağının Bolu il sınırları içerisinde olduğu anlaşıldığından, söz konusu tanıtımların 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun ve Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin ilgili hükümlerine **aykırı olmadığına** karar verilmiştir.

**113)**

**Dosya No: 2021/5173**

**Şikayet Edilen: Venton Gıda Pazarlama ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.instagram.com/health.gum/ adresli sosyal medya hesabında yer alan “Health-Gum” markalı muhtelif ürünlere yönelik tanıtımlarda mevzuata aykırı sağlık beyanları kullanılması ve ürünlerin takviye edici gıda olarak lanse edilmesi

**Reklam Yayın Tarihi:** 09.11.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.instagram.com/health.gum/ adresli sosyal medya hesabının 09.11.2021 tarihli görünümünde;

- "Health Gum Immune" isimli ürünün; "*Hastalığa çözümü uzaklarda arama! Health gum Immune ile çiğnerken korun!#yenibirsen #maksimumsen #çiğnerkenkorun #çiğnerkencanlan #çiğnerkenyenilen #healthgum #gum #fonksiyonelsakız #bağışıklıksistemi #takviye #kolajen #enerji #collogen #energy. (...)Doğal Koruma! İçeriğindeki kara mürver, reishi mantarı, ekinezya ve D vitamini ile Health Gum şekersiz fonksiyonel Immune sakızı, bağışıklık sistemine önemli ölçüde verdiği desteğin yanında yorgunlukla mücadele eder. (...)Health Gum Immune ile gittiğin her tatilde bağışıklığına destek ver! (...)Health Gum ile vücut direncine destek ver! Çiğne korun! (...)Health Gum fonksiyonel faydalarının yanında, sakız formununda olmasının etkileri ile de yanınızda! Ağız ve diş sağlığını destekler! Beyne giden kanı arttırır! İştahı azaltır! Konsantrasyonu artırır ve stresi hafifletir! Mide asidini dengeler! (...)Kara mürver bağışıklık sisteminin desteklenmesinde önemli bir yere sahiptir ve birçok virüsü baskılamakta doğrudan etkisi vardır. Güçlü antioksidan özelliği ile vücut direncinize destek verir! (...)Health Gum Immune, içeriğindeki kara mürver, reishi mantarı, ekinezya ve D vitamini ile bağışıklık sistemine önemli ölçüde verdiği desteğin yanında yorgunlukla mücadele eder! (...)Bağışıklık sistemini güçlendiren besinler konusunda bilgi sahibi olmadan önce bağışıklık sistemini yakından tanımak gerekir. Bağışıklık sistemi organlardan, hücrelerden, dokulardan ve proteinlerden oluşur. Tüm bu bileşenler, enfeksiyon veya hastalığa neden olan virüsler, bakteriler ve yabancı cisimler olan patojenlerle savaşan bedensel süreçleri gerçekleştirir. Bağışıklık sistemi bir patojenle temas ettiğinde, bağışıklık tepkisini tetikler. Bağışıklık sistemi, patojenler üzerindeki antijenlere yapışan ve onları öldüren antikorları serbest bırakır. Belirli yiyecekleri diyete dahil etmek, bir kişinin bağışıklık tepkisini güçlendirebilir. Sen de tek tıkla Health Gum Immune ile bağışıklık sistemine gerekli desteği ver!"* şeklinde,

- "Health Gum Energy" isimli ürünün; "*Health Gum Energy, içeriğindeki doğal kafein ile gün boyu zinde kalmanıza destek verir! Hemen websitemize tıkla, canlan! (...)Daha yüksek bir enerji daha yüksek performans! Health Gum ile yükselt enerjini! Çiğne Canlan! (...)Health Gum Energy ile gün içinde yorgunluk ve bitkinliğe son! (...)Eczacınızdan Health Gum’ı adıyla isteyin, çünkü her takviye gıda Health Gum değildir! (...)Yoğun bir günde Health Gum Energy ile performansından hiçbir şey kaybetme! Doğal kafein ve ginseng desteği ile ihtiyacın olan enerji, tüm gün seninle! (...) İçerdiği multivitamin ve ginseng ile tempolu ve zorlayıcı bi güne Health Gum Energy ile daima hazırsın! (...)Health Gum fonksiyonel sakız ile gün boyu hiç bitmeyen enerji seninle! (...)Health Gum şekersiz fonksiyonel kolajen sakızı İle eklem ve kemik yapını doğal yapısını koruyarak destekle! (...)Health Gum şekersiz fonksiyonel Enerji sakızı, içeriğindeki Ginseng, Guarana, doğal kafein,B6, B12 ve Taurinle vücuttaki yorgunluğu azaltırken dikkat seviyenizi arttırır. Güçlü antioksidan özelliği ile vücuda destek olur!" şeklinde,*

*"Health Gum Collagen" isimli ürünün; "Kolajen ne işe yarar? Kolajenin bir değil, birçok görevi var. Temel görevi bedene dokusal destek sağlamak, cilde yapısal güç, esneklik ve sağlamlık kazandırmak. Bir diğer görevi ise doku ve organların canlı ve esnek kalmasına yardımcı olmak. Dokuların onarımında, kemik ve cilt dokusunun şekillenmesinde de önemli görevleri var. Bu özelliklerinden dolayı da son yıllarda besin takviyesi endüstrisinin ve anti-aging pazarının lideri ve gözde ürünü. #yenibirsen #maksimumsen #çiğnerkenkorun #çiğnerkencanlan #çiğnerkenyenilen #healthgum (...)İçeriğindeki vitamin ve mineraller tüm vücut dokularının büyümesi gelişmesi ve onarılmasına destek olur. Saç köklerini de canlandırırken güçlendirir ve doğal yapısını bozmadan korur! Hemen sipariş ver! (...)Health Gum şekersiz fonksiyonel kolajen sakızı, içeriğindeki kolajen, matcha çayı, çinko ve C vitamini ile kemik/ eklem ve cilt yapısını desteklerken doğal yapısını korur"* şeklinde,

https://www.health-gum.com/ adresli internet sitesinin 09.11.2021 tarihli görünümünde "*Health Gum Immune" isimli ürünün; "Health Gum Immune Bağışıklık sisteminigüçlendiren, bakteri ve virüslere karşı direnç oluşturan, multivitamin sakız (...)Ekinezya: Ekinezya, faydaları ve çayı ile son yıllarda sıkça konuşulan bitkilerden biridir. Bağışıklık sisteminin korunmasını sağlar. Kan şekeri seviyelerinin düşürülmesine, kaygı duygularının azalmasına ve  cilt sorunlarının tedavisine yardımcı olur. Antienflamatuar özellikler taşır. (...)Reishi mantarı: Ölümsüzlük mantarı olarak bilinen  reishi mantarının bu isim ile anılmasını sağlayacak çeşitli kanıtlanmış faydaları bulunmaktadır; Bağışıklık sistemini güçlendirmeye yardımcıdır. Yorgunluk ve depresyonla mücadele eder. Kan şekerinizi kontrol altında tutar. Kara mürver: Sambucus latince adı ile bilinen kara mürver, Adoxaceae familyasına ait çiçekli bitki cinsidir. İdrar söktürücü özellikleri mevcuttur. İçeriğinde A, B ve C vitaminleri vardır. Hastalıklara karşı vücut direncini arttırır. Grip ve nezle gibi hastalıkların daha çabuk atlatılmasını sağlar."* şeklinde ifadelerle reklam ve tanıtımlarının 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;

Bir diğer husus olarak, bahsi geçen reklamlarda "*Her takviye gıda Health Gum değildir!"* şeklinde bir ifadeye yer verilerek inceleme konusu ürünlerin takviye edici gıda onayı olmadığı halde gıda takviyesi algısı yaratıldığı, hal böyle iken 02.05.2013 tarihli ve 28635 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanan Takviye Edici Gıdaların İthalatı, Üretimi, İşlenmesi ve Piyasaya Arzına İlişkin Yönetmelik'in "Sorumluluklar" başlıklı 10'uncu maddesinin beşinci fıkrasında yer alan "Takviye edici gıdalar onay alınmadan üretilemez, işlenemez, ithalatı yapılamaz ve piyasaya arz edilemez." hükmü uyarınca söz konusu durumun mevzuata aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**114)**

**Dosya No: 2021/5174**

**Şikayet Edilen: Bifa Bisküvi ve Gıda San. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından üretilip piyasaya arz edilen "Bifa Susamlı Bisküvi" adlı ürünün ambalaj üzerinde yer alan tanıtıcı görseller

**Reklam Yayın Tarihi:** 20.09.2021

**Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj

**Tespitler:** "Bifa Susamlı Bisküvi" isimli ürünün ambalaj kutusunun incelenmesi neticesinde; bahse konu kutunun üzerinde bol susamlı bisküvi görsellerine yer verildiği; buna karşın tüketici tarafından satın alınan ürün kutusu içerisinden çıkan bisküvilerin üzerinde çok az miktarda susamın yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu ürünün numunesi ve ambalaj üzerindeki görsele bakıldığında, tüketicileri yanıltıcı bir farklılık bulunmadığı, reklam veren şirket tarafından sunulan belgelerde; şikayet konusu hususa ilişkin daha önce Karaman İl Tarım ve Orman Müdürlüğü görevlilerince kontrol ve denetime gelinerek bahse konu ürünün ambalajı ile ürünün uyumlu olduğuna ilişkin tespit tutanağı düzenlendiğinin anlaşıldığı, şikayet konusu durumun münferiden gerçekleştiği ve nakliye, bekleme, nem seviyesi, düşme, sarsılma gibi durumlardan kaynaklanabileceği değerlendirilmiş olup; dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61inci maddesine **aykırı olmadığına** karar verilmiştir.

**115)**

**Dosya No: 2022/10**

**Şikayet Edilen: Migros Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Migros marketler zinciri tarafından yapılan "Paketli şarküteri ürünlerinde bir alana ikincisi % 50 indirimli" şeklindeki indirimli satış reklamları

**Reklam Yayın Tarihi:** 18.10.2021

**Yayınlandığı Mecra:** Afiş, Televizyon

**Tespitler:** Tüketici tarafından iletilen kasa satış fişinde yalnızca Polonez markalı sucuk ürününün ikincisinde %50 indirim yapıldığı; buna karşın Migros markalı sucuğun ve Polonez markalı sosisin ikinci ürünlerinde %50 indirim uygulanmadığı; reklam veren şirket tarafından iletilen reklam örneklerinde, bahse konu reklamın “Paketli Sucuklarda Aynı Ürünün İkincisi %50 İndirimli” şeklinde gerçekleştirildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, şikayet konusu reklam ifadesinin başvuruda belirtildiği üzere "Paketli Şarküteri Ürünleri" şeklinde olmadığı, "Paketli Sucuklarda Aynı Ürünün İkincisi %50 İndirimli" olarak belirtildiği ve bununla beraber reklam afişinde "Migros markalı sucuk hariç tüm paketli sucuklarda" şeklinde bir istisnaya yer verildiği anlaşıldığından; inceleme konusu reklamların tüketicileri yanıltıcı nitelik teşkil etmediği değerlendirilmiş olup; dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61inci maddesine **aykırı olmadığına** karar verilmiştir.

**116)**

**Dosya No: 2021/4956**

**Şikayet Edilen:** **Kiperin İlaç Gıda Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Kiperin Collagen %100 Saf ve Doğal Toz Kolajen içeren Diyet Takviyesi” isimli ürün tanıtımları

**Reklam Yayın Tarihi:** 20.09.2021, 02.12.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.hepsiburada.com/kiperin-collagen-100-saf-ve-dogal-toz-kolajen-iceren-diyet- takviyesi-500-gr-50-gunluk-p-HBV00000X8IIN adresli internet sitesinin 02.12.2021 tarihli görünümünde; *“(…)Selülitleri, çatlakları azaltmaya yardımcı olur.(…)Saç dökülmelerini azaltmaya yardımcı olur.(…)-%40 İştah azalımı(…)Bağışıklığı güçlendirmeye yardımcı olur. Diş, kas, kalp, kıkırdak, tendon, eklem, kemik, göz ve bağırsak sağlığını destekler. Kas büyümesine ve kuvvetlenmesine yardımcı olur. Eklem ağrılarını azaltmaya yardımcı olur. Kemikleri güçlendirmeye yardımcı olur.”*şeklinde,

https://www.kiperincollagenturkiye.com/ adresli internet sitesinin 20.09.2021 tarihli görünümünde; *“Sadece eczanelerde satılan Kiperin Collagen’i aksatmadan kullanabilmeniz ve "bağışıklık sisteminizi güçlendirmek" için internet satışını başlattık*. *Kiperin Collagen, öncü toz kolajen markası olması yanı sıra, her ölçekte Türkiye'nin en yüksek kolajen miktarı olan 10g(10.000mg) tip 1&3 kolajen içermektedir.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Diğer taraftan, https://www.kiperincollagenturkiye.com/ adresli internet sitesinin 20.09.2021 tarihli görünümünde yer alan; *“Kiperin Collagen, öncü toz kolajen markası olması yanı sıra, her ölçekte Türkiye'nin en yüksek kolajen miktarı olan 10g(10.000mg) tip 1&3 kolajen içermektedir.”* ifadelerinin Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin 8 inci maddesinin üçüncü fıkrasında yer alan *"(...)Takviye edici gıdaların karşılaştırmalı reklamı ise hiçbir şekilde yapılamaz"* hükmüne aykırılık teşkil ettiğideğerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

- Türk Gıda Kodeksi Gıda Etiketleme ve Tüketicileri Bilgilendirme Yönetmeliği’nin7 nci maddesi,

- Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği’nin 5, 7, 8, 9 ve 13 üncü maddeleri,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**117)**

**Dosya No: 2021/1687**

**Şikayet Edilen: Doğuş Yiyecek ve İçecek Üretim San. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait Samba Tırtıklı Cips isimli ürünün ambalajları

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj

**Tespitler:** Samba Tırtıklı Cips isimli ürünün 0,15 gr. Trans Yağ içermesine rağmen ambalajında “Trans Yağ Yoktur” ifadesinin kullanıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, Türk Gıda Kodeksi Gıda Etiketleme ve Tüketicileri Bilgilendirme Yönetmeliği’nin 5/1 maddesinde bu yönetmelik hükümlerine uygun olarak piyasaya sunulan gıdaların etiket, tanıtım ve reklamlarında sağlık ve beslenme beyanlarının kullanılabileceğinin düzenlendiği, Yönetmeliğin “Beslenme Beyanları ve Beyan koşulları” başlıklı 1 numaralı ekinde *“Trans Yağ Yoktur”* beyanının *“Trans yağ asidi miktarının yağlarda veya bileşen olarak yağ içeren gıdalarda toplam yağın 100 gramında 1 gramdan az olması gerekir.”* beyan koşulunun sağlanması durumunda kullanılabileceği, firmanın ürünü Samba Tırtıklı Cips için trans yağ miktarı 100 gr. için 0,15 gr. olması nedeniyle söz konusu mevzuat hükümlerine göre, kullanılan beyanda herhangi bir aykırılık olmadığı değerlendirilmiş olup,

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

**118)**

**Dosya No: 2021/5578**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** "18-23 Nisan Çok Al Az Öde" kampanyasına ilişkin A 101’in kendi siteleri dahil çeşitli internet sitelerinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** Nisan 2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Söz konusu kampanyaya ilişkin 16 Nisan 2021 tarihinden itibaren www.a101.com.tr ve firmaya ait sosyal medya hesapları olmak üzere https://aktuel-urunler.com gibi çeşitli mecralarda halen tanıtımı yapılan indirim kampanyasına istinaden tüketicinin 23 Nisan 2021 tarihinde kampanyaya göre iki tane alındığında 33,45 TL fiyatlandırılması gereken “Algida Carte'dor Classic” markalı dondurmalardan iki, yine iki tane alındığında 32,05 TL fiyatlandırılması gereken dondurmalardan iki adet toplam dört adet dondurma aldığı, bu kapsamda kampanyaya göre 65,50 TL ödemesi gerekirken toplamda 93,60 TL ödediği, tanıtımı yapılan indirimden yararlanamadığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; söz konusu kampanyaya ilişkin 16 Nisan 2021 tarihinden itibaren www.a101.com.tr ve firmaya ait sosyal medya hesapları olmak üzere https://aktuel-urunler.com gibi çeşitli mecralarda halen tanıtımı yapılan indirim kampanyasına istinaden tüketicinin 23 Nisan 2021 tarihinde kampanyaya göre iki tane alındığında 33,45 TL fiyatlandırılması gereken “Algida Carte'dor Classic” markalı dondurmalardan iki, yine iki tane alındığında 32,05 TL fiyatlandırılması gereken dondurmalardan iki adet toplam dört adet dondurma aldığı, bu kapsamda kampanyaya göre 65,50 TL ödemesi gerekirken toplamda 93,60 TL ödediği, tanıtımı yapılan indirimden yararlanamadığı, dolayısıyla muhtelif kanaldan ülke genelinde duyurulan bu kampanyanın vaad edilen tarih aralığında uygulanmaması nedeniyle tüketicilerin yanıltıldığı 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, 9/1, 9/2, 9/3, 9/4, 9/5 ve 26/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Yeni Mağazacılık 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.

**TEKNOLOJİ**

**119)**

**Dosya No: 2021/4357**

**Şikayet Edilen: Can İletişim Elektronik -KVK**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmanın KVK yetkili servisi görünümünde hizmet vermesine yönelik reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** Diğer

**Tespitler:** Firmanın mağaza içi ve dışına ait fotoğrafları incelendiğinde muhtelif yerlerde “KVK Teknik Servis” ibaresine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, firma ile KVK arasında herhangi bir yetkili servis anlaşması olmadığı halde tabelalarında, personel kıyafetlerinde ve kartvizitlerinde KVK adını kullanarak yetkili servisi intibası oluşturduğu ve bu nedenle söz konusu reklamların yanıltıcı nitelikte olduğu ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5, 11/1, 28/1, 28/2 ve 29/2 maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Can İletişim Elektronik -KVK** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63, 77/12 ve 77/13 üncü maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**120)**

**Dosya No:** **2021/882**

**Şikayet Edilen: NTS Sanal Pazarlama A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:**  www.ntspazar.com adresli internet sitesinde satışa sunulan "*anında teslim oyunlar*"a ilişkin yapılan ticari uygulama

**Reklam Yayın Tarihi:** Mart 2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firma tarafından tüketiciye "*Maalesef stok kalmadı. Satın alırken yazdığınız mail adresinize en kısa sürede yollanacaktır. Gecikme için özür dileriz. Ürün ile ilgili sadece mail ile iletişime geçin. Başka yerde açılan şikayetlerle ilgili geri dönüş yapılmayacaktır ve aldığınız ürünün garantisi sona erecektir.*" şeklinde e-posta gönderildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, başvuru sahibi tüketicinin www.ntspazar.com adresli internet sitesinden "anında teslimat" vaat edilen ve "stokta var" gözüken online bir oyun satın aldığı, ancak firma tarafından oyunun stokta olmadığı gerekçesiyle gönderilmediği, firmaya ait internet sitesinde satışa sunulan ürünlere ilişkin stok bilgisine ilişkin herhangi bir bilgiye yer verilmediği, stokta var göründüğü için sepete eklenebildiği halde aslında ürün stokta olmadığı halde satışa sunulduğu, ayrıca indirimin başlangıç-bitiş tarihlerine yer verilmediği, ürünlerin indirimli fiyattan sunulduğu algısı yaratmak suretiyle tüketicilerin yanıltıldığı, dolayısıyla söz konusu ticari uygulamanın tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu ve tüketicinin mağdur edildiği,

Diğer taraftan, firmanın makul sayılabilecek bir süre ve miktarda söz konusu ürünü belirtilen fiyattan sunamayacağına veya tedarik edilemeyeceğine ilişkin yeterli bilgi sahibi olmasına rağmen, tüketiciyi bu konuda uyarmaksızın ürünleri satışa sunarak ve edinmeye davet ederek haksız ticari uygulamada bulunduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1,7/2, 7/3, 7/4, 7/5,7/5-ç, 9/1, 9/2, 9/4, 9/5, 14/1, 14/2, 14/3, 14/4, 28 ve 32 nci maddeleri ile “Haksız Ticari Uygulama Olarak Kabul Edilen Örnek Uygulamalar” Ekinde yer alan “A - Aldatıcı Ticari Uygulamalar” maddesini 5 inci fıkrası,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**121)**

**Dosya No: 2021/5545**

**Şikayet Edilen: İnce Hesap Sanal Mağazacılık Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.incehesap.com adresli internet sitesinde satışa sunulan "Webtekno Neron 6600xt oyuncu bilgisayarı" isimli ürüne ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 29.09.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.incehesap.com adresli internet sitesinde yer alan "Webtekno Neron 6600xt 8GB DDR4 16GB 500GB M.2 SSD Oyuncu Bilgisayarı" isimli ürün fiyatının 25.09.2021 tarihinde indirimli haliyle 10.439,93TL'ye, 29.09.2021 tarihinde "%32 indirim ~~15.499TL~~ 11.051,83TL"ye satışa sunulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan inceleme sonucunda, www.incehesap.com adresli internet sitesinde yer alan "Webtekno Neron 6600xt oyuncu bilgisayarı" isimli ürün fiyatının 25.09.2021 tarihinde 10.439,93TL'ye indirimli olarak satışa sunulduğu, başvuru sahibi tüketici anılan ürünü indirimli fiyattan satın almak üzere her gün incelediği fakat ürün fiyatının 29.09.2021 tarihinde "%32 indirim ~~15.499TL~~ 11.051,83TL" şeklinde yükseltildiği, üstelik indirim oranının %32 yi karşılamadığı, %32 lik indirimli haliyle 10.540TL'den satılması gerektiği, ayrıca anılan ürünün indirim öncesi fiyat olan 15.499TL'den satıldığının firmaca ispatlanamadığı, böylece firma tarafından anılan ürünün indirim öncesi fiyatını yükseltmek suretiyle indirimli fiyatının da sürekli arttırıldığı ve sözde yüksek oranda indirim yapıldığı algısı yaratıldığı, 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, 7/5-a, 7/5-ç, 9/4, 13/1, 13/9, 14/1, 14/2, 14/3, 14/4, 18/1 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**122)**

**Dosya No: 2020/6072**

**Şikayet Edilen: Etiget Teknoloji Hizmetleri ve İletişim Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** magaza.lgdestek.net adresli internet sitesinde satışı gerçekleştirilen "LG" markalı ürünlere ilişkin yapılan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 06.01.2022, 24.03.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** magaza.lgdestek.net adresli internet sitesinde yapılan tanıtımlarda, LG markasına ait isim ve logo ile birlikte "LG Mağaza Destek" ibaresine yer verildiği; ayrıca, inceleme konusu internet sitesinin 24.03.2020 tarihli görünümünde yapılan tanıtımlarda *"LGDestek Mağaza, Mart 2017 tarihinde aktif olmuş ve her gün yüzlerce müşteriye hizmet etmekte ve orijinal ürünler tedarik etmektedir."* şeklinde ifadelerin kullanıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; magaza.lgdestek.net adresli internet sitesinde yapılan tanıtımlarda, LG markasına ait isim ve logo ile birlikte *"LG Mağaza Destek"* ibaresine yer verildiği;

Bununla birlikte; inceleme konusu internet sitesinin 24.03.2020 tarihli görünümünde, "Hakkımızda" başlığı ile yapılan tanıtımlarda, *"LGDestek Mağaza, Mart 2017 tarihinde aktif olmuş ve her gün yüzlerce müşteriye hizmet etmekte ve**orijinal ürünler tedarik etmektedir."*  şeklinde ifadelerin kullanıldığı;

Buna göre, magaza.lgdestek.net adresli internet sitesinde, satışı gerçekleştirilen "LG" markalı ürünlerin orijinal olduğu izlenimi uyandırılmasına rağmen; şikayet edilen firma tarafından söz konusu iddianın doğruluğunun ispatlanmaması nedeniyle inceleme konusu reklamların tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5, 9/1, 9/5, 11/1, 12/2, 28/1, 28/2 ve 29/2 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,reklam veren **Etiget Teknoloji Hizmetleri ve İletişim Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63, 77/12 ve 77/13 üncü maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**123)**

**Dosya No: 2020/1318**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** Şirkete ait sosyal medya hesaplarında yayınlanan "Honor marka cep telefonu 1 TL" başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 29.11.2019

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Trendyol markasına ilişkin olarak, şirkete ait sosyal medya hesaplarında ve diğer muhtelif mecralarda 29.11.2019 tarihinde yayınlanan "Honor marka cep telefonu 1 TL" başlıklı reklamlar kapsamında; Honor 8x 64 GB isimli cep telefonunun 1 TL'ye satılacağının belirtildiği, aynı zamanda sosyal medyada yer alan reklam görselinde "sınırlı stok" ibaresine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, reklam mevzuatına göre fiyatın geçerliliğine ilişkin bir stok sınırı varsa stok miktarının reklamda belirtilmesi gerektiği, yapılan inceleme sonucunda reklamı yapılan ürüne ilişkin fiyatın geçerliliği ile ilgili bir stok sınırı bulunduğunun reklamda yer alan “sınırlı stok” ibaresinden net olarak anlaşıldığı, belirtilen fiyattan stok adedinin üç (3) olduğunun görüldüğü, ancak Instagram isimli sosyal medya mecrasında yer alan reklam görselinde bu stok adedinin belirtilmediği, böylelikle mevzuatın ihlal edildiği ve 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-ç, 13/1, 13/2 ve 13/9 maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **DSM Grup Danışmanlık İletişim ve Satış Tic. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**124)**

**Dosya No: 2021/1812**

**Şikayet Edilen: Kerim BEŞTEPE (Tepe İletişim)**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.n11.com adresli internet sitesinde firma tarafından satışı yapılan “Huawei P40 Lite Duos 128 GB” isimli ürüne ilişkin reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 01.06.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firma tarafından www.n11.com adresli internet sitesinde satışı yapılan “Huawei P40 Lite Duos 128 GB” isimli ürüne ait sayfada, 3.920 TL yazan fiyatın üzeri çizilerek % 15 indirimle 3.332 TL’ye satıldığı bilgisine yer verildiği, ürün görselinin altında ise ürünün 3.004,15 TL’ye satın alınabileceğinin belirtildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firma tarafından www.n11.com adresli internet sitesinde satışı yapılan “Huawei P40 Lite Duos 128 GB” isimli ürüne ait sayfada, 3.920 TL yazan fiyatın üzeri çizilerek % 15 indirimle 3.332 TL’ye satıldığı bilgisine yer verildiği, ürün görselinin altında ürünün 3.004,15 TL’ye satın alınabileceği belirtilmesine rağmen, ürün sepete atılınca fiyatının 3.277 TL olduğu ve 3.004,15 TL’ye satın alınamadığı ve ürünün indirimden hemen önce indirimsiz olarak 3.920 TL’ye ve indirimli olarak 3.004,15 TL’ye satılmadığı, satıldığının da ispatlanamadığı ve söz konusu reklamların aldatıcı ve 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, 13/9, 14/1, 14/2, 14/3, 14/4, 28/1, 28/2, 28/3, 28/4, 29/1, 29/2-c, 29/3 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Kerim BEŞTEPE (Tepe İletişim)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63, 77/12 ve 77/13 üncü maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**125)**

**Dosya No: 2021/4149**

**Şikayet Edilen: Ali ARSLAN (Sancak İletişim)**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından, www.n11.com adresli internet sitesinde satışı yapılan *“*Sony Z5 premium orijinal batarya”isimli ürüne ilişkin reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 10.09.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firma tarafından, www.n11.com adresli internet sitesinde satışı yapılan *“*Sony Z5 premium orijinal batarya” tanıtımlarında, Sony Z5 premium orijinal batarya ve 1 ay garanti ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firma tarafından, www.n11.com adresli internet sitesinde satışı yapılan *“*Sony Z5 premium orijinal batarya”tanıtımlarında, ürünün orijinal batarya olduğu belirtilmesine rağmen orijinal olmadığı, yasal olarak 6 ay garanti zorunluluğu bulunmasına rağmen 1 ay garanti verildiği ve söz konusu reklamların aldatıcı ve 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-h, 9/1, 11/1-a, 28/1, 28/2, 28/3, 28/4, 29/1, 29/2-a, 29/2-ç, 29/3 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Ali ARSLAN (Sancak İletişim)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63, 77/12 ve 77/13 üncü maddeleri uyarınca **114.326-TL (Yüzondörtbinüçyüzyirmialtı Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**126)**

**Dosya No: 2021/4473**

**Şikayet Edilen: Carrefoursa Carrefour Sabancı Ticaret Merkezi A.Ş**

**Şikayet Edilen Reklam/HTU:** Firmaya ait www.carrefoursa.com adresli internet sitesinde satışı yapılan “Apple marka Iphone telefona” ilişkin haksız ticari uygulamalar

**Reklam/HTU Yayın Tarihi:** 10.10.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Bir tüketicinin, firmaya ait www.carrefoursa.com adresli internet sitesinden 10.10.2021 tarihinde Iphone 12 mini 128 GB ve Iphone 12 model mini 256 GB cep telefonu siparişi verdiği, siparişe ilişkin onay mesajı gönderildiği, daha sonra ise siparişin iptal edildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; bir tüketicinin, firmaya ait www.carrefoursa.com adresli internet sitesinden 10.10.2021 tarihinde saat 08:03 de Iphone 12 mini 128 GB ve Iphone 12 model mini 256 GB cep telefonu siparişi verdiği, siparişe ilişkin onay mesajı gönderildiği, 11.10.2021 günü tüketicinin onayı alınmadan siparişin iptal edildiği, firma tarafından ürünlerin stoğunun bulunmadığı bilgisinin verildiği,

10-13 Ekim 2021 tarihleri arasında söz konusu internet sitesinden satışı yapılan ve tüketicilere gönderilen Apple marka Iphone 12 mini 128 GB ve Iphone 12 model mini 256 GB telefonların satışlarının yapılarak tüketicilere gönderildiğinin fatura, kargo irsaliyesi vb. ispatlayıcı nitelikte herhangi bir belgeyle ispatlanamadığı,

Bununla birlikte, firmanın, makul sayılabilecek bir süre ve miktarda söz konusu ürünleri belirtilen fiyattan sunamayacağına veya başka bir yerden tedarik edemeyeceğine ilişkin yeterli bilgi sahibi olmasına rağmen, tüketiciyi bu konuda uyarmaksızın www.carrefoursa.com adresli internet sitesinde belirtilen satış fiyatları üzerinden edinmeye davet ederek haksız ticari uygulamada bulunduğu, söz konusu uygulamanın haksız ticari uygulama niteliği taşıdığı ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu ticari uygulamanın;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-ç, 9/1, 9/5, 28/1, 28/2, 28/4, 29/1, 29/2-a, 29/2-c ve 32 nci maddeleri ile “Haksız Ticari Uygulama Olarak Kabul Edilen Örnek Uygulamalar” Ekinde yer alan “A-Aldatıcı Ticari Uygulamalar” maddesinin 5 inci fıkrası,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**127)**

**Dosya No: 2021/4563**

**Şikayet Edilen: Vatan Bilgisayar Sanayi ve Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Çeşitli mecralarda yayınlanan “Üniversiteyi bu yıl kazananlara ek 500 TL indirim”başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 25.09.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, Kısa Mesaj

**Tespitler:** İnternette yer alan reklamlarda, “*Derecesi ne olursa olsun üniversiteyi kazanan tüm gençlere seçili İntel Core İşlemcili ve Windows 10’lu yeni nesil bilgisayar alışverişlerinde tam 500 TL indirim Vatan’da!” ve tüketicilere kısa mesaj olarak gönderilen reklamlarda, “24-26 Eylül Samsung A72 128 GB 5199 TL, Oppo A74 128 GB 3499 TL, Dell 3500 Vostro İ5 Notebook 6999 TL ve üniversiteyi bu yıl kazananlara ek 500 TL indirim, Samsung UE50AU7000UXTK 125 ekran UHD smart tv 7499 TL Stok:500 Detay vatanbilgisayar.com”* şeklinde tanıtım yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; tüketicilere kısa mesaj olarak gönderilen reklamlarda, “24-26 Eylül Samsung A72 128 GB 5199 TL, Oppo A74 128 GB 3499 TL, Dell 3500 Vostro İ5 Notebook 6999 TL ve üniversiteyi bu yıl kazananlara ek 500 TL indirim, Samsung UE50AU7000UXTK 125 ekran UHD smart tv 7499 TL Stok:500 Detay vatanbilgisayar.com” şeklinde tanıtım yapıldığı, bu ifadelerden cep telefonlarına da 500 TL ek indirim yapıldığının anlaşıldığı, ancak reklamlarda belirtilen 500 TL indirimin bazı laptoplarda geçerli olduğu, cep telefonlarında geçerli olmadığı ve söz konusu reklamların aldatıcı ve 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, 13/8, 13/9, 14/1, 14/2, 14/3, 14/4, 28/1, 28/2, 28/3, 28/4, 29/1, 29/2-c, 29/3 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**DAYANIKLI TÜKETİM MALLARI**

**128)**

**Dosya No: 2021/4151**

**Şikayet Edilen: AKR Teknoloji Elektronik Dış Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** "Fakir Technosphere Smart, Akıllı İyonik Hava Temizleyici" adlı ürüne ait reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:**  2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ait www.fakirstore.com.tr adlı internet sitesinde ve fakirstoretr isimli instagram hesabında yayımlanan reklamlar incelendiğinde, reklamlarda “*Fakir Technosphere Smart Benzerlerinden 20 kat daha etkili”* ibaresine yer verildiği ve ürünün sahip olduğu kolektör hücre grubunun geniş yüzey alanı sayesinde benzerlerinden 20 kat daha fazla toz toplama ve biriktirme kapasitesine sahip olduğu şeklinde ifadelerin yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, her ne kadar Bakanlık yazısı üzerine kaldırılmış olsa da, www.fakirstore.com.tr adlı internet sitesinde ve fakirstoretr isimli instagram hesabında yayımlanan reklamlarda “Fakir Technosphere Smart Benzerlerinden 20 kat daha etkili” ibaresinin tüketiciler üzerinde rakip firmaların daha etkisiz ya da kötü olduğu algısı yarattığı, bu nedenle söz konusu reklamların yanıltıcı nitelikte olduğu ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5, 8/1, 9/1, 9/2, 9/3, 9/4, 9/5, 10, 28/1, 28/2, 28/4, 29/1, 29/2, 29/3 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **AKR Teknoloji Elektronik Dış Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63, 77/12 ve 77/13 üncü maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**129)**

**Dosya No: 2021/4587**

**Şikayet Edilen: Arçelik A.Ş**

**Şikayet Edilen Reklam:** "Beko Dem 8058 Otomatik Çay Makinası" adlı ürüne ait reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ait söz konusu reklamlarda, “Çay demleme sürecinizi HomeWhiz akıllı telefon uygulaması üzerinden başlatabilir ve Bluetooth teknolojisi ile uzaktan takip edebilirsiniz. Çayınızın istediğiniz saatte hazır olacak şekilde erteleme ayarını telefonunuz üzerinden yapabilirsiniz.” ifadesine yer verildiği, bu ifadeden de söz konusu teknolojinin yalnızca cep telefonu ile bluetooth üzerinden verilecek talimatla çalıştığının anlaşıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; söz konusu teknolojinin yalnızca cep telefonu ile bluetooth üzerinden verilecek talimatla çalıştığına ilişkin bilgilendirmenin reklam görsellerinde yer aldığı bu nedenle reklamlarda yanıltıcı nitelikte ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil edecek herhangi bir durum bulunmadığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların; 6502 sayılı Kanun’un 61 ve 62 nci maddelerine **aykırı olmadığına**karar verilmiştir.

**130)**

**Dosya No: 2021/5040**

**Şikayet Edilen: Vodafone Telekomünikasyon Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından mobil uygulama üzerinden yapılan indirim bildirimleri

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firma tarafından mobil uygulama üzerinden gönderilen bildirimlerde söz konusu ürünlere ilişkin fiyat bilgisine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, firmanın mobil uygulama üzerinden tüketicilere yapmış olduğu "*Altus çamaşır makinası 999 TL, Vestel 55 inç uhd smart led TV 2999 TL, Roborock robot süpürge 3499 TL*" şeklinde bildirimlerde, indirim başlangıç ve bitiş tarihi ile stok bilgisine yer vermediği ve bu nedenle söz konusu reklamların yanıltıcı nitelikte olduğu ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**131)**

**Dosya No: 2020/1726**

**Şikayet Edilen: AN ÇE Elektronik Pazarlama İth. İhr. San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.puretronwater.com.tr adresli internet sitesinde yer alan "*9.2 pH Puretron X-Master Pompalı Alkali Su Arıtma Cihazı"* isimli ürüne ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 04.11.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.puretronwater.com.tr adresli internet sitesinde yer alan "*9.2 pH Puretron X-Master Pompalı Alkali Su Arıtma Cihazı"*  isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; "*Dünyanın en iyi filtrelerine sahip su arıtma cihazı" , Puretrex 5 micron sediment filtre Made in USA. Boyut 5 mikronun üzerindeki tüm parçacıkları temizler. Omnipure Gac Filtre Made in USA. Renk, tat, koku ve kloru temizler. Hassas klor filtrelemesi ile membranı korur. KX Matriks Blok Karbon Filtre. Made in USA. 1 mikrondan daha büyük tüm kirleticileri temizler. FDA ve NSF onaylı filtreler. Cihazlarımızda kullanılan filtreler dünyaca ünlü sertifikasyon kuruluşlarınca onaylıdır."* şeklinde ifadelere yer verildiği hususları tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, "*9.2 pH Puretron X-Master Pompalı Alkali Su Arıtma Cihazı"*  isimli ürüne ilişkin ispat niteliğinde test, rapor gibi bilgi ve belgelerin www.puretronwater.com.tr adresli internet sitesinde yer almadığı, ayrıca söz konusu ispata muhtaç ifadelere ilişkin firmadan bilgi, belge talep edildiği halde herhangi bir cevap gönderilmediği, dolayısıyla söz konusu iddiaların ispatlanamadığı,

Diğer taraftan, https://www.nsf.org/about-nsf/regulatory-affairs/b-enforcement-actions/cea-2020 adresli internet sitesinde söz konusu sertifikanın NSF tarafından doğrulanmadığı, diğer bir ifadeyle Puretron Water su arıtma cihazının NSF sertifikasının bulunmadığı, dolayısıyla söz konusu tanıtımların tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu, tüketicinin bu konu hakkındaki bilgi eksikliğinin istismar edildiği ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **AN ÇE Elektronik Pazarlama İth. İhr. San. ve Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**132)**

**Dosya No: 2020/4103**

**Şikayet Edilen: AKR Teknoloji Elektronik Dış Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:**www.fakirstore.com.tr adresli internet sitesinde yer verilen *"Fakir Vigor Plus İyonik Hava Temizleyici"* isimli cihaza ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 02.06.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** "Fakir Vigor Plus İyonik Hava Temizleyici" isimli cihaza ilişkin www.fakirstore.com.tr adresli internet sitesinde Haziran 2020 tarihi itibariyle yapıldığı tespit edilen tanıtımlarda; *"Evinizin Süper Kahramanı. Temiz Hava artık lüks değil. Taptaze bir nefes. (...) Fakir Vigor Plus, mikro air vakum uv sistemi ve özel çoklu filtre desteği ile bulunduğu ortamın havasını analiz ederek tüm zararlı organizmaları (virüs,bakteri vb.) ve hoş olmayan kokuları yok eder. Temiz hava stres hormonlarınızı düşürür, kalp ve akciğer hastalık risklerini azaltır, serotonin ve endorfin hormonları salgılamanıza yardımcı olarak mutluluk verir. Astım ve alerjik hastalıklara karşı direncinizi arttırır. Evinizin salonunda tertemiz bir orman havası için Fakir Vigor Plus sizlerle. Fakir Vigor PLus 80w gücündeki fanı, 5 farklı filtresi ve UV lambası teknolojisiyle 70m2 kapalı mekanda bulunan havayı, toz ve koku sensörü sayesinde otomatik veya manuel olarak %99,97 oranında temizlemenize yardımcı olur. Doğal antibiyotik: Vücudumuzun yaklaşık olarak 1/13ünü oluşturan kan, akciğerlerimizde oksijen banyosuna girerek temizlenir ve pek çok görevinin yanında savunma görevini üstlenmek üzere damarlarımız vasıtasıyla tüm vücudumuza yayılır. Soluduğumuz temiz hava sayesinde temizlenen kanımız fiziksel ve psikolojik olarak sayısız fayda sağlar. Dünya Sağlık Örgütü başta olmak üzere birçok kurum hastalıklardan korunmak adına uygun havalandırma sistemlerinin kullanılmasını teşvik ediyor ve solunan havanın temizliğine vurgu yapıyor. Fakir Vigor Plus, ortamdaki havayı %99,97 oranında temizleyerek kaliteli bir yaşamın ve taze bir nefesin kapılarını açıyor. (...) Fotokatalitik etki, organik malzeme ve insan sağlığına kesinlikle zarar vermeyen, kullanımı sonrası uzun süre etkinliğini koruyabilen kimyasal bir reaksiyondur. Fakir Vigor Plus’ın sahip olduğu nanoteknoloji tekniği ile kaplanan titanyum dioksit (Titanya) filtresi güneş ışığı simülasyonu oluşturan UV lambası ile kimyasal tepkimeye girerek fotokatalitik etki oluşturur. Havanın içinde bulunan ve insan sağlığı üzerinde olumsuz etkisi olan uçucu organik maddeler (VOC) TiO2 filtreye temas ettiği anda parçalanarak zararsız hale gelir. Ciğerlerinize ulaşmaya çalışan bu mikro canavarlardan Fakir Vigor Plus ile korunun."* ifadelerine yer verildiğitespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan inceleme sonucunda, www.fakirstore.com.tr adresli internet sitesinde ispata muhtaç ifadelere yer verildiği, ancak söz konusu ürüne ilişkin internet sitesinde yer alan ifadelerin ispatına ilişkin hiçbir belgeye internet sitesinde yer verilmediği, bununla beraber bu ifadelerin ispatına ilişkin firmadan bilgi belge ve yazılı açıklama talep edildiği halde herhangi bir belge sunulmadığı, bu bağlamda tanıtımı yapılan ürünün tüm zararlı organizmaları (virüs, bakteri vb.) yok ettiği, %99,97 oranında havayı temizlediği yönünde ‘biyosidal etki’ gösterdiğinin iddia edilebilmesi için biyosidal ürün ruhsatının bulunması gerektiği halde ruhsatı olmadan tanıtımlarının yapıldığı, dolayısıyla bu durumun mevzuata aykırılık teşkil ettiği,

Diğer taraftan tanıtımlarda ürünün etki alanı için 70m2 vaadinde bulunulurken internet sitesinde yer alan ürünün "duman testi" başlıklı tanıtım videosunda 30m2 kapalı alanda test edildiği, üstelik "25 dakika"da taptaze bir nefes iddiasının aksine 18. dakikada ortamda halen toz ve dumanın gözle görülebilir durumda olduğu,

Bununla birlikte, cihazın "*best seller-en çok satan\*\*\*"* ifadesiyle satışa sunulduğu ancak bu iddiaya ilişkin olarak da ispat niteliğinde bilgi belge gönderilmediği,

Ayrıca ürün tanıtımlarında; *"Üstün Alman teknolojisi"*, *"Alman kalitesi"* ifadeleri ile Alman bayrağına yer verilmesine karşın bu konuda da ispat külfetinin yerine getirilmediği, böylece tüketicilerin güven ve bilgi eksikliğinin istismar edildiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Biyosidal Ürünler Yönetmeliği’nin 5 ve 38 inci maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **AKR Teknoloji Elektronik Dış 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 cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**133)**

**Dosya No: 2021/2328**

**Şikayet Edilen: Arçelik Pazarlama A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait "Beko" isimli Facebook hesabında sponsorlu olarak yayınlanan *"Beko’dan yaza özel TV fırsatlarını kaçırmayın, son gün 25 Temmuz”* başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 19-24 Temmuz 2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firma tarafından Facebook mecrasında sponsorlu olarak yayınlanan reklamlarda; "*Beko’dan yaza özel tv fırsatlarını kaçırmayın, son gün 25 Temmuz. B43A 800 B Android TV 43 4K UHD TV ~~4349TL~~ 3799TL B40L 5845 4B Android TV 40 FHD TV ~~3499TL~~ 3199TL"* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, "Beko" isimli Facebook hesabında sponsorlu olarak yayınlanan reklamlarda bahsi geçen “*B43A 800 B 43'' 4K UHD TV* ile *B40L 5845 4B 40 FHD TV”* model televizyonlarda "Android" uygulaması bulunmadığı halde “Android TV” ifadesine yer verildiği, dolayısıyla söz konusu tanıtımların gerçeği yansıtmadığı, tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**134)**

**Dosya No: 2021/3740**

**Şikayet Edilen: Doğuş Oto Pazarlama ve Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.binekarac.vw.com.tr/kampanyalar-ve-finansal-cozumler/otv-muafiyetli-arac-satis.html adresli internet sitesinde yer alan "*En yeni Volkswagenlere engelsiz erişim*" başlıklı kampanya tanıtımları ve araç satışlarına ilişkin ticari uygulamalar

**Reklam Yayın Tarihi:** 06.08.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.binekarac.vw.com.tr/kampanyalar-ve-finansal-cozumler/otv-muafiyetli- arac-satis.html adresli internet sitesinde yer alan "*En yeni Volkswagenlere engelsiz erişim*" başlıklı kampanya tanıtımlarında "ÖTV muafiyetine uygun modeller" başlığı altında "Polo, Golf ve T-Roc" araçlarının satışa sunulduğu ve ÖTV muafiyetli fiyat listesine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; salgın sürecinde otomotiv sektöründe yaşanan üretim kısıtları sebebiyle araç arzının azaldığı ancak bu dönemde dahi tüketicilerinin taleplerinin karşılanmaya çalışıldığı, üretim ve ithalatta yaşanan gelişmeler doğrultusunda araç geldiğinde tüketicilerin bilgilendirildiği, bu kapsamda 2021 yılı Kasım ayı sonuna kadar ülke genelinde 815 adet T-Roc model araç satışının gerçekleştirildiği, ÖTV muafiyetiyle yapılan araç satışlarının da faturalarla ispatlandığı, dolayısıyla söz konusu tanıtımlarda ve araç satışına ilişkin ticari uygulamada bir aykırılık bulunmadığı değerlendirilmiş olup dolayısıyla anılan tanıtımların 6502 sayılı Kanun’un 61 ve 62 nci maddelerine **aykırı olmadığına**karar verilmiştir.

**135)**

**Dosya No: 2021/3785**

**Şikayet Edilen: Işıl Mühendislik Makina ve İnş. San. Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** http://www.flexiva.com.tr adresli internet sitesinde yayınlanan *"Korona Virüsü yok eden esnek hava kanalı teknolojisi"* şeklindeki tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 27.07.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** http://www.flexiva.com.tr adresli internet sitesinin 27.07.2021 tarihli görünümünde ana sayfada; "*Korona Virüsü yok eden esnek hava kanalı teknolojisi. Korona virüsü bloke eden özel bariyer teknolojisi Türkiye'nin köklü üniversitesinden onaylı sağlıklı hava sahası için ideal tasarım.*" şeklinde ifadelere , "Bizden Haberler" başlığı altında ; *" Koronavirüs Bulaş Riskini Azaltan İklimlendirme Çözümü Geliştirildi. Covid-19 pandemisinin ilk evresinde, bulaşın damlacık yoluyla ve bu damlacıkların düştüğü yüzeylere temas ile olduğu savı ağırlık kazanmıştı. WHO (Dünya Sağlık Örgütü) başta olmak üzere birçok kaynak, hava yolu ile bulaş riski konusunda bariz bir kanıt olmadığını öne sürdü. Ancak yapılan araştırmalar, özellikle iç ortamlarda hava yolu ile bulaş riskinin ciddi oranda arttığını gösterdi. Çin Halk Cumhuriyeti’nde 7 bin 234 vaka üzerinde yapılan bir araştırmada dış ortamda bula ş sayısının sadece 1 olduğu görüldü. Geri kalan hastaların hepsinin, virüse kapalı ortamda yakalandığı belirlendi. 239 bilim insanı yaptıkları ortak bir açıklamayla, bilinenin aksine 1,5-2 metre mesafe bırakmanın bulaşmayı yeterince önlemediği, havada uzun süre kalma özelliğine sahip çok daha küçük parçacıkların (aerosollerin) kapalı alanlarda uzun sürebilecek bulaştan sorumlu olduğu görüşünü kamuoyuyla paylaştı. Amerikan Hastalık Önlem ve Kontrol Merkezi (CDC), COVID-19'un hava yoluyla bulaştığı yönünde karar bildirdi. Gözler, iklimlendirme, havalandırma sistemlerine çevrildi. Virüs barındıran iç ortam havası, hava dağıtım kanalları ile merkezi iklimlendirme sistemleri tarafından binaların virüs barındırmayan ortamlarına taşınabiliyordu. İklimlendirme sektörü, bulaşı önleyecek ya da riski azaltacak önlemler üzerinde çalışmalara başladı. Türkiye iklimlendirme sektöründe esnek hava kanalları üretiminde inovatif girişimleri ve patentli ürünleriyle dikkat çeken kuruluş Işıl Mühendislik A.Ş.’nin Flexiva Ürün Ailesi, Koronavirüsü etkisizleştiren çözümü ile devrim niteliğindeki bir başarıyla genişledi. Flexiva Ar-Ge Grubu tarafından geliştirilen GUARD,  dünyanın en yeşil, en sürdürülebilir üniversiteleri arasında ve Türkiye’nin en gözde üniversiteleri sıralamasında ilk on’da yer alan bir üniversitemiz tarafından test edildi. Flexiva’nın inovatif çözümü GUARD’ın yapılan testler neticesinde Koronavirüsü en az %84 oranında etkisizleştirdiği belirlendi ve raporlandırıldı. Flexiva üst düzey yetkililerinin verdiği bilgiye göre, Flexiva’nın zengin ürün yelpazesinde yer alan tüm ürünler, talep doğrultusunda GUARD seçenekli teslim edilebiliyor: “Pandemi döneminde Flexiva, Ar-Ge ve Ür-Ge faaliyetlerine ağırlık verdi. Bu süreçte Flexiva’nın iddialı Artist serisine Cam Yünü Yalıtımlı seri katıldı. Ardından Koronavirüs bulaş riskini maksimum azaltabilmeye yönelik çözüm geliştirme çalışmalarımız tamamlandı. Çalışmalarımız neticesinde virüsle etkin biçimde mücadele edebilen GUARD çözümünü geliştirdik. Bağımsız testlerle etkinliği kanıtlanan GUARD’ı pazara geniş bir ürün yelpazesi ile sunuyoruz. Farklı taleplere hitap edebilen esnek hava kanalı seçeneklerimizin her biri Koronavirüsü etkisizleştiren GUARD özelliği ile birleştirilebiliyor. Esnek hava kanallarımız, sağlığın güvencesi haline gelebiliyor.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, http://www.flexiva.com.tr adresli internet sitesinin ana sayfasında söz konusu teknoloji için "virüsü yok eden/bloke eden, etkisizleştiren" ifadelerine yer verilirken %84'lük bir orandan bahsedildiği, üstelik Yeditepe Üniversitesi Biosidal ve Ar&Ge Laboratuvarları tarafından yapılan test sonucunda Bovine Coronavirüs'e karşı %82'lik bir azalma tespit edildiği, dolayısıyla salt bu teknolojinin kullanılması halinde virüsün ortamda yok edileceği algısı yaratmak suretiyle tüketicilerin söz konusu virüsün genel bulaş yolları ve alınması gereken önlemler konusunda yanlış yönlendirebileceği, bu sebeple söz konusu tanıtımların yanıltıcı nitelikte olduğu,

Ayrıca "*dünyanın en yeşil, en sürdürülebilir üniversiteleri arasında ve Türkiye’nin en gözde üniversiteleri sıralamasında ilk on ’da yer alan bir üniversitemiz"* şeklinde bahsedilen Yeditepe Üniversitesi hakkında söz konusu ifadeleri ispatlayıcı nitelikte bilgi ve belge gönderilmediği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**136)**

**Dosya No: 2020/6073**

**Şikayet Edilen: Aytekin ÖZAYDIN (Mekay Mühendislik)**

**Şikayet Edilen Reklam:** "Toshiba" markalı iklimlendirme cihazlarına ilişkin "Yetkili Satıcı" ibaresi ile yapılan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 27.10.2020

**Yayınlandığı Mecra:** Etiket/Diğer

**Tespitler:** Şikayet edilen firma tarafından satışı gerçekleştirilen "Toshiba" markalı klima ve ısı pompası gibi iklimlendirme cihazlarına ait ambalaj üzerine yapıştırılan etiketlerde yapılan tanıtımlarda, "Mekay Mühendislik Yetkili Satıcı" ibaresine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, şikayet edilen firma tarafından satışı gerçekleştirilen "Toshiba" markalı klima ve ısı pompası gibi iklimlendirme cihazlarına ait ambalaj üzerine yapıştırılan etiketlerde yapılan tanıtımlarda, "Yetkili Satıcı" ibaresine yer verildiği;

"Toshiba" markalı iklimlendirme cihazlarının dağıtımının, Türkiye Distribütörü tarafından yetkilendirilen bayi ya da alt bayiler aracılığı ile gerçekleştirildiği; buna göre, hak sahibi veya onun münhasıran yetkilendirdiği şirket ile aralarında yapılmış bir yetkilendirme sözleşmesi olmadan, şikayet edilen firma tarafından yayınlanan reklamlarda ve tüketicilere yönelik gerçekleştirilen ticari uygulamalarda "Yetkili Satıcı" olarak tanıtım yapılmasının hukuka aykırı olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5, 9/1, 9/5, 11/1, 28/1, 28/2 ve 28/4 üncü maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,reklam veren **Aytekin ÖZAYDIN (Mekay Mühendislik)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63, 77/12 ve 77/13 üncü maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**137)**

**Dosya No: 2020/6074**

**Şikayet Edilen: Sevda GÜLSOY (HSG Teknik Servis)**

**Şikayet Edilen Reklam:** arcelik.marmarisbeyazesyaservisi.com adresli internet sitesinde yapılan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 17.01.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Muğla Valiliği Ticaret İl Müdürlüğü tarafından düzenlenen 17.01.2020 tarihli tutanak ile şikayet edilen firmanın, yetkili servis olarak faaliyette bulunmamasına rağmen; arcelik.marmarisbeyazesyaservisi.cominternet sitesinin adında ve internet sitesi içeriğinde yapılan tanıtımlarda, "Arçelik" markasının ve bu markaya ait logonun kullanılarak, söz konusu markaya ait ürünlerin satış sonrası servis hizmetlerini gerçekleştirmek üzere faaliyette bulunulduğu yönünde ibarelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, Muğla Valiliği Ticaret İl Müdürlüğü tarafından düzenlenen 17.01.2020 tarihli tutanak ile şikayet edilen firmanın yetkili servis olarak faaliyette bulunmamasına rağmen; arcelik.marmarisbeyazesyaservisi.com internet sitesinin adında ve internet sitesi içeriğinde yapılan tanıtımlarda, "Arçelik" markasının ve bu markaya ait logonun kullanılarak, söz konusu markaya ait ürünlerin satış sonrası servis hizmetlerini gerçekleştirmek üzere faaliyette bulunduğu yönünde ibarelere yer verildiği;

Buna göre; "Arçelik" markasının Türk Patent ve Marka Kurumu nezdinde tescil edilmiş bir marka olduğu; tescil sahibi veya onun münhasıran yetkilendirdiği şirket ile yapılmış yetkili servis, bayilik, marka kullanma veya lisans sözleşmesi vb. herhangi bir yetkilendirme sözleşmesi olmadan tanıtım yapılmasının hukuka aykırı ve aynı zamanda tüketicileri yanıltıcı olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5, 9/1, 9/5, 11/1, 28/1, 28/2 ve 29/2 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,reklam veren **Sevda GÜLSOY(HSG Teknik Servis)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63, 77/12 ve 77/136 üncü maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**138)**

**Dosya No:** **2021/4315**

**Şikayet Edilen: Ledolet Elektrik Elektronik Bilgisayar Tasarım ve Bilişim Teknoloji San. ve Dış Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** "9WATT RGB Led Ampul" adlı ürüne ilişkin yapılan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 21.05.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.ledolet.com adresli internet sitesinin 21.05.2021 tarihli görünümünde ve ürüne ait ambalaj üzerinde yapılan tanıtımlarda, "9WATT RGB Led Ampul" adlı ürünün 800 Lümen değerinde ışık miktarı sağladığının belirtildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, www.ledolet.com adresli internet sitesinin 21.05.2021 tarihli görünümünde yapılan tanıtımlarda, "9WATT RGB Led Ampul" adlı ürünün 800 Lümen değerinde ışık miktarı sağladığı belirtilmesine rağmen; şikayet edilen firma tarafından gönderilen bilgi ve belgeler değerlendirildiğinde, bahsi geçen ürünün beyaz ışık için 647 Lümen değerinde; RGB özelliğini sağlayan renklerin her biri için 52 Lümen değerinde ışık kaynağı sağladığının anlaşıldığı;

Buna göre; inceleme konusu reklamlarda, yalnızca toplam Lümen değerine yer verilerek ana vaadin istisnası niteliğindeki bu bilgilerin belirtilmemesi nedeniyle, bahsi geçen ürüne ilişkin teknik özellikler hakkında tüketicilerin eksik bilgilendirildiği ve yanıltıldığı olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,reklam veren **Ledolet Elektrik Elektronik Bilgisayar Tasarım ve Bilişim Teknoloji San. ve Dış Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**139)**

**Dosya No: 2021/4290**

**Şikayet Edilen: Doğuş Oto Pazarlama ve Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait internet sitesinde satışı yapılan “Golf 2021 R-Line model araca” ilişkin reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 20.09.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Golf 2021 R-Line model aracın internet sitesindeki fiyatının 449.100 TL ve tüketiciye yapılan fiyat teklifinin 496.762 TL olduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; internet sitesindeki fiyatların tavsiye edilen satış fiyatı olduğu, bayiden bayiye fiyatların değiştiği, ayrıca internette yer alan fiyatların standart donanımlı araç fiyatları olduğu, tüketicinin fiyat teklifi aldığı ve şikayet ettiği araçta opsiyonel donanım bulunduğu ve internet sitesi ile bayi arasındaki fiyat farklılığının bu durumdan kaynaklandığı ve reklamlarda yanıltıcı nitelikte ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil edecek herhangi bir durum bulunmadığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların; 6502 sayılı Kanun’un 61 ve 62 nci maddelerine **aykırı olmadığına**karar verilmiştir.

**140)**

**Dosya No: 2021/4332**

**Şikayet Edilen: Media Markt Turkey Ticaret Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait www.mediamarkt.com adresli internet sitesinde satışı yapılan “Delonghi Combo Espresso kahve makinesi” reklamları

**Reklam Yayın Tarihi:** 01.10.2021, 16.10.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firma tarafından satışı yapılan “Delonghi Combo Espresso kahve makinesi” reklamlarında, ürün fiyatının 799 TL olarak görüntülendiği, ancak internet sitesinde 799 TL’ye satılan herhangi bir “Delonghi Combo Espresso kahve makinesi” bulunmadığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firma tarafından satışı yapılan “Delonghi Combo Espresso kahve makinesi” reklamlarında ürün fiyatının internette 799 TL olarak görüntülendiği, ancak satın al butonuna tıklandığı zaman internet sitesine yönlendirme yapıldığı ve ürün fiyatının 3.699 TL olarak değiştiği, internette yer alan ürün fiyatının gerçeği yansıtmadığı ve kafa karışıklığına sebep olduğu, söz konusu reklamların yanıltıcı nitelikte olduğu ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Media Markt Turkey Ticaret Limited Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63, 77/12 ve 77/13 üncü maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**141)**

**Dosya No: 2021/4396**

**Şikayet Edilen: Hyundai Assan Otomotiv Sanayi ve Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** 2020 model Hyundai Sportlain 1.6 motor dizel araca ilişkin reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 23.08.2021

**Yayınlandığı Mecra:** Diğer/Çeşitli

**Tespitler:** Tüketici tarafından herhangi bir reklam örneği gönderilmediği için bir tespit yapılamamıştır.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; tüketicinin aracının 95-105 km/saat hızla 300 km kullanıldığı, yakıt tüketiminin ortalama 5.3 L/100 km olarak gerçekleştiği ve Bakanlığa gönderilen cevap yazısı ve ekleriyle bu durumun da ispatlandığı ve reklamlarda yanıltıcı nitelikte ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil edecek herhangi bir durum bulunmadığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların; 6502 sayılı Kanun’un 61 ve 62 nci maddelerine **aykırı olmadığına**karar verilmiştir.

**142)**

**Dosya No: 2021/4581**

**Şikayet Edilen: Mercedes Benz Otomotiv Ticaret ve Hizmetler A.Ş**

**Şikayet Edilen Reklam:** Çeşitli mecralarda yayınlanan Mercedes Cla Formatic model araca ilişkin reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 10.09.2021

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

**Tespitler:** Tüketici tarafından söz konusu aracın 708.762,40 TL’ye satın alındığı, aracın fiyat tabelasındaki fiyatın 702.000-TL ve internet sitesindeki fiyatın 685.000 TL olduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; internet sitesindeki fiyatların tavsiye edilen satış fiyatı olduğu, bayiden bayiye fiyatların değiştiği, ayrıca internette yer alan fiyatların standart donanımlı araç fiyatları olduğu, tüketicinin satın aldığı ve şikayet ettiği araçta opsiyonel donanım bulunduğu ve internet sitesi ile bayi arasındaki fiyat farklılığının bu durumdan kaynaklandığı ve reklamlarda yanıltıcı nitelikte ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil edecek herhangi bir durum bulunmadığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların; 6502 sayılı Kanun’un 61 ve 62 nci maddelerine **aykırı olmadığına**karar verilmiştir.

**143)**

**Dosya No: 2022/4**

**Şikayet Edilen: Cenk YILMAZ (Svc Su Arıtma Sistemleri)**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait www.hyundaisas.com adresli internet sitesinde tanıtımı ve satışı yapılan “Hyundai su arıtma sistemleri” isimli ürüne ilişkin reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 13.10.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ait www.hyundaisas.com adresli internet sitesinde “Hyundai su arıtma sistemleri” isimli ürüne ilişkin reklamlarda, “*Kore’nin sektör lideri Hyundai marka arıtma cihazlarını dünya genelinde 30’dan fazla ülke kullanıyor. Uluslararası alanda saygın bir yeri olan sağlık ile ilgili ürünlere onay veren NSF ve FDA onaylı.*” ifadelerine yer verildiği ve İSO belgesinin bulunduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firmaya ait www.hyundaisas.com adresli internet sitesinde “Hyundai su arıtma sistemleri” isimli ürüne ilişkin reklamlarda, “*Kore’nin sektör lideri Hyundai marka arıtma cihazlarını dünya genelinde 30’dan fazla ülke kullanıyor. Uluslararası alanda saygın bir yeri olan sağlık ile ilgili ürünlere onay veren NSF ve FDA onaylı.*” ifadelerine yer verildiği,

Söz konusu reklamlarda, “FDA onaylı” şeklindeki ifadenin “Amerikan Gıda ve İlaç Dairesi'ne Kayıtlı” anlamına geldiği; atıfta bulunulan Amerikan Gıda ve İlaç Dairesi ile yapılan yazışmalar ve yürütülen incelemeler neticesinde mezkur kurumun böyle bir ifadenin ya da logonun herhangi bir şahıs yahut şirket tarafından kullanılmasına cevaz vermediğinin anlaşıldığı, diğer taraftan ürünün ilgili kurum tarafından onaylandığına ilişkin ispatlayıcı nitelikte herhangi bir belge sunulamadığı, söz konusu reklamların yanıltıcı nitelikte olduğu ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Cenk YILMAZ (Svc Su Arıtma Sistemleri)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**TURİZM**

**144)**

**Dosya No: 2021/5155**

**Ferhan AKIN** adlı şahsa ait *“Sarıkamış Aras Otel”* isimli tesise yönelik olarak yayınlanan reklam ve tanıtımlar hakkında yapılan görüşmeler neticesinde, konu ile ilgili olarak ilave incelemeler yürütülmesinin ardından dosyanın yeniden gündeme alınmasına ve dolayısıyla 2021/5155numaralı dosyanın görüşülmesinin **ertelenmesine** karar verilmiştir.

**145)**

**Dosya No: 2021/5579**

**Şikayet Edilen: İlker YILMAZ – Arma Grup**

**Şikayet Edilen Reklam/Haksız Ticari Uygulama:** Şahsa ait işletme tarafından “Gold Termal & Spa” isimli tesise ilişkin devre tatil satış ve pazarlama faaliyetleri kapsamında gerçekleştirilen ticari uygulamalar

**Reklam/HTU Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** Haksız Ticari Uygulama

**Tespitler:** Yapılan inceleme sonucunda, 22.08.2021 tarihinde gerçekleştirilen tanıtım toplantısında, tüketiciye “Gold Termal & Spa” adlı tesisten hisseli gayrimenkul satışı yapıldığı, söz konusu satış işlemi karşılığında tüketiciden peşin ödeme olarak 24.500 TL tahsil edildiği, satıcı işletme tarafından 22.08.2021 tarihinde tüketiciye verilen imzalı/kaşeli belge ile tüketicinin Arma Grup bünyesinde faaliyet gösteren tüm tesislerde dönemini kullanabileceği, 23.08.2021 tarihli yazılı belge ile Gold Termal & Spa adlı tesisten devre mülk satın alan tüketicinin nesiller boyu ücretsiz olarak günübirlik aile havuzlarından faydalanabileceği ve yine 23.08.2021 tarihli yazılı belge ile de tüketicinin satın aldığı hisseli gayrimenkulün bir yıl kullanımından sonra sözleşme tutarı aynı olmak şartıyla tüketiciden geri satın alınabileceğinin vaat edildiği,

Şikayetçi tüketicinin, sözleşmeyi imzaladıktan sonra sözleşmede haksız şartlar bulunduğunu gördüğü, ayrıca tanıtım toplantısında psikolojik baskı ve saldırgan ticari uygulamalar uygulandığını öne süren tüketicinin 31.08.2021 tarihinde yasal 14 günlük cayma süresi içinde noterlik kanalıyla satıcı işletmeye cayma bildiriminde bulunarak imza attığı devre tatil sözleşmesinden caydığı, bununla birlikte, tüketicinin cayma talebinin satıcı tarafından işleme alınmadığı ve tüketicinin yaptığı ödemelerin tüketiciye iade edilmediği hususları tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, Bakanlığa yapılan tüketici başvurusuna ilişkin olarak; başvuru sahibi tüketicinin satıcı işletme tarafından devre tatil satış ve pazarlama faaliyetleri kapsamında düzenlenen bir tanıtım toplantısına davet edildiği ve bu toplantıda tüketiciye psikolojik baskı ve zorlama yoluyla devre mülk/hisseli gayrimenkul satışı yapıldığı, toplantıdan sonra imza attığı sözleşmede haksız şartlar bulunduğunu tespit eden tüketici yasal 14 günlük cayma süresi içinde noter kanalıyla cayma bildiriminde bulunmakla ve yapmış olduğu ödemelerin iadesini talep etmekle birlikte tüketicinin cayma talebi işleme alınmayarak cayma hakkının kullandırılmadığı ve böylelikle tüketici mağduriyetine sebebiyet verildiği, diğer yandan asıl amacı tüketicilere devre mülk/hisseli gayrimenkul satışı olan tanıtım toplantılarında, yüksek müzik sesinin bulunduğu bir ortamda psikolojik baskı ve ikna teknikleri kullanılarak ve tesis nitelikleri, sözleşme şartları ve tüketicilerin yasal haklarına ilişkin olarak gerçekleri yansıtmayan aldatıcı nitelikte bilgiler verilerek tüketicilerin tecrübe ve bilgi noksanlıklarının istismar edildiği, bu tür uygulamaların ise tüketicilerin bilinçli olarak karar verme yeteneğini azaltarak normal şartlar altında taraf olmayacakları bir tüketici işlemine taraf olmalarına yol açtığı, sonuç olarak satıcı işletme tarafından gerçekleştirilen tüm bu ticari uygulamaların, 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un “Haksız ticari uygulamalar” başlıklı 62 inci maddesinin “*(1) Bir ticari uygulamanın; mesleki özenin gereklerine uymaması ve ulaştığı ortalama tüketicinin ya da yöneldiği grubun ortalama üyesinin mal veya hizmete ilişkin ekonomik davranış biçimini önemli ölçüde bozması veya önemli ölçüde bozma ihtimalinin olması durumunda haksız olduğu kabul edilir. Özellikle aldatıcı veya saldırgan nitelikte olan uygulamalar ile yönetmelik ekinde yer alan uygulamalar haksız ticari uygulama olarak kabul edilir. Tüketiciye yönelik haksız ticari uygulamalar yasaktır.”*hükmüne aykırı, tüketicileri aldatıcı, yanıltıcı ve tüketicilerin bilgi ve tecrübe eksikliklerini istismar edici nitelikte 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-a, 29/2-b, 29/2-ç, 30, 31/1, 31/2-a, 31/2-ç ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**146)**

**Dosya No: 2021/5582**

**Şikayet Edilen: Ay Havacılık Yat İşletmeciliği Turizm İnş. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait “Side Sunport Hotel & Spa” isimli tesise yönelik reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 26.10.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, Tabela

**Tespitler:** Yapılan inceleme sonucunda, firmaya ait *“Side Sunport Hotel & Spa”* adlı tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığından “Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi” bulunmamasına karşın tesis tabelasında, tesis dış cephesinde ve tesise ait www.sidesunport.com adresli internet sitesinde “5 Yıldız \*\*\*\*\*” görsellerine yer verilmek suretiyle “5 Yıldızlı Otel” olarak tanıtıldığı; benzer şekilde anılan tesisin www.tripadvisor.com.tr, www.trivago.com.tr, www.tr.hotels.com, www.planetofhotels.com, tr.halalbooking.com ve www.expedia.com adresli internet sitelerinin 26.10.2021 tarihli görünümlerinde yer alan tanıtım sayfalarında “5 Yıldız \*\*\*\*\*” görsellerine ve “5 Yıldızlı Otel” ibarelerine yer verildiği, ayrıca tesis ismiyle www.google.com.tr arama portalında yapılan aramalarda, arama sonuç sayfasının sağ menüsünde “5 Yıldızlı Otel” ibarelerinin yer aldığı,

Yine, 26.10.2021 tarihinde yapılan incelemelerde, *“Side Sunport Hotel & Spa”* adlı tesisin tanıtımına ilişkin olarak, www.tatil.com adresli internet sitesinde, *“Side bölgesinde konaklama olanağı sunan Side Sungate Hotel & Spa - All Inclusive Side Limanı ve Agora çevresinde sizi bekliyor. Bu 5 yıldızlı resort otel, Side Müzesi ve Side Antik Tiyatrosu civarındadır.”* ifadelerine, www.mngturizm.com adresli internet sitesinde, *“Side Sungate Hotel & SPA 12.000 m2 alan üzerine kurulu 5 yıldızlı Herşey Dahil konseptinde hizmet vermekte olan bir tesistir.”* ifadelerine, www.shopandfly.com.tr adresli internet sitesinde, *“Side bölgesinde konaklama olanağı sunan Side Sungate Hotel & Spa - All Inclusive Side Limanı ve Agora çevresinde sizi bekliyor. Bu 5 yıldızlı resort otel, Side Müzesi ve Side Antik Tiyatrosu civarındadır.”* ifadelerine ve www.tatileksper.com adresli internet sitesinde ise, *“Evrenseki bölgesinin en çok tercih edilen 5 yıldızlı otellerinden bir tanesi olan Side Sunport Hotel & Spa hem eğlenebileceğiniz hem de dinlenebileceğiniz bir tatilin kapılarını açıyor.”* ifadelerine yer verildiğinin tespit edildiği,

Bu hususlara ek olarak, tesise ilişkin “5 Yıldızlı Otel” tanıtımlarının firmaya ait “sidesunport” isimli kurumsal Instagram sayfasında da yayınlandığı hususları tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, firmaya ait olup “5 Yıldızlı Otel Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi” bulunmayan “Side Sunport Hotel & Spa” adlı tesisin tesis tabelasında, tesis dış cephesinde ve tesise ait www.sidesunport.com adresli internet sitesi ile internette yer alan çeşitli mecralarda “5 Yıldızlı Otel” olarak tanıtılmasının tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı 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, 9/1, 9/2, 9/4, 9/5 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**DİĞER**

**147)**

**Dosya No: 2020/2157**

**Şikayet Edilen: EHM Mağazacılık Sanayi ve Ticaret Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ilişkin olarak Bursa İnegöl Avm mağazasında bulunan afişte yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Yayınlandığı Mecra:** Afiş

**Tespitler:** Firmaya ilişkin olarak Bursa İnegöl Avm mağazasında bulunan afişte *"3 lü meşrubat bardakları 1 alana 1 bedava"* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firmaya ilişkin olarak Bursa İnegöl Avm mağazasında bulunan afişte *"3 lü meşrubat bardakları 1 alana 1 bedava"* şeklinde ifadelere yer verildiği buna istinaden afişin yer aldığı rafta bulunan ürünlerden satın almak isteyen tüketiciye kasada kampanyanın seçili ürünlerde geçerli olduğu bilgisi verilerek kampanyadan faydalandırılmadığı ve firma tarafından anılan afişin yer aldığı rafta bulunan hangi ürünlerde kampanyanın geçerli olduğu hususunun ispatlanamadığı bu sebeplerle tüketicilerin yanıltıldığı,

Bununla birlikte söz konusu afişte *"3 lü meşrubat bardakları 1 alana 1 bedava"* şeklinde ifadelere yer verilerek afişin dipnotunda kampanyanın seçili ürünlerde geçerli olduğu ve stoklarla sınırlı olduğu belirtilmesine rağmen promosyon olarak verilecek ürünlerin miktarının belirtilmesi zorunlu olduğu halde bu bilgilere yer verilmediği, dolayısıyla, anılan tanıtımların; tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**148)**

**Dosya No: 2020/2446**

**Şikayet Edilen: Nrt İletişim İnşaat Sanayi ve Ticaret Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait "Gelin Diamond" isimli satıcı tarafından www.trendyol.com adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 20.06.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ait “Gelin Diamond" isimli satıcı tarafından www.trendyol.com adresli internet sitesinde *"Gelin Pırlanta 14 Ayar Altın Sallantılı Küpe GLN300082. Ürünün altın metal ağırlığı 1.10 gramdır.* *Ürün %100 gerçek 14 ayar altındır. Belirtilen ağırlıkta (+/-) % 10 sapma oluşabilmektedir."* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firmaya ait "Gelin Diamond" isimli satıcı tarafından www.trendyol.com adresli internet sitesinde *"Gelin Pırlanta 14 Ayar Altın Sallantılı Küpe GLN300082. Ürünün altın metal ağırlığı 1.10 gramdır. Ürün %100 gerçek 14 ayar altındır. Belirtilen ağırlıkta (+/-) % 10 sapma oluşabilmektedir."* şeklinde ifadelere yer verilmesine istinaden internet sitesinden söz konusu ürünü satın alan tüketici ürünü 2 ayrı hassas terazide tarttığında ürünün 0,63 gram geldiğini tespit ettiği, firmayla iletişime geçildiğinde firma tarafından tüketiciye ürünün fiyatının doğru ancak gramının yanlış girildiği bilgisinin verildiği bu nedenle söz konusu tanıtımların gerçeği yansıtmadığı,

Diğer taraftan www.trendyol.com adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda söz konusu ürünün öncelikle 749,00 TL üzerinden yapılan indirimle 499 TL fiyatı ile daha sonra "Sepette % 30 indirim" adı altında nihai olarak ürünün 349,30 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 749,00 TL fiyatından satışa sunulduğunun ispatlanması gerektiği ancak söz konusu hususun ispatlanamadığı, dolayısıyla, anılan tanıtımların; tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/5-ç, 9/1, 9/5, 13/1, 14/1, 14/2, 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 **Nrt İletişim İnşaat Sanayi ve Ticaret Anonim Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**149)**

**Dosya No: 2020/2512**

**Şikayet Edilen: Beştaşlı Anahtar ve Emniyet Sistemleri Sanayi ve Ticaret Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait "Beştaşlı Anahtar Ltd. Şti." isimli satıcı tarafından www.trendyol.com adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 23.11.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ait "Beştaşlı Anahtar Ltd. Şti." isimli satıcı tarafından www.trendyol.com adresli internet sitesinde yer alan *"Kale Kilit Kale 164gmc 68mm Cerman Mandallı Barel"* isimli üründen 10 adet satın alıp 50 TL ödeme yapan tüketicinin siparişinin firma tarafından iptal edildiği, iptal tarihinden sonra anılan internet sitesinde bahse konu ürünün fiyatının artırılarak 59 TL'den yeniden satışa sunulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firmaya ait "Beştaşlı Anahtar Ltd. Şti." isimli satıcı tarafından www.trendyol.com adresli internet sitesinde yer alan *"Kale Kilit Kale 164gmc 68mm Cerman Mandallı Barel"* isimli üründen 10 adet satın alıp 50 TL ödeme yapan tüketicinin siparişinin firma tarafından iptal edildiği, iptal tarihinden sonra anılan internet sitesinde bahse konu ürünün fiyatının artırılarak 59 TL'den yeniden satışa sunulduğunun görüldüğü bu sebeplerle tüketicilerin yanıltıldığı,

Bununla birlikte, 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 www.trendyol.com adresli internet sitesinde belirtilen satış fiyatları üzerinden edinmeye davet ederek haksız ticari uygulamada bulunduğu; dolayısıyla, anılan tanıtımların; tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/5-ç, 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 **Beştaşlı Anahtar ve Emniyet Sistemleri Sanayi ve Ticaret Limited Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**150)**

**Dosya No: 2020/2901**

**Şikayet Edilen: D-Market Elektronik Hizmetler ve Tic. A.Ş. (Hepsiburada.com)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ilişkin olarak www.hepsiburada.com adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda *“Philips HueW Filament Ampul A60 E27 Sarı Işık Bluetooth”* isimli ürünün 623,95 TL olan fiyatı üzerinden indirim uygulanarak 189,90 TL'ye indirildiği bilgisine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firmaya ilişkin olarak www.hepsiburada.com adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda *“Philips HueW Filament Ampul A60 E27 Sarı Işık Bluetooth”* isimli ürünün 623,95 TL olan fiyatı üzerinden %70 indirim uygulanarak 189,90 TL'ye indirildiği bilgisine yer verildiği, 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 gereği anılan ürünün indirimden önceki fiyattan satışa sunulduğunun ispatlanması gerektiği ancak söz konusu hususun ispatlanamadığı dolayısıyla, anılan tanıtımların; tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **D-Market Elektronik Hizmetler ve Tic. A.Ş. (Hepsiburada.com)** 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.

**151)**

**Dosya No: 2020/3246**

**Şikayet Edilen: Atabey Halı Yıkama**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ilişkin olarak www.instagram.com adresli internet sitesinde yer alan sponsorlu tanıtımlarda *"Konya'nın en büyük halı yıkama tesisinde halılarını profesyonel ekimiz ve otomatik* *makinelerimizle halılarınızı yüzünden değil özünden yıkamaya devam ediyoruz."* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firmaya ilişkin olarak www.instagram.com adresli internet sitesinde yer alan sponsorlu tanıtımlardaki *"Konya'nın en büyük halı yıkama tesisinde halılarını profesyonel ekimiz ve otomatik makinelerimizle halılarınızı yüzünden değil özünden yıkamaya devam ediyoruz."* şeklindeki ifadelerin ispatlanması gerektiği ancak söz konusu ifadelerin ispatlanamadığı dolayısıyla, anılan tanıtımların; tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**152)**

**Dosya No: 2020/3517**

**Şikayet Edilen: Nilgün ÖZGÜNER – Oyuncak Ayıcı**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 18.05.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ilişkin olarak www.ciceksepeti.com adresli internet sitesinde yer alan *"120 cm Papyonlu Büyük Beyaz Ayıcık (%100 Yerli)"* isimli ürün ile ilgili 17 Mayıs tarihinde ürünü satın alan tüketiciden “Aynı Gün Hızlı Teslimat Ücreti” olarak 9,90 TL alındığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firmaya ilişkin olarak www.ciceksepeti.com adresli internet sitesinde yer alan *"120 cm Papyonlu Büyük Beyaz Ayıcık (%100 Yerli)"* isimli ürünü 17 Mayıs tarihinde internet sitesinden satın alan tüketiciden 9,90 TL "Aynı gün hızlı teslimat ücreti" tahsil edilmesine rağmen tüketici tarafından sipariş takibine bakıldığı zaman teslimat tarihinin 20 Mayıs olarak göründüğü bu nedenle söz konusu tanıtımların gerçeği yansıtmadığı dolayısıyla, anılan tanıtımların; tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

**153)**

**Dosya No: 2020/6076**

**Şikayet Edilen: Bayram ŞAHİN**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 14.12.2019,01.08.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firma tarafından www.sahibinden.com adresli internet sitesinde "Avrupa İnşaat" ismiyle “*Avrupa İnşaat’tan Satılık Deprem Yönetmeliğine Uygun 3+1 İstanbul/Beylikdüzü 320.000 TL*, *…*Avrupa İnşaat *İstanbul/Beylikdüzü 210.000 TL”* ifadesine,“Prestij Beylikdüzü Yapı” ismiyle *"Prestij Yapı'ya uğradıysanız cebiniz karda eviniz yanınızda olur. İstanbul/Beylikdüzü 200.000 TL."* ifadesine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firmaya ilişkin olarak www.sahibinden.com adresli internet sitesinde "Avrupa İnşaat" ismiyle “*Avrupa İnşaat’tan Satılık Deprem Yönetmeliğine Uygun 3+1 İstanbul/Beylikdüzü 320.000 TL*, …*Avrupa İnşaat* *İstanbul/Beylikdüzü 210.000 TL”* ifadesi ile İstanbul ilinde olmayan dairelerin resimlerine yer verilerek Beylikdüzü ilçesinin fiyat ortalamasının altında satılık evlerin ilanlarının verildiği ve“Prestij Beylikdüzü Yapı” ismiyle *"Prestij Yapı'ya uğradıysanız cebiniz karda eviniz yanınızda olur. İstanbul/Beylikdüzü 200.000 TL."* ifadesine yer verilmesine istinaden firmayı telefonla arayan tüketicilere ilandaki uygun fiyatlı dairelerin hala satılık olduğu bilgisi verilmesine rağmen söz konusu daireleri görmek için firmaya gelen tüketicilere dairenin satıldığı, sahibinin satmaktan vazgeçtiği, iskanı olmadığı, ilandaki bilgilerin yanlış girildiği gibi gerekçelerle başka dairelerin satılmaya çalışıldığı bu nedenlerle söz konusu tanıtımların gerçeği yansıtmadığı dolayısıyla, anılan tanıtımların; tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**154)**

**Dosya No: 2021/5580**

**Şikayet Edilen: D-Market Elektronik Hizmetler ve Tic. A.Ş.(Hepsiburada.com)**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ilişkin olarak televizyon kanallarında yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 09.11.2020

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** Firmaya ilişkin olarak televizyon kanallarında yer alan tanıtımlarda *"Günün efsane fırsatını kaçırma. Şu anda İmam Çağdaş Fıstıklı Kuru Baklava 1 Kg Paket 170 TL yerine 69,90 TL. Sınırlı Stok. Acele Et Kaçırma."* şeklinde ifadelere, altyazıda ise *"Stoklarla sınırlıdır. Detaylar Hepsiburada'da."* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firmaya ilişkin olarak televizyon kanallarında yer alan tanıtımlarda *"Günün efsane fırsatını kaçırma. Şu anda İmam Çağdaş Fıstıklı Kuru Baklava 1 Kg Paket 170 TL yerine 69,90 TL. Sınırlı Stok. Acele Et Kaçırma."* şeklinde ifadelere, altyazıda ise *"Stoklarla sınırlıdır. Detaylar Hepsiburada'da."* ifadelerine yer verildiği ancak firma tarafından uygulanan indirim kampanyasında 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 dolayısıyla, anılan tanıtımların; tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

**155)**

**Dosya No: 2021/4380**

**Şikayet Edilen: Flo Mağazacılık ve Pazarlama A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.kinetix.com.tr adresli internet sitesinde yer alan “Kinetix Potter Haki Erkek Bot” isimli ürüne ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 20.10.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan incelemede; https://www.kinetix.com.tr/urun/kinetix-potter-haki-erkek-bot-100540426 uzantılı internet adresinin 20.10.2021 tarihli görünümünde, Kodu 100540426 olan ve "Kinetix Potter Haki Erkek Bot" adlı ürüne ilişkin olarak anılan ürünün sepette %30 indirim ile 189.99 TL yerine 132.99 TL bedel ile satışa sunulduğu, ürün satın alınmak istenildiğinde ise "satın al" butonuna tıklanılması üzerine aynı şirkete ait www.flo.com.tr adlı internet sitesine yönlendirildiği, mezkur ürünün https://www.flo.com.tr/urun/kinetix-potter-haki-erkek-outdoor-bot-100540426 uzantılı internet adresinde 199.99 TL bedel ile tanıtımlarının yapıldığı ve bu fiyat üzerinden satışa sunulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, https://www.kinetix.com.tr/urun/kinetix-potter-haki-erkek-bot-100540426 URL uzantılı

internet adresinin 20.10.2021 tarihli görünümünde, Kodu 100540426 olan ve "Kinetix Potter Haki Erkek Bot" adlı ürüne ilişkin olarak anılan ürünün sepette %30 indirim ile 189.99 TL yerine 132.99 TL bedel ile satışa sunulduğu, söz konusu ürün satın alınmak istenildiğinde "satın al" butonuna tıklanılması üzerine tüketicilerin aynı şirkete ait www.flo.com.tr adlı internet sitesine yönlendirildiği, ürünün https://www.flo.com.tr/urun/kinetix-potter-haki-erkek-outdoor-bot-100540426 URL uzantılı adreste 199.99 TL bedel ile herhangi bir indirim uygulanmaksızın tanıtımlarının yapıldığı ve satışa sunulduğu, bu kapsamda söz konusu ürünün fiyat bilgisi hususunda tüketiciler nezdinde anlam karışıklığına yol açıldığı ve ayrıca yapılan indirimin gerçek bir indirim olmaması nedeniyle olduğundan daha fazla indirim yapılıyormuş algısı uyandırılarak 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-ç, 9/1, 9/2, 9/5, 13/1, 13/2, 13/9, 14, 28/1, 29/1 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**156)**

**Dosya No: 2020/4155**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** Kuruluşa ait "29 Ekim Aldın Aldın" broşürlerinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 29.10.2020

**Yayınlandığı Mecra:** Broşür

**Tespitler:** Kuruluşa ait "29 Ekim Aldın Aldın" broşürlerinde "Motolüx F5 Elektrikli Scooter" isimli ürünün tanıtımlarının yapıldığı, tanıtımlarda anılan ürüne ilişkin; "Çıkarılabilir Kilitli Akü" ve "Park Yan Ayak" özelliklerinin sayıldığı, firma tarafından gönderilen “Motolüx F5 Elektrikli Scooter" ürün tanıtım kitapçığında ise bu özelliklerin üründe yer almadığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu broşürlerde "Motolüx F5 Elektrikli Scooter" isimli ürünün tanıtımlarında anılan ürüne ilişkin yer verilen özellikler arasında sayılan; "Çıkarılabilir Kilitli Akü" ve "Park Yan Ayak" özelliklerinin "Motolüx F5 Elektrikli Scooter" isimli ürününde mevcut olmadığı buna karşın özelliklerin "Motolüx F4 Elektrikli Scooter" ürününde yer aldığı hususu dikkate alındığında tanıtımların anlam karışıklığına yol açan, tüketicileri yanıltıcı, aldatıcı ve bilgi eksikliklerini istismar edici nitelikte olduğu, tüketicinin algılama düzeyi göz önünde bulundurulduğunda anılan tanıtımların mevzuata aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**157)**

**Dosya No: 2021/5020**

**Şikayet Edilen: A.S Watson Güzellik ve Bakım Ürün. Tic. A.Ş**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait www.watsons.com.tr adresli e-ticaret sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 16.12.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.watsons.com.tr adresli e-ticaret sitesinin 16.12.2021 tarihli görünümünde; “Watsons Shiba Fresh Baby Wipes 90s, 29,95 TL (yerine) 8,99 TL” ibarelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, *“Watsons Shiba Fresh Baby Wipes 90s, 29,95 TL (yerine) 8,99 TL"* ibarelerine yer verilmesine karşın söz konusu indirimden bir önceki 29,95 TL'lik fiyatın gerçeği yansıtmadığı, kampanya ile olduğundan daha fazla indirim uygulanıyormuş izlenimi yaratıldığı, bu durumun, tüketicileri yanıltıcı, aldatıcı ve bilgi eksikliklerini istismar edici nitelikte olduğu, tüketicinin algılama düzeyi göz önünde bulundurulduğunda tanıtımların mevzuata aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 7/5-ç, 9/1, 14/1, 14/2, 14/3, 14/4 ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **A.S Watson Güzellik ve Bakım Ürün. 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.

**158)**

**Dosya No: 2021/5574**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** Şirket bünyesinde bulunan A101 Market Şırnak Uludere şubesinde raf etiketinde ve broşürlerde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 18.09.2021

**Yayınlandığı Mecra:** Broşür, Raf Etiketi

**Tespitler:** A101 Market Şırnak Uludere şubesinde yer alan 18-24 Eylül 2021 tarihli raf etiketinde ve firmaya ait broşürlerde; *"Altınkılıç Klasik İnek Peyniri 500 gr. 10 TL ve üzeri alışverişlerinizde ~~44,95~~ (yerine) 21,95 TL "* ibarelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, "Altınkılıç Klasik İnek Peyniri 500 gr.” ürününe ilişkin düzenlenen kampanyada indirimden bir önceki fiyat olarak belirtilen 44,95 TL'lik fiyatın gerçeği yansıtmadığı, kampanya ile olduğundan daha fazla indirim uygulanıyormuş izlenimi yaratıldığı, bu durumun tüketicileri yanıltıcı, aldatıcı ve bilgi eksikliklerini istismar edici nitelikte olduğu, tüketicinin algılama düzeyi göz önünde bulundurulduğunda tanıtımların mevzuata aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 7/5-ç, 9/1, 14/1, 14/2, 14/3, 14/4 ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Yeni Mağazacılık A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **11.429-TL (Onbirbindörtyüzyirmidokuz Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**159)**

**Dosya No: 2021/4698**

**Şikayet Edilen: Penti Çorap A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** 28-29.10.2021 tarihlerinde düzenlenen " *2 al 1 öde/ 1 alana 1 hediye*" kampanyasına ilişkin www.penti.com adresli internet sitesinde yayınlanan reklamlar ve tüketicilere gönderilen kısa mesaj tanıtımları

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, Kısa Mesaj

**Tespitler:** 28-29.10.2021 tarihlerinde düzenlenen " *2 al 1 öde/ 1 alana 1 hediye"* kampanyasına ilişkin 28.10.2021 tarihinde tüketicilere "*1 ALANA 1 HEDİYE. Sadece bugün ve yarın tüm kadın ürünlerinde geçerli bu fırsatı kaçırmayın. "* şeklinde kısa mesaj gönderildiğitespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; tüketicilerin internet sitesi üzerinden herhangi bir satın alma gerçekleştirmedikleri için siparişe yönelik bir inceleme yapılamadığı, sepetteki ürünlerin de 13 gün süreyle tutulduğu için sepet kayıtlarının da incelenemediği, sepetlerinde muhtemelen 2 adetten fazla ürün varsa kampanya koşulları gereği indirim tutarının söz konusu ürünlere paylaştırılarak uygulandığı, hiç uygulanmadıysa da ürünlerin kampanya kapsamı dışında olabileceği, kampanyadan 27654 kişinin faydalandığı, dolayısıyla söz konusu tanıtımlarda bir aykırılık bulunmadığı değerlendirilmiş olup dolayısıyla anılan tanıtımların 6502 sayılı Kanun’un 61 ve 62 nci maddelerine **aykırı olmadığına**karar verilmiştir.

**160)**

**Dosya No: 2021/5537**

**Şikayet Edilen: Gımiloğulları Pazarlama San. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:**Firmaya ait Özkanlar Bornova İzmir mağazasında satışa sunulan "*Bruno solventsiz kırtasiye tipi yapıştırıcı*" isimli ürün ambalajında yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj, Etiket

**Tespitler: “***Bruno solventsiz kırtasiye tipi yapıştırıcı*" isimli ürün ambalajında "imalat tarihi 2018" şeklinde yer alan yazının üzerine farklı bir etiket yapıştırılmak suretiyle *" Ü.T. 03.2021 S.K.T 03.2025 "*  ifadesine yer verildiğinin tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, Özkanlar Bornova İzmir mağazasında satışa sunulan "*Bruno solventsiz kırtasiye tipi yapıştırıcı*" isimli ürün ambalajında "imalat tarihi 2018" yazmasına rağmen üzerine farklı bir etiket yapıştırılmak suretiyle *" Ü.T. 03.2021 S.K.T 03.2025"*  ifadesine yer verildiğinin tespit edildiği, böylece tüketicinin satın alma kararının etkileyecek nitelikteki bir bilgi olan üretim tarihi konusunda çelişkili ifadelere yer vermek suretiyle tüketicilerin yanıltıldığı, üstelik su bazlı yapıştırıcılarda raf ömrü olmadığı halde son kullanma tarihi bilgisi verildiği, böylece tüketicinin konu hakkında bilgi eksikliğinin istismar edildiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Gımiloğulları Pazarlama 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.

**161)**

**Dosya No: 2021/5538**

**Şikayet Edilen: A101 Yeni Mağazacılık A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait "a101iletisim" isimli Instagram hesabından yayınlanan paylaşımda "*A101 den cuma sürprizi. Hediye çeki kazanan 20 takipçimizi tebrik ederiz.*" şeklinde yapılan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 27.08.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ait "a101iletisim" isimli Instagram hesabından yayınlanan 27.08.2021 tarihli paylaşımda *"A101'den cuma sürprizi. Hediye çeki kazanan 20 takipçimizi tebrik ederiz.\* Kazanan takipçilerimizin ad-soyad ve cep telefonu numaralarını özel mesaj yoluyla iletmeleri gerekmektedir."* şeklinde ifadelere ve 20 takipçinin kullanıcı isimlerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; kazanan başvuru sahibi tüketicinin Instagram hesabı "\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*" iken firmaca hediye çekinin sehven "\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*" isimli hesaba gönderildiği, kampanyada vaat edilen 101TL hediye çekinin diğer kazanan 19 kişiye sorunsuz tanımlandığı, yaşanan bu durumun münferit bir olay olduğu dolayısıyla asıl kazanan başvuru sahibi tüketiciye de hediye çekinin tanımlandığı, dolayısıyla söz konusu tanıtımlarda bir aykırılık bulunmadığı değerlendirilmiş olup dolayısıyla anılan tanıtımların 6502 sayılı Kanun’un 61 ve 62 nci maddelerine **aykırı olmadığına**karar verilmiştir.

**162)**

**Dosya No: 2021/5539**

**Şikayet Edilen: Ali SAĞIRDAK Gelinlik AVM**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şahsa ait olduğu tespit edilen "Gelinlik AVM" isimli mağazaya yönelik yapılan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** Eylül 2021

**Yayınlandığı Mecra:** Diğer (Tabela, Vitrin)

**Tespitler:** Şahsa ait olduğu tespit edilen "Gelinlik AVM" isimli mağaza vitrininde "Fabrika Satış Mağazası" ibaresine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, şahsa/firmaya ait olduğu tespit edilen "Gelinlik AVM" isimli mağaza vitrininde "Fabrika Satış Mağazası" ibaresine yer verildiği ancak şahsa/firmaya ait herhangi bir fabrika bulunmadığı, söz konusu mağazanın bir fabrika satış mağazası olmadığı, firma unvanında da anılan ibarenin yer almadığı, böylece söz konusu tanıtımın 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-c, 9/4, 29 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**163)**

**Dosya No: 2021/5540**

**Şikayet Edilen: Armando Tekstil**

**Şikayet Edilen Reklam:** Muğla ili Milas ilçesinde faaliyet gösteren Armando isimli mağaza vitrininde "*Büyük İndirim. Tüm ürünlerde etiketin yarısı*" şeklinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 09-25.09.2021

**Yayınlandığı Mecra:** Diğer (Afiş, Vitrin)

**Tespitler:** Muğla ili Milas ilçesinde yer alan Armando isimli mağaza vitrininde yer alan afişte "*Büyük İndirim. Tüm ürünlerde etiketin yarısı"* şeklinde tanıtımlara yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, Muğla ili Milas ilçesinde yer alan Armando isimli mağaza vitrininde yer alan afişte "*Büyük İndirim. Tüm ürünlerde etiketin yarısı"*  şeklinde tanıtımlara yer verildiği, bunun üzerine başvuru sahibi tüketicinin alışveriş yaptığı ancak kasada etiketin yarısı kampanyasının sadece kadın reyonundaki ürünlerde geçerli olduğu bilgisinin verildiği ve tüketicinin kampanyadan faydalanamadığı, böylece afişte "tüm ürünlerde" ifadesine yer verildiği halde indirimin sadece kadın giyim ürünlerinde geçerli olduğu, dolayısıyla ana vaat-istisna uyumsuzluğu yaratıldığı, üstelik vitrinde yer alan afişte kampanya başlangıç-bitiş tarihlerine yer verilmediği, 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-ç, 9/4, 13/1, 13/9,14, 18/1 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**164)**

**Dosya No:** **2020/3464**

**Şikayet Edilen: Atış Yapı Sanayi Ticaret Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** "Westpoint Bursa" adlı ön ödemeli konut projesinde yer alan dairelerin tanıtımına ilişkin yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 30.11.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.sahibinden.com "Atış Yapı" satıcı adıyla ve www.atisyapi.com.tr adresli internet sitesinde yapılana tanıtımlarda *“2021 Temmuzda Teslim”* ibaresine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, www.sahibinden.com "Atış Yapı" satıcı adıyla ve www.atisyapi.com.tr adresli internet sitesinde yapılana tanıtımlarda, yapımı gerçekleştirilen "Westpoint Bursa" adlı ön ödemeli konut projesi kapsamında satışı gerçekleştirilen bağımsız bölümlerin 2021 Yılı Temmuz ayında tesliminin yapılacağının vaadedildiği,

Buna göre, şikayet edilen firma tarafından gönderilen ihtarname ile başvuru sahibi tüketici tarafından satın alınan dairelerin teslimine hazır olunduğunun bildirildiğinin anlaşıldığı 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.

**165)**

**Dosya No:** **2021/2439**

**Şikayet Edilen: Şikayetvar Bilişim A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.sikayetvar.com adresli internet sitesinde "Kuveyttürk" başlığı altında "Kuveyttürk çalışanı M\*\*\*\*\*\* E\*\*\*\*\*\*" ibaresi ile yayınlanan tüketici değerlendirmeleri

**Reklam Yayın Tarihi:** 31.07.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.sikayetvar.comadresli internet sitesinde "Kuveyttürk" başlığı altında *"Kuveyttürk çalışanı M\*\*\*\*\*\* E\*\*\*\*\*\*"* ibaresi ile 31.07.2021 tarihinde yayınlanan tüketici değerlendirmelerinde, "*Aydın Söke KuveytTürk'te çalışmakta olan M\*\*\*\*\*\* E\*\*\*\*\*\* şahsımla ilgili asılsız beyan ve şikayetlerde bulunmuştur. Gerekli yerlere şikayetimi dile getirmekle birlikte çalışan personelinize insani yönden gerekli uyarıların yapılmasını rica ediyorum. Şahıs kiracımdı evimden çık deyince yapmadığı terbiyesizlik kalmadı. KuveytTürk'ün böyle birisine kapılarını açmasını kınıyorum."* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, www.sikayetvar.com adresli internet sitesinde "Kuveyttürk" başlığı altında "Kuveyttürk çalışanı M\*\*\*\*\*\* E\*\*\*\*\*\*" ibaresi ile 31.07.2021 tarihinde yayınlanan tüketici değerlendirmelerinde, *"Aydın Söke KuveytTürk'te çalışmakta olan M\*\*\*\*\*\* E\*\*\*\*\*\* şahsımla ilgili asılsız beyan ve şikayetlerde bulunmuştur. Gerekli yerlere şikayetimi dile getirmekle birlikte çalışan personelinize insani yönden gerekli uyarıların yapılmasını rica ediyorum. Şahıs kiracımdı evimden çık deyince yapmadığı terbiyesizlik kalmadı. KuveytTürk'ün böyle birisine kapılarını açmasını kınıyorum."* şeklinde ifadelere yer verildiği;

Buna göre, inceleme konusu tüketici değerlendirmesinde, hakkında yorum yapılan Kuveyt Türk Katılım Bankası A.Ş. adlı kuruluşun faaliyet gösterdiği bankacılık ürün ve hizmetlerine ilişkin olmadığı; ayrıca, söz konusu tüketici değerlendirmesinde, adı geçen firmanın itibarını zedeleyen ve kötüleme içeren ifadelere yer verildiği; bununla birlikte, söz konusu tüketici değerlendirmesinin yayınlanmasının tüketicilerin doğru bilgiye sahip olmasını engellemesi nedeniyle tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5, 9/1, 9/2, 10/1, 28/1 ve 28/4 üncü maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,reklam verenve haksız ticari uygulamada bulunan **Şikayetvar Bilişim A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63, 77/12 ve 77/13 üncü maddeleri uyarınca **114.326-TL (Yüzondörtbinüçyüzyirmialtı TürkLirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**HAKSIZ TİCARİ UYGULAMALAR**

**166)**

**Dosya No: 2021/5039**

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

**Şikayet Edilen Reklam/HTU:** www.dr.com.tr ve idefix.com.tr adresli internet sitelerinde yer alan tanıtım ve ticari uygulamalar

**Reklam/HTU Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan incelemede; başvuru sahibi tüketicinin *"Lego Super Mario 71387 Adventures with Luigi Starter Course Birleştir Oyna Seti*" adlı ürüne ilişkin olarak www.dr.com.tr internet adresi üzerinden 13.10.2021 tarihli ve W161323337 numaralı siparişi için şirkete ait müşteri deneyimi birimi ile 20.10.2021 tarihinde yaptığı görüşmede ilgili ürünün hali hazırda sepete eklenilebildiği ve 23-27 Ekim 2021 tarih aralığında teslim tarihi öngörüldüğü yönünde bilgi alması akabinde aynı ürüne ilişkin kendisine ait 13.10.2021 tarihli siparişinin akıbeti sorularak ürüne ilişkin tahmini teslim süresinin 19.10.2021 olduğu ancak bu sürenin aşıldığı ve ürünün depolarında bulunmadığı bilgisinin tüketiciye verildiği, ilgili açıklamalar üzerine tüketicinin siparişi iptal ettiği anlaşılmış, aynı ürüne ilişkin olarak idefix.com.tr üzerinden verilen 20.10.2021 tarihli ve WX53729868 numaralı siparişin ise tedarik süre aşımı nedeniyle mezkur şirket tarafından 26.10.2021 tarihinde iptal edildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, www.dr.com.tr ve idefix.com.tr uzantılı internet siteleri üzerinden başvuru sahibi tüketicinin "Lego Super Mario 71387 Adventures with Luigi Starter Course Birleştir Oyna Seti" adlı ürüne ilişkin 13.10.2021 ve 20.10.2021 tarihli siparişlerinin ürünlerin depolarında bulunmaması, tedarik süresinin aşımı gibi gerekçelerle tedariklerinin sağlanmaması dolayısıyla iptal edildiği, satın alma esnasında ürünün stok bilgisine ilişkin herhangi bir bilgiye yer verilmediği, tüketicilerin eksik bilgilendirildiği, stokta var göründüğü için ürünün satın alınabildiği, ayrıca ilgili ürünlerin stoklarında mevcut olmaması ve tüketicilere tedarikinin sağlanamamasına karşın www.dr.com.tr ve idefix.com.tr uzantılı internet sitelerinde tanıtımlarının ve satışının devam etmekte olması nedenleriyle söz konusu tanıtım ve uygulamalar ile tüketicilerin yanıltıldığı ve mağdur edildiği,

Şirketin makul sayılabilecek bir süre ve miktarda söz konusu ürünü belirtilen fiyattan sunamayacağına veya tedarik edilemeyeceğine ilişkin yeterli bilgi sahibi olmasına rağmen, tüketiciyi bu konuda uyarmaksızın ürünleri satışa sunarak ve edinmeye davet ederek haksız ticari uygulamada bulunduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtım ve ticari uygulamaların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/5-b, 9/1, 9/5, 14, 28/1, 28/4, 29/1, 29/2-a, 29/2-b ve 32 nci maddeleri ile “Haksız Ticari Uygulama Olarak Kabul Edilen Örnek Uygulamalar” Ekinde yer alan “A-Aldatıcı Ticari Uygulamalar” maddesinin 5 inci fıkrası,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren/HTU’da bulunan **Turkuvaz Müzik Kitap Mağazacılık Pazarlama A.Ş** hakkında, 6502 sayılı Kanunun 63, 77/12 ve 77/13 üncü maddeleri uyarınca **114.326-TL (Yüzondörtbinüçyüzyirmialtı Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları/ticari uygulamaları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**167)**

**Dosya No: 2021/5341**

**Şikayet Edilen: Enuygun Com İnternet Bilgi Hizmetleri Teknoloji ve Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam/HTU:** www.enuygun.com adresli web sitesi ile İOS ve Android mobil uygulamalarında yer alan tanıtım ve ticari uygulamalar

**Reklam/HTU Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan incelemede; www.enuygun.com adresli internet sitesinin 12.11.2021 tarihli görünümünde uçak seferlerine ait seçim yapıldıktan sonra gelen ödeme ekranında, kullanıcılara önceden bilgi verilmeksizin ve rızası alınmaksızın, “önceden seçili” olacak şekilde, “Öncelikli Destek” adı verilen ek bir hizmet satışının yapıldığı, örneğin sefer sorgu sayfasındaki sonuçlara göre 223,99 TL tutarında bilet alımı işlemi yapacağı düşüncesiyle alış işlemini gerçekleştirecek bir tüketicinin sonraki sayfada önceden seçili olarak gelen ve dikkat çekme ihtimali düşük olan bir şekilde 15 TL’lik “Öncelikli Destek” ürününün de eklenmesi ile 223,99 TL olarak seçilen bileti 238,99 TL ödemek zorunda kalacağı bir ödeme sayfasına yönlendirildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, şirkete ait www.enuygun.com adresli internet sitesinin 12.11.2021 tarihli görünümünde; uçak seferlerine ait seçim yapıldıktan sonra gelen ödeme ekranında, kullanıcılara önceden bilgi verilmeksizin ve rızası alınmaksızın, “önceden seçili” olacak şekilde “Öncelikli Destek” adı verilen ek bir hizmet satışının yapıldığı, örneğin sefer sorgu sayfasındaki sonuçlara göre 223,99 TL tutarında bilet alımı işlemi yapacağı düşüncesiyle alış işlemini gerçekleştirecek bir tüketicinin sonraki sayfada önceden seçili olarak gelen ve dikkat çekme ihtimali düşük olan bir şekilde 15 TL’lik “Öncelikli Destek” ürününün de eklenmesi ile 223,99 TL olarak seçilen bileti 238,99 TL ödemek zorunda kalacağı bir ödeme sayfasına yönlendirildiğinin, aynı durumun İOS ve Android mobil uygulamalarında da mevcut olduğu, dolayısıyla "Öncelikli destek" isimli ticari uygulamanın tüketicilerin bir mal veya hizmete ilişkin ekonomik davranış biçimini önemli ölçüde bozucu veya normal şartlar altında taraf olmayacağı bir tüketici işlemine taraf olmasına yol açıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla incleme konusu tanıtım ve ticari uygulamaların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren/HTU’da bulunan **Enuygun Com İnternet Bilgi Hizmetleri Teknoloji ve Ticaret A.Ş**. hakkında, 6502 sayılı Kanunun 63, 77/12 ve 77/13 üncü maddeleri uyarınca **114.326-TL (Yüzondörtbinüçyüzyirmialtı Türk Lirası) idari para ve** **anılan reklamları/ticari uygulamaları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**168)**

**Dosya No: 2021/5501**

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

**Şikayet Edilen Reklam/HTU:** www.hepsiburada.com adresli internet sitesi ve "Hepsiburada mobil" uygulamasında yer alan "Hepsipay Cüzdanım" isimli ticari uygulama ile söz konusu uygulamaya ilişkin tanıtımlar

**Reklam/HTU Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan incelemede; "hepsiburada.com" ve "hepsiburada mobil" uygulaması aracılığı ile yapılan alışverişlerde ödeme işlemi aşamasında *"Hepsipay cüzdan sözleşmesini ve varsa Hepsiburada'da kayıtlı kartlarımın Aydınlatma metni kapsamında Hepsipay'e aktarılmasını kabul ediyorum"* seçeneğinin bulunduğu, ilgili seçenek seçilmediği takdirde mesafeli satış sözleşmesinin ve dolayısıyla siparişin onaylanmadığı, ayrıca "Hepsipay cüzdanım" isimli uygulamaya ilişkin hepsipay.com adresli internet sitesinde "Merak edilenler" başlığı altında *"Hepsipay Cüzdanımı kullanmaya nasıl başlayabilirim? Ödeme adımında "Hepsipay Cüzdanım ile yükleyip öde" seçeneği ile kullanmaya başlayabilirsin."* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, "www.hepsiburada.com" adresli internet sitesi üzerinden ve "hepsiburada mobil" uygulaması aracılığı ile yapılan alışverişlerde ödeme işlemi aşamasında *"Hepsipay cüzdan sözleşmesini ve varsa Hepsibuarada'da kayıtlı kartlarımın Aydınlatma metni kapsamında Hepsipay'e aktarılmasını kabul ediyorum*" seçeneğinin bulunduğu ancak ilgili seçenek seçilmediği takdirde mesafeli satış sözleşmesinin ve dolayısıyla siparişin onaylanmadığı başka bir ifadeyle tüketiciler tarafından yapılacak ürün alışverişlerinin "Hepsipay cüzdanım" isimli uygulamaya ilişkin sözleşmeye taraf olma şartına bağlandığı, dolayısıyla söz konusu ticari uygulamanın tüketicilerin bir mal veya hizmete ilişkin ekonomik davranış biçimini önemli ölçüde bozucu veya normal şartlar altında taraf olmayacağı bir tüketici işlemine taraf olmasına yol açıcı nitelikte olduğu, ayrıca "Hepsipay cüzdanım" isimli uygulamaya ilişkin hepsipay.com adresli internet sitesinde "Merak edilenler" başlığı altında "*Hepsipay Cüzdanımı kullanmaya nasıl başlayabilirim? Ödeme adımında "Hepsipay Cüzdanım ile yükleyip öde" seçeneği ile kullanmaya başlayabilirsin."* şeklinde ifadelere yer verilerek tüketiciler nezdinde ilgili uygulamanın bir seçenek olarak sunulduğu yönünde yanıltıcı nitelikle algı yaratıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtım ve ticari uygulamaların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 9/1, 9/5, 28/1, 28/2, 28/4, 29/1, 30 ve 32 nci maddeleri ile “Haksız Ticari Uygulama Olarak Kabul Edilen Örnek Uygulamalar” Ekinde yer alan “A -Aldatıcı Ticari Uygulamalar” maddesinin 6-a ve 6-b bentleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren/HTU’da bulunan **D-Market Elektronik Hizmetler ve Ticaret A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanunun 63, 77/12 ve 77/13 üncü maddeleri uyarınca **114.326-TL (Yüzondörtbinüçyüzyirmialtı Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları/ticari uygulamaları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**4. Diğer Konuların Konuşulması**

**4.1)**

**Dosya No: 2021/78**

Reklam Kurulu’nun 09.11.2021 tarih ve 315 sayılı toplantısında TTNET A.Ş. unvanlı firma tarafından sunulan "16 MBPS'ye Kadar Full Limitsiz” başlıklı taahhütlü internet aboneliğine ilişkin vaat edilen indirim oranı esas alınarak gerçekleştirilen ticari uygulamalara ilişkin söz konusu işlemler hakkında 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/13 üncü maddeleri uyarınca anılan ticari uygulamaları durdurma cezası uygulanmıştır. Anılan firma tarafından durdurma cezasına ilişkin yapılan başvuruda muhtelif gerekçelerle Reklam Kurulu kararına ilişkin itirazda bulunulmuştur. Buna göre, ticari uygulamada bulunan firma tarafından taahhütlü fiyat uygulamasına esas teşkil eden kriterlere yer verilerek maliyet kalemleri detaylı şekilde açıklanmıştır. Diğer taraftan, firma tarafından 2019-2021 yılları arasında farklı dönemlere ait muhtelif sayıda tüketici faturasına yer verilerek idari işleme konu tarifede yer alan hizmete ilişkin indirimsiz fiyatlardan tüketicilerin faydalandığını gösterir nitelikte muhtelif sayıda fatura örneği sunulmuştur. İtiraz dilekçesinde yer verilen bu bilgi ve belgeler doğrultusunda söz konusu işlemlerin haksız ticari uygulama olmadığının ispatlandığı ifade edilmiştir. Bu bilgiler ışığında, Reklam Kurulu'nun 11.01.2022 tarih ve 317 sayılı toplantısında anılan ticari uygulamalara ilişkin yapılan incelemeler sonucunda muhatap firma hakkında uygulanan söz konusu idari işlemin **geri alınmasına** karar verilmiştir.

**4.2)**

**Dosya No: 2021/5183**

Çanakkale Valiliği Ticaret İl Müdürlüğü tarafından 09.03.2020 tarihinde yapılan denetim üzerine, Orçun Eczanesi (Neriman DOĞANCALI) tarafından satışa sunulan maske ürünlerine ilişkin gerçekleştirilen ticari uygulamalara yönelik Reklam Kurulu’nun 25.03.2020 tarih ve 295 sayılı toplantısında yapılan görüşme ve değerlendirmeler sonucunda, anılan şahıs hakkında 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/13 üncü maddeleri uyarınca 10.475-TL (Onbindörtyüzyetmişbeş TürkLirası) idari para ve anılan haksız ticari uygulamaları durdurma cezaları uygulanmış olup; söz konusu kararın iptaline ilişkin olarak Bakanlık aleyhine Ankara 14. İdare Mahkemesinde açılan davada, anılan Mahkemenin 04.12.2020 tarihli ve E:2020/1226, K:2020/2226 sayılı kararı ile *“(…) dava konusu Reklam Kurulu kararında, 6502 sayılı Kanun'un 61 ve 62. maddelerine aykırılıktan bahisle aynı Kanun'un 63. ve 77/12.maddeleri uyarınca 10.475,00-TL idari para cezası ve anılan reklamların durdurulması cezası tesis edilmiş ise de, Kanun'un 77/12. maddesinde öngörülen yaptırımların davacının eylemi için öngörülen yaptırımları içermediği, davalı idarece davacı hakkındaki cezanın herhangi bir reklama istinaden değil uyguladığı haksız ticari uygulama nedeniyle tesis edildiği dikkate alındığında davacı hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 62. maddesine aykırılık nedeniyle anılan Kanun'un 77/13. maddesi uyarınca yaptırım uygulanması gerekirken, kanunilik ilkesini ihlal edecek şekilde davalı idarece davacının eylemi için öngörülen yaptırım maddesinin hatalı olarak tayin edilmesi sonucunda 6502 sayılı Kanunun 77. maddesinin 12. fıkrası yönünden yaptırım uygulanması yönünde tesis olunan dava konusu işlemde hukuka uyarlık bulunmadığı sonucuna varılmıştır.(...)”* gerekçesiyle dava konusu işlemin iptaline karar verilmiştir. Anılan Mahkemenin sayılı kararının yerine getirilmesi amacıyla,

Bakanlıkça yürütülen inceleme neticesinde, firma tarafından, *"Roll Maskenin" Mart 2020'de 0,34 TL'ye alındığı; ancak Mart 2020'de 4 TL fiyata satışının yapıldığı; "Vello Tek Kullanımlık Maskenin" Ocak ve Şubat 2020'de 1,5 TL'ye alındığı; ancak Ocak - Mart 2020'de 5 TL satış fiyatı ile tüketicilere sunulduğunun”* tespit edildiği;

Bu çerçevede, firmanın mesleki özenin gereklerine aykırı olarak COVID-19 salgının tüketiciler

nezdinde yarattığı olumsuz etkiden faydalanmak suretiyle maske fiyatını piyasa mekanizmasının normal işleyişi dışında ve tüketicinin satın alma kararını olumsuz etkileyecek

şekilde arttırdığı;

Bu nedenle anılan ticari uygulamaların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 28, 29 ve 32 nci maddeleri ile “Haksız Ticari Uygulama Olarak Kabul Edilen Örnek Uygulamalar” Ekinde yer alan A - Aldatıcı Ticari Uygulamalar” maddesinin 19 uncu fıkrası;

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, ticari uygulamada bulunan **Orçun Eczanesi (Neriman DOĞANCALI)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/13 üncü maddeleri uyarınca **10.475-TL (Onbindörtyüzyetmişbeş Türk Lirası) idari para ve anılan haksız ticari uygulamaları durdurma cezaları** verilmesine,

Bununla birlikte, Reklam Kurulu’nun 25.03.2020 tarih ve 295 sayılı toplantısına ilişkin gerekçeli karar metninde yer alan *“Ek-1 başlıklı listede yer alan firma/şahıslar hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri dâhilinde belirtilen hususlara ilişkin olarak ilgili listede her bir firma/şahıs hakkında belirtilen idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları verilmesine(…)”* şeklindeki ifadenin, “*Ek-1 başlıklı listede yer alan firma/şahıslar hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü, 77/12 nci ve 77/13 üncü maddeleri dâhilinde belirtilen hususlara ilişkin olarak ilgili listede her bir firma/şahıs hakkında belirtilen idari para ve durdurma cezaları verilmesine(…)*” şeklinde değiştirilmesine karar verilmiştir.

**4.3)**

**Dosya No: 2021/5657**

Yalova Valiliği Ticaret İl Müdürlüğü tarafından 09.03.2020 tarihinde yapılan denetim üzerine, Banu Eczanesi (Banu BÜKEY) tarafından satışa sunulan maske ürünlerine ilişkin gerçekleştirilen ticari uygulamalara yönelik Reklam Kurulu’nun 25.03.2020 tarih ve 295 sayılı toplantısında yapılan görüşme ve değerlendirmeler sonucunda, anılan şahıs hakkında 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/13 üncü maddeleri uyarınca 10.475-TL (Onbindörtyüzyetmişbeş TürkLirası) idari para ve anılan haksız ticari uygulamaları durdurma cezaları uygulanmış olup; söz konusu kararın iptaline ilişkin olarak Bakanlık aleyhine Ankara 14. İdare Mahkemesinin 23.12.2021 tarihli ve E:2021/743, K:2021/1995 sayılı kararı ile *“(…) dava konusu Reklam Kurulu kararında, 6502 sayılı Kanun'un 61 ve 62. maddelerine aykırılıktan bahisle aynı Kanun'un 63. ve 77/12.maddeleri uyarınca 10.475,00-TL idari para cezası ve anılan reklamların durdurulması cezası tesis edilmiş ise de, Kanun'un 77/12. maddesinde öngörülen yaptırımların davacının eylemi için öngörülen yaptırımları içermediği, davalı idarece davacı hakkındaki cezanın herhangi bir reklama istinaden değil uyguladığı haksız ticari uygulama nedeniyle tesis edildiği dikkate alındığında davacı hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 62. maddesine aykırılık nedeniyle anılan Kanun'un 77/13. maddesi uyarınca yaptırım uygulanması gerekirken, kanunilik ilkesini ihlal edecek şekilde davalı idarece davacının eylemi için öngörülen yaptırım maddesinin hatalı olarak tayin edilmesi sonucunda 6502 sayılı Kanunun 77. maddesinin 12. fıkrası yönünden yaptırım uygulanması yönünde tesis olunan dava konusu işlemde hukuka uyarlık bulunmadığı sonucuna varılmıştır.(...)”* gerekçesiyle dava konusu işlemin iptaline karar verilmiştir. Anılan Mahkemenin sayılı kararının yerine getirilmesi amacıyla,

Bakanlıkça yürütülen inceleme neticesinde, firma tarafından *"cerrahi maske"nin Şubat 2020'de 0,43 TL bedele alındığı; ancak ürünün Şubat 2020'de 2 TL* *satış fiyatı ile tüketicilere sunulduğunun”* tespit edildiği;

Bu çerçevede, firmanın mesleki özenin gereklerine aykırı olarak COVID-19 salgının tüketiciler

nezdinde yarattığı olumsuz etkiden faydalanmak suretiyle maske fiyatını piyasa mekanizmasının normal işleyişi dışında ve tüketicinin satın alma kararını olumsuz etkileyecek

şekilde arttırdığı;

Bu nedenle anılan ticari uygulamaların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 28, 29 ve 32 nci maddeleri ile “Haksız Ticari Uygulama Olarak Kabul Edilen Örnek Uygulamalar” Ekinde yer alan A - Aldatıcı Ticari Uygulamalar” maddesinin 19 uncu fıkrası;

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, ticari uygulamada bulunan Banu Eczanesi (Banu BÜKEY) hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/13 üncü maddeleri uyarınca **10.475-TL (Onbindörtyüzyetmişbeş Türk Lirası) idari para ve anılan haksız ticari uygulamaları durdurma cezaları** verilmesine,

Bununla birlikte, Reklam Kurulu’nun 25.03.2020 tarih ve 295 sayılı toplantısına ilişkin gerekçeli karar metninde yer alan *“Ek-1 başlıklı listede yer alan firma/şahıslar hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri dâhilinde belirtilen hususlara ilişkin olarak ilgili listede her bir firma/şahıs hakkında belirtilen idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları verilmesine(…)”* şeklindeki ifadenin, “*Ek-1 başlıklı listede yer alan firma/şahıslar hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü, 77/12 nci ve 77/13 üncü maddeleri dâhilinde belirtilen hususlara ilişkin olarak ilgili listede her bir firma/şahıs hakkında belirtilen idari para ve durdurma cezaları verilmesine(…)*” şeklinde değiştirilmesine karar verilmiştir.

**4.4)**

6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 63/1 inci maddesinin *‘(1) (…) Kurul tedbiren durdurma kararı verme yetkisini Reklam Kurulu Başkanına devredebilir. (…)’* hükmü ile 03.07.2014 tarih ve 29049 sayılı Resmi Gazete’de yayınlanarak yürürlüğe giren Reklam Kurulu Yönetmeliğinin 7/3 üncü maddesinin *‘(3) Kurul, tedbiren durdurma kararı verme yetkisini Başkana devredebilir. Başkan tarafından reklam veya haksız ticari uygulama ile ilgili olarak verilen tedbiren durdurma kararı, yapılacak ilk toplantıda Kurulun onayına sunulur.’* hükmü çerçevesinde, 2023 yılının Ocak ayında yapılacak olan Reklam Kurulu toplantısına kadar Kurulu’n **‘3 ay süreyle tedbiren durdurma kararı verme’** yetkisinin Reklam Kurulu Başkanı’na devredilmesine karar verilmiştir.