**T.C.**

**TİCARET BAKANLIĞI**

**Reklam Kurulu Başkanlığı**

**BASIN BÜLTENİ**

**Toplantı Tarihi :** 08 Mart 2022

**Toplantı Sayısı :** 319

**İLETİŞİM HİZMETLERİ**

**1)**

**Dosya No: 2021/4528**

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

**Şikayet Edilen Reklam/HTU:** 0850 480 30 98 ve 0850 480 62 96 numaralı hatlar aracılığıyla gerçekleştirilen ticari uygulamalar

**Reklam/HTU Yayın Tarihi:** 2021

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

**Tespitler:** 0850 480 30 98 ve 0850 480 62 96 numaralı telefon hatları aracılığıyla A\*\* G\*\*\*\* isimli tüketiciye ulaşılarak Türk Telekom Grubu adına ticari uygulama gerçekleştirildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, 05\*\*\*\*\*\*\*\*\* numaralı hat sahibi tüketiciye 14.09.2021 tarihinde ve 14:00-14:30 zaman diliminde gönderilen kısa mesajda *"Telekom İnternet Kampanya Evde İnternet Fiber Hızlı, En Ucuz Sınırsız, Kotasız Hemen Ara: 0850 480 30 98"* ifadelerine yer verildiği, ancak ticari uygulamada bulunan firma tarafından sunulan internet servis sağlayıcılığı hizmetine ilişkin sunulan vaatlerin gerçeği yansıtmadığı ve bu şekilde tüketicinin aldatıldığı,

Diğer taraftan, 0850 480 62 96 numaralı telefon hattından aynı tüketicinin 30.08.2021 ve 07.09.2021 tarihlerinde Türk Telekom Grubu adına arandığı ve söz konusu görüşmelerde mevcut taahhüdü devam ettiği halde tüketiciye taahhüdünün bittiği bilgisi verilerek kampanya yenileme işlemini gerçekleştirmediği durumda faturasının 146 TL olacağının ifade edildiği,

Ek olarak, ticari uygulamada bulunan firmanın Türk Telekom Grubu ile herhangi bir bağı bulunmadığı gerçeği altında söz konusu kısa mesajda ve telefon görüşmelerinde Türk Telekom ortak markasının itibarından haksız biçimde yararlanıldığı ve bu durumun haksız rekabete yol açtığı,

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

Dolayısıyla inceleme konusu ticari uygulamaların,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 28/1, 28/2, 28/4, 29/1, 29/2-b, 29/2-c, 29/3-a, 30/1, 31 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**2)**

**Dosya No: 2021/4538**

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

**Şikayet Edilen Reklam/HTU:** 0850 480 44 87, 0850 901 09 63 ve 0850 473 04 01 numaralı hatlar aracılığıyla gerçekleştirilen ticari uygulamalar

**Reklam/HTU Yayın Tarihi:** 2021

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

**Tespitler:** 0850 480 44 87, 0850 901 09 63 ve 0850 473 04 01 numaralı hatlar aracılığıyla muhtelif sayıda tüketiciye ulaşılarak Türk Telekom Grubu adına ticari uygulama gerçekleştirildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, 05\*\*\*\*\*\*\*\*\* numaralı hat sahibi M\*\*\*\*\*\* E\*\*\*\* K\*\*\*\*\*\*\* isimli tüketicinin 10.09.2021 tarihinde ve 12:00-13:00 zaman diliminde 0850 480 44 87 numaralı hat aracılığıyla Türk Telekom Grubu adına arandığı, bahsi geçen aramada D-Smart platformu ile ortak yürütülen kampanya dahilinde tüketiciye taahhüdünü uzatması karşılığında alacağı D-Smart paketinin 39,90 TL karşılığında sabitleneceği bilgisinin verildiği,

05\*\*\*\*\*\*\*\*\* numaralı hat sahibi C\*\*\*\* Ç\*\*\*\* isimli tüketicinin 29.10.2021 tarihinde ve 09:00-09:30 zaman diliminde 0850 901 09 63 numaralı hat aracılığıyla "Türk Telekom Yenileme Birimi" adına arandığı, bahsi geçen aramada tüketiciye mevcut taahhüdü bittiği bilgisi verilerek D-Smart ile ortak yürütülen kampanyaları dahilinde internet hızını da artırarak kampanyasının yenileneceğinin ifade edildiği, bu kapsamda tüketiciye 36 ay taahhütle aylık 63 TL karşılığında TTNET ve 39 TL karşılığında D-Smart hizmetinden faydalanabileceğinin belirtildiği,

Akabinde 0850 473 04 17 numaralı hat aracılığıyla aranan tüketicinin yukarıda bahsi geçen kampanyadan faydalanmak üzere onay verdiği ve 30.10.2021 tarihinde D-Smart kurulumunun gerçekleştiği, ayrıca 15 günlük D-Smart hizmeti kullanımı için tüketicinin 48,67 TL tutarında fatura ödemek durumunda bırakıldığı, bahsi geçen tüketicinin söz konusu numaraların Türk Telekom ortak markası ile herhangi bir bağı bulunmadığını öğrenmesinin ardından sözleşmesini feshetmek istemesi üzerine ise kendisine onayı dahilinde gerçekleşen bu ticari uygulamadan vazgeçmesi halinde yüksek meblağda cayma bedeli ödemesi gerekeceği bilgisinin verildiği,

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

Son 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-b, 29/2-c, 29/3-a, 30/1, 31 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**3)**

**Dosya No: 2021/5965**

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

**Şikayet Edilen Reklam/HTU:** 0850 484 13 17 numaralı hat aracılığıyla gerçekleştirilen ticari uygulamalar

**Reklam/HTU Yayın Tarihi:** 18.12.2020

**Yayınlandığı Mecra:** Kısa mesaj / Haksız Ticari Uygulama

**Tespitler:** 0850 484 13 17 numaralı telefon hattı kullanılarak 05\*\*\*\*\*\*\*\*\* numaralı hat sahibi tüketiciye Türk Telekom Grubu adına ticari uygulama gerçekleştirildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, 05\*\*\*\*\*\*\*\*\* numaralı telefon hattına 18.12.2020 tarihinde ve saat 10:48'de gönderilen kısa mesajda *"Yeni abonelere limitsiz Telekom ev interneti 24 Ay sabit fiyat 44,90 TL. 10.000 aboneye kurulum bedava 0850 484 13 17 adsl.evinternetikampanyalari.com"* ifadelerine yer verildiği,

Diğer taraftan, ticari uygulamada bulunan firmanın Türk Telekom Grubu ile herhangi bir bağı bulunmadığı gerçeği altında anılan ticari uygulamalar aracılığıyla tüketiciye sunulan vaatlerin gerçeği yansıtmadığı ve bu şekilde tüketicinin aldatıldığı, ayrıca söz konusu kısa mesajda Türk Telekom ortak markasının itibarından haksız biçimde yararlanıldığı ve bu durumun haksız rekabete yol açtığı,

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

Dolayısıyla inceleme konusu ticari uygulamaların,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 28/1, 28/2, 28/4, 29/1, 29/2-b, 29/2-c, 29/3-a, 30/1, 31 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, ticari uygulamada bulunan **Cesur Dijital Reklam Bilgisayar San. Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/13 üncü maddeleri uyarınca **10.475-TL (Onbindörtyüzyetmişbeş Türk Lirası) idari para ve anılan ticari uygulamaları durdurma cezaları** verilmesinekarar verilmiştir.

**4)**

**Dosya No: 2022/243**

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

**Şikayet Edilen Reklam/HTU:** Abonelik fesih işlemlerinde tüketicilerin yalnızca belli fesih kanallarına yönlendirilmesi yöntemiyle gerçekleştirilen ticari uygulamalar

**Reklam/HTU Yayın Tarihi:** Ağustos 2018-Nisan 2020

**Yayınlandığı Mecra:** Diğer

**Tespitler:** Ticari uygulamada bulunan firmaya ait www.digiturk.com.tr adresli internet sitesinde yer alan "Üyelik İşlemleri" sayfasının *"İptal başvurumu hangi kanallar üzerinden yapabilirim?"* başlıklı kısımda *"Bilgi Teknoloji ve İletişim Kurumu’nun düzenlemeleri gereği iptal taleplerinizi yazılı olarak ya da E-devlet kapısı üzerinden aşağıdaki yöntemlerle iletmeniz gerekir.”* şeklinde ifadelere yer verildiği,

Diğer taraftan, Digitürk aboneliklerine ilişkin sözleşmenin feshi aşamasında olan H\*\*\*\*\*\* B\*\*\*\*\*\* B\*\*\*\*, B\*\*\*\*\* Ö\*\*\*\*\*\*\*\*\* ve N\*\*\* K\*\*\*\* isimli tüketicilerin yalnızca faks çekilmesi veya bayi aracılığıyla iptal taleplerinin alınması konusundaki şikayetlerine istinaden, ticari uygulamada bulunan firma tarafından *“Belirtmek gerekir ki abonelerimiz BTK’nın düzenlemeleri gereği hiçbir gerekçe göstermeden ve cezai şart ödemeksizin iptal talebini ilgili kanallardan yazılı olarak Şirketimize iletir. Abonelerin mevzuat gereği fesih başvuruları faks, güvenli e-imza, e-devlet ve bayi kanalı aracılığı ile alınmaktadır. Dolayısıyla, abonelerimizden gelen iptal talepleri Şirketimizce BTK mevzuatına uygun şekilde alındığından bu yönde gelen itirazlar haklı olarak değerlendirilmemektedir.”* şeklinde matbu bir açıklamada bulunulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, ticari uygulamada bulunan firmaya ait müşteri hizmetleri ile abonelik fesih işlemleri Ağustos 2018 ayında gerçekleştirilen H\*\*\*\*\*\* B\*\*\*\*\*\* B\*\*\*\* isimli tüketici arasında gerçekleştirilen telefon görüşmesinde *"(...) -İptal işlemleriniz için dediğim gibi bayiye gidebilirsiniz. -Kağıthane'de bayiniz yok mu? -Kağıthane'de bayilik yer almıyor şu anda. Yakın olan herhangi bir bayiye gidebiliyorsunuz. Bayiler size yardımcı olacaktır. (...) -Bayiye neyle gitmem gerekiyor, dekoder ile mi? -Hayır, öncelikle üyeliğinizin iptalini sağlayacaksınız, daha sonra kart ve kutularınızı iki ay içinde iade etme hakkınız var. (...) Eğer 12 Ağustos'a kadar yayın almak istiyorsanız göndereceğiniz faksta bunu belirtmeniz gerekir. (...)"* ifadelerinin kullanıldığı,

Anılan firmaya ait müşteri hizmetleri ile abonelik fesih işlemleri Mart 2020 ayında gerçekleştirilen B\*\*\*\*\* Ö\*\*\*\*\*\*\*\*\* isimli tüketici arasında gerçekleştirilen telefon görüşmesinde *"(...) -Bayileriniz açık mı, öncelikle onu soracağım. -Evet, açık bayilerimiz. -Zaten oraya dilekçe vermem gerekiyor, ben iptal için başvurmuştum. (...) Tekrar Nisan ayı için bana faturalandırmayın, yani kesin yayını. -Anladım, yayını biz kesemiyoruz, iptal için faks göndermeniz gerekiyor. -Bu faks göndermek ne kadar saçma bir olay, şu an hala faks mı istiyorsunuz? -Doğrudur, faks gönderilmesi gerekiyor. -Ben sizi CİMER'e şikayet edeceğim. (...) 2020 yılında faks istiyorsunuz. Bu ne kadar saçma bir durum. (...*)" ifadelerinin kullanıldığı,

Abonelik fesih işlemlerine ilişkin talebi Nisan 2020 ayında alınan N\*\*\* K\*\*\*\* isimli tüketiciyle firmaya ait müşteri hizmetleri arasında gerçekleştirilen telefon görüşmelerinde *"-Merhaba, ben üyelik iptal talebinde bulunmuştum. Bu ekipmanları iade etmem yerine faks çekmem gerektiği söylenmişti. Daha sonra ben Digitürk'ün sosyal medyası aracılığıyla ulaştım, evden de teslim alınabiliyormuş galiba teknik servis aracılığıyla. -Doğrudur, iptal sonrası ekipman iadesinin teknik servis aracılığıyla yapılmasını isterseniz bizi arıyorsunuz, talep oluşturuyorsunuz 63 TL karşılığında gelip ekipmanlarınızı evinizden iade alıp iade formunu tarafınıza veriyoruz. -Anladım, ama benim yine de faks çekmem gerekiyor. -Faks veya kimlik bilgilerinizle bayiye giderek işlem yapabiliyorsunuz. -Zaten onun için çıktığımda ekipmanları da teslim edebilirim. Önemli olan şu anda sokağa çıkma yasağı varken dışarı çıkmamak. Bununla ilgili bir şey yapmıyor musunuz? -Anlıyorum Nida Hanım, doğrudur haklısınız ancak BTK bu konuda herhangi bir esneklik sağlamadığı için mevcut sürecin dışına çıkamıyoruz. Faks yoluyla veya kimlik bilgilerinizle bayiye giderek işlem gerçekleştirebilirsiniz. (...)"* ifadelerinin kullanıldığı,

Diğer taraftan, söz konusu dönem aralığında Elektronik Haberleşme Sektörüne İlişkin Tüketici Hakları Yönetmeliği’nin “Fesihte takip edilecek usul ve feshin sonuçları” başlıklı 23 üncü maddesinde yer alan *“(1) Aboneler abonelik sözleşmelerini her zaman ücretsiz olarak sona erdirebilir. Aboneler, abonelik sözleşmelerini feshetmek istedikleri takdirde bu taleplerini; a) İşletmeci ya da adına abonelik sözleşmesi yapmaya/işlemlerini yürütmeye yetkili temsilcisine yazılı olarak yapmak, b) Teyit edilmiş olmak kaydıyla işletmecinin faks numarasına imzalı olarak göndermek, c) Güvenli elektronik imza ile gönderilip saklanabilen metinler kullanmak, d) Kurum tarafından belirlenebilecek diğer yöntemleri kullanmak suretiyle işletmecilerine iletirler. (...)”* hükmü uyarınca tüketicilerin abonelik fesih işlemlerinde kullanılabilecek bir yöntem olarak güvenli elektronik imza kullanımını tercih edebileceği, ancak bahsi geçen görüşmelerde alternatif bir abonelik iptal başvuru yöntemi sorulmasına rağmen tüketicilere bu yönteme ilişkin bir bilgilendirilmede bulunulmadığı,

Ek olarak, 01.06.2018 - 25.01.2021 döneminde ticari uygulamada bulunan firmaya fesih bildiriminde bulunan tüketicilerin %70,17'lik kısmının faks ve %22,47'lik kısmının bayi, kalan %7,46'lık kısmının ise telefon, e-devlet, e-mail ve posta kanallarını tercih ettiği göz önünde bulundurularak söz konusu dönem boyunca firmanın elektronik imza yoluyla fesih talebi almamış olmasının da bu yönteme ilişkin tüketicilerin yeterince bilgi sahibi olmadığı durumunu desteklediği,

Sonuç olarak, aşağıda hükümlerine yer verilen mevzuat uyarınca tüketicilerin sahip olduğu yasal haklar veya karşılaşabileceği riskler konusunda tüketicileri aldatan ya da aldatma ihtimali olan eylemlerin aldatıcı eylem olarak değerlendirildiği, bu kapsamda ticari uygulamada bulunan firma tarafından yukarıda isimlerine yer verilen tüketiciler ile abonelik fesih işlemleri hususunda yapılan telefon görüşmelerinde, tüketicilere iptal taleplerini yazılı olarak yapmaları ya da bayi veya faks kanalı aracılığı ile bildirmeleri gerektiğinin ifade edildiği, bunların dışında elektronik imza ile gerçekleştirilebilecek fesih yöntemine ilişkin bir bilgilendirmenin yapılmadığı, bu şekilde tüketicilerin kendilerine yasal olarak tanımlanan yöntemlerden hangisini kullanacağı yönünde eşitler arasındaki seçim iradesinin eksik/yanlış bilgi verilmek suretiyle etkilenmesinin/sakatlanmasının söz konusu olduğu, dolayısıyla, bahsi geçen işlemlerin tüketicileri yanıltıcı 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-ç, 30/1 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**5)**

**Dosya No: 2022/307**

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

**Şikayet Edilen Reklam/HTU:** Üyelik iptal işlemine yönelik gerçekleştirilen ticari uygulamalar

**Reklam/HTU Yayın Tarihi:** 20.01.2022

**Yayınlandığı Mecra:** Diğer

**Tespitler:** Başvuru sahibi tüketicinin 31.12.2021 tarihinde BluTV üyeliğini taahhütsüz olarak satın aldığı ve tüketicinin iptal talebine ticari uygulamada bulunan firma tarafından *"Blu TV üyeliğinizi dilediğiniz zaman iptal edebilir ve faturalama döneminizin sonuna kadar Blu TV içeriklerini izlemeye devam edebilirsiniz, ancak dijital platformlarda başlatılan üyelik/abonelik işlemlerine ait izleme süresi yine dijital ortamda tanımlandığı için geri çekilememektedir. Bu nedenle, tamamlamak istemediğiniz üyelik dönemleriniz ya da izlemediğiniz Blu TV içerikleriniz için maalesef iade yapılamayacağını bilgilerinize sunarız."* şeklinde karşılık verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, Blutv İletişim ve Dijital Yayın Hizmetleri A.Ş. unvanlı firma tarafından üyelik iptal işlemine yönelik gerçekleştirilen ticari uygulamaların, 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un Abonelik Sözleşmeleri başlıklı 52 nci maddesi kapsamında incelenmesi gerektiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu ticari uygulamaların, Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin ilgili hükümleri ile 6502 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 62 nci maddesine **aykırı olmadığına** karar verilmiştir.

**6)**

**Dosya No: 2020/99898**

**Şikayet Edilen: Teleses Mağazacılık A.Ş. ile Yıldız Gıda Hayvancılık Zirai Ürünleri Madencilik Otomotiv İthalat İhracat San. ve Tic. Ltd. Şti. unvanıyla faaliyet gösteren Turkcell Mağazaları**

**Şikayet Edilen Reklam/HTU:** "Turkcell mağazası olarak faaliyet gösteren firmalar tarafından gerçekleştirilen ticari işlemler ve tüketicilere imzalatılan sözleşmeler

**Reklam/HTU Yayın Tarihi:** 2020

**Yayınlandığı Mecra:** Diğer

**Tespitler:** Mağazalar tarafından iletilen sözleşme ve fatura örneklerinde tüketicilerin aksesuarları “ücreti karşılığında satın aldıkları” tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelmeler sonucunda, firmalar tarafından yapılan açıklamalar ve sunulan belgeler ile söz konusu tüketicileri aldatıcı herhangi bir ifade/uygulamaya yer verilmediği anlaşılmış, dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin ilgili hükümleri ile 6502 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 ve 62 nci maddelerine **aykırı olmadığına** karar verilmiştir.

**ÖRTÜLÜ REKLAM**

**7)**

**Dosya No: 2021/2063**

**Şikayet Edilen: Polina CHURSANOVA ARSEVEN**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 25.10.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com/polchursanova/ adresli sosyal medya hesabında 2021 yılında çeşitli tarihlerde yapılan paylaşımlarında; *"Uzunluğu çok iyi. Kısa değil...asla bedenleri gelmiyordu ama gelmiş…tüm bedenleri stoktayken linkliyorum...Böyle de 3 farklı rengi var. Türkiye'ye dönünce bejini sipariş etmeyi düşünüyorum. Bu arada bu havada ayağımı üşütmemesi, su geçirmemesi ve rahat olması o kadar önemli ki...Bu markanın çoraplarını çok seviyorum...Bir de şu seyahatte en çok taktığım şey şu atkı oldu. Çok güzel iki rengi daha gelmiş. Fiyatı da uygun, linkten bakabilirsiniz...Geçen linkini verdiğimde tüm bedenleri tükenmişti direkt ve bir kaç kişi kalmamış yazmıştı. Şimdi hazır her bedenin stoğu yenilenmişken tekrardan bu montun linkini bırakıyorum...9 farklı rengi var, hepsi indirimde kartlıkların. Siyay ve kahverengi 45 TL'ye düşmüş. Ben daha pahalıya almıştım...Size bu sweatshirtü göstermek için montumu çıkardım soğukta. Bendeki M beden...Çantayı aşırı aşırı sevdim Hem çok kullanışlı hem de kapitoneli olduğu için modaya da uygun. 5 rengi var ve %40 indirimde...Bu da sweatshirt'ün lnkini soranlara. Aldığım günden beri ya sabah ya akşam ya tüm gün giydim. Aşırı sevdim...Geçen gün de gösterdiğim el yapımı deri kartlık. Bunu Kerem çok beğendiği için bir tane sarı sipariş ettim kendime...16 farklı rengi var çantanın şu an %30 indirimde..."* gibi ifadelerle birlikte yapılan çok sayıda hikaye paylaşımlarında bahsolunan ürünlerin www.trendyol.com adresli e-ticaret platformu üzerinden alışveriş uzantısına yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu paylaşımlarda herhangi bir reklam ibaresine yer verilmediği bu suretle şahsın takipçilerini muhtelif ürün ve 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, mecra kuruluşu **Polina CHURSANOVA ARSEVEN** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**8)**

**Dosya No: 2021/4446**

**Şikayet Edilen: Dilara ACIMIŞ (KOÇAK)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 28.12.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com/dilarakocakiyiyasam/ adresli sosyal medya hesabında 2021 yılında muhtelif tarihlerde yapılan paylaşımlarda;

*"Yolcu yolunda gerek dağlar bizi bekleeer. Yoğun günün ardında sürpriz bir seyahat başlıyor. Düştük yollara ama bağışıklık desteği önemli zorlu bir parkur deneyeceğiz. Acaba neresi olabilir. Seyahatlerde çantalarımın vazgeçilmezi, yıllardır yanımdan ayırmadığım Anadolu Propolisi markası olan BEE’O'nun Suda Çözünebilir Propolis Damlası. Yolcuklarınızda bağışıklığı güçlü tutmak önceliğiniz olsun. Ben günde en az 20 damla suyuma damlatıp bağışıklık sistemimin güçlenmesine destek oluyorum. Patentli özütleme yöntemi ile Ar-Ge merkezinde geliştirilmiş olan Propolis Damla ürününden yetişkinler günde 20 damla, çocuklar ise günde 10 damla tüketebilir. Suda çözünebilir Propolis Damlayı su, süt, meyve suyu vb. ılık veya soğuk içeceklerinize damlatarak tüketebilirsiniz. Propolis doğal olarak antioksidan ve antiviral özelliği ile virüslere karşıda koruma sağlıyor...*

*Günaydın, sizce yolculuk nereye? Tahminleri alalım. Her seyahat öncesi bağışıklığa doğal desteğim @beeoariurunleri. Seyahatlarde çantalarımın vazgeçilmezi biliyorsunuz ki propolis ve polen ikilisi. Polen bileşimindeki lifler, vitaminler, mineraller, aminoasitler, fenolik ve flavonoid maddelerle çok değerli bir arı ürünü. Yüksek besin öğesi bileşimiyle literatürde "Tam Gıda" olarak tanımlandığını biliyor musunuz? Doğal olarak B1, B2, B3, B5, B6, E, C, D ve K vitaminlerini; potasyum, kalsiyum, magnezyum, çinko, selenyum, demir, bakır, manganez ve fosfor gibi mineralleri içeriyor. Aynı zamanda yaklaşık olarak %30 oranında protein içeriği var. Günlük beslenmeye yetişkinler 2-4 tatlı kaşığı; çocuklar ise 1-2 tatlı kaşığı polen dahil edebilir. Doğrudan veya ılık/soğuk yiyecek ve içeceklere de ilave edilerek tüketebilirsiniz. Bu arada bugün websitelerinde kampanya başlamış benden söylemesi bence değerlendirin. Ben böyle 1 avuç poleni ağzıma atııııpp yola çıkıyorum canlar...*

*C vitamini aşkınaaa. Konu bağışıklık olduğunda akla ilk gelen C vitamini. Peki gün içinde yeterli C vitamini alıyor musunuz? Bugün sizlere tanıştırmak istediğim özel bir C vitamini var. Her tabletinde 500 mg C vitamini içeren Ocean Vitamin C-SR tablet. 'Uzun salım’ teknolojisi kullanılarak özel olarak geliştirilen Ocean Vitamin C-SR, bizlere etkisi uzun süren C vitamini takviyesi sunuyor. Nedir bu uzun salım teknolojisi? Bu kavrama yabancı olmanız çok normal çünkü Ocean Vitamin C-SR, C vitamininde bu teknolojinin ilk örneği. SR (Sustained Release) yani 'uzun salım’ özel bir kaplama malzemesi sayesinde C vitamini tabletlerin midede değil bağırsakta çözünerek saat başı belirli miktarda C vitaminin bağırsaklara geçişini sağlıyor. Mide yanması yaratmıyor. Mide dostu Ocean Vitamin C-SR sayesinde tam 8 saat boyunca kandaki C vitamini seviyesi sabit kalırken, idrarla atımı da önlenmiş oluyor. Bu teknolojin ülkemizde üniversite iş birliği ile geliştirilmiş yerli A-Ge projesi olması da gurur kaynağımız. #Orzaksİlaç #SağlığaHediye #OceanVitaminCSR #UzunSalımlı...*

*Farkındayım ya sen? Bardağım çok özel ve kıymetli çünkü %100 geri dönüştürülmüş camdan üretildi. Daha iyi bir gelecek için yapabileceğimiz değişikliklerden biri de geri dönüştürülmüş cam kullanmak… Biliyorsunuz ki atılan camlar doğada orman yangınlarına sebep olabiliyor… Oysa etkin geri dönüşüm ile anısı olan bir cam ev eşyası Paşabahçe ile geri dönüştürülüyor ve yeniden bu koleksiyon ile hayat buluyor. Daha temiz bir gelecek, daha mavi bir gökyüzü ve daha yeşil bir Dünya mümkün. Ben @pasabahce’nin %100 geri dönüştürülmüş camdan üretilen aware collection ürünlerini çok sevdim. Çıkan bu koleksiyon rengini boğazın turkuazından alıyor ve bu koleksiyon ile daha iyi bir gelecek için sürdürülebilir yaşama dikkat çekmek isteniyor. Tamamı geri dönüştürülmüş camdan üretilen ürünleri kullanan kişilere de daha iyi bir gelecek için yapabileceklerinin 'farkındayım' demeleri isteniyor. Peki siz farkında mısınız? #Paşabahçe #LiveBeautiful #CamdaGüzel #AwareCollection #Farkındayım...*

*Bardağımı çok beğendiniz ben de HEDİYE ile geldim. Bugün suyum en sevdiğim bardak olan Aware Collection Iconic Bardaktan. Geçen hafta @pasabahce ‘nin %100 geri dönüştürülmüş camdan üretilen Aware Collection ürünlerini sizinle paylaşmıştım. Siz de bu geri dönüşümü hayatımızın her alanında sürdürebilirsiniz. Hadi o zaman bu bir başlangıç olsun. Örneğin kullanmadığınız kavanozları boyayıp kalemlik yapabilirsiniz veya çiçek ekebilirsiniz. Şimdi Aware Collection ürünlerini kazanabilmeniz için sizden de yaratıcı geri dönüşüm fikirlerinizi bekliyorum canlar hadi yorumlara. Bu postun altındaki en iyi 10 öneriye Paşabahçe Aware Collection’dan hediye edeceğiz. #Paşabahçe #LiveBeautiful #CamdaGüzel #AwareCollection #farkındayım...*

*Propolisin en lezzetli hali ve çocukların favori formülü belli oldu. Doğal bağışıklık destekçisi Anadolu Propolisi ile hazırladığımız cam şişede özel içeceklerimize çocuklar bayıldı. Her şişe 15 damla anadolu propolisi ile antioksidan ve günlük C vitamini ihtiyacını karşılıyor. Katkı koruyucu, renklendirici ve ilave şeker içermiyor. Dengeli lezzetin kaynağı meyvelerin tadı ve ham bal. Çocuklar için elmalı vişneli. No21 Propolis, elma, vişne, tarçın, No22 Propolis ananas, limon, zencefil, No23 Propolis pancar, havuç, zerdeçal, zencefil. @dkdukkan #propolis #anadolupropolisi...*

*ENERJİ DOLU PAZARTESİ. Bağışıklığa doğal destek, enerji ve antioksidan için DK Propolisli içeceklerimizi denediniz mi? Ben bugün market alışverişimi İste Gelsin'den yaptım. Sepetime de hem vicdan çorba hem de propolisli içeceklerimi ekledim. Her bir şişe DK Propolisli İçecek; Günlük C vitamini ve antioksidan ihtiyacınızı karşılar. Her şişe 15 damla Anadolu Propolisi içerir. Her şişe 1 porsiyon meyve eşdeğeri enerjiye sahiptir. İster ara ister ana öğünde, hem çocuklar için hem de büyükler için, beslenmeye doğal yollardan katkıda bulunmak için DK Propolisli içecek hep yanınızda..."* gibi ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, söz konusu ifadelerle yayınlanan paylaşımlarda bahse konu ürün ve markalara yönlendirme yapıldığı ancak herhangi bir reklam ibaresi bulunmadan şahsın takipçilerine "Beeo, Ozarks İlaç ve Paşabahçe" markalarını ve markalara ait ürünleri övmek suretiyle örtülü reklam yapıldığı,

Diğer taraftan, inceleme konusu propolis ürünlerine ilişkin olarak yer verilen; *"...bağışıklık sistemimin güçlenmesine destek oluyorum... bağışıklığa doğal desteğim... Propolis ...antiviral özelliği ile virüslere karşıda koruma sağlıyor... Bağışıklığa doğal destek..."* ifadelerinin birer sağlık beyanı olduğu, bu tür beyanlarla takviye edici bir gıda niteliğinde olan söz konusu ürünün, bağışıklık sistemine olumlu etkisi bulunduğu mesajının verildiği, söz konusu ürünün sanki bir ilaç veya bir beşeri tıbbi ürün gibi tanıtıldığı, yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre takviye edici gıdalar için bu tür sağlık beyanlarının kullanılmasının mevzuata aykırı olduğu, bir ürüne ilişkin olarak her hangi bir sağlık beyanında bulunabilmesi için ilgili idari otorite olan Sağlık Bakanlığı Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Kurumu'ndan izin alınması gerektiği, kullanılan bu beyanlar için gerekli izinlerin alınmadığından söz konusu beyanların doğruluğunun bilimsel olarak ispat edilmiş sayılamayacağı, dolayısıyla doğruluğu bilimsel olarak ispat edilmemiş bu beyanlarla tüketicilerin yanıltıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 6/1, 6/3, 6/4, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5, 9/1, 9/5 22/1, 22/2, 23/1-a, 23/1-b, 23/1-c, 26 ve 32 nci maddeleri,

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

- Türk Gıda Kodeksi Gıda Etiketleme ve Tüketicileri Bilgilendirme Yönetmeliği’nin 7/1-a, 7/1-b, 7/1-c, 7/1-ç, 7/2, 7/3, 7/4 maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**9)**

**Dosya No: 2022/254**

**Şikayet Edilen: MN Yazılım Medya Bilişim A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Kuruluşa ait www.memurlar.net adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 20.01.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.memurlar.net adresli haber sitesinin 20.01.2022 tarihli görünümünde ana sayfada yer alan haber görünümlü içerikte; *"Arabanı hızlı, güvenle satmak için yepyeni bir yol! Hemen teklif al!... Aracını güvenle sat, paran 1 saatte cebine gelsin."* şeklindeki ifadelere yer verildiği ve söz konusu içerik tıklandığında www.arabam.com adresli internet sitesine yönlendirme yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu tanıtımlarda herhangi bir reklam ibaresi bulunmadan tüketicileri "Arabam.com" isimli kuruluşa ve kuruluşun "Trink Sat" hizmetine 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 A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **155.712-TL (Yüzellibeşbinyediyüzoniki Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**10)**

**Dosya No: 2022/713**

**Şikayet Edilen: Nebe Medya Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** Kuruluş bünyesinde bulunan https://haberdairesi.com/ adresli haber sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 15.12.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://haberdairesi.com/ adresli haber sitesinin 15.12.2021 tarihli görünümünde yer alan "Konya'da "gece körlüğü" hastasına kök hücre nakli yapıldı" başlıklı içerikte;

*"Konya'da halk arasında "tavuk karası" ya da "gece körlüğü" olarak bilinen retinitis pigmentosa rahatsızlığı bulunan 32 yaşındaki hasta, özel bir göz hastanesinde kök hücre nakli yöntemiyle ameliyat edildi.*

*Hastanenin uzmanlarından Op. Dr. Bayram Gülpamuk, operasyon öncesi gazetecilere yaptığı açıklamada, 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, onun içindeki mezenkimal kök hücreler özel laboratuvar ortamında çoğaltılarak elde edildi. Hastamızın sağ gözüne uygulayacağız. Amacımız görmesini kaybetmeden hayatını idame ettirmesi, hastalığın gidişatını yavaşlatmak, hatta durdurmak. Görme keskinliğinde de bir miktar artış planlanıyor ama hastamızın görme seviyesi şu an çok düşük olduğu için o şu aşamada ikincil amaç olarak kalıyor."*

*Gülpamuk, daha sonra İstanbul'dan uçakla gelen kök hücreyi, sol gözünde görme yetisini kaybeden, sağ gözü bir miktar gören gece körlüğü hastası M.S'ye nakletti."* şeklindeki ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

**11)**

**Dosya No: 2022/716**

**Şikayet Edilen: Düzce Postası Gazetecilik Matbaacılık Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Kuruluş bünyesinde bulunan www.duzcepostasi.com adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 17.09.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.duzcepostasi.com adresli internet sitesinin 17.09.2021 tarihli görünümünde yer alan "Borun İnsan Sağlığına İnanılmaz Faydaları" başlıklı metinde;

*"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 İle Birleştirilen Bor, Biyoyararlanımı Arttırdı*

*Birçok hastalıkta kullanılan Bor’u propolis ile birleştirdiklerini belirten Prof. Dr. Kaya, “Bor vücudumuza bir çok 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 İnanıyoruz”*

*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 yazı içerisinde "Arı Mucizesi" markasını ve bu markaya ait "Propolis Softgel" ürünün özelliklerini ve ürünün insan sağlığına faydalarını vurgulanmak suretiyle tüketicilerin bahsi geçen ürüne yönlendirildiği, tüketicilerin aydınlanma, bilgilendirilme ihtiyacını karşılama ve haber verme amacının dışına çıkılarak "Arı Mucizesi" markalı propolis ürünlerinin 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 **Düzce Postası Gazetecilik Matbaacılık Tic. 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: 2020/4783**

**Şikayet Edilen: Gülnihal EREN**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 12.01.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com adresli internet sitesinde, *“cocobolinho”* kullanıcı adıyla muhtelif tarihlerde "Cilt Bakımım", "Makyaj", "Saçlarım", "İç Çamaşırı Önerileri", "Kalıcı Oje", "Gua Sha" ve "Denemeli Kombin" gibi çeşitli başlıklar halinde yayınlanan hikayelerde, www.trendyol.com ve www.hepsiburada.com adresli internet sitelerinde satışı gerçekleştirilen ürünlere ilişkin bağlantı linki, fotoğraf ve ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, www.instagram.com adresli internet sitesinde, “cocobolinho” kullanıcı adıyla muhtelif tarihlerde "Cilt Bakımım", "Makyaj", "Saçlarım", "İç Çamaşırı Önerileri", "Kalıcı Oje", "Gua Sha" ve "Denemeli Kombin" gibi çeşitli başlıklar halinde yayınlanan hikayelerde, www.trendyol.com ve www.hepsiburada.com adresli internet sitelerinde satışı gerçekleştirilen ürünlere ilişkin bağlantı linki, fotoğraf ve ifadelere yer verildiği;

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

Ancak, inceleme konusu tanıtımlarda, paylaşım yapılan markalara ait ürünlere ilişkin reklam olduğu açıkça belirtilmeksizin yönlendirme içeren ifadelere yer verildiği ya da paylaşımda kullanılan etiket ve açıklamaların reklam olduğu açıkça anlaşılacak şekilde paylaşım süresince reklam verene ilişkin ad, marka, ticaret unvanı gibi tanıtıcı bilgilerden herhangi biri ile birlikte sunulmadığı;

Bu nedenle, www.instagram.com adresli internet sitesinde, “cocobolinho” kullanıcı adıyla yapılan paylaşımlarda, tüketicilerin aydınlanma, bilgilendirilme ihtiyacını karşılama ve haber verme amacının dışına çıkılarak muhtelif marka ve ürünlerin örtülü reklamının yapıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,mecra kuruluşu **Gülnihal EREN** isimli şahıs hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**FİNANSAL HİZMETLER**

**13)**

**Dosya No: 2021/5312**

**Şikayet Edilen: Sigortaladım Sigorta ve Reasürans Brokerliği A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.sigortaladim.com adresli internet sitesinde yer alan "Trafik Sigortası Yaptıran Herkese Egzoz Gazı Emisyon Ölçümü Hediye" isimli kampanyaya ilişkin reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 15.12.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan inceleme sonucunda, https://www.sigortaladim.com/egzoz-gazi-emisyon-olcumu URL adresinin 15.12.2021 tarihli görünümünde "Trafik Sigortası Yaptıran Herkese Egzoz Gazı Emisyon Ölçümü Hediye" isimli kampanyaya ilişkin tanıtımlarda; "*Trafik Sigortası Yaptıran Herkese araç muayene istasyonlarında Egzoz Gazı Emisyon Ölçümü Hediye", "Türkiye'de İlk ve Tek", "Egzoz Gazı Emisyon Ölçümünü nerede yaptırabilirim? Ücretsiz Egzoz Gazı Emisyon Ölçümünü; - 81 İldeki tüm sabit TÜVTÜRK Araç Muayene İstasyonlarında, - Gezici İstasyonlarda, -TÜVTÜRK İzmir'de bulunan motosiklet muayene istasyonunda plakanı belirterek 1 yıl içinde yaptırabilirsin*." ifadelerine yer verildiği, kampanya koşullarına ilişkin olarak ise; *"TÜVTÜRK – sigortaladım.com Ücretsiz Egzoz Emisyon Ölçümü Kampanyası Katılım Koşulları: Kampanya, 31 Aralık 2021 tarihine kadar, web sitemizden online olarak ya da 444 9 832 numaralı çağrı merkezimizden satın alınan trafik poliçeleri için geçerlidir. Kampanyadan yararlanabilmek için sigortaladım.com’a ticari elektronik ileti onayı vermeniz gerekmektedir. Kazandığınız ücretsiz Egzoz Gazı Emisyon Ölçümü hakkınız, sigortaladım.com’dan trafik sigortası poliçenizi satın aldıktan sonraki 2 (iki) iş günü sonunda trafik sigortasında yer alan aracın plakasına tanımlanacaktır. Kazandığınız ücretsiz Egzoz Gazı Emisyon Ölçümü’nü 81 ildeki tüm sabit TÜVTÜRK Araç Muayene İstasyonlarında, gezici istasyonlarda ve TÜVTÜRK İzmir’de bulunan motosiklet muayene istasyonlarında plakanızı belirterek 1 (bir) yıl içinde yaptırabilirsiniz. Egzoz Gazı Emisyonu Kontrolü Yönetmeliği (2021) kapsamında motorlu taşıt sahipleri, egzoz gazı emisyonlarının TS 13231 Standardında belirtilen sınır değerlere uygun olmasını sağlamakla yükümlüdür. Taşıtlar, cinslerine, kullanım amaç ve şekillerine uygun olarak; a) Hususi ve resmi otomobiller ilk üç yaş sonunda ve devamında her iki yılda bir, b) Diğer motorlu taşıtlar ilk bir yaş sonunda ve devamında yılda bir,* *periyodik egzoz gazı emisyon ölçümüne tabi tutulur. Tarım ve Orman Traktörleri, Motosiklet ve Mopedler ve 1979 model yılı ve öncesi dizel motorlu taşıtlar, Hibrit ve Elektrikli araçlar ile Hidrojen Yakıtlı araçlar Egzoz Gazı Emisyon Ölçüm işleminden muaftırlar. Kampanya kapsamında kazanılan ücretsiz Egzoz Gazı Emisyon Ölçümü hakkınız 1 (bir) yıl süreyle yukarıdaki koşullar dahilinde geçerlidir. Trafik sigortası poliçenizi satın aldıktan sonraki 1 (bir) yıl içinde bu hakkınızı kullanmanız gerekmektedir. Trafik sigortasının iptal olması halinde kampanyadan yararlanma hakkı sonlanmış olacaktır. Kazanılan Egzoz Gazı Emisyon Ölçümü hakkı başka bir isim ve/veya plakaya devredilemez. TÜVTÜRK ve sigortaladım.com, kampanya kurallarında değişiklik yapma veya kampanyayı durdurma hakkını saklı tutar."* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, egzoz emisyon ölçümü hizmetinin ilgili Yönetmeliği uyarınca çeşitli şirketler tarafından yapılabildiği, kampanya kapsamında araç muayene istasyonlarına ilişkin firma olarak TÜVTÜRK firması ile reklam veren şirket arasında akdedilen sözleşme düzenlemeleri çerçevesinde bu sözleşmenin taraflarının üçüncü kişilerle çeşitli kampanyalar yapmak, sözleşmeler imzalamak konusunda serbest olduğu, herhangi bir tarafa münhasır hak tanınmadığı bu durumda TÜVTÜRK’ün aynı veya benzer kampanyaları talep eden diğer sigorta şirketleri ile de yapabileceği,

Ayrıca reklam veren tarafından sunulan bağımsız araştırma raporu çerçevesinde Türkiye’de ilk ve tek ifadelerinin doğruluğunun 6502 sayılı Kanunun 61 inci maddesinin 6 ncı fıkrası ile Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 9 uncu maddesi uyarınca ispatlandığı,

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.

**KOZMETİK VE TEMİZLİK ÜRÜNLERİ**

**14)**

**Dosya No: 2021/5676**

**Şikayet Edilen: Yıldız Toprak TV- Ersoy Radyo Televizyon Yayıncılık A. Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** "Yıldız Toprak" logolu televizyon kanalında yayınlanan "Kafur Özlü Mucize Viks Merhem" isimli ürüne yönelik tele-alışveriş reklamları

**Reklam Yayın Tarihi:** 11.10.2021

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** "Yıldız Toprak” logolu televizyon kanalında 11.10.2021 tarihinde yayınlanan “Kafur Özlü Mucize Viks Merhem” isimli ürüne ilişkin tele-alışveriş reklamlarında;

*“(...)Ağrıları olanlar, bel, boyun, kasık, ayak, romatizma her türlü ağrının birebir şifasından bahsedeceğiz sizlere…Sevgili izleyenler ağrıya, belaya, vücuttaki yorgunluğa, bitkinliğe, yürüyemeyenlere, yürürken zorluk çekenlere, adım atmakta zorlananlara, merdiven çıkamayanlara şifadır diyoruz…Bizler kafur özlü bu kremi, ağrı kremini sizlere gönderdiğimizde şifanızı bulacaksınız…Kafur ağrıları olanlara şifa verecek diyor. İnşallah. Namaz kılarken zorlananlar, namaz kılarken eğilip kalkmakta güçlük çekenler, göz ucuyla namaz kılmak zorunda olanlar, ayakta namaz kılamayanlar, oturarak namaz kılmak zorunda olanlar, işte Kafur Özlü Mucize Viks Merhemle birlikte, merhem deriz değil mi, merhem. Özü kafurdur. Bu merhemle birlikte şifanızı bulacaksınız…Romatizma ağrıları olanlar, adım atmakta güçlük çekiyorum, zorlanıyorum, attığım adım bana ızdırap oluyor, Allah'ım var mı bunun bir şifası diyenler. Var efendim….Hemoroid hastaları var, basur hastaları var mıdır çaresi, ameliyattır değil mi? Ameliyattan sonra yüzde yetmiş insanda tekrar görüldü. Peki bu kremi kullandıktan sonra tamamen veda edildi hemoroide. Abdest kaçıranlar var, kanama yapıyor, hemoroid patlıyor, yediğinden içtiğinden insanlar bir şey anlamıyor. Ama bu merhem sayesinde 1 ay içerisinde hiç bir şekilde hemoroid kalmayacak, kalmayacak inşallah…Sevgili kardeşler bakın, bununla birlikte, ağrılarla birlikte aynı zamanda mantar hastalığı olanlar var ise nedir mantar; ayaktaki kaşıntılar, vücudunuzdaki kaşıntılar, vücudunuzdaki bütün dertler, deri hastalıkları bunlara da şifa veriyor…Bin derdin devası, bin derdin devası işte Kafur Özlü Mucize Viks Merhemden bahsediyoruz sizlere., ""99 TL KARGO BEDAVA", "10 Kutu Mucize Ağrı Merhemi", "0 216 214 12 62" ve "Avrupa Whapsapp +90 552 684 28 83" "KURANDA İSMİ GEÇEN MUCİZE KAFUR MERHEM", "HADİS; KURANDA ŞİFASINI ARAMAYAN ŞİFA BULMAZ", "AĞRILARINDAN DOLAYI ŞİFA DİLEYENLER", "ABDEST ALIRKEN ZORLUK ÇEKENLER", "NAMAZ KILARKEN ZORLANAN, AĞRI ÇEKENLER", "MERDİVEN ÇIKARKEN DESTEK ALMAK İSTEYENLER", "KİREÇLENME HASTALIĞI OLANLAR", "ROMATİZMA HASTALIĞI OLANLAR",* *"ADIM ATMAKDA GÜÇLÜ ÇEKİYORUM DİYENLER", "BAŞ AĞRILARINA KESİN ÇÖZÜM", "EN ŞİDDETLİ AĞRIYA 10 DAKİKADA SON", "BASUR HASTALIĞINA 1 AYDA SON"*

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

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

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

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

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

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

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

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Kozmetik Yönetmeliği’nin 4 ve 10 uncu maddeleri,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**15)**

**Dosya No: 2021/5677**

**Şikayet Edilen: Fil TV- Fil Televizyon Yayıncılık A. Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** "Fil" logolu televizyon kanalında yayınlanan "Mucize Viks Krem" isimli ürüne yönelik tele-alışveriş reklamları

**Reklam Yayın Tarihi:** 09.07.2021

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** “Fil” logolu televizyon kanalında 09.07.2021 tarihinde yayınlanan "Mucize Viks Krem" isimli ürüne ilişkin tele-alışveriş reklamlarında;

*“(...)Ağrısı olan, sıkıntısı olan vücuduyla alakalı, ağrılar çeken kim varsa bizleri can kulağıyla dinlesinler. -Bugün 7den 70'e birçok hastamızın gerçekten ağrısının şifasını sunuyoruz biz.(…) "Hocam ameliyatsız bel fıtığı mümkün mü? Yani bu hastalığı üzerimizden atmamız mümkün mü?". Şimdi şundan bahsedeceğiz, mümkün efendim. Neyle mümkün? Herhangi bir ağrı kesiciyle değil. Bizim Mucize Viks formülümüz deri altına işliyor Tuncay Bey. Deri altına.- Sünger gibi çekiyor, - Aynen. Yani o vücuttaki hastalığı, o fıtığı bildiğin sünger gibi çekiyor. O hastalığı olduğu yerde bitiriyor. O ağrıyı sünger gibi yerinden alıyor. Allah'ın izniyle öncelikle. Şundan bahsedeceğiz, var daha, birçok soru soran var. Yani hemoroid sancısı çekenler var. Hemoroid sorunuyla uğraşanlar var. "Hemoroidden nasıl kurtulurum? 4-5 kere ameliyat oldum yine çıkıyor." diyor, dişi hemoroidden dolayı. Şimdi bunları dahi biz Mucize Viks formülüyle kurtardık. Kurtuldular. Bize dua edenler var bu yüzden... Bugün bir bel ağrısı olan varsa, romatizma ağrısı olan varsa, dizlerinde ağrılar olan varsa, eklem ve kemik ağrıları olanlar varsa vallahi de billahi de o ağrının ömrü bu kremle birlikte, bu merhemle birlikte, merhem derler eskiler, bu merhemle birlikte vallahi de billahi de 5 dakika. 5 dakika içerisinde o ağrının nasıl bir süngeri çeker, hani böyle sünger suyu çeker ya, o ağrıyı nasıl çektiğini görecekler. Bunu denemeden göremezler. Yani Mucize Viks'i kullanmayanlar varsa illa ki eşinden, dostundan duymuşlardır. Deneyin efendim. Onlar nasıl kurtulduysa sizler de kurtulacaksınız. (...) Gelin efendim kurtarın kendinizi. Bakın bir insanın ağrısı neredeyse canı oradadır. Biz diyoruz ki sizin ağrılarınızı 5 dakika içerisinde süngerin suyu çektiği misal söküp almazsam bana bu ekranlarda ne derseniz deyin... (...) Efendim bakın. Romatizma dedik. Romatizma ağrıları özellikle dediğimiz gibi soğuklarda ön plana çıkan bir ağrı. Yani zonk zonk zonkluyor derler dizlerim. "Adım atamıyorum, merdivende adım atamıyorum." diyenler var Tuncay Bey. Yani bizden büyükler var özellikle. Yaşı ilerlemiş olanlarda özellikle bu sorun var. "Dizlerim ağrıyor. Kollarım ağrıyor." diyenler. Ellerinizden öpüyorum efendim hepinizin. Alın bu kremi kullanın, bu evladınızı bir dinleyin. (...) Boyun fıtığı olanlar var. Boyun ağrıları olanlar var. Kireçlenme sorunuyla baş başa kalanlar var. (...) Boyunda ağrı var mesela. Örnek veriyorum fıtık var. Masaj yapa yapa kullanacaklar. (...) Hemoroid var, basur sorunu olanlar var.(...) Alandan ziyade bel fıtığı için ense kökünden kuyruk sokumuna kadar... Bak ense kökünden kuyruk sokumuna kadar günde 3 kere uygulanacak bu. Sadece bel fıtığı için. (...) ? Dedik ya az önce hemoroid konusu. Basur. Vallahi de billahi de "4 kere ameliyat oldum Hocam. Bunu sürdüm geçti." diyor adam ya. 4 kere diyor basurdan ameliyat oldum. Dişi hemoroid var adamda. "Hocam" diyor "Bunu sürdüm vallahi diyor geçti." (...) Ayaklarımda mantar var. Kaşıntıdan duramıyorum. Ayağımdan kan çıkmayınca rahat edemiyorum." diyenler var. Sürdüler, vallahi diyorum Tuncay Bey size adamın ayağı tertemiz. Ne mantar var ne koku var. 20 KUTU, 99 TL + KARGO", "0 216 277 73 30”*

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

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

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

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

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

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

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

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Kozmetik Yönetmeliği’nin 4 ve 10 uncu maddeleri,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**16)**

**Dosya No: 2021/5678**

**Şikayet Edilen: MmcTurk TV- Fil Televizyon Yayıncılık A. Ş.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 13.10.2021

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** "MMCTURK" logolu televizyon kanalında 13.10.2021 tarihinde yayınlanan “Mucize Ağrı Kremi” isimli ürüne ilişkin tele-alışveriş reklamlarında;

*“(...)Ağrısı olan, sıkıntısı olan vücuduyla alakalı, ağrılar çeken kim varsa bizleri can kulağıyla dinlesinler. -Bugün 7den 70'e birçok hastamızın gerçekten ağrısının şifasını sunuyoruz biz.(…) "Hocam ameliyatsız bel fıtığı mümkün mü? Yani bu hastalığı üzerimizden atmamız mümkün mü?". Şimdi şundan bahsedeceğiz, mümkün efendim. Neyle mümkün? Herhangi bir ağrı kesiciyle değil. Bizim Mucize Viks formülümüz deri altına işliyor Tuncay Bey. Deri altına.- Sünger gibi çekiyor, - Aynen. Yani o vücuttaki hastalığı, o fıtığı bildiğin sünger gibi çekiyor. O hastalığı olduğu yerde bitiriyor. O ağrıyı sünger gibi yerinden alıyor. Allah'ın izniyle öncelikle. Şundan bahsedeceğiz, var daha, birçok soru soran var. Yani hemoroid sancısı çekenler var. Hemoroid sorunuyla uğraşanlar var. "Hemoroidden nasıl kurtulurum? 4-5 kere ameliyat oldum yine çıkıyor." diyor, dişi hemoroidden dolayı. Şimdi bunları dahi biz Mucize Viks formülüyle kurtardık. Kurtuldular. Bize dua edenler var bu yüzden... Bugün bir bel ağrısı olan varsa, romatizma ağrısı olan varsa, dizlerinde ağrılar olan varsa, eklem ve kemik ağrıları olanlar varsa vallahi de billahi de o ağrının ömrü bu kremle birlikte, bu merhemle birlikte, merhem derler eskiler, bu merhemle birlikte vallahi de billahi de 5 dakika. 5 dakika içerisinde o ağrının nasıl bir süngeri çeker, hani böyle sünger suyu çeker ya, o ağrıyı nasıl çektiğini görecekler. Bunu denemeden göremezler. Yani Mucize Viks'i kullanmayanlar varsa illa ki eşinden, dostundan duymuşlardır. Deneyin efendim. Onlar nasıl kurtulduysa sizler de kurtulacaksınız. (...) Gelin efendim kurtarın kendinizi. Bakın bir insanın ağrısı neredeyse canı oradadır. Biz diyoruz ki sizin ağrılarınızı 5 dakika içerisinde süngerin suyu çektiği misal söküp almazsam bana bu ekranlarda ne derseniz deyin... (...) Efendim bakın. Romatizma dedik. Romatizma ağrıları özellikle dediğimiz gibi soğuklarda ön plana çıkan bir ağrı. Yani zonk zonk zonkluyor derler dizlerim. "Adım atamıyorum, merdivende adım atamıyorum." diyenler var Tuncay Bey. Yani bizden büyükler var özellikle. Yaşı ilerlemiş olanlarda özellikle bu sorun var. "Dizlerim ağrıyor. Kollarım ağrıyor." diyenler. Ellerinizden öpüyorum efendim hepinizin. Alın bu kremi kullanın, bu evladınızı bir dinleyin. (...) Boyun fıtığı olanlar var. Boyun ağrıları olanlar var. Kireçlenme sorunuyla baş başa kalanlar var. (...) Boyunda ağrı var mesela. Örnek veriyorum fıtık var. Masaj yapa yapa kullanacaklar. (...) Hemoroid var, basur sorunu olanlar var.(...) Alandan ziyade bel fıtığı için ense kökünden kuyruk sokumuna kadar... Bak ense kökünden kuyruk sokumuna kadar günde 3 kere uygulanacak bu. Sadece bel fıtığı için. (...) ? Dedik ya az önce hemoroid konusu. Basur. Vallahi de billahi de "4 kere ameliyat oldum Hocam. Bunu sürdüm geçti." diyor adam ya. 4 kere diyor basurdan ameliyat oldum. Dişi hemoroid var adamda. "Hocam" diyor "Bunu sürdüm vallahi diyor geçti." (...) Ayaklarımda mantar var. Kaşıntıdan duramıyorum. Ayağımdan kan çıkmayınca rahat edemiyorum." diyenler var. Sürdüler, vallahi diyorum Tuncay Bey size adamın ayağı tertemiz. Ne mantar var ne koku var. 20 KUTU, 99 TL + KARGO", "0 216 277 73 30”*

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

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

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

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

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

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

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

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Kozmetik Yönetmeliği’nin 4 ve 10 uncu maddeleri,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**17)**

**Dosya No: 2021/5679**

**Şikayet Edilen: 363 TV- İstanbul 34 Televizyon Yayıncılık A. Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** "363 TV" logolu televizyon kanalında yayınlanan "Mucize Ağrı Kremi" isimli ürüne yönelik tele-alışveriş reklamları

**Reklam Yayın Tarihi:** 10.08.2021

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** “363 TV” logolu televizyon kanalında 10.08.2021 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, birtakım 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 38", "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 ve 10 uncu maddeleri,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, mecra kuruluşu **363 TV- İstanbul 34 Televizyon Yayıncılık A. Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **22.861-TL (Yirmiikibinsekizyüzaltmışbir Türk Lirası)** **idari para ve** **anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**18)**

**Dosya No: 2021/5680**

**Şikayet Edilen: Gala TV- Cpc Medya Radyo Televizyon ve Yayıncılık A. Ş.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 07.07.2021

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** “GALA” logolu televizyon kanalında 07.07.2021 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, birtakım 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 38", "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 ve 10 uncu maddeleri,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**19)**

**Dosya No: 2021/5795**

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

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 07.07.2021

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** “GALA” logolu televizyon kanalında 07.07.2021 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, birtakım 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 38", "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 ve 10 uncu maddeleri,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**20)**

**Dosya No: 2021/5796**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** "363 TV" logolu televizyon kanalında yayınlanan "Mucize Ağrı Kremi" isimli ürüne yönelik tele-alışveriş reklamları

**Reklam Yayın Tarihi:** 10.08.2021

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** “363 TV” logolu televizyon kanalında 10.08.2021 tarihinde yayınlanan "Mucize Ağrı Kremi” isimli ürüne ilişkin tele-alıveriş 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, birtakım 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 38", "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 ve 10 uncu maddeleri,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**21)**

**Dosya No: 2021/5797**

**Şikayet Edilen: Ergene Yayıncılık Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** "Yıldız Toprak" logolu televizyon kanalında yayınlanan "Kafur Özlü Mucize Viks Merhem" isimli ürüne yönelik tele-alışveriş reklamları

**Reklam Yayın Tarihi:** 11.10.2021

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** "Yıldız Toprak” logolu televizyon kanalında 11.10.2021 tarihinde yayınlanan “Kafur Özlü Mucize Viks Merhem” isimli ürüne ilişkin tele-alışveriş reklamlarında;

*“(...)Ağrıları olanlar, bel, boyun, kasık, ayak, romatizma her türlü ağrının birebir şifasından bahsedeceğiz sizlere…Sevgili izleyenler ağrıya, belaya, vücuttaki yorgunluğa, bitkinliğe, yürüyemeyenlere, yürürken zorluk çekenlere, adım atmakta zorlananlara, merdiven çıkamayanlara şifadır diyoruz…Bizler kafur özlü bu kremi, ağrı kremini sizlere gönderdiğimizde şifanızı bulacaksınız…Kafur ağrıları olanlara şifa verecek diyor. İnşallah. Namaz kılarken zorlananlar, namaz kılarken eğilip kalkmakta güçlük çekenler, göz ucuyla namaz kılmak zorunda olanlar, ayakta namaz kılamayanlar, oturarak namaz kılmak zorunda olanlar, işte Kafur Özlü Mucize Viks Merhemle birlikte, merhem deriz değil mi, merhem. Özü kafurdur. Bu merhemle birlikte şifanızı bulacaksınız…Romatizma ağrıları olanlar, adım atmakta güçlük çekiyorum, zorlanıyorum, attığım adım bana ızdırap oluyor, Allah'ım var mı bunun bir şifası diyenler. Var efendim…Hemoroid hastaları var, basur hastaları var mıdır çaresi, ameliyattır değil mi? Ameliyattan sonra yüzde yetmiş insanda tekrar görüldü. Peki bu kremi kullandıktan sonra tamamen veda edildi hemoroide. Abdest kaçıranlar var, kanama yapıyor, hemoroid patlıyor, yediğinden içtiğinden insanlar bir şey anlamıyor. Ama bu merhem sayesinde 1 ay içerisinde hiç bir şekilde hemoroid kalmayacak, kalmayacak inşallah…Sevgili kardeşler bakın, bununla birlikte, ağrılarla birlikte aynı zamanda mantar hastalığı olanlar var ise nedir mantar; ayaktaki kaşıntılar, vücudunuzdaki kaşıntılar, vücudunuzdaki bütün dertler, deri hastalıkları bunlara da şifa veriyor…Bin derdin devası, bin derdin devası işte Kafur Özlü Mucize Viks Merhemden bahsediyoruz sizlere… ""99 TL KARGO BEDAVA", "10 Kutu Mucize Ağrı Merhemi", "0 216 214 12 62" ve "Avrupa Whapsapp +90 552 684 28 83" "KURANDA İSMİ GEÇEN MUCİZE KAFUR MERHEM", "HADİS; KURANDA ŞİFASINI ARAMAYAN ŞİFA BULMAZ", "AĞRILARINDAN DOLAYI ŞİFA DİLEYENLER", "ABDEST ALIRKEN ZORLUK ÇEKENLER", "NAMAZ KILARKEN ZORLANAN, AĞRI ÇEKENLER", "MERDİVEN ÇIKARKEN DESTEK ALMAK İSTEYENLER", "KİREÇLENME HASTALIĞI OLANLAR", "ROMATİZMA HASTALIĞI OLANLAR",* *"ADIM ATMAKDA GÜÇLÜ ÇEKİYORUM DİYENLER", "BAŞ AĞRILARINA KESİN ÇÖZÜM", "EN ŞİDDETLİ AĞRIYA 10 DAKİKADA SON", "BASUR HASTALIĞINA 1 AYDA SON"*

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

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

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

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

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

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

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

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Kozmetik Yönetmeliği’nin 4 ve 10 uncu maddeleri,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**22)**

**Dosya No: 2021/2316**

**Şikayet Edilen: Oğuzcan SERT**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.slovcin.com adresli internet sitesinde yer alan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 19.10.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.slovcin.com adresli internet sitesinin 19.10.2021 tarihli https://www.slovcin.com/urun/slovcin-kukurt-krem-sivilce-kurutucu-krem URL adresinde tanıtımı yapılan *“Slovcin Kükürt Kremi- Sivilce Kurutucu Krem”* isimli ürün isminde *“Sivilce Kurutucu”* ifadesine, bununla birlikte söz konusu tanıtımlarda; *“Etkili bir korunma sağlar ve oluşan sivilcelerin iyileşmesine yardımcı olur.”* ifadesine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, Kozmetik Mevzuatına tabi bulunan tüm kozmetik ürünlerin, insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve etkileri geçici olan ürünler olması gerektiği, bu bağlamda inceleme konusu tanıtımlarda yer alan tedaviye yönelik ve endikasyon belirten ifadelerin ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte 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 **Oğuzcan SERT** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**23)**

**Dosya No: 2021/4949**

**Şikayet Edilen: PRS Kozmetik San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.trendyol.com adresli internet sitesinde satışa sunulan *“Procsin Hydrosolution %0.2 Bha Hücre Yenileyici Krem 50 ml”* isimli ürüne yönelik yayınlanan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 30.12.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.trendyol.com/procsin/hydrosolution-0-2-bha-hucre-yenileyici-krem-50-ml-p-133793110 URL adresinde, 30.12.2021 tarihli görselde tanıtımı yapılan *“Procsin Hydrosolution %0.2 Bha Hücre Yenileyici Krem 50 ml”* adlı ürün isminde *“Hücre Yenileyici”* ifadesine yer verildiği tespit edilmiştir.

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

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

**24)**

**Dosya No: 2021/5118**

**Şikayet Edilen: Colgate Palmolive Tem. Ürn. San. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** "*Colgate Optic White 2'li Avantaj Paketi"* tasarımı

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj

**Tespitler:** Colgate OpticWhite Anında Beyazlık ve Charcoal Aktif Kömür isimli diş macunlarının satışa sunulduğu *"Colgate Optic White 2'li Avantaj Paketi"* içerisinde 75 ml ve 50 ml ürünlerin yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda,Colgate Optic White Anında Beyazlık ve Charcoal Aktif Kömür isimli diş macunlarının satışa sunulduğu *"Colgate Optic White 2'li Avantaj Paketi"* tasarımının tüketicileri yanıltıcı olmadığı, 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.

**25)**

**Dosya No: 2021/5377**

**Şikayet Edilen: Evyap Sabun Yağ Gliserin San. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** “*Arko Nem Prebiyotik Krem Serisi Yulaf Sütü*” isimli ürüne ilişkin olarak www.evyapshop.com adresli internet sitesinde yer alan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 23.12.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.evyapshop.com/p-arko-nem-prebiyotik-krem-serisi-yulaf-sutu-250ml-509419 adresli internet sitesinin 23.12.2021 tarihli görselinde; *“Arko Nem Prebiyotik Krem Serisi Vegan içeriği ile bitkisel sütler ve prebiyotikler içerir, cildi nemlendirerek besler. Çevresel faktörlere karşı cilt üzerinde koruyucu kalkan oluşmasına ve cildin bariyer özelliğini destekleyerek onarılmasına yardımcı olur. Paraben, silikon ve alkol içermeyen temiz ve güçlü formülü ile 48 saat nemlendirici etki sağlar. Bu ürün vegan sertifikalıdır.”*ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, “*Arko Nem Prebiyotik Krem Serisi Yulaf Sütü*” isimli ürüne ilişkin olarak www.evyapshop.com adresli internet sitesinde yer alan reklam ve tanıtımlardaki ifadelerin Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin “İspat külfeti” başlıklı 9 uncu maddesinde yer alan esaslar çerçevesinde ispatlandığı ve söz konusu reklamlarda Reklam Mevzuatı hükümlerine aykırı bir unsura rastlanmadığından 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.

**26)**

**Dosya No: 2021/5499**

**Şikayet Edilen: Yeşil Anne Ekolojik Temizlik ve Kozmetik Ürün. İth. İhr. San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.yesilanne.com adresli internet sitesinde ve “yesilanne” isimli instagram hesabında yer alan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 03.02.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** yesilanne.com adresli internet sitesinin ve “yesilanne” isimli instagram hesabının 03.02.2022 tarihli görünümünde 3’lü ya da 4’lü setler halinde satılan bulaşık temizlik ürünlerinin yer aldığı sayfalarda *Ecocert* ve *Vegan* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, firmaya ait yesilanne.com adresli internet sitesinin ve “yesilanne” isimli instagram hesabının 03.02.2022 tarihli görünümünde 3’lü ya da 4’lü setler halinde satılan "Bulaşık Temizlik" ürünlerinin yer aldığı sayfalarda "*Ecocert"* ifadesine yer verilmesine rağmen söz konusu ürünlerin içerisinde yer alan *Ekolojik Bulaşık Tableti* isimli ürünün *Ecocert* sertifikası olduğu ispatlanamadığından söz konusu tanıtımların tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/8, 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 **Yeşil Anne Ekolojik Temizlik ve Kozmetik Ürün. 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.

**27)**

**Dosya No: 2021/5527**

**Şikayet Edilen: Viking Temizlik ve Kozmetik Ürünleri Paz. San. Tic. A.Ş**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Viking Deterjan” isimli ürün ambalajında yer alan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 03.02.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** “Viking Deterjan” isimli sıvı çamaşır deterjanları ambalajı üzerinde *“Türkiye’de ilk gümüş iyon teknolojisi, %100 hijyen” ”* ifadelerine, bu ifadelere ek olarak Hassas Ciltler ve Tüm Renkler isimli sıvı çamaşır deterjanı ambalajında *“Hassas ciltler, Hipoalerjenik, hipoalerjenik olup hassas ve alerjik ciltlerin kullanımına uygundur. Alerjik reaksiyona yol açabilir”.* ifadelerine, firmaya ait *“vikingtemizlik”* isimli instagram hesabının 03.02.2022 tarihli görünümünde *“%90 doğal kaynaklı içerikten elde edilmiştir.”* ifadesine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, *“Viking Deterjan Renkliler/Hassas Ciltler & Tüm Renkler/Siyah ve Koyu Çamaşırlar”* isimli sıvı çamaşır deterjanların ambalajları üzerinde yer alan *“Türkiye’de ilk"* ve "*%100 Hijyen"* ifadeleri ile "vikingtemizlik" isimli instagram hesabının 03.02.2022 tarihli görünümünde yeralan *“%90 doğal kaynaklı içerikten elde edilmiştir.”* ifadelerinin Ticari Reklam ve Haksız TicariUygulamalar Yönetmeliği’nin “İspat külfeti” başlıklı 9 uncu maddesinde yer alan esaslar çerçevesindeispatlanamadığı, dolayısıyla ilgili mevzuata aykırı ve tüketicileri yanıltıcı olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-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, **Viking Temizlik ve Kozmetik Ürünleri Paz. San. Tic. A.Ş** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**28)**

**Dosya No: 2022/744**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** “Asperox Sarı Güç Ultra Yağ Çözücü” isimli temizlik ürününe ilişkin yayınlanan, “*Bizi Türkiye’nin en çok tercih edilen sprey temizlik markası yapan sizlere ve Asperox adını dilinden düşürmeyen herkese #Teşekkürler*” başlıklı reklam filmi

**Reklam Yayın Tarihi:** 11.01.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, Televizyon

**Tespitler:** Muhtelif televizyon kanallarında ve firmaya ait ait “Asperox” isimli youtube kanalının 11.01.2022 tarihli görünümünde “Asperox Sarı Güç Ultra Yağ Çözücü” isimli temizlik ürününe ilişkin yayınlanan, “*Bizi Türkiye’nin en çok tercih edilen sprey temizlik markası yapan sizlere ve Asperox adını dilinden düşürmeyen herkese #Teşekkürler*” başlıklı reklam filminde *“Rengini Asperoxtan alan, rengini Asperoxa benzeten ve Asperox ismini dilinden düşürmeyen herkese teşekkürler. Sayenizde herkes Asperox Sarı Gücü biliyor, her sarı gördüğünde Asrerox Sarı Gücü hatırlıyor.* (Reklamın bu kısmında diğer markaları temsil eden ürün ambalajları geride kalıyor ve Asperox şişesi hepsinden yukarı konumlandırılıyor.) *Bir teşekkür de Asperox Sarı Güç kullanarak bizi Türkiye’nin en çok tercih edilen sprey temizlik markası yapan herkese.”* ifadelerine ve alt yazıda *“En çok tercih edilen sprey temizlik markası\* Kaynak: IPSOS 2021/ 2. Çeyrek Hane Tüketim Paneli Araştırma Sonuçlarına Göre”* ifadesine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, “Asperox Sarı Güç Ultra Yağ Çözücü” isimli temizlik ürününe ilişkin yayınlanan, “*Bizi Türkiye’nin en çok tercih edilen sprey temizlik markası yapan sizlere ve Asperox adını dilinden düşürmeyen herkese #Teşekkürler*.” başlıklı reklam filminde Reklam Mevzuatı hükümlerine aykırı bir unsura rastlanmadığından, 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.

**29)**

**Dosya No: 2021/2365**

**Şikayet Edilen:** **Glohe Bitkisel Ürünler Sanayi ve Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Incia % 100 Natural Baby Foam Shampoo” isimli ürün tanıtımları

**Reklam Yayın Tarihi:** 28.07.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.youtube.com/watch?v=B6n23jiGar0 adresli internet sitesinin 28.07.2021 tarihli görünümünde yer alan “INCIA %100 Doğal Şampuan Serisi” başlıklı videoda;

*“Yeni INCIA %100 doğal bebek ve çocuk şampuan serisi, bebeğinizin saç ve vücudunu nazikçe temizler, içeriğindeki keklik üzümü ekstresi ve lavanta yağı ile rahatlamasına yardımcı olur. Etko Cosmos onaylı yeni %100 Doğal INCIA bebek şampuan serisi. DOĞAL KÖKENLİ DEĞİL, GERÇEKTEN DOĞAL”* ifadeleri ile birlikte *“%0 Boya, Paraben, Parfüm, PEG, EDTA, SLS/SLES, Silikon, Sülfat”* ibarelerine ve eczane logosuna yer verildiği,

Söz konusu videonun yayınlandığı internet sayfasında yer alan açıklamalarda;

*“(…)Keklik üzümü ekstresi ile sebumu düzenleyerek bebekte konak oluşumunu azaltmaya yardımcı olur. İçeriğindeki Capryloyl glycine, saç derisini temizleyerek konak döküntülerinden arındıran bir lipoaminoasit kompleksidir.(...)Dermatolojik olarak test edilmiştir. Hipoalerjeniktir. (…)INCIA ürünleri PEG, EDTA, Silikon, Sülfat, Paraben, Sentetik Yağ, Sentetik Emülgatör, Sentetik koruyucular ve boya içermez. (...)Yeşil üretim tekniğiyle üretilmiştir. Doğada %100 geri dönüşen gıda tipi ambalajlar kullanılır.”* şeklinde ifadelere yer verildiği,

https://www.incia.com/bebek-ve-cocuk-sampuan-seti adresli internet sitesinin 28.07.2021 tarihli görünümünde;

*“Bebeklerin Hassas Ciltleri için Patentli %100 Doğal İçerik. Incia %100 Doğal Bebek Köpük Saç ve Vücut Şampuanında bütünüyle doğal PREALLNAT™ ile bakterileri ve mantarı yok eden, antioksidan özellikte koruyucular kullanılır.(…)Bebeklerin ve çocukların hassas ciltleri kimyasal içeriklere karşı yetişkinlere oranla daha duyarlı olduğundan mutlaka sentetik, kimyasal maddeler bulunmayan doğal şampuanlar seçilmelidir. SLS/ SLES, paraben gibi çok bilinen kimyasalların yanı sıra bebeğinizi yıkarken INCIA %100 Doğal Bebek Köpük Saç ve Vücut Şampuanı gibi %100 doğal doğal şampuan tercih etmek, onun saç, vücut ve göz sağlığını korunması açısından çok önemlidir. (...)Saçları Konaktan Arındırmaya Yardımcı. Capryloyl glycine ile sebum oluşumu dengelenir. Böylece bebeğinizin saç derisi temizlenerek pullanmalardan arındırılır.”* şeklinde ifadelere yer verildiği,

Bununla birlikte, “Bebek Köpük Saç ve Vücut Şampuanı” ve “Çocuk Jel Saç ve Vücut Şampuanı” isimli ürün ambalajlarında; *“%100 Doğal İçerik”* ibaresinin yer aldığı,

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; “Incia % 100 Natural Baby Foam Shampoo” isimli ürüne yönelik olarak, https://www.youtube.com/watch?v=B6n23jiGar0 adresli internet sitesinin 28.07.2021 tarihli görünümünde yer alan açıklamalarda; *“(…)Keklik üzümü ekstresi ile sebumu düzenleyerek bebekte konak oluşumunu azaltmaya yardımcı olur. İçeriğindeki Capryloyl glycine, saç derisini temizleyerek konak döküntülerinden arındıran bir lipoaminoasit kompleksidir.(...)”* şeklinde,

https://www.incia.com/bebek-ve-cocuk-sampuan-seti adresli internet sitesinin 28.07.2021 tarihli görünümünde ise; *“(...)Saçları Konaktan Arındırmaya Yardımcı. Capryloyl glycine ile sebum oluşumu dengelenir. Böylece bebeğinizin saç derisi temizlenerek pullanmalardan arındırılır.”* 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 ve 7/1 maddeleri,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 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 **Glohe Bitkisel Ürünler Sanayi ve Ticaret A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**30)**

**Dosya No: 2021/3805**

**Şikayet Edilen:** **Abc Deterjan San. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** “ABC Matik Dağ Ferahlığı Toz Deterjan” isimli ürün tanıtımları

**Reklam Yayın Tarihi:** 26.07.2021, 27.07.2021

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon, Ambalaj

**Tespitler:** TV8 logolu televizyon kanalında 26.07.2021 tarihinde yayınlanan reklamlarda;

*“2 kat leke çıkarma gücüyle yenilenen ABC Matik. Kaliteli sandığınız deterjanların artık çıkaramadığı lekeleri ABC çıkarır. Deneyin memnun kalmazsanız paranız iade.”* şeklinde ifadeler ilebirlikte alt yazı metninde *“Detaylı bilgi www.abcdeterjan.com.tr’de”* ifadelerine yer verildiği,

Atv logolu televizyon kanalında 27.07.2021 tarihinde yayınlanan alt bant reklamlarında; *“ABC Matik Yenilendi. Kaliteli sandığınız deterjanların artık çıkaramadığı lekeleri ABC Matik çıkarır. Deneyin”* ifadelerine yer verildiği,

Bununla birlikte, inceleme konusu televizyon reklamlarında mavi, yeşil ve turuncu renklerde rakip deterjan paketi görsellerinin üzerinde mutsuz surat işaretine yer verildiği,

Ürün ambalajlarında; *“2 kat leke çıkarma gücü. \*Bir önceki ABC Matik deterjan formülüne göre”* ifadelerine yer verildiği,

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; inceleme konusu tanıtımlarda yer alan “2 kat leke çıkarma gücü” iddiasının Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin “İspat külfeti” başlıklı 9 uncu maddesinde yer alan esaslar çerçevesinde ispatlanamadığı, ayrıca inceleme konusu televizyon reklamlarında “2 kat leke çıkarma gücü” iddiasına ilişkin olarak “*Bir önceki ABC Matik deterjan formülüne göre”* şeklindeki açıklamaya yer verilmemesinin tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu*,*

Diğer taraftan, inceleme konusu televizyon reklamlarında yer alan “*kaliteli sandığınız deterjanların artık çıkaramadığı lekeleri ABC çıkarır*” iddiasının Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin “İspat külfeti” başlıklı 9 uncu maddesinde yer alan esaslar çerçevesinde ispatlanamadığı, bununla birlikte söz konusu televizyon reklamlarında rakip ürünler işaret edilerek deterjan paketi görselleri üzerinde mutsuz surat işareti kullanıldığı ve *“kaliteli sandığınız deterjanların”* ifadesine yer verildiği, böylelikle piyasada bulunan diğer ürünlerin lekeleri çıkarmadığı ve kalitesiz olduğu algısı yaratılarak kötülendiği, tümbu durumların tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu ve karşılaştırmalı reklam hükümlerine aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 8/1-b, 8/1-c, 8/1-f, 8/1-g, 9/1, 9/2, 9/3, 9/5, 10/1 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Abc Deterjan San. ve 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.

**31)**

**Dosya No: 2021/3867**

**Şikayet Edilen:** **Hunca Kozmetik Sanayii Anonim Şirketi**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 09.09.2021, 23.11.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.huncaglobal.com adresli internet sitesinin 09.09.2021 tarihli görünümünde;

*“2017 Export Awards as 2nd in Export Market Growth Category by IKMIB. Hunca Global is Turkey’s export leader in fragrance especially in perfumed deodorant category with brands like She, Caldion, Jagler.”* şeklinde,

http://www.huncaglobal.com/Brand/Jagler adresli internet sayfasının 23.11.2021 tarihli görünümünde yer alan “Jagler” markalı parfüm tanıtımlarında; *“Jagler created a success story in the world of men category perfumes and deodorants being the national market leader since two decade”* şeklinde,

http://www.huncaglobal.com/Brand/HuncaCare adresli internet sayfasının 23.11.2021 tarihli görünümünde yer alan “Huncare” markalı kozmetik ürün tanıtımlarında; *“Natural plant extracts are the core point of this series. The series include paraben free shampoos, hair conditioner, lotions, soaps and horse chestnut gel”* şeklinde,

http://www.huncaglobal.com/Brand/Bioten adresli internet sayfasının 23.11.2021 tarihli görünümünde yer alan “Bioten” markalı kozmetik ürün tanıtımlarında; *“Bioten series help to regulate the blood circulation with its natural extracts of peppermint, mint and rosemary , horse chestnut, ivy and rosemary extract.”* şeklinde,

http://www.huncaglobal.com/Brand/OtherBrands adresli internet sayfasının 23.11.2021 tarihli görünümünde yer alan “Delight Therapy” markalı kozmetik ürün tanıtımlarında; *“Pomegranate Seeds is high in vitamins and antioxidants. With its incredible anti-microbial, anti-inflammatory and anti-aging properties and ability to encourage radiant skin, it has been incorporated into skin care; especially anti-aging and sun care products. Effective in preventing wrinkles and smooths the skin with provenDYNALIFT technology. (...)Oil Complex T2Npromotes wound healing with calendula oil, softens skin withwheat oil, fights against bacteria withchamomile oil.”* şeklinde,

“Naturilies” markalı kozmetik ürün tanıtımlarında; *“With the help of Tea Tree Oil which is known to have antiseptic effects: Prevent the spread of acne.”* şeklinde,

“Deep Skin” markalı kozmetik ürün tanıtımlarında; *“A natural way to reduce fine lines. Helichrysum plant also known as the Helichrysum herb is proven to recover elasticity of the skin with its unique structure, helping to reduce the appearance of wrinkles and increase the resistance of the skin for wrinkles that will form in the future.”* şeklindeifadelerin yer aldığı,

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; söz konusu internet sitesinde yer alan tanıtımların tüketicilere yönelik olmadığı anlaşıldığından, inceleme konusu tanıtımların 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun kapsamında değerlendirilemeyeceği, 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.

**32)**

**Dosya No: 2022/609**

**Unilever Sanayi ve Ticaret Türk A.Ş.** unvanlı firmaya ait “Dove Nemlendirici Cream Bar” isimli ürün tanıtımlarına ilişkin dosya hakkında yapılan görüşmeler neticesinde, konu ile ilgili olarak ilave araştırma yapılması istemiyle **dosyanın ertelenmesine** karar verilmiştir.

**SAĞLIK**

**33)**

**Dosya No: 2021/5590**

**Şikayet Edilen: Dentekol İsmira Özel Ağız ve Diş Sağlığı Merkezi Ltd. Şti.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 10.12.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde ‘dentekol’ kullanıcı isimli sayfanın 10.12.2022 tarihli görünümünde yer alan paylaşımlarda, *‘...Dijital gülüş tasarımı işleminde kullanılan son teknoloji cihazlar ve uzman hekim kadrosu Dent Ekol'de... Dişler ilk intibanın en önemli maddelerinden birisi olmakta. Çoğu insan yeni biriyle tanıştığında ilk olarak dişlere dikkat ettiğini dile getiriyor. Hal böyle olunca güzel dişlere sahip bir gülüş, akılda kalıcılığı ve olumlu izlenimi arttırıyor. Sizler de güzel dişler ile sosyal yaşamınızda fark yaratmak istiyorsanız bizimle iletişime geçin...’* gibi ifadeler ile birlikte 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 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 **Dentekol İsmira Özel Ağız ve Diş Sağlığı Merkezi Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**34)**

**Dosya No: 2022/728**

**Şikayet Edilen: Su Estetik Bakım Merkezi San. ve Tic. Ltd. Şti. (Magiclife Güzellik Salonu)**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.instagram.com/magiclifeguzellik ve www.facebook.com/magiclifeguzellik adresli sosyal medya hesaplarında yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 15.12.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.facebook.com/magiclifeguzellik adresli internet sitesinin 15.12.2021 tarihli görünümünde örnek olarak; *"Sınırlı kontenjanla, ekim ayı boyunca geçerli Lazer Epilasyon kampanyamız...Lazer epilasyonda dev kampanya, Sınırlı kontenjan Lazer epilasyon 49,90 TL... Dermapen islemi ile gunes ve dogum lekelerinizden kalici olarak kurtulun... Yuzdeki benlerinizden kurtulmak MAGICLIFE ile cok kolay. Yüzdeki siyah benler artık yok. Tüm yüz ben sildirme işlemi 500 TL... Leke tedavisi..."*

www.instagram.com/magiclifeguzellik adresli internet sitesinin 15.12.2021 tarihli görünümünde örnek olarak; *"Leke tedavisi, çatlak tedavisi... Danışanımızın epilasyon 3. seansa gelmiş görseli, %60 kıl durumu bitmiş fakat batık problemi gözükmektedir ilerleyen seanslarımızda bu durum ortadan kalkacaktır... Lazer epilasyonda dev kampanya, Sınırlı kontenjan Lazer epilasyon 49,90 TL..."* şeklinde çeşitli tıbbi işlemlere ilişkin ifadelere yer verildiği ve kuruluşun isminin “Magiclife Güzellik” şeklinde belirtildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, 15.02.2008 tarih ve 26788 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin 39 uncu maddesi ile “Güzellik ve Estetik Amaçlı Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmelik” in yürürlükten kaldırıldığı ve Geçici 5 inci maddesi ile de güzellik salonları sağlık kuruluşu statüsünden çıkarıldığı, bu bağlamda Yönetmeliğin Geçici 5 inci maddesine göre, güzellik salonlarının İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmelik kapsamında belediyelerce ruhsatlandırılacağı öngörülerek, Yönetmelik maddesinin 2 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 tarafındanyapılması 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 isimlerini açıkça "salon" olarak belirtmesi gerektiğinin hükme bağlandığı,

Ayrıca;İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğin güzellik salonlarınailişkin (J)-Güzellik Salonları bölümünün (13.2) alt başlığının (a) alt bendi gereğince, güzellik salonlarında, epilasyon/depilasyon birimlerinde, lazer epilasyon yöntemleri hariç tıbbi cihaz kapsamına girmeyen cihazları kullanarak tıbbi amaçlı olmayan epilasyon ve depilasyon işlemlerinin yapılabileceğinin açıkça belirtildiği,

Bu bağlamda; sağlık alanında faaliyeti olmayan kuruluşun inceleme konusu internet sitelerinde yapılan tanıtımlar aracılığıyla sağlık alanında faaliyet gösterdiği ve tabip tarafından yapılması gereken ve güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen tıbbi işlemleri uyguladığı yönünde bir algı oluşturduğu; anılan tıbbi işlemlerin doktor kontrolünde ve sağlık kuruluşları bünyesinde uygulanması gerektiği, ilgili mevzuatta “güzellik merkezi” şekilde bir sağlık kuruluşu türünün tanımlı olmadığı, güzellik salonlarının isminin “güzellik salonu” şekilde açıkça yazılması gerektiği, ayrıca kuruluşun bir sağlık kuruluşu olmaması dolayısıyla bu şekilde isimlendirilmesinin ve yetkisiz tıbbi işlemler uygulamasının ilgili mevzuata aykırılık teşkil ettiği, dolayısıyla, söz konusu tanıtımların ilgili mevzuata aykırı, tüketici yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**35)**

**Dosya No: 2022/729**

**Şikayet Edilen: Mehir Güzellik Hizmetleri ve Tic. Ltd. Şti. (Mehir Güzellik Salonu)**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://mehirguzellik.com/, www.facebook.com/mehirguzellikk ve www.instagram.com/mehirguzellik adresli internet sitelerinde yayınlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 30.11.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://mehirguzellik.com/ adresli internet sitesinin 30.11.2021 tarihli görünümünde örnek olarak; *"Lazer epilasyon, vücuttaki istenmeyen kılların köklerinin lazer ışınları ile yok edilmesi işlemidir. Lazer epilasyon diğer epilasyon çeşitlerinden farklı olarak kalıcı ve sağlıklı olduğu için tercih sebebidir. Kadın ya da erkek fark etmeksizin istenmeyen tüylerin kalıcı olarak yok edilmesini sağlayan lazer epilasyon, klasik yöntemlere kıyasla acısızdır. Doğru cihazlarla ve uzmanlar tarafından yapıldığında son derece etkili ve zararsızdır. Uzmanlar tarafından uygulanacak bölge, cilt tipi ve rengi, kıl yapısı incelenerek ne tür bir cihaz kullanılacağı seçilir ve kişiye yaklaşık olarak tüylerden kaç seansta kurtulacağının bilgisi verilir. Lazer epilasyonda temel amaç, tüyü değil, kıl kökünü yok etmektir. Lazer ışınlarının kıl köküne uygulanmasıyla tüyün gelişimini sağlayan kök hücrenin fonksiyonu kasıtlı olarak bozulur. Böylece tüyün tekrar cilt yüzeyinde belirmesi engellenir... Lazer Epilasyon Kimlere Uygulanabilir? 12 yaşını geçmiş cilt tipi uygun herkese uygulanabilir. Lazer Epilasyon Kaç Seans Sürer? Bölgesine göre lazer epilasyon 6-8 seans veya daha fazla sürebilir. Genellikle alt bacak, koltuk altı ve genital bölgeler 4-8 seans sürerken, sırt, kol ve yüz bölgelerine uygulanacak seans sayısı 6-8 seans ve hatta bazen daha fazla seans gerektirebilir...Dolgu Nedir? Dolgular, çoğunlukla yüzdeki belirginliği az, buruşma gösteren dokuların ya da çukurların doldurulması için üretilmiş, çoğunlukla hyaluronik asit dediğimiz maddeyi içeren, enjeksiyon ile uygulanan estetik ajanlardır. Yüzdeki kırışıklık ve çizgileri azaltmaya yardımcı olur. Sık tercih edilme sebebi ise ameliyatsız olmasıdır. Dolgu Tedavisi Nerelere Uygulanır? Dolgu tedavisi vücudun pek çok yerine uygulanabilir. En yaygın uygulama alanı yüz bölgesidir. Yüz bölgesinde oluşan kırışıklık, izler ve zaman içinde bozulan yüz şekli için uygulanabilir. Yüz bölgesi dışında bacaklar ve göğüse de botoks yapılabilir. Dolgu Uygulaması Ne Kadar Sürer? İşlem öncesinde anestezik krem sürülür ve yaklaşık 20 dakika beklenir. Dolgu işlemi ise ortalama 25-30 dakika sürer. Dolgu Uygulaması Kaç Yaşında Yapılır? Yüz Dolgusu: Yüzdeki volüm kayıpları ve kırışıkların çıkmaya başladığı 30’lu yaşlar en sık uygulandığı yaşlardır. Genetik faktörler, çevresel etkenler, Beslenme alışkanlıkları, uyurken yatış pozisyonumuza göre farklı yaşlarda kendini gösterebilir. Dolgu uygulaması doğal görüntüyü bozmamak için doğru zamanda yapılmalıdır. Dudak Dolgusu: Dudak dolgusu 20-25’li yaşlardan itibaren uygulanabilir. Burun Dolgusu: 18’li yaşından itibaren dolgu uygulaması yapılabilir... PRP Nedir? PRP “Platelet Rich Plasma-Platelet (trombosit, pıhtı hücresi) yönünden zenginleştirilmiş plazma uygulaması” adı verilen tedavi yönteminin kısaltılmış ismidir... PRP yönteminde hastadan 8- 20 cc kan alınarak santrifüj edilir. PRP tedavisinde elde edilen serum, mezoterapi gibi minik küçük miktarda ve yaygın olarak derinin içine enjekte edilir. Yeni bir cilt gençleştirme yöntemidir. PRP Tedavisi Kaç Seans Sürer? PRP seansları genellikle 1-4 hafta aralıklarla uygulanır. Kişinin ihtiyacına göre ortalama 3-8 seans sürer. Mezoterapi ile beraber uygulanabilir..."*

www.facebook.com/mehirguzellikk adresli sosyal medya hesabının 30.11.2021 tarihli görünümünde örnek olarak; *"Lazer epilasyon, vücuttaki istenmeyen kılların köklerinin lazer ışınları ile yok edilmesi işlemidir. Lazer epilasyon diğer epilasyon çeşitlerinden farklı olarak kalıcı ve sağlıklı olduğu için tercih sebebidir. Kadın ya da erkek fark etmeksizin istenmeyen tüylerin kalıcı olarak yok edilmesini sağlayan lazer epilasyon, klasik yöntemlere kıyasla acısızdır. Doğru cihazlarla ve uzmanlar tarafından yapıldığında son derece etkili ve zararsızdır. Uzmanlar tarafından uygulanacak bölge, cilt tipi ve rengi, kıl yapısı incelenerek ne tür bir cihaz kullanılacağı seçilir ve kişiye yaklaşık olarak tüylerden kaç seansta kurtulacağının bilgisi verilir. Lazer epilasyonda temel amaç, tüyü değil, kıl kökünü yok etmektir. Lazer ışınlarının kıl köküne uygulanmasıyla tüyün gelişimini sağlayan kök hücrenin fonksiyonu kasıtlı olarak bozulur. Böylece tüyün tekrar cilt yüzeyinde belirmesi engellenir...Nazolabial dolgu burnun iki kanat kısmından başlayarak ağız bitiş kısımlarına kadar olan kısma nazolabial kısmı denir ve bu kısımda dolgu işlemi gerçekleşir. Asıl amaç nazolabial bölgesinde ki gözle görülen belirgin yaşlılık ya da kullanılan yanlış ürünlerden dolayı oluşmuş oluk ve çizgiler ortadan kaldırılmaya çalışılır. Bu oluk oluşumları kişinin yüz ifadesini değiştirir...Gençlik aşısı, cildinde yaşlanma belirtileri görülen ve cildi zarar görmüş bireylere, belirlenen miktar ve aralıklarla hyalüronik asit uygulama işlemi olarak tanımlanabilir. Bu yöntem sorunlu bölgelere uygulanmaktadır. Aynı zamanda sigara, alkol, akne, güneş ve solaryum gibi sebeplerle zarar görmüş ciltlere sahip bireylerin diğer tedavilerine tamamlayıcı olarak da uygulanabilir..."*

www.instagram/mehirguzellikk adresli sosyal medya hesabının 30.11.2021 tarihli görünümünde örnek olarak; *"Nazolabial dolgu burnun iki kanat kısmından başlayarak ağız bitiş kısımlarına kadar olan kısma nazolabial kısmı denir ve bu kısımda dolgu işlemi gerçekleşir. Asıl amaç nazolabial bölgesinde ki gözle görülen belirgin yaşlılık ya da kullanılan yanlış ürünlerden dolayı oluşmuş oluk ve çizgiler ortadan kaldırılmaya çalışılır. Bu oluk oluşumları kişinin yüz ifadesini değiştirir... Gençlik aşısı, cildinde yaşlanma belirtileri görülen ve cildi zarar görmüş bireylere, belirlenen miktar ve aralıklarla hyalüronik asit uygulama işlemi olarak tanımlanabilir. Bu yöntem sorunlu bölgelere uygulanmaktadır. Aynı zamanda sigara, alkol, akne, güneş ve solaryum gibi sebeplerle zarar görmüş ciltlere sahip bireylerin diğer tedavilerine tamamlayıcı olarak da uygulanabilir..."*

şeklindeçeşitli tıbbi işlemlere ilişkin ifadelere yer verildiği ve kuruluşun isminin “Mehir Güzellik” şeklinde belirtildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelmeler sonucunda, 15.02.2008 tarih ve 26788 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin 39 uncu maddesi ile “Güzellik ve Estetik Amaçlı Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmelik” yürürlükten kaldırıldığı ve Geçici 5 inci maddesi ile de güzellik salonları sağlık kuruluşu statüsünden çıkarıldığı, bu bağlamda Yönetmeliğin Geçici 5 inci maddesine göre, güzellik salonlarının İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmelik kapsamında belediyelerce ruhsatlandırılacağı öngörülerek, Yönetmelik maddesinin 2 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 tarafındanyapılması 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 isimlerini açıkça "salon" olarak belirtmesi gerektiğinin hükme bağlandığı,

Ayrıca; İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğin güzellik salonlarınailişkin (J)-Güzellik Salonları bölümünün (13.2) alt başlığının (a) alt bendi gereğince, güzellik salonlarında, epilasyon/depilasyon birimlerinde, lazer epilasyon yöntemleri hariç tıbbi cihaz kapsamına girmeyen cihazları kullanarak tıbbi amaçlı olmayan epilasyon ve depilasyon işlemlerinin yapılabileceğinin açıkça belirtildiği,

Bu bağlamda; sağlık alanında faaliyeti olmayan kuruluşun inceleme konusu internet sitelerinde yapılan tanıtımlar aracılığıyla sağlık alanında faaliyet gösterdiği ve tabip tarafından yapılması gereken ve güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen tıbbi işlemleri uyguladığı yönünde bir algı oluşturduğu; anılan tıbbi işlemlerin doktor kontrolünde ve sağlık kuruluşları bünyesinde uygulanması gerektiği, ilgili mevzuatta “güzellik merkezi” şekilde bir sağlık kuruluşu türünün tanımlı olmadığı, güzellik salonlarının isminin “güzellik salonu” şekilde açıkça yazılması gerektiği, ayrıca kuruluşun bir sağlık kuruluşu olmaması dolayısıyla bu şekilde isimlendirilmesinin ve yetkisiz tıbbi işlemler uygulamasının ilgili mevzuata aykırılık teşkil ettiği, dolayısıyla, söz konusu tanıtımların ilgili mevzuata aykırı, tüketici yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**36)**

**Dosya No: 2021/3756**

**Şikayet Edilen: Op. Dr. Ebru TOPUZ**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.instagram.com adresli internet sitesinde yer alan Op. Dr. Ebru TOPUZ a ait sosyal medya hesaplarında yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 06.08.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde yer alan ‘op.dr.ebrutopuz’ kullanıcı isimli sayfanın 06.08.2021 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘…Doğallık içeren bir değişim daha...Bir güzel değişime daha dokunurken hastamın güzelliğine güzellik katmış olduk...Hastamın yüzüyle uyumlu doğal ve güzel bir burun yaptık ... Zor vakalarda da doğallığı yakalamak mümkün...’* gibi ifadelere; *"Tam 10 aylık bir güzel burun. Sizin sihirli güzel ellerinizden... Merhaba hocam 5 aylık bi burun. Kimse estetik olduğuna inanmıyor kendi burnun diyorlar bu beni çok mutlu ediyor size ne kadar teşekkür etsem azdır Bence en iyi doktor siz olmalısınız ellerinize sağlık... Hocam dünyanın en güzel burnunu yapmışsınız..."* şeklinde hasta yorumlarına ve hasta öncesi sonrası görüntülere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 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 **Op. Dr. Ebru TOPUZ** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**37)**

**Dosya No: 2021/5793**

**Şikayet Edilen: Dent232 Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde yer alan ‘dent232’ kullanıcı adlı sayfada yapılan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 23.08.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde yer alan ‘dent232’ kullanıcı isimli sayfanın 23.08.2021 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *"Hayal ettiğiniz gülümsemeye ortodonti tedavisiyle sahip olabilirsiniz. (...) Bazen kırmak daha iyidir. Eğik köklere sahip dişlerin çekimi diş parçalara ayrılarak da yapılabilmektedir. Bu düşünüldüğü gibi korkutucu bi durum olmayıp bazen hekim ve hasta için daha kolay bile olabilmektedir. (...) Yıllardır dişlerini göstermemek için gülüşlerini* *gizleyen hastalar da zirkonyumla doğal dişlere en yakın gülüşlere sahip olabilirler. "* şeklinde ifadelere ve tıbbi işlemlerin uygulanmasına dair görüntülere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 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 **Dent232 Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**38)**

**Dosya No: 2021/5794**

**Şikayet Edilen: Özel İzmir Liva Dent Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği Tic. Ltd. Şti.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 21.01.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait "livadentizmir" kullanıcı isimli sayfanın 21.01.2022 tarihli görünümde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘‘Ağız sağlığınızla ilgili soru işaretlerini ortadan kaldırmanıza yardımcı olabiliriz. (...) Sektörle uyumlu olarak kendilerini geliştiren, alanında uzman hekim kadrosuyla Livadent her zaman yanınızda (...) Hasta özelinde uygulanan modern yöntemler için bizimle iletişime geçin (...) Sağlıkla estetiğin kesiştiği, hastalara hem şık bir görüntü, hem de bütüncül bir ağız sağlığı sunan gülüş tasarımı, son zamanlarda çok tercih edilen işlemler arasında Multi disipliner bakış açısıyla, hastadan hastaya değişen tedavi yöntemlerini içeren gülüş tasarımı, size özgürce gülmeyi vadediyor. Kim bilir, belki de özgürlük sandığınız kadar uzak değildir. (...) Aşağıdaki listede, size tanıdık gelen bir şeyler varsa mutlaka bizimle iletişime geçin ✔Ağız açma sırasında ağrı hissi ✔Ağız açıp kapatırken gıcırdama, klik, tıkırtı sesi ✔Ağızı kısıtlı açabilme veya kilitlenme ✔Boyunda ağrı veya sertlik ✔Çiğneme sırasında ve yüzde hissedilen şiddetli ağrı ve yorgunluk hissi✔Genellikle sabahları çeneyi açmada güçlük ve ağrı hissi ✔Esnemede zorluk ✔Ağız açma sırasında çenede deviasyon (kayma) (...) Amalgam dolgularla vedalaşın! Amalgam dolgularla uzun yıllar yaşamak vücutta ağır metal birikimine neden olacağı için pek çok hastalığa sebep olabiliyor.O zaman amalgam dolgulara hoşçakal diyelim beraber. (...) Konu ortodontik şeffaf plak tedavisi olunca sıklıkla bu soruyla karşılaşıyoruz. Uzun süren zorlu bir yolculuğun sonunda bir oh demişken kimse başa dönmek istemez, haklısınız. Aslında, her ortodontik tedavi sonrası bu ihtimal var. Ama sıkıntı yok! İyi bir takım olursak böyle bir sorun yaşamayacağımızı garanti edebiliriz. İlk olarak; bu durumu önlemek için dişlerinizin arkasına görünmeyecek şekilde ince retainer teli uyguluyoruz. O iş bizde. Sonrasında bir süre geceleri plak kullanmaya devam ediyorsunuz. Ve bu konuda size güveniyoruz’’* gibi ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 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 İzmir Liva Dent Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**39)**

**Dosya No: 2021/5828**

**Şikayet Edilen: Dr. Yunus Emre KARATUTLU**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 04.12.2021, 17.01.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com ve www.facebook.com adresli sosyal paylaşım sitelerinin 04.12.2021 ve 17.01.2022 tarihli görünümlerinde şahsa ait *"dr.emrekaratutlu" ve "Dr. Emre Karatutlu"* kullanıcı isimli sayfalarda yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *"...Güzel ve çekici dudaklar için sizde randevu oluşturabilirsiniz...Dudak Dolgusu Çekilişi 9 Bu postu beğenen, 3 arkadaşını etiketleyip, bizi takip eden 1 kişiye DUDAK DOLGUSU HEDİYE! ft Daha fazla arkadaşını etiketleyerek kazanma şansını arttır! Son Katılım Tarihi: 29 Ekim ...Danışanıma dolgu uygulaması yaparak dudak hacmini arttırdık. Güzel ve çekici dudaklar için sizde randevu oluşturabilirsiniz...Tazelenmiş, yenilenmiş, dudak hacmi artmış, güzel ve çekici dudaklar...Hastalarımızın ihtiyaçlarını etkin şekilde belirleyip uygun tedavi seçenekleri sunuyor; mutluluğunuzu perçinliyoruz...Uygulama: Gençlik Aşısı Amaç: Yaşlanma sürecini yavaşlatmak ve yaşlanmanın etkilerini azaltmak için uygulanır. Sonuç: Bu yöntem sayesinde, cildiniz çok daha parlak, dinç ve canlı bir görünüme kavuşur....Dr. Emre Karatutlu Bey'e çok teşekkür ederim kendimde bir hekim olarak güvenerek tavsiye edeceğim nadir merkezlerden biri her şey için çok teşekkürler...Aldığınız hizmeti en doğru ve kaliteli şekilde sizlere sunuyorlar. Özellikle Dr. Emre Bey'in kibarlığı ve işlem öncesi yaptığı doğru ve insanı rahatlatır derece açıklamaları için çok teşekkür ederim...İyi ki varsınız..."* gibi şahsına ve çalıştığı kuruluşa yönelik ifadeler ile tıbbi işlemlere ilişkin kampanya bilgilerine; olumlu hasta yorumları ile hasta öncesi ve sonrası görsellerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu internet sitelerinde 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 24 üncü maddesi,

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

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

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

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

**40)**

**Dosya No: 2021/5829**

**Şikayet Edilen: Dr. Miray TÜMER**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 03.01.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.uzmdrmiraytumer.com/ adresli internet sitesinin 03.01.2022 tarihli görünümlerinde örnek olarak; *"...Ameliyatsız burun estetiği olarak bilinen burun dolgusu cerrahi müdahale olmadan acısız ve ağrısız yapılan burunda gerçekleştirilen şekil değişiklikleridir. Burun Dolgusu Nasıl Yapılır? İşlem öncesinde anestezik krem sürülmesiyle 20-30 dakika boyunca uyuşma süresinin ardından belirlenen bölgelere 5-10 dakika boyunca iğneyle enjeksiyon yapılması sonucu burnun yüze uygun ve ideal bir görünüme kavuşması sağlanır. Burnunda değişiklik yapmak isteyen hastalar için çok ideal bir seçenektir. Düzeltmelerin yapılması çok kolaydır çünkü enjekte edilen iğnelerin belirli bölgeye basit bir enjeksiyonu yeterlidir. Burun dolgusundan sonra günlük hayatınıza hemen dönebilirsiniz hiçbir ağrı sızı olmayacağından sizi etkileyecek bir süreç olmaz...Yaşın ilerlemesine bağlı olarak dudaklarda incelme, hacimde azalma olabilir. Her yaşta güzel bir görünüme sahip olmak için dudakların görünümü önemlidir. Dudak dolgusu için kullanılan hyalüronik asidin 12-15 ay süre kalıcılığı vardır. Dudak dolgusu yaptırdıkça kalıcılık süresinin uzadığı görülmektedir. Yaklaşık yarım saat süren dudak dolgusu işlemi 18 yaşından itibaren güvenle uygulanabilir...Göz çevresindeki problemler kadın erkek her insanda her yaşta görülebilir. Gözaltı dolgusu ile göz çevresindeki morluklar, kırışıklıklar, göz altlarındaki torbalanmalar giderilir. Gözaltı ışık dolgusu ile gözaltı ile yanaklar arasındaki renk farkı giderilebilir. Yüzümüzdeki en hassas bölgelerden olan göz altı bölgesi renk değişiklikleriyle sorun olabilir.Bazı insanlarda göz altı bölgesi çok çukurdur asla bu görüntüden kurtulamazlar. Yüzde hep bir yorgunluk hakimdir... Uygulama sırasında göz altında hiçbir ağrı ya da sızıya neden olmayacak incelikte bir enjeksiyon yardımı ile bu özel karışım eşit bir şekilde enjekte edilir. Enjeksiyonun hemen ardından ciltte yükselme oluşarak mor görünüm ortadan kalkar...Botoks. Çok kısa süren ve oldukça etkili bir uygulama olan botoks vücudun farklı yerlerinde uygulanır. Uygulama alanı anestezik jel ve kremlerle uyuşturulduğundan işlem sırasında ve sonrasında ağrı hissedilmez. Uygulama sonrası hemen günlük hayata devam edilir..."* gibi şahsına ve çalıştığı kuruluşa yönelik ifadelere yer verildiği;

www.instagram.com ve www.facebook.com adresli sosyal paylaşım sitelerinin 03.01.2022 tarihli görünümlerinde şahsa ve çalıştığı kuruluşa ait *"uzmdrmiraytumer" ve "Uzm. Dr. Miray Tümer"* kullanıcı isimli sayfalarda yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *"...Yüzümüzde yanaklarla dudağı birbirinden ayıran, burun kanatlarından inen hattın adı nazolabialdir. Nazolabial hattı yaş alma, çevresel faktörler ve doğuştan derin bir görünüme sahip olabilir. Bu derin görünüm kişiyi olduğundan daha yaşlı ve yorgun göstermektedir. Bu görünütüyü engellemek için nazolabial dolgu iyi bir çözümdür...Dudak dolgusu uygulaması dudağa istenilen hacmi, estetik olarak güzel görünmeyen asimetrik görüntüyü ve daha kadınsı kıvrımlı görüntüyü kazandırabilir. Dudak dolgusuyla kazandırılabilir olan bu kıvrım kişinin yüzünü altın orana daha yakın bir hale getirir...Göz altı problemleri her yaşta insanların karşısına çıkmaktadır. Bu problemler kişiyi olduğundan daha yaşlı ve yorgun göstermektedir. Gözaltı ışık dolgusu ile bu çökük görüntü giderilebilir ve kişinin yanağı ile gözaltı bölgesinin kot farkı kapatılabilir. Uygulamadan hemen sonra sosyal hayatınıza dönebilirsiniz...3 Seans Altın iğne Alana Gençlik Aşısı Hediye! Öğretmenler Günü Kampanyası. Botoks ve Dolgu Yaptırana Medikal Cilt Bakımı Hediye!..."* gibi şahsına ve çalıştığı kuruluşa yönelik ifadeler ile tıbbi işlemlere ilişkin kampanya bilgilerine ve hasta öncesi ve sonrası görsellerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu internet sitelerinde 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 24 üncü maddesi,

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

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

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

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

**41)**

**Dosya No: 2021/5830**

**Şikayet Edilen: Dr. Emrah ÖZER**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 23.12.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinin 23.12.2021 tarihli görünümlerinde şahsa ait *"dr.emrahozer"* kullanıcı isimli sayfada yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *"...Hayalimdeki değişim! Hastalarımızı hayallerindeki değişime bir adım daha yaklaştırmaya devam ediyoruz!...dudak dolgusu, özellikle genç yaşlarda daha dolgun dudaklara sahip olmak için sıkça yapılan medikal estetik uygulamalardan biridir...İştee büyük final öncesi son dakikalar …"Hayalimdeki Değişim" Programının ilk bölümünde Sibel Özkan kliniğimizde Estetik Cerrah Doktorlarımız, Medikal Estetik Doktorlarımız ile görüşerek "Hayalindeki Değişimi" anlattı, Hekimlerimizde yapılacak işlemlerin analizini yaparak uygulamaya başladılar. İşte O Heyecan dolu değişim süreci... Sibel Özkan'a Neler Yapıldı? Diş Taşı Temizliği Zirkonyum Uygulaması Botoks British Effect Mezoterapi 5 Ml Dolgu Uygulaması..HAYALİMDEKİ DEĞİŞİM TV8 EKRANLARINDA @britishesthetic İLE HAYALLERİ DEĞİŞTİRMEYE DEVAM EDİYORUZ...Burun dolgusu, son zamanlarda talebi giderek artan dolgu uygulamalarından biridir... İşlem 10-15 dakika kadar sürer. sonrasında günlük hayatınıza kaldığınız yerden devam edebilirsiniz, cafeye gidip çayınızı kahvenizi içebilirsiniz...dudak dolgusu, her yaştan kadının ve son zamanlarda birçok erkeğin de en sık yaptırdığı medikal estetik uygulamalardan biri haline geldi. Genç yaşlarda daha dolgun dudaklara sahip olmak veya dudaklardaki asimetrileri yok etmek/azaltmak için tercih edilirken; daha ileri yaşlarda ise, yıllar içinde yavaş yavaş gelişen hacim kaybını yerine koymak için hyaluronik asit dolgular tercih edilmektedir. Anestezik krem uygulaması sonrasında yaklaşık 10-15 dakikada uygulanabilecek bir işlemdir. İşlem sonrası bazen hafif morluklar olmakla birlikte, günlük yaşantıyı aksatacak problem olmamaktadır..Bugün sevgili @glclbi\_ için jawline çalışması yaptık…çene konturunun biraz daha keskin olmasını istiyordu, ve yaptığımız çalışmayla sadece 20 dakikada ağrısız acısız daha keskin bir çene hattına kavuştu!... Çene hattının yüz harmonisine katkısı yadsınamaz. Çok küçük dokunuşlarla bile büyük değişiklikler yakalamak mümkün! 2ml ve 5dk.da değişim!...Ve bitti bile acıdı mı? Hiç acımadı..."* gibi şahsına ve çalıştığı kuruluşa yönelik ifadeler ile olumlu hasta yorumlarına ve hasta öncesi ile sonrası görüntülerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, 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 24 üncü maddesi,

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

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

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

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

**42)**

**Dosya No: 2021/5831**

**Şikayet Edilen: Dr. Barış ÇOBAN**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 23.12.2021, 24.12.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.opdrbariscoban.com/ adresli internet sitesinin 23.12.2021 tarihli görünümlerinde örnek olarak; *"...Kürtaj işlemlerimiz indirimli, gizlilik ilkelerine uyarak, güvenli bir şekilde vakum yöntemiyle yapılmaktadır, fiyatları  Whatsapp ile öğrenmek  için TIKLAYIN...Kliniğimizde izmir kürtaj dendiğinde bu konuda kendini kanıtlamış olan Op. Dr. Barış ÇOBAN işlemleri bizzat kendisi yapmaktadır...Kürtaj işlemi, genellikle operasyon süresi olarak 10 dakika gibi bir sürede yapılmaktadır. 10 dakikada gerçekleştirilen Kürtaj operasyonu sonrasında  hastalar da gün içerisinde taburcu edilmektedirler. Yapılan işlemleriniz sonrası izmir kürtaj ekibimiz sizin konforunuz için modern kliniğimizde her türlü destek hizmetini vermektedir. İzmir Kürtaj Merkezleri Kürtaj merkezleri arasında bulunan Barış Klinik tamamen güvenli kürtaj gizliliğine önem veren ve uygun fiyatları ile her zaman tercih edilen kürtaj merkezi olmuştur. Bu başarısının ardında ki en önemli faktör işimizi büyük bir ciddiyetle ve profesyonel olarak yapmamızdır. Kürtaj yapan özel hastaneler arasında bizi tercih eden hastalarımız kliniğimizden her zaman yüzde yüz mutlu ve istediğini almış olarak çıkmaktadır...Türk kültüründe kızlık zarına bekaretin simgesi olarak yaklaşılır. Bu inanış köklü bir inanış olarak tarih boyunca devam eder. Bu köklü geleneksel inanışın bir sonucu olarak da evlenmeye karar veren bayanlar ileride evlilikte eşiyle dünya evine girecekleri gerdek gecesinde problem yaşamamak adına kızlık zarını diktirmek istiyor. Bu tamamen doğal bir durumdur ve kızlık zarının dikilmesiyle ilk gece kanamanın olmamasından duyulacak utancın da her yönden önüne geçilmesi mümkün olacaktır. İşte yer verilen tüm bu kriterler dikkate alınırsa kızlık zarı dikilmesinin günümüzde halen geleneksel bekaret simgesine bağlı olarak bakirelik ile eş değer tutulduğunu söylemek gerekir…Görüldüğü gibi oldukça doğal ve de kesinlikle acısız bir işlem olduğundan ötürü %100 başarı oranından söz etmemizde yarar vardır. Bu özellik dikkate alınırsa her açıdan hastamızın herhangi bir sorunla karşı karşıya kalmaksızın ameliyatı başarıyla atlatması mümkün. Kızlık Zarı Dikimi Ameliyatı Hakkında Sıkça Sorulan Sorular Genellikle hastalarımız ameliyatın acısız mı olup olmadığını merak eder. Tamamen acısızdır ve yine cinsel birleşmeyle birlikte kesinlikle kanamanın sağlanacağı garantisi de verilir. İşte bu durum dikkate alınarak değerlendirilirse her yönüyle hastamızın endişe etmesin lüzum yoktur...Kliniğimiz Sağlık Bakanlığına bağlı olup %100 yasal mevzuata bağlı olarak hizmet vermektedir. Siz de kızlık zarı yırtılmasına bağlı üzerinizde bulunan hem psikolojik hem de sosyolojik baskıdan kısa sürede kurtulmak istiyorsanız anında bizimle iletişime geçmeniz yeterli olacaktır. Bu sayede en kısa süre içerisinde kızlık zarının tamamen doğuştan gelen görünüme ve işlevselliğine kavuşması mümkün olacaktır...2020 yılında yapılan araştırma sonucu flep kızlık zarı dikimi fiyatları büyük şehirler göz önüne alındığında 2000 lira ile 6000 lira arasında değişmektedir. Geçici kızlık zarı dikimi kanama olması istenen ilişkiden 1 – 2 gün önce yapılmaktadır. Yırtılan zarın birbirine tutturulması ve dikilmesi ile operasyon tamamlanır. Böylece yine cinsel ilişkiden sonra kanama meydana gelir. Geçici kızlık zarı dikimi 2020 yılı fiyatları 1000 lira ile 3000 lira arasında değişmektedir...İzmir kızlık zarı dikimi fiyatları genelde 2 bin TL ile 7 bin TL arasında farklılık göstermektedir.  Farklılığın sebebi hastanın genel durumu, yapılacak işlemin kalitesi, operasyon sırasında kullanılacak olan malzemelerin kalitesi, operasyon yapılan kliniğin kalitesi gibi faktörler neticesinde değişmektedir. Sizler öncelikle fiyat araştırması yapmak yerine en sağlıklı ve en doğru şekilde bu operasyonu nerede yaptırırım bunu araştırmalısınız...İzmir Kızlık Zarı Dikimi hekimi Barış Çoban’dır. İzmir kızlık zarı dikimi yapan doktorlar arasında en kaliteli hizmeti veren Barış Çoban yüzde yüz hasta memnuniyet oranıyla çalışmaktadır. Bu işlemi yaptırırken merdiven altı işletmelerden uzak durmanız, resmi olarak kızlık zarı muayenesi yapan yerler ile çalışmanız faydanıza olacaktır. https://www.opdrbariscoban.com/izmir-kizlik-zari/için hemen bizimle iletişime geçin...İzmir vajina daraltma: İzmir vajina daraltma operasyonlarına 2020 yılında da devam eden Barış Çoban başarılı şekilde gerçekleştirdiği operasyonları kısa bir sürede tamamlamaktadır…Kliniğimizde gerçekleştirdiğimiz vajina daraltma operasyonları sonucunda hastalarımızın memnuniyet oranı %100’dür. Yapılan vajina operasyonu sonrası gündelik ve cinsel hayatlarına daha kaliteli bir şekilde devam eden hastalarımız bu memnuniyetlerini yaptıkları geri bildirimlerle bizlere dile getirmekte ve yakın çevrelerine bizleri tavsiye etmektedirler. Sadece İzmir’den değil Manisa ve Aydın gibi komşu illerimizden gelen hastalarımız da bulunmaktadır...İzmir vajina daraltma işlemleri genel olarak vajinal estetik uygulamalarıdır. Kliniğimizde genital estetik ile ilgili tüm uygulamalar büyük bir hassasiyetle yapılmakta ve başvuran hastalarımız %100 memnuniyetle kliniğimizden ayrılmaktadırlar. Tamamen hijyenik bir ortamda en son nesil lazer cihazlarıyla gerçekleştirdiğimiz vajina daraltma ve diğer işlemleriniz için hemen bizimle iletişime geçebilirsiniz. Bilinçsiz bir şekilde yapılan operasyonlar maddi ve manevi zararlara sebebiyet verebileceği için lütfen bu tarz uygulamalar yaptırmadan önce işlem yaptıracağınız doktor ve klinik hakkında detaylı bir araştırma yapınız. Vajina daraltma operasyonunun başarılı bir şekilde tamamlanması sizin yaşam kalitenizi arttıracak ve daha mutlu olmanızı sağlayacaktır...Mons pubis (vajina üst kısımlarında bulunan dudaklar bölgesi) dolgunlaştırılması: Çok kısa ve kolay bir şekilde yapılabilen bir vajinal estetik işlemidir...İzmir’de vajina daraltma operasyonu yapan doktorlar arasında uzman olan ekibimiz, en iyi çözümlerin alınmasını sağlayacak alternatiflerle hizmetinizdedir. Hastanın psikolojik ve bedensel sağlığına öncelik veren hekimlerimiz, her zaman doğru çözümler sunarak en iyi hizmeti vermektedir...Lazerle vajinal estetik nasıl yapılır: İzmir vajinal estetik uygulamalarımız son model estetik lazer cihazlarıyla yapılmaktadır...Tüp Bebek İşlemlerinde Başarı Oranı Nedir Uygulanan tüp bebek tedavisinde elde edilecek  başarı oranı , kadının yaşına göre farklılık göstermektedir. Tedavi uygulanan kadın 30 yaşın altındaysa başarı oranı  %60 gibi bir orandadır. 35 yaş ortalamasında bir kadın için başarı oranı %40 civarındadır. Eğer kadın 40’lı yaşlarında ise bu oran ortalama olarak %15’dir. Fakat bahsettiğimz bu oranlar il kez tüp bebek tedavisini uygulayanlar için geçerlidir. İzmir tüp bebek merkezinde 4 kez Tüp bebek yaptıran kişilerde elde edilen  başarı oranı %90’lar civarında görülmektedir..."* gibi şahsına ve çalıştığı kuruluşa yönelik ifadeler ile tıbbi işlemlere ilişkin fiyat bilgilerine yer verildiği;

www.instagram.com ve www.facebook.com adresli sosyal paylaşım sitelerinin 24.12.2021 tarihli görünümlerinde şahsa ve çalıştığı kuruluşa ait *"barisklinik*", *"op.dr.bariscoban" ve "Op. Dr. Barış Çoban"* kullanıcı isimli sayfalarda yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *"...Fotona Smooth Lazerle Vajina Yenileme ve Daraltma 20 dk. gibi kısa bir sürede doğum, cinsel yaşantı, yaş, kilo, aşırı sigara kullanımı ve hormon bozuklukları gibi nedenlerle genişleyen ve formunu kaybeden vajinal kanal daraltılarak normal haline döndürülüyor. Fotona Lazere özel Smooth Mod: Ağrısız, Ameliyat ve istirahat gerektirmeyen, Non-invasif bir uygulama ile Ölçülebilir Sonuçlar, Yüksek Başarı ve Hasta Memnuniyeti sağlıyor. Uygulama öğle arasında uygulanabilecek kadar kısa sürelidir (20 dk). Lazerle vajina daraltma ameliyatları son yıllarda popülerlik kazanan, cerrahi bir işlem olmadığı için riskleri son derece az olan ve seçilmiş hasta grubunda oldukça iyi sonuçlar veren uygulamalardır....Fotona SP Dynamis'in ergonomik yapısı ve kullanıcı dostu ara yüzü ile horlama ve uyku apnesi tedavilerini basit ve etkili bir şekilde çözün... Fotona QX Max ile profesyonel dövme renklerini silebilir, bütün yaygın pigmente lezyon sorunlarını giderebilir ve patentli FRAC3 teknolojisi sayesinde estetik çözümler üretebilirsiniz. Fotona QX Max Lazer ile Lekelere Son!...Doğuma giden süreçte birlikteyiz, yol arkadaşıyız...✔Lazer tedavisiyle hastanın gülerken öksürürken bile yaşadığı idrar kaçırma problemi sadece 8-10 dakika gibi kısa bir sürede ortadan kaldırılmaktadır...Gençleşme Ağrısız Acısız...Başarılı bir kapalı ameliyat çıkışı mutluluk pozu..Üç kardeş ellerimde doğdu pozu ..."* şeklinde şahıs ve çalıştığı kuruluşa yönelik ifadeler ile *"Sizden gelenler : Barış Bey bence bu branşta güven kelimesinin anlam bulduğu en iyi doktorlardan biri. Hamilelik sürecim boyunca güvenimi hiç sarsmayan ve benim gibi kaygılı bir gebeyi dokuz ay boyunca telkin edebilmiş yegane doktor... 9 ay boyunca her zaman yanımda olan beni pozitif enerjisiyle her zaman motive eden bebeklerimize sağ salim kavuşmamıza vesile olan canım doktorumuz iyi ki varsınız..."* gibi olumlu hasta yorumlarına yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu internet sitelerinde yer alan ifadeler 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 24 üncü maddesi,

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

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

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 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. Barış ÇOBAN** 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.

**43)**

**Dosya No: 2021/5832**

**Şikayet Edilen: Abdullah ÖZKARSLI**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.dentprime.com adresli internet sitesi ile www.instagram.com, www.facebook.com ve www.twitter.com adresli sosyal paylaşım sitelerinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 11.10.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.dentprime.com adresli internet sitesinin 11.10.2021 tarihli görünümünde örnek olarak; *"...Diş tedavileriniz ve ağız sağlığınız ile alakalı en hızlı, en kaliteli ve en ekonomik tedavilere ulaşmanız için sizlere rehberlik hizmeti sunar...Diş tedavileri ve ağız sağlığı ile alakalı en hızlı, en kaliteli ve en ekonomik tedavilere ulaşmalarına profesyonel rehberlik hizmeti sunmak...DentPrime Danışmanlık Hizmetleri Çok iyi bir dijital ajansa sahip olabilirsiniz ama dental sektör tecrübesi yoksa; eksik kalırsınız. Çok yüksek bütçeler ayırabilirsiniz ama doğru yönetilmiyorsa; başarısız olursunuz. Çok iyi reklam kanalları kullanabilirsiniz ama doğru bir callcenter sisteminiz yoksa; boşa para harcarsınız. Çok güzel bir tanıtım filminiz olabilir ama hasta beklentilerini yansıtmıyorsa; hiçbir fayda sağlamaz. Çok kaliteli bir sistem kurdunuz ama nasıl denetleyeceğinizi bilmiyorsanız; kısa vadeli başarı olur. Çok para harcadınız ama sağlık turizmi teşviklerinden faydalanmıyorsanız motivasyonunuz düşer. Hangi ülkelere hangi platformlardan reklam yapacağınızı bilmiyorsanız; paranızı ve zamanı boşa harcarsınız. Çok şık bir klinik kurdunuz ama yeterli hastanız yoksa; geceleri huzurlu uyuyamazsınız. Çok kaliteli hizmet veriyorsunuz ama reklam yasaklarına takılıyorsanız; hastalar sizi arayıp bulamaz…Sağlık Turizmi Danışmanlığı Sağlık turizmi konusunda fikri olmayan pek az insan kaldı. Peki poliklinikler bu işi tam anlamıyla kavrayabildiler mi? Hayır. İstanbul, Antalya ve İzmir bölgelerindeki bu işi uzun yıllardır yapan öncü poliklinik ve acenteler dışında kalanlar maalesef sağlık turizmi yaptığını sanıyor. Yabancı hastaların ülkemize gelmesi konusu çok basit gibi görünen ama bir o kadar da çok zor bir çalışma sistemidir. Süreçlerden birini gözden kaçırırsanız, çarkın dişlileri gibi sistem yavaşlar ve durur. Siz de reklam verdiğinizi, para harcadığınızı ama bu işin olmadığını sanarsınız. Çalıştığımız polikliniklerde tüm çalışmaları sürecin başından sonuna kadar planlıyoruz, uyguluyoruz, denetliyoruz ve raporluyoruz. Referanslar...Metal tel uygulaması nasıldır? Dişlerin ön yüzeylerine braket denilen kare şeklinde, ufak, paslanmaz çelikten yapılan tutucu parçaların sabitlenmesi ve bu braketlerin içerisine yerleştirilen diş telleri yardımı ile çapraşık durumdaki dişlerin düzeltilmesini sağlayan tedavidir. Metal diş telleri gülümsendiği zaman belli oldukları için estetik açıdan daha az tercih edilir. Avantaj olarak daha hızlı ve daha ekonomik olmaları söylenebilir. Ücretsiz Dental Check-up için DentPrime ile randevu alabilirsiniz...Zirkonyum nedir? Klasik porselen köprü ve kaplamaların alt yapısı olarak gri metalin yerine kullanılan doku dostu beyaz seramik alaşımdır. Daha estetik bir gülüş için diş hekimliğinde zirkonyum sıklıkla tercih edilmektedir. Metal destekli porselen kaplamalara göre daha doğal ve gerçekçi bir görünüm sunar. Işık geçirgenliği ve dayanıklılığıyla doğal dişlere en yakın tedavi alternatifidir...Estetik açıdan zirkonyum dişlerin avantajları nelerdir? Işık geçirgenliği özelliği sayesinde doğal dişlerin görüntüsü tam olarak yakalanır. Sağlıklı dişlerin minesi ışığı tamamen geçirir. Klasik porselen kaplamaların alt yapıları olan metaller dişlerde opak bir görüntü yaratırlar. Bu da dişlerin cansız ve yapay görünmesine sebep olur. Zirkonyum ile bunun önüne geçilmiştir.  Zirkonyum kaplamalar ve gülüş tasarımı ile muhteşem estetik sonuçlar elde edilir...SAĞLIK TURİZMİ? Sağlık turizmi içinde, medikal turizm ve yaşlı ve engelli turizmi alanlarında ön plana çıkan Antalya, başta Balkanlar, Ortadoğu, Rusya, Batı Avrupa, Kuzey Afrika, Türk Cumhuriyetleri ve Arap ülkelerinden olmak üzere çok sayıda turist tedavi amaçlı gelmekte; ağırlıklı olarak göz, diş, organ ve kemik iliği nakli, cerrahi, nefroloji ve kadın doğum alanlarında tedaviler tercih edilmektedir. Son yıllarda, özellikle Avrupa’dan ziyaretçiler, diş ve plastik cerrahi gibi zorunlu olmayan tıbbi operasyonlar için de Antalya ve Türkiye’yi tercih etmektedir. Dental sektördeki estetik ve cerrahi başarı yüzdelerinin çok yüksek oluşu, uzman hekimlerin kalitesi, donanımlı laboratuvar ve teknisyenlerin varlığı ve en önemlisi ekonomik açıdan Avrupa ülkelerine oranla çok avantajlı oluşu diş tedavilerinde Antalya’yı Dünya’da en çok tercih edilen noktalardan biri yapmaktadır...NEDEN ANTALYA?..."* gibi ifadelere yer verildiği;

www.instagram.com, www.facebook.com ile www.twitter.com adresli sosyal paylaşım sitelerinin 11.10.2021 tarihli görünümünde kuruluşa ait *"dentprimeturkey""* kullanıcı isimli sayfalarda yer alan paylaşımlarda örnek olarak; *"...CEREC en iyi diş hekimlerini bile daha iyi yapar. Çalışmalarınızı gelecekleştirmeye hazır mısınız? Şimdi tam zamanı...Diş tedavileriniz ve ağız sağlığınız ile alakalı en hızlı, en kaliteli ve en ekonomik tedavilere ulaşmanız için sizlere profesyonel rehberlik hizmeti sunar. Yurtdışından hasta getirme organizasyonu yapmaz...Dental Check-up 30 dakika · Ücretsiz ÜCRETSİZ DENTAL CHECK -UP FIRSATI - Estetik Kaplamalar - İmplantlı Tedaviler - Tel Tedavileri - 3 Boyutlu Dental Tomografi - Kemik ve Sinüs Uygunluk Tespiti - Panoramik ve Sefalometrik Röntgen - En Uygun Fiyat Garantisi - Çocuklar İçin Kemik Gelişimi Tespiti Türkiye'de Sınırlı Sayıda Bulunan Çok Özel Görüntüleme Cihazı Sirona Orthophos XG 3D ile Ücretsiz Dental Check-up ve Tedavi Planlaması yaptırmak için bize bir mesaj göndermeniz yeterli olacaktır. Röntgeniniz çekilir ve Uzman Hekimler ile ağız içi muayeneniz yapıldıktan sonra detaylı tedavi planı size verilir..."* gibi ifadeler ile hasta öncesi ve sonrası görsellerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, sağlık alanında yürürlükte bulunan mevzuat gereği, sağlığı koruyucu ve geliştirici nitelikteki bilgilendirme ve tanıtımların ruhsatlandırılmış sağlık kuruluşları tarafından ve konusunda yetkili sağlık meslek mensuplarınca verilmesi gerektiğinin hüküm altına alındığı,

Bu bağlamda; inceleme konusu internet sitelerinde yer alan ifade ve görüntüler ile kuruluşa sağlık alanında faaliyet gösterdiği yönünde bir izlenim kazandırıldığı; ancak, sağlık alanında faaliyet gösteren kuruluşlar dahi reklam yapamazken sağlık alanında faaliyeti bulunmayan kuruluşun tabip tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlere yönelik tanıtım yapmasının ilgili mevzuata aykırılık teşkil ettiği; dolayısıyla söz konusu tanıtımların tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

- Ağız ve Diş Sağlığı Hizmeti Sunulan Özel Sağlık Kuruluşları HakkındaYönetmelik’in 25/5 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 **Abdullah ÖZKARSLI** 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.

**44)**

**Dosya No: 2021/5833**

**Şikayet Edilen: Dr. Yusuf ÇINAR**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 19.01.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.britishestetik.com/ adresli internet sitesinin 19.01.2022 tarihli görünümlerinde örnek olarak; *"...ALANINDA PROFESYONEL UZMAN KADRO Tüm ekibimiz hizmet sunduğumuz alanda profesyonellik kazanmış deneyimli uzmanlardan oluşmaktadır. GÜVEN VEREN GARANTİLİ HİZMET British Estetik olarak hastalarımıza sunduğumuz tedavi ve kaliteli hizmet sonrası onlarla birlikte olmaya devam ediyor ve her zaman hizmetimizin arkasında duruyoruz. ÜCRETSİZ MUAYENE Kliniğimize sizleri de bekliyoruz. Tüm estetik ve plastik cerrahi konularında doktorumuz ile sorularınıza cevap veriyoruz. ÜCRETSİZ DANIŞMA HATTI İhtiyacınız olan estetik operasyonlar hakkında whatsapp numaramızdan doktor asistanlarımız sizlere gerekli bilgileri verecektir.OTEL REZERVASYONU Talebiniz doğrultusunda sizler için anlaşmalı olduğumuz otellerden konaklama planınızı yapıyoruz. HAVALİMANI TRANSFERİ İniş yaptığınız havalimanından sizleri karşılıyor, kliniğimize veya otelinize kadar eşlik ediyoruz...British estetiğe ve sayın doktoruma teşekkürler. Botox kampanyası için gittim ama içeriyi görünce dolguda yaptırmaya karar verdim iki işleme 1500 tl ödedim bu rakamlar 2 sene öncesinin fiyatları bilen bilir yani. kaçırılmayacak kampanya yerleri hemen nişantaşında. Çok ilgili ve nazikler ben çok memnun kaldım...Kullanılan botoks ve dolgu malzemeleri İngiliz sağlık bakanlığının onayladığı orijinal markalar. Piyasadaki diğer ucuz malzemeleri kullanmıyorlar. Her şey şeffaf. Her şey gözlerinizin önünde. Fiyat politikası çok uygun...Göğüs Estetiği Memelerin (Göğüslerin) Estetik Görünümü Neden Önemli? Dolgun, dik ve uygun boyuttaki göğüs, kadın güzelliğinin en önemli öğelerinden biridir. Yapısal olarak veya gelişimsel faktörler nedeniyle göğüslerin arzu edilenden daha küçük, daha büyük veya sarkmış olması; kişinin yaşam kalitesini düşüren psikolojik problemlere neden olabilir. Yaşlanmaya bağlı olarak göğüs dokusunun yer çekimine yenik düşmesi sonucunda göğüslerin sarkması neredeyse kaçınılmazdır. Kadın hayatının çeşitli dönemlerinde etkisini gösteren hormonal değişiklikler, genetik faktörler, kilo alma ya da verme, hamilelik ve emzirme göğüs dokusunun formunu kaybetmesine ve göğüslerde aşırı büyüme ya da sarkmaya yol açabilir. Göğüslerin istenilen formda olmaması utanma, özgüven eksikliği, kıyafet seçiminde zorluk hatta depresyon gibi psikolojik; duruş bozukluğu, kamburluk, boyun ve bel bölgelerinde fıtığa kadar gidebilen ağrılar, omuz bölgesinde el ve kol sinirlerinin sıkışmasına bağlı uyuşma, güç kaybı ve spor yapma isteğinin zayıflaması nedeniyle kilo alma gibi fiziksel bir takım problemlere yol açabilir. Göğüs kanseri nedeni ile göğüslerin tamamının veya bir kısmının alınması ve erkeklerde göğüs büyümesi (jinekomasti) de estetik ve sosyal sorunlara neden olabilir. Göğüs büyütme operasyonlarında silikon yapıdaki göğüs protezleri aracılığıyla göğüslerin hacmi artırılır. Göğüs büyütme operasyonları tüm dünyada en hızlı artış gösteren estetik operasyondur. 2010 yılında sadece ABD’de 300.000 kadın göğüs büyütme operasyonu geçirmiştir. Yapılan anketler, göğüs büyütme operasyonlarının, hasta memnuniyetinin en yüksek olduğu cerrahi işlemler olduğunu ortaya koymuştur...Burun estetiği ile buruna yüz hatları ile uyumlu, doğal ve estetik bir görünüm; solunum yollarını daraltan deformasyonların ortadan kaldırılmasıyla “rahat bir nefes” sağlanmaktadır. Burun estetiği operasyonlarından sonra kısa sürede iyileşme sağlanmakta, kişi hem estetik hem de fonksiyonlarını yerine getiren sağlıklı bir buruna kavuşmaktadır. Burnun yüz ile orantılı hale getirilerek, doğal ve güzel görünüm kazandıracak operasyonlar burun estetiği olarak tanımlanır. Burun estetiğinin amacı; herhangi bir sebepten dolayı orantısız olan burun yapısının düzeltilerek kişiye hayalini kurduğu doğal ve güzel görünümü sağlamaktır. Burnun Estetik Görünümü Neden Önemlidir? Burun yüzün merkezinde bulunan, yüze üçüncü boyutunu kazandıran ve yüzün estetik görünümünü yüksek düzeyde etkileyen bir organdır. Burnunun görüntüsünden şikayetçi olan, gerçekçi istekleri olan ve sağlık durumu izin veren herkese rinoplasti işlemi yapılabilir...Dolgun, yuvarlak ve dik görünümlü giyilen kıyafeti tam dolduran kalçalar günümüzde tüm kadınların en çok sahip olmayı arzuladıkları vücut parçalarıdır. Ancak sadece kadınlar değil, günümüzde  küçük ve silik kalçalı erkekler de daha biçimli kalçalar için aynı ameliyatı istemektedir. Gluteoplasti de denilen kalça estetiği kalçaların daha dolgun diri ve dik görünmesini sağlayan bir plastik estetik cerrahi uygulamasıdır..."* gibi şahsına ve çalıştığı kuruluşa yönelik ifadeler ile olumlu hasta yorumlarına yer verildiği;

www.instagram.com ve www.facebook.com adresli sosyal paylaşım sitelerinin 19.01.2022 tarihli görünümlerinde şahsa ait *"dryusufcinar", "britishestetik", "akifestetik" ve "britishestetik\_nisantasi"* kullanıcı isimli sayfalarda yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *"...Botoks; doğru ve alanında uzman hekimlerce uygulandığında, kırışıklıkları düzelten ve daha aydınlık bir görüntüye yol açan son derece güvenilir bir uygulamadır...Burun dolgusu, ameliyatsız bir burun estetiği yöntemidir. Lokal anestezi altında 10-15 dakika arasında burun kemeri düzeltmesi ve burun ucu kaldırması sağlanabilmektedir...Dudak dolgusu, dudağınızı belirginleştirip canlı gösteren; geri dönüşümlü ve acısız bir işlemdir.#dryusufçınar...Doctor Magazine dergisinin bu ayki kapak fotoğrafı olan Dr Yusuf Çınar, "Gençliğin Altın Anahtarı Mezoterapi" yi anlattı...Bizi tercih ettiler, memnun kaldılar...Tüm Kampanyalarımız Son Hız Devam Ediyor... KAÇIRMAYIN...Sevgili Damla'ya cildini destekleyip güzelliğini koruyacak Mezoterapi uyguladık…TV 8 Ekranlarında Çook Yaşa programının konuğuydum. British Effect Gençlik Aşısı anlattım. 9 Ocak Cumartesi 08:30'da yayınlanacak olan bu keyifli sohbet ve bilgilendirmeyi kaçırmamanızı öneririm...Dr. Yusuf Çınar Analiz sonucu artık uygulamaya başlıyor... "Hayalimdeki Değişim" Programının üçüncü bölümünde Kübra Hanım kliniğimizde Estetik Cerrah Doktorlarımız, Medikal Estetik Doktorlarımız ile görüşerek "Hayalindeki Değişimi" anlattı, Hekimlerimizde yapılacak işlemlerin analizini yaparak uygulamaya başladılar. İşte O Heyecan dolu değişim süreci... Kübra Hanıma Neler Yapıldı? 11 Adet Zirkonyum Kaplama Botoks British Effect Mezoterapi Elmacık, Şakak, Çene 4 ml Dolgu Uygulaması... Dudak Dolgusu Önce Ve Sonramız Dolgu 1ML 1.000 TL Tüm Kampanyalarımız Son Hız Devam Ediyor... KAÇIRMAYIN... Dr. Yusuf Çınar Botoksu tanımlıyor... Botoks Nedir? Botoks 500 TL Tüm Kampanyalarımız Son Hız Devam Ediyor... KAÇIRMAYIN...  PRP Saç uygulaması ise seyrek ve zayıf saçlara sahip bireylerin, saçlarını tekrardan eskisi gibi sağlıklı ve güçlü hale getirmesine katkı sağlayan bir tedavi yöntemidir. Kısa zaman içinde büyük faydalar sağlayan PRP Saç tedavisi, saç kaybının engellenmesi adına uygulanan en etkili yöntemlerden biri haline gelmiştir. ...Estetik Hastalarımızın muhteşem değişimine şaşıracaksınız. #öncesisonrası #estetikcerrahi #botox #dolgu #burunestetiği #rinoplasti #britishesthetic #tv8 #hayalimdekideğişim... 3. Ay Meme Estetiği Estetik Cerrahi Ameliyatlarında sizlerleyiz, ücretsiz muayeneleriniz için sizleri bekliyoruz..."* gibi şahsına ve çalıştığı kuruluşa yönelik ifadelere, tıbbi işlemlere ilişkin kampanya bilgileri ile hasta öncesi ve sonrası görsellerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu internet sitelerinde 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 24 üncü maddesi,

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**45)**

**Dosya No: 2021/5834**

**Şikayet Edilen: Ekol Özel Kulak Burun Boğaz Dal Merkezi Sağlık Hizm. Ltd. Şti. Ekol Balçova Tıp Merkezi Şubesi**

**Şikayet Edilen Reklam:** Kuruluşa ait açık hava ilanlarında yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** Açık Hava İlanı

**Tespitler:** Kuruluşa ait 2021 yılında yayınlanan açık hava ilanlarında *"EKOL HASTANESİ BALÇOVA'DA. İZMİR'İN SAĞLIK EKOL'Ü"* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu ilanlar 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 24 üncü maddesi,

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

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

- Özel Hastaneler Yönetmeliği'nin 60 ıncı maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Ekol Özel Kulak Burun Boğaz Dal Merkezi Sağlık Hizm. Ltd. Şti. Ekol Balçova Tıp Merkezi Şubesi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**46)**

**Dosya No: 2020/6026**

**Şikayet Edilen: Ekrem ÇULFA**

**Şikayet Edilen Reklam:** "7/24 Psikolojik Danışmanlık ve Aile Evlilik Terapisi Yaşam Koçluğu Merkezleri" ve "My Life Psikoloji Merkezleri" ismiyle Facebook isimli sosyal medya mecrasında ve www.terapi.cc, www.mylifeistanbul.com, www.terapimerkezleri.net, www.724psikolojikdanismanlik.com, www.psikolojikdanismanlar.com, www.koclarimiz.com adresli internet sitelerinde yayınlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 08.06.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu tanıtımlarda yer alan telefon numaralarının abone bilgisinin sorgulanması sonucunda, söz konusu telefon numaralarının Ekrem ÇULFA isimli şahsa ait olduğu;

Söz konusu tanıtımlarda, "pedagog, psikolog, psikiyatrist, terapist" gibi unvanlarla faaliyet gösteren Ekrem ÇULFA isimli şahsa ait “My Life Psikoloji Merkezi” ismiyle işletilen işyerinde evlilik terapisi, ergen psikolojisi” gibi alanlarda faaliyet gösterildiği belirtilmekte ve “Prof. Dr.” unvanı kullanıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu tanıtımlarda yer alan telefon numaralarının abone bilgisinin sorgulanması sonucunda, söz konusu telefon numaralarının Ekrem ÇULFA isimli şahsa ait olduğu;

Söz konusu tanıtımların 08.06.2020 tarihli görünümünde, "pedagog, psikolog, psikiyatrist, terapist" gibi unvanlarla faaliyet gösteren şahsa ait sağlık kuruluşlarının bulunduğu izleniminin oluşturulduğu ve "Prof. Dr." unvanının kullanıldığı, bu unvanlarla "evlilik terapisi, ergen psikolojisi" gibi alanlarda hizmet sunulduğuna ilişkin tanıtımlar yapıldığı, ancak söz konusu şahıs adına, Sağlık Bakanlığınca, ülkemizde sağlık alanında faaliyet göstermek adına düzenlenmiş bir ruhsat, izin belgesi veya benzeri nitelikte bir yetkilendirmenin mevcut olmadığı, ayrıca tabipler tarafından uygulanması gereken ve tıbbi olduğu bilinen söz konusu uygulamalarda ilgili tanıtım yapılmasının yürürlükte bulunan mevzuat çerçevesinde her halükarda yasak olduğu, dolayısıyla adı geçen sitelerde sağlık hizmeti sunumuna yönelik bilgilendirme ve tanıtım yapılamayacağı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Ekrem ÇULFA** 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** verilmesinekarar verilmiştir.

**47)**

**Dosya No: 2021/4476**

**Şikayet Edilen: Medicana Hastane İşletmeciliği Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** Facebook isimli sosyal paylaşım sitesinde "Reklam Kütüphanesi" mecrasında kuruluşa ait "Medicana Sağlık Grubu" isimli hesap adıyla yayınlanan muhtelif reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 23.12.2021, 28.12.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu sosyal medya mecrasında "Reklam Kütüphanesi" üzerinden yapılan arama sonucunda, 28.12.2021 tarihinde kuruluşa ait olarak yayınlanan tanıtımlarda, *"Katarakttan ömür boyu kurtulmak mümkün! Akıllı mercek teknolojisiyle 5-10 dk'da Katarakt'tan ömür boyu kurtulabilirsiniz."," Excimer Lazer ile gözlük ve kontakt lenslerinizden birkaç dakikada kurtulun!",* 23.12.2021 tarihinde "*Sağlığınız için sürekli büyüyen bir kadromuz var! (...) Uzman, güçlü kadro!"* ifadelerinin yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu sosyal medya mecrasında "Reklam Kütüphanesi" üzerinden yapılan arama sonucunda, kuruluşa ait olup 28.12.2021 tarihinde yayınlanan tanıtımlarda, *"Katarakttan ömür boyu kurtulmak mümkün! Akıllı mercek teknolojisiyle 5-10 dk'da Katarakt'tan ömür boyu kurtulabilirsiniz."," Excimer Lazer ile gözlük ve kontakt lenslerinizden birkaç dakikada kurtulun!",* 23.12.2021 tarihinde "*Sağlığınız için sürekli büyüyen bir kadromuz var! (...) Uzman, güçlü kadro!"* ifadelerinin yer aldığı, söz konusu reklamların sağlık alanında mevzuatta izin verilen bilgilendirme ve tanıtım sınırını aşan, sağlık hizmetlerine talep yaratan ve ticari bir görünüm veren, hastaları kuruluşa yönlendiren ve dolayısıyla "reklam" niteliğinde olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

- Özel Hastaneler Yönetmeliği'nin 60 ıncı maddesi,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 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 **Medicana Hastane İşletmeciliği Anonim Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir**.**

**48)**

**Dosya No: 2021/4890**

**Şikayet Edilen: Nilay BOZDAĞ**

**Şikayet Edilen Reklam:** İnstagram isimli sosyal medya mecrasında "@saglikcibiranne" isimli hesap adıyla yayınlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 09.11.2021, 10.11.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu tanıtımlarda, "egzama, huzursuz bacak sendromu, kabızlık, depresyon, migren, idrar yolu enfeksiyonu" gibi çeşitli hastalıklara yönelik ilaç ve/veya gıda takviyesi gibi ürünlerin tavsiye edildiği, hastaların tedaviye yönelik sorularının yanıtlandığı, *"4 yaş çocuk için Vit C ve çinko. Vitibo multivitamin içinde hepsi var. C vitamin de az da olsa var. Çocuk hastayken C vitamin ayrıca doz artırma yapılabilir."* şeklinde tıbbi bilgilerin paylaşıldığı, diğer çeşitli hastalıkların tedavisinde kullanılacak yöntemler ve bu yöntemlerle birlikte tedavilerde kullanılabilecek ürünlerle ilgili bilgilerin paylaşıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu tanıtımların; 09.11.2021 ve 10.11.2021 tarihli görünümlerinde, "egzama, huzursuz bacak sendromu, kabızlık, depresyon, migren, idrar yolu enfeksiyonu" gibi çeşitli hastalıklara yönelik ilaç ve/veya gıda takviyesi gibi ürünlerin tavsiye edildiği, hastaların tedaviye yönelik sorularının yanıtlandığı, *"4 yaş çocuk için Vit C ve çinko. Vitibo multivitamin içinde hepsi var. C vitamin de az da olsa var. Çocuk hastayken C vitamin ayrıca doz artırma yapılabilir."* şeklinde tıbbi bilgilerin paylaşıldığı, diğer çeşitli hastalıkların tedavisinde kullanılacak yöntemler ve bu yöntemlerle birlikte tedavilerde kullanılabilecek ürünlerle ilgili bilgilerin paylaşıldığı,

Ülkemizde her türlü koruyucu, teşhis, tedavi ve rehabilite edici sağlık hizmetinin sadece Sağlık Bakanlığınca ruhsatlandırılan sağlık kurum ve kuruluşlarında ve tıp fakültesinden mezun olmuş ve alanında hukuken yetkili sağlık meslek mensupları tarafından verilebileceği, tabipler ve diş tabipleri dışındaki hiçbir sağlık meslek mensubunun hastalıklarla ilgili doğrudan teşhiste bulunarak tedavi planlayamayacağı, bu bağlamda tıp fakültesi diplomasına veya sağlık alanında herhangi bir yetki belgesine sahip olmayan şahsın anılan sosyal mecrada yer alan tanıtımlarının yetkisiz sağlık hizmeti sunumuna yönelik, halk sağlığını olumsuz etkileyebilecek nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

- Tıbbi Deontoloji Nizamnamesi’nin 8, 9 ve 39 uncu 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 **Nilay BOZDAĞ** 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.

**49)**

**Dosya No: 2021/5098**

**Şikayet Edilen: Dr. Baran AYDEMİR**

**Şikayet Edilen Reklam:** Facebook ve İnstagram isimli sosyal medya mecrasında "dr.baranaydemir" isimli hesap üzerinden yayınlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 02.11.2021, 20.12.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu https://www.facebook.com/Baran-Aydemr-315026692619324 adresli internet sitesinin 02.11.2021 tarihli görünümünde örnek olarak, “*Amacım doğal, estetik açıdan zevk verici ve fonksiyonel burunlar yaratmak; hastalarıma özel kapalı yaklaşım rinoplasti ile yüz özellikleri. 00905335209873 numaralı telefondan Whatsapp 'tan ulaşabilir, simülasyonlar için fotoğraf gönderebilirsiniz*.*”* gibi ifadelerin kullanıldığı,

https://zp15.www.instagram.com/dr.baranaydemr/ adresli internet sitesinin 20.12.2021 tarihli görünümünde, hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu https://www.facebook.com/Baran-Aydemr-315026692619324 adresli internet sitesinin 02.11.2021 tarihli görünümünde örnek olarak, “*Amacım doğal, estetik açıdan zevk verici ve fonksiyonel burunlar yaratmak; hastalarıma özel kapalı yaklaşım rinoplasti ile yüz özellikleri. 00905335209873 numaralı telefondan Whatsapp 'tan ulaşabilir, simülasyonlar için fotoğraf gönderebilirsiniz*.*”* gibi tıbbi işlemlere ve hekimlik mesleğini yürüten şahsın faaliyetlerine talep yaratıcı nitelikte ifadelerin kullanıldığı,

https://zp15.www.instagram.com/dr.baranaydemr/ adresli internet sitesinin 20.12.2021 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, tıbbi işlemlere yönelik 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’in29 uncu 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 **Dr. Baran AYDEMİR** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**50)**

**Dosya No: 2021/5102**

**Şikayet Edilen: Op. Dr. Behçet ŞAHİN**

**Şikayet Edilen Reklam:** Facebook isimli sosyal medya mecrasında yayınlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 02.11.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu https://www.facebook.com/op.dr.behcetsahin adresli sayfanın 02.11.2021 tarihli görünümünde örnek olarak, “*Yine bir açık kavite operasyonunu arka duvar rekonstrüksiyonu yöntemi ile tamir ettik. Ve sonuç yine mükemmel…yine mükemmel bir dış kulak yolu ve sağlam bir zar. Yaz geliyor denize girerken kulak tıkamak yok.”, “Kim inanır bunun açık kavite olduğuna . 2 ay önce sağ kulak akıntısı nedeniyle açık kavite 1. Seans mastoidektomi ve konkal kartilaj ile arka duvar rekonstrüksiyonu operasyonu olan hastanın sağ kulak endoskopik görüntüsü. Zar ve Yeni dış kulak yolu Harika görünüyor. açık kavite ve radikal mastoidektomiye hayırrrrr”* ifadelerine yer verildiği ve tıbbi işlemlerin uygulandığı hastaların tedavi görüntülerinin paylaşıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu https://www.facebook.com/op.dr.behcetsahin adresli sayfanın 02.11.2021 tarihli görünümünde örnek olarak, “*Yine bir açık kavite operasyonunu arka duvar rekonstrüksiyonu yöntemi ile tamir ettik. Ve sonuç yine mükemmel…yine mükemmel bir dış kulak yolu ve sağlam bir zar. Yaz geliyor denize girerken kulak tıkamak yok.”, “Kim inanır bunun açık kavite olduğuna . 2 ay önce sağ kulak akıntısı nedeniyle açık kavite 1. Seans mastoidektomi ve konkal kartilaj ile arka duvar rekonstrüksiyonu operasyonu olan hastanın sağ kulak endoskopik görüntüsü. Zar ve Yeni dış kulak yolu Harika görünüyor. açık kavite ve radikal mastoidektomiye hayırrrrr”* ifadelerine yer verildiği, tıbbi işlemlerin uygulandığı hastaların tedavi görüntülerinin paylaşıldığı, tüm bu tanıtımların sağlık alanında çalışan kuruluşun ve hekimlik mesleğini yürüten şahsın faaliyetlerine ticari bir görünüm yükleyen, tıbbi işlemlere yönelik 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’in29 uncu maddesi,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 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 **Op. Dr. Behçet ŞAHİN** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**51)**

**Dosya No: 2021/5103**

**Şikayet Edilen: Op. Dr. Bora KARAALİ**

**Şikayet Edilen Reklam:** Facebook isimli sosyal medya mecrasında yayınlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 02.11.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu https://www.facebook.com/drborakaraali adresli sayfanın 02.11.2021 tarihli görünümünde örnek olarak, “*Sevgili Hakan Bey’in üçüncü ay kontrolü yaptık ödemler geçtikçe daha yüzüne uyumlu daha kibar ve doğal bir burna kavuşuyoruz paylaşımı için kendisine teşekkür.”, “Daha Önce Başka bir merkezde iki kez başarısız burun ameliyatı geçirmiş olan hastamıza revizyon rinoplasti ameliyatı gerçekleştirdik. Neyse ki Burun içerisinde bunun ucunu desteklemek için yeterli kıkırdak bulabildik. dolayısıyla Bir yerden kıkırdak almaya gerek kalmadı.”* gibi ifadelerin kullanıldığı, ayrıca hastaların tedavi öncesine ve sonrasına ait görüntülere ve hasta yorumlarınayer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu https://www.facebook.com/drborakaraali adresli sayfanın 02.11.2021 tarihli görünümünde örnek olarak, “*Sevgili Hakan Bey’in üçüncü ay kontrolü yaptık ödemler geçtikçe daha yüzüne uyumlu daha kibar ve doğal bir buruna kavuşuyoruz paylaşımı için kendisine teşekkür.”, “Daha Önce Başka bir merkezde iki kez başarısız burun ameliyatı geçirmiş olan hastamıza revizyon rinoplasti ameliyatı gerçekleştirdik. Neyse ki Burun içerisinde bunun ucunu desteklemek için yeterli kıkırdak bulabildik, dolayısıyla Bir yerden kıkırdak almaya gerek kalmadı.”* gibi ifadelerin kullanıldığı, ayrıca hastaların tedavi öncesine ve sonrasına ait görüntülere ve hasta yorumlarınayer verildiği, tıbbi işlemlerin uygulandığı hastaların tedavi görüntülerinin paylaşıldığı, tüm bu tanıtımların sağlık alanında çalışan kuruluşun ve hekimlik mesleğini yürüten şahsın faaliyetlerine ticari bir görünüm yükleyen, tıbbi işlemlere yönelik 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’in29 uncu 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 **Op. Dr. Bora KARAALİ** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**52)**

**Dosya No: 2021/5105**

**Şikayet Edilen: Op. Dr. Deniz YAZICI**

**Şikayet Edilen Reklam:** Facebook isimli sosyal medya mecrasında "op.drdenizyazici" hesap adıyla yayınlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 02.11.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu tanıtımların 02.11.2021 tarihli görünümünde örnek olarak, “*6. Gününde alçımızı çıkardık sonuç her zamanki gibi mükemmel", “2.890 başarılı operasyon”, “doğal ve güzel görünümlü buruna sahip olmak ister misiniz?”* gibi ifadelerin kullanıldığı, ayrıca, hastaların tedavi öncesine ve sonrasına ait görüntülere ve hasta yorumlarınayer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu tanıtımların 02.11.2021 tarihli görünümünde örnek olarak, “*6. Gününde alçımızı çıkardık sonuç her zamanki gibi mükemmel", “2.890 başarılı operasyon”, “doğal ve güzel görünümlü buruna sahip olmak ister misiniz?”* gibi ifadelerin kullanıldığı, ayrıca hastaların tedavi öncesine ve sonrasına ait görüntülere ve hasta yorumlarınayer verildiği, tüm bu tanıtımların sağlık alanında çalışan kuruluşun ve hekimlik mesleğini yürüten şahsın faaliyetlerine ticari bir görünüm yükleyen, tıbbi işlemlere yönelik 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’in29 uncu 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 **Op. Dr. Deniz YAZICI** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**53)**

**Dosya No: 2021/5109**

**Şikayet Edilen: Op. Dr. Fırat DEMİRTAŞOĞLU**

**Şikayet Edilen Reklam:** Facebook isimli sosyal medya mecrasında yayınlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 02.11.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu https://www.facebook.com/OpDrFırat-Demirtaşoğlu-184800027879512 adresli URL adresinin 02.11.2021 tarihli görünümünde örnek olarak, *“Bu özel günde anne kız ameliyatlarını aynı gün yaptığım Nuray abla ve sevgili Merve geldi aklıma Annelik yaşama şansım olmayacak ama bu korona sayesinde bir evi çekip çevirmenin ne demek olduğunu çok iyi anladım Bu kadar zor işleri seve seve yapan tüm annelerimizin bu özel günü kutlu olsun Allah hiçbirini başımızdan eksik etmesin.”*, *“Değerli hastam Yasemin hanımın 1. ayı ve yeni güzel burnu Burun estetiğinde yapılan işlem kadar hastanın cildi yaşı kıkırdak yapısı burun kemiklerinin şekli de önemlidir. Bunlar bizim operasyon yaparken kullandığımız malzemeler, bu malzemeler ne kadar iyi olursa burun estetiği sonuçları da o kadar iyi olur. Dolayısıyla yapan kişi aynı olmasına rağmen sonuçların birbirinden farklı olması bu malzemelerin farklılığından kaynaklanmaktadır, yine de biz mevcut olanla her zaman daha iyisini yapmaya çalışıyoruz. Yasemin hanımın cilt yapısı, kıkırdak ve kemik yapısı bu iş için çok uygundu ve sonunda ortaya böyle güzel bir burun çıktı.”* gibi tıbbi işlemlere yönelik ifadelerin kullanıldığı, hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere ve hasta yorumlarına yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu https://www.facebook.com/OpDrFırat-Demirtaşoğlu-184800027879512 adresli URL adresinin 02.11.2021 tarihli görünümünde örnek olarak, *“Bu özel günde anne kız ameliyatlarını aynı gün yaptığım Nuray abla ve sevgili Merve geldi aklıma Annelik yaşama şansım olmayacak ama bu korona sayesinde bir evi çekip çevirmenin ne demek olduğunu çok iyi anladım Bu kadar zor işleri seve seve yapan tüm annelerimizin bu özel günü kutlu olsun Allah hiçbirini başımızdan eksik etmesin.”*, *“Değerli hastam Yasemin hanımın 1. ayı ve yeni güzel burnu Burun estetiğinde yapılan işlem kadar hastanın cildi yaşı kıkırdak yapısı burun kemiklerinin şekli de önemlidir. Bunlar bizim operasyon yaparken kullandığımız malzemeler, bu malzemeler ne kadar iyi olursa burun estetiği sonuçları da o kadar iyi olur. Dolayısıyla yapan kişi aynı olmasına rağmen sonuçların birbirinden farklı olması bu malzemelerin farklılığından kaynaklanmaktadır, yine de biz mevcut olanla her zaman daha iyisini yapmaya çalışıyoruz. Yasemin hanımın cilt yapısı, kıkırdak ve kemik yapısı bu iş için çok uygundu ve sonunda ortaya böyle güzel bir burun çıktı.”* gibi tıbbi işlemlere yönelik talep yaratıcı ifadelerin kullanıldığı, ayrıca hastaların tedavi öncesine ve sonrasına ait görüntülere ve hasta yorumlarınayer verildiği, tüm bu tanıtımların sağlık alanında çalışan kuruluşun ve hekimlik mesleğini yürüten şahsın faaliyetlerine ticari bir görünüm yükleyen, tıbbi işlemlere yönelik 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’in29 uncu 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 **Op. Dr. Fırat DEMİRTAŞOĞLU** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**54)**

**Dosya No: 2021/5115**

**Şikayet Edilen: Op. Dr. Hünkar BATIKHAN**

**Şikayet Edilen Reklam:** Facebook isimli sosyal medya mecrasında yayınlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 02.11.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu https://www.facebook.com/dr.hunkarbatikhan adlı URL adresinin 02.11.2021 tarihli görünümünde örnek olarak, *"Hep söylediğimiz gibi rinoplasti burnu yeniden şekillendirme sanatıdır. Rinoplasti ile hastalarımızın hem çok daha güzel hem de daha sağlıklı burunlara sahip olmalarını sağlıyoruz. Peki, rinoplasti ile hangi tipteki burunları ve deformiteleri düzeltiyoruz? Bu ayki yazımda, modern rinoplasti teknikleri ile giderilen 13 burun deformitesini ele alıp, bunların arasından Türkiye’de en çok karşılaştığımız 5 burun şikayetini detaylandırdım. Yazıma profilimdeki linkten ulaşabilirsiniz.”, "Closed Atraumatic Rhinoplasty 1 month*” gibi tıbbi işlemlere yönelik ifadelerin kullanıldığı, hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere ve hasta yorumlarına yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu https://www.facebook.com/dr.hunkarbatikhan adlı URL adresinin 02.11.2021 tarihli görünümünde örnek olarak, *"Hep söylediğimiz gibi rinoplasti burnu yeniden şekillendirme sanatıdır. Rinoplasti ile hastalarımızın hem çok daha güzel hem de daha sağlıklı burunlara sahip olmalarını sağlıyoruz. Peki, rinoplasti ile hangi tipteki burunları ve deformiteleri düzeltiyoruz? Bu ayki yazımda, modern rinoplasti teknikleri ile giderilen 13 burun deformitesini ele alıp, bunların arasından Türkiye’de en çok karşılaştığımız 5 burun şikayetini detaylandırdım. Yazıma profilimdeki linkten ulaşabilirsiniz.”, "Closed Atraumatic Rhinoplasty 1 month*” gibi tıbbi işlemlere yönelik talep yaratıcı ifadelerin kullanıldığı, ayrıca hastaların tedavi öncesine ve sonrasına ait görüntülere ve hasta yorumlarınayer verildiği, tüm bu tanıtımların sağlık alanında çalışan kuruluşun ve hekimlik mesleğini yürüten şahsın faaliyetlerine ticari bir görünüm yükleyen, tıbbi işlemlere yönelik 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’in29 uncu 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 **Op. Dr. Hünkar BATIKHAN** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**55)**

**Dosya No: 2021/5125**

**Şikayet Edilen: Op. Dr. Hüsrev ÇETİN**

**Şikayet Edilen Reklam:** Facebook ve İnstagram isimli sosyal paylaşım sitelerinde "drhusrevcetin" ve "Dr.hüsrev Çetin" hesap adıyla yayınlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 02.11.2021, 06.12.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu Facebook paylaşımlarının 02.11.2021 tarihli görünümlerinde örnek olarak, *“Sayın @drhusrevcetin hocamızın muayenehanesi için yaptığım suluboya resimlerimi muayenehane duvarlarında görmekten büyük bir onur ve mutluluk duydum. Rinoplasti alanında ve birçok alanda başarıya ulaşmış ve KBB branşında uzman ellerde olmak isterseniz adres belli @ Dr.hüsrev Çetin.”* şeklindeki hasta yorumlarının, ayrıca https://z-p15.www.instagram/drhusrevcetin/?hl=tr adresli internet sitesinin 06.12.2021 tarihli görünümünde, hastaların ameliyat öncesi ve sonrasına ait görüntülerin paylaşıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu Facebook paylaşımlarının 02.11.2021 tarihli görünümlerinde örnek olarak, *“Sayın @drhusrevcetin hocamızın muayenehanesi için yaptığım suluboya resimlerimi muayenehane duvarlarında görmekten büyük bir onur ve mutluluk duydum. Rinoplasti alanında ve birçok alanda başarıya ulaşmış ve KBB branşında uzman ellerde olmak isterseniz adres belli @ Dr.hüsrev Çetin.”* şeklindeki hasta yorumlarının, ayrıca https://z-p15.www.instagram/drhusrevcetin/?hl=tr adresli internet sitesinin 06.12.2021 tarihli görünümünde, hastaların ameliyat öncesi ve sonrasına ait görüntülerin paylaşıldığı, tüm bu tanıtımların sağlık alanında çalışan kuruluşun ve hekimlik mesleğini yürüten şahsın faaliyetlerine ticari bir görünüm yükleyen, tıbbi işlemlere yönelik 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’in29 uncu 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 **Op. Dr. Hüsrev ÇETİN** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**56)**

**Dosya No: 2021/5126**

**Şikayet Edilen: Op. Dr. İbrahim KORHAN**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 02.11.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu https://www.facebook.com/dribrahimkorhan URL adresinin 02.11.2021 tarihli görünümünde örnek olarak, *“Sevgili hastamız @ayvalisilacan'ın kapalı rinoplasti ameliyatı sonrası ilk ayı. Başarılı sonuçlar, mutlu hastalar.”, "1. Yılımıza Özel DUDAK DOLGUSU Çekiliş̧ mi varız! Şanslı 1 Takipçimize Dudak Dolgusu hediye ediyoruz. Katılım koşulları#; dribrahimkorhan Hesabımızı takip etmek. Bu gönderimizin altına 3 arkadaşınızı etiketlemek.”* gibi tıbbi işlemlere yönelik tanıtımların yer aldığı ve hastaların tedavi öncesine ve sonrasına ait görüntülere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu https://www.facebook.com/dribrahimkorhan URL adresinin 02.11.2021 tarihli görünümünde örnek olarak, *“Sevgili hastamız @ayvalisilacan'ın kapalı rinoplasti ameliyatı sonrası ilk ayı. Başarılı sonuçlar, mutlu hastalar.”, "1. Yılımıza Özel DUDAK DOLGUSU Çekiliş̧ mi varız! Şanslı 1 Takipçimize Dudak Dolgusu hediye ediyoruz. Katılım koşulları#; dribrahimkorhan Hesabımızı takip etmek. Bu gönderimizin altına 3 arkadaşınızı etiketlemek.”* gibi tıbbi işlemlere yönelik talep yaratıcı tanıtımların yer aldığı ve hastaların tedavi öncesine ve sonrasına ait görüntülere yer verildiği, tüm bu tanıtımların sağlık alanında çalışan kuruluşun ve hekimlik mesleğini yürüten şahsın faaliyetlerine ticari bir görünüm yükleyen, tıbbi işlemlere yönelik 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’in29 uncu 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 **Op. Dr. İbrahim KORHAN** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**57)**

**Dosya No: 2021/5127**

**Şikayet Edilen: Dr. Mehmet DURMUŞOĞLU**

**Şikayet Edilen Reklam:** Facebook isimli sosyal paylaşım sitesinde https://www.facebook.com/opdrmehmetdurmusoglu adresli internet sitesinde yayınlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 02.11.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu internet sitesinin 02.11.2021 tarihli görünümünde örnek olarak, *"İki fotoğraf arasında; 2 yıl, burundaki değişim ve kaşlarda küçük bir botoks dokunuşu var... #arzuladığınsen* *#iyihislerkliniği #drmehmetdurmuşoğlu"* gibi ifadelerin ve hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülerin kullanıldığı, hasta yorumlarına yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu internet sitesinin 02.11.2021 tarihli görünümünde örnek olarak, *"İki fotoğraf arasında; 2 yıl, burundaki değişim ve kaşlarda küçük bir botoks dokunuşu var... #arzuladığınsen* *#iyihislerkliniği #drmehmetdurmuşoğlu"* gibi ifadelerin ve hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülerin kullanıldığı, hasta yorumlarına yer verildiği; tüm bu tanıtımların sağlık alanında çalışan kuruluşun ve hekimlik mesleğini yürüten şahsın faaliyetlerine ticari bir görünüm yükleyen, tıbbi işlemlere yönelik 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’in29 uncu 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 **Dr. Mehmet DURMUŞOĞLU** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**58)**

**Dosya No: 2021/5129**

**Şikayet Edilen: Op. Dr. Mehmet SUCUBAŞI**

**Şikayet Edilen Reklam:** Facebook isimli sosyal paylaşım sitesinde "doktormehmetsucubasi" hesap adıyla yayınlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 02.11.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu https://www.facebook.com/doktormehmetsucubasi URL adlı internet adresinin 02.11.2021 tarihli görünümünde örnek olarak, *“Ameliyatlardaki üçüncü gözüm Merve hemşireyi 3 ay* *önce ameliyat etmiştik Kalın derili ve etli bir burun ucu vardı. Henüz 3.ay erken bir dönem olmasına rağmen Merve ameliyat sonrası neler yaşamış izleyelim Allahtan ameliyat sonrası süreçte sorun yaşamadık Yoksa hergün karşımda kafamın etini yerdi @mervebzcii.”, “Almanya Berlin'den gelen hastamızın 1 haftalık ameliyat süreci. Şanslı ki şişlik, morluk hiç olmamış.”* gibi ifadelerin ve hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülerin kullanıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu https://www.facebook.com/doktormehmetsucubasi URL adlı internet adresinin 02.11.2021 tarihli görünümünde örnek olarak, *“Ameliyatlardaki üçüncü gözüm Merve hemşireyi 3 ay* *önce ameliyat etmiştik Kalın derili ve etli bir burun ucu vardı. Henüz 3.ay erken bir dönem olmasına rağmen Merve ameliyat sonrası neler yaşamış izleyelim Allahtan ameliyat sonrası süreçte sorun yaşamadık Yoksa hergün karşımda kafamın etini yerdi @mervebzcii.”, “Almanya Berlin'den gelen hastamızın 1 haftalık ameliyat süreci. Şanslı ki şişlik, morluk hiç olmamış.”* gibi ifadelerin ve hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülerin kullanıldığı, tüm bu tanıtımların sağlık alanında çalışan kuruluşun ve hekimlik mesleğini yürüten şahsın faaliyetlerine ticari bir görünüm yükleyen, tıbbi işlemlere yönelik 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’in29 uncu 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 **Op. Dr. Mehmet SUCUBAŞI** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**59)**

**Dosya No: 2021/5131**

**Şikayet Edilen: Prof. Dr. Murat SONGU**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 02.11.2021, 19.11.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu https://www.facebook.com/prof.dr.muratsongu URL adresinin 02.11.2021 ve 19.11.2021 tarihli görünümlerinde örnek olarak, "*Yerinde duran, geriye gidiyor demektir… İleri, daima ileri!"* ifadesinin altında bir hastanın ameliyat öncesi ve sonrası görselinin paylaşıldığı, aynı şekilde, söz konusu mecrada, dudak dolgusu işlemiyle ilgili bilgilerin yer aldığı paylaşımda da hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülerin yayınlandığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu https://www.facebook.com/prof.dr.muratsongu URL adresinin 02.11.2021 ve 19.11.2021 tarihli görünümlerinde örnek olarak, "*Yerinde duran, geriye gidiyor demektir… İleri, daima ileri!"* ifadesinin altında bir hastanın ameliyat öncesi ve sonrası görselinin paylaşıldığı, aynı şekilde, söz konusu mecrada, dudak dolgusu işlemiyle ilgili bilgilerin yer aldığı paylaşımda da hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülerin yayınlandığı, tüm bu tanıtımların sağlık alanında çalışan kuruluşun ve hekimlik mesleğini yürüten şahsın faaliyetlerine ticari bir görünüm yükleyen, tıbbi işlemlere yönelik 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’in29 uncu 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 **Prof. Dr. Murat SONGU** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**60)**

**Dosya No: 2021/5133**

**Şikayet Edilen: Op. Dr. Murat UYGUR**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 09.11.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu https://www.facebook.com/murat.uygur.712 URL adresinin sitesinin 09.11.2021 tarihli görünümünde örnek olarak, “*Yaklaşık bir ay önce estetik burun ameliyatı olan Didem Hanım' in kontrolünü yaptık*” ifadesine yer verildiği ve hasta yorumlarının paylaşıldığı, buna ek olarak söz konusu tanıtımlarda hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülerin yayınlandığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu https://www.facebook.com/murat.uygur.712 URL adresinin sitesinin 09.11.2021 tarihli görünümünde örnek olarak, “*Yaklaşık bir ay önce estetik burun ameliyatı olan Didem Hanım' in kontrolünü yaptık*” ifadesine yer verildiği ve hasta yorumlarının paylaşıldığı, buna ek olarak söz konusu tanıtımlarda hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülerin yayınlandığı, tüm bu tanıtımların sağlık alanında çalışan kuruluşun ve hekimlik mesleğini yürüten şahsın faaliyetlerine ticari bir görünüm yükleyen, tıbbi işlemlere yönelik 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’in29 uncu 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 **Op. Dr. Murat UYGUR** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**61)**

**Dosya No: 2021/5134**

**Şikayet Edilen: Op. Dr. Onur GÜNDOĞAN**

**Şikayet Edilen Reklam:** Facebook isimli sosyal paylaşım sitesinde "op.dr.onurgundogan" hesap adıyla yayınlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 22.11.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu https://www.facebook.com/op.dr.onurgundogan URL adresinin 22.11.2021 tarihli görünümünde örnek olarak, “*Sevgili hastam Melisa'nın @melisaecevit11 burun estetiği operasyonu sonrası 2. ay fotoğraflarını paylaşmak istiyorum. Kendisine fotoğraflar ve izni için teşekkür ediyorum...*”, “*Soma'dan ameliyat için gelen sevgili hastam İlyas beyin @ilyasakmes fonksiyonel burun estetiği operasyonu sonrası 3. ay fotoğraflarını paylaşmak istiyorum. Eğri burun ve kalın cilde karşı güzel bir sonuç ortaya çıkardığımızı düşünüyorum. Hastamıza fotoğraflar ve izni için teşekkür ediyorum..."* gibi ifadelere ve hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu https://www.facebook.com/op.dr.onurgundogan URL adresinin 22.11.2021 tarihli görünümünde örnek olarak, “*Sevgili hastam Melisa'nın @melisaecevit11 burun estetiği operasyonu sonrası 2. ay fotoğraflarını paylaşmak istiyorum. Kendisine fotoğraflar ve izni için teşekkür ediyorum...*”, “*Soma'dan ameliyat için gelen sevgili hastam İlyas beyin @ilyasakmes fonksiyonel burun estetiği operasyonu sonrası 3. ay fotoğraflarını paylaşmak istiyorum. Eğri burun ve kalın cilde karşı güzel bir sonuç ortaya çıkardığımızı düşünüyorum. Hastamıza fotoğraflar ve izni için teşekkür ediyorum..."* gibi ifadelere ve 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, tıbbi işlemlere yönelik 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’in29 uncu 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 **Op. Dr. Onur GÜNDOĞAN** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**62)**

**Dosya No: 2021/5135**

**Şikayet Edilen: Op. Dr. Osman KAPKIN**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 02.11.2021, 17.12.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu https://www.facebook.com/osman.kapkin.7 şeklindeki URL adresinin 02.11.2021 ve 17.12.2021 tarihli görünümlerinde örnek olarak, “*Rinoplasti Ameliyatı Olan Hastamız 2. yılında...", "Septorinoplasti Ameliyatı Olan Hastamızın 10. Günü"* gibi ifadelerin kullanıldığı ve hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ilişkin görüntülerin paylaşıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu https://www.facebook.com/osman.kapkin.7 URL adresinin 02.11.2021 ve 17.12.2021 tarihli görünümlerinde örnek olarak, “*Rinoplasti Ameliyatı Olan Hastamız 2. yılında...", "Septorinoplasti Ameliyatı Olan Hastamızın 10. Günü"* gibi ifadelerin kullanıldığı ve hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ilişkin görüntülerin paylaşıldığı, tüm bu tanıtımların sağlık alanında çalışan kuruluşun ve hekimlik mesleğini yürüten şahsın faaliyetlerine ticari bir görünüm yükleyen, tıbbi işlemlere yönelik 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’in29 uncu 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 **Op. Dr. Osman KAPKIN** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**63)**

**Dosya No: 2021/5136**

**Şikayet Edilen: Op. Dr. Seyithan KIRTAY**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 09.11.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu https://www.facebook.com/drseyithankirtay adresli internet sitesinin 09.11.2021 tarihli görünümünde örnek olarak, “*Kapalı rinoplastide 10 yıllık tecrübe Burnun sağlamlığı ve uzun ömürlülüğü için KAPALI yaklaşım bile olsa deneyim ve öngörü burun sağlığınız için önemlidir.",* “*KEPÇE KULAK AMELİYATI OTOPLASTY \*Kulağı şekillendirdik \*Acısını düzelttik…’*  şeklinde ifadelerin kullanıldığı, hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu https://www.facebook.com/drseyithankirtay adresli internet sitesinin 09.11.2021 tarihli görünümünde örnek olarak, “*Kapalı rinoplastide 10 yıllık tecrübe Burnun sağlamlığı ve uzun ömürlülüğü için KAPALI yaklaşım bile olsa deneyim ve öngörü burun sağlığınız için önemlidir.",* “*KEPÇE KULAK AMELİYATI OTOPLASTY \*Kulağı şekillendirdik \*Acısını düzelttik …”* şeklinde tıbbi işlemlere ve hekimlik mesleğini yürüten şahsın faaliyetlerine yönelik talep yaratıcı ifadelerin kullanıldığı, hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği, tüm bu tanıtımların sağlık alanında çalışan kuruluşun ve hekimlik mesleğini yürüten şahsın faaliyetlerine ticari bir görünüm yükleyen, tıbbi işlemlere yönelik 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’in29 uncu 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 **Op. Dr. Seyithan KIRTAY** 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.

**64)**

**Dosya No: 2021/5137**

**Şikayet Edilen: Op. Dr. Sezgin ÖZTÜRK**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 22.11.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu https://www.facebook.com/drsezginozt adresli internet sitesinin 22.11.2021 tarihli görünümünde örnek olarak, “*Herkesin sorunları farklıdır ve bu sorunlara kişinin gösterdiği reaksiyonlar da bir o kadar öyle. Herkesin zevkleri ve algısı da farklıdır ki bu da isteklerin değişik şekillerde ifadesine yol açar. Gittiğiniz her doktorun tecrübesi, eğitimi, bakış açısı ve karakteri de aynı şekilde değişir ki operasyon ve sonuçlar farklı olur. Herkesin cildi, kan akımı, beslenmesi, yaşı ve cinsiyeti farklıdır ki az da olsa sonuçları etkileyebilir... İşte bu nedenle herkesin burnu farklı olur, üstelik sizin onlara bakarkenki ruh haliniz de değişkendir ki farklı beğeniler oluşur...Sevgilerimle (Sevgili hastamın 1 .yıl sonucudur!)*”, *"Merhaba, Aslında birçok hasta nefes alma sorunları nedeniyle bize gelir! Bu tıkanıklıkların o ufacık burun deliklerin içinde kocaman ve çok çeşitli nedenleri olabiliyor. Ama halk arasında kısaca ‘kemik ve et’ şeklinde tanımlanır. Tıkanıklık nedenleri sırasıyla alerji, kıkırdak ve kemik eğriliği, sinüzit, polipler, sebepsiz konka şişlikleri, doğuştan dar burun yapısı, kanatlarda çökmeler, yapışıklıklar vs... Neden bunları anlatıyorum? Çünkü bunların bazıları ilaçla bazıları ameliyatla düzeliyor. Ancak bazıları sadece özel tekniklerin kullanılması ile düzelir. Kısaca “estetik teknik” diye anlatılan, açık septorinoplasti tekniği kullanılır. Böyle bir durumda ister görsel değişiklik yaptırır isterseniz şekliniz aynen korunabilir. Hastamız Şeyma hanıma gelince; tam 2 yıl oldu. Artık çok iyi nefes alıyor ama en güzeli yeniden anne oldu, üstelik gebeliğinde burnu tıkanmadı. Annelik de yeni burnu da çok kendisine yakıştı*” şeklinde ifadelerin kullanıldığı ve hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu https://www.facebook.com/drsezginozt adresli internet sitesinin 22.11.2021 tarihli görünümünde örnek olarak, “*Herkesin sorunları farklıdır ve bu sorunlara kişinin gösterdiği reaksiyonlar da bir o kadar öyle. Herkesin zevkleri ve algısı da farklıdır ki bu da isteklerin değişik şekillerde ifadesine yol açar. Gittiğiniz her doktorun tecrübesi, eğitimi, bakış açısı ve karakteri de aynı şekilde değişir ki operasyon ve sonuçlar farklı olur. Herkesin cildi, kan akımı, beslenmesi, yaşı ve cinsiyeti farklıdır ki az da olsa sonuçları etkileyebilir... İşte bu nedenle herkesin burnu farklı olur, üstelik sizin onlara bakarkenki ruh haliniz de değişkendir ki farklı beğeniler oluşur...Sevgilerimle (Sevgili hastamın 1 .yıl sonucudur!)*”, *"Merhaba, Aslında birçok hasta nefes alma sorunları nedeniyle bize gelir! Bu tıkanıklıkların o ufacık burun deliklerin içinde kocaman ve çok çeşitli nedenleri olabiliyor. Ama halk arasında kısaca ‘kemik ve et’ şeklinde tanımlanır. Tıkanıklık nedenleri sırasıyla allerji, kıkırdak ve kemik eğriliği, sinüzit, polipler, sebepsiz konka şişlikleri, doğuştan dar burun yapısı, kanatlarda çökmeler, yapışıklıklar vs... Neden bunları anlatıyorum? Çünkü bunların bazıları ilaçla bazıları ameliyatla düzeliyor. Ancak bazıları sadece özel tekniklerin kullanılması ile düzelir. Kısaca “estetik teknik” diye anlatılan, açık septorinoplasti tekniği kullanılır. Böyle bir durumda ister görsel değişiklik yaptırır isterseniz şekliniz aynen korunabilir. Hastamız Şeyma hanıma gelince; tam 2 yıl oldu. Artık çok iyi nefes alıyor ama en güzeli yeniden anne oldu, üstelik gebeliğinde burnu tıkanmadı. Annelik de yeni burnu da çok kendisine yakıştı*” şeklinde tıbbi işlemlere talep uyandıran nitelikte ifadelerin kullanıldığı ve hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği, tüm bu tanıtımların sağlık alanında çalışan kuruluşun ve hekimlik mesleğini yürüten şahsın faaliyetlerine ticari bir görünüm yükleyen, tıbbi işlemlere yönelik 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’in29 uncu 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 **Op. Dr. Sezgin ÖZTÜRK** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**65)**

**Dosya No: 2021/5158**

**Şikayet Edilen: Op. Dr. Sinan ULUYOL**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 02.11.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu https://www.facebook.com/dr.sinanuluyol URL adresinin 02.11.2021 tarihli görünümünde örnek olarak, *“Bodrum dan hastam Beyza Hanım'ın 1.ay kontrolü kalın ciltli burun, güzel sonuç, pozitif ve içsel mutluluğu yakalamış insanlara hizmet vermek bizim için gerçek keyif, kendilerine ayrıca teşekkür ediyorum”, "Burun estetiği iyileşme süreci dinamik bir süreçtir ve her aşaması ayrı güzeldir, ameliyat sonrası 1.ay, Hastama paylaşım izni için çok çok teşekkür ediyorum. Sağlığınız ve güzelliğiniz önceliğimizdir."* ifadelerinin kullanıldığı ve hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülerin paylaşıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu https://www.facebook.com/dr.sinanuluyol URL adresinin 02.11.2021 tarihli görünümünde örnek olarak, *“Bodrum dan hastam Beyza Hanım'ın 1.ay kontrolü kalın ciltli burun, güzel sonuç, pozitif ve içsel mutluluğu yakalamış insanlara hizmet vermek bizim için gerçek keyif, kendilerine ayrıca teşekkür ediyorum”, "Burun estetiği iyileşme süreci dinamik bir süreçtir ve her aşaması ayrı güzeldir, ameliyat sonrası 1.ay, Hastama paylaşım izni için çok çok teşekkür ediyorum. Sağlığınız ve güzelliğiniz önceliğimizdir."* ifadelerinin kullanıldığı ve hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülerin paylaşıldığı, tüm bu tanıtımların sağlık alanında çalışan kuruluşun ve hekimlik mesleğini yürüten şahsın faaliyetlerine ticari bir görünüm yükleyen, tıbbi işlemlere yönelik 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’in29 uncu 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 **Op. Dr. Sinan ULUYOL** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**66)**

**Dosya No: 2021/5161**

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

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 22.11.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu https://www.facebook.com/cercikbb adresli internet sitesinin 22.11.2021 tarihli görünümünde örnek olarak,*“YÜZ HATLARINIZA UYUMLU BURUN ESTETİĞİ RİNOPLASTİ AMELİYATI SONRASI 7. GÜN HASTAMIZ SONUÇTAN MUTLU...“,* “*Hastamızın Rinoplasti Ameliyatı Sonrası 3. Ayı”* ifadelerinin kullanıldığı, hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerinin paylaşıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu https://www.facebook.com/cercikbb adresli internet sitesinin 22.11.2021 tarihli görünümünde örnek olarak,*“YÜZ HATLARINIZA UYUMLU BURUN ESTETİĞİ RİNOPLASTİ AMELİYATI SONRASI 7. GÜN HASTAMIZ SONUÇTAN MUTLU...“,* “*Hastamızın Rinoplasti Ameliyatı Sonrası 3. Ayı”* ifadelerinin kullanıldığı, hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerinin paylaşıldığı, tüm bu tanıtımların sağlık alanında çalışan kuruluşun ve hekimlik mesleğini yürüten şahsın faaliyetlerine ticari bir görünüm yükleyen, tıbbi işlemlere yönelik 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’in29 uncu 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 **Op. Dr. Uğur ÇERÇİ** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**67)**

**Dosya No: 2021/5163**

**Şikayet Edilen: Op. Dr. Yahya DEMİRDELEN**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 04.11.2022, 22.11.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu https://www.facebook.com/search/top?q=op.dr.yahyademirdelen adresli internet sitesinin 04.11.2021 ve 22.11.2021 tarihli görünümlerinde örnek olarak, "*Sevgili hastamız Nilbahar Hanım'ın burun estetiği ameliyatından 1 ay sonraki ve önceki fotoğrafları.”, “Haftanın son ameliyatı... Herkese iyi hafta sonları.”*  gibi tıbbi işlemlere yönelik ifadelerin kullanıldığı, hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu https://www.facebook.com/search/top?q=op.dr.yahyademirdelen adresli internet sitesinin 04.11.2021 ve 22.11.2021 tarihli görünümlerinde örnek olarak, "*Sevgili hastamız Nilbahar Hanım'ın burun estetiği ameliyatından 1 ay sonraki ve önceki fotoğrafları.”, “Haftanın son ameliyatı... Herkese iyi hafta sonları.”*  gibi tıbbi işlemlere yönelik talep yaratıcı ifadelerin kullanıldığı, 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, tıbbi işlemlere yönelik 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’in29 uncu 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 **Op. Dr. Yahya DEMİRDELEN** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**68)**

**Dosya No: 2021/5164**

**Şikayet Edilen: Op. Dr. Yücel BİRİNCİ**

**Şikayet Edilen Reklam:** Facebook isimli sosyal paylaşım sitesinde "op.dr.yucelbirinci" isimli hesap üzerinden yayınlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 22.11.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İntenet

**Tespitler:** İnceleme konusu https://www.facebook.com/op.dr.yücelbirinci adresli internet sitesinin 22.11.2021 tarihli görünümünde örnek olarak, *“Kapalı teknik doğru kullanıldığı ve felsefesine uygun yani bağlar korunup; zar altı çalışılarak yapıldığı takdirde doku iyileşmesi çok hızlı olmaktadır. Ameliyat sonuçları doğaldır ve burun esnekliğini kaybetmez. Her teknik doğru kullanıldığında avantajları ortaya çıkar Aksi takdirde tüm avantajlar kaybolur hatta istenmeyen sonuçlar ortaya çıkabilir. Kapalı Rinoplasti 3. Ay Kontrolü”, "Çalışanlarımızın motivasyonunu onlara güzel burunlar yaparak sağlıyorum.”* gibi tıbbi işlemlere yönelik ifadelerin kullanıldığı, hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerinin paylaşıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu https://www.facebook.com/op.dr.yücelbirinci adresli internet sitesinin 22.11.2021 tarihli görünümünde örnek olarak, *“Kapalı teknik doğru kullanıldığı ve felsefesine uygun yani bağlar korunup; zar altı çalışılarak yapıldığı takdirde doku iyileşmesi çok hızlı olmaktadır. Ameliyat sonuçları doğaldır ve burun esnekliğini kaybetmez. Her teknik doğru kullanıldığında avantajları ortaya çıkar Aksi takdirde tüm avantajlar kaybolur hatta istenmeyen sonuçlar ortaya çıkabilir. Kapalı Rinoplasti 3. Ay Kontrolü”, "Çalışanlarımızın motivasyonunu onlara güzel burunlar yaparak sağlıyorum.”* gibi tıbbi işlemlere yönelik ifadelerin kullanıldığı, hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerinin, tüm bu tanıtımların sağlık alanında çalışan kuruluşun ve hekimlik mesleğini yürüten şahsın faaliyetlerine ticari bir görünüm yükleyen, tıbbi işlemlere yönelik 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’in29 uncu 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 **Op. Dr. Yücel BİRİNCİ** 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.

**69)**

**Dosya No: 2021/5383**

**Şikayet Edilen: Serçin Kozmetik Estetik ve Güzellik Ticaret Limited Şirketi (Rose Life Güzellik Salonu)**

**Şikayet Edilen Reklam:** Kuruluşa ait https://roselifeestetik.com adresli internet sitesinde ve İnstagram isimli sosyal paylaşım sitesinde yayınlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 28.12.2021, 31.12.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Kuruluşun bir güzellik salonu olarak ruhsatlandırıldığı, bu bağlamda inceleme konusu tanıtımların 28.12.2021 ve 31.12.2021 tarihli görünümlerinde, güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen ve tabipler tarafından uygulanması gereken "buz epilasyon, G5 masajı, kalıcı makyaj, microblading" gibi çeşitli tıbbi işlemlere yönelik bilgilerin, kampanyaların ve fiyat bilgilerinin paylaşıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, kuruluşun bir güzellik salonu olarak ruhsatlandırıldığı, bu bağlamda inceleme konusu tanıtımların 28.12.2021 ve 31.12.2021 tarihli görünümlerinde, güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen ve tabipler tarafından uygulanması gereken "buz epilasyon, G5 masajı, kalıcı makyaj, microblading" gibi çeşitli tıbbi işlemlere yönelik bilgilerin, kampanyaların ve fiyat bilgilerinin paylaşıldığı,

15.02.2008 tarih ve 26788 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin 39 uncu maddesi ile Güzellik ve Estetik Amaçlı Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmelik yürürlükten kaldırıldığı ve 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,

Bu bağlamda; güzellik salonu olarak faaliyet gösterdiği tespit edilen ve dolayısıyla sağlık alanında faaliyeti olmayan söz konusu 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 maddesi,

- Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmelik’in 31 inci ve Geçici 5/2 nci maddesi,

-İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmelik’inEk-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 maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Serçin Kozmetik Estetik ve Güzellik Ticaret Limited Şirketi (Rose Life Güzellik Salonu)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**70)**

**Dosya No: 2021/5386**

**Şikayet Edilen: Türkan AKKAŞ (Derma Antalya Beauty Club Güzellik Salonu)**

**Şikayet Edilen Reklam:** İnstagram isimli sosyal medya sitesinde "dermantalyabeautyclub" isimli hesap üzerinden yayınlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 08.12.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu tanıtımların 08.12.2021 tarihli görünümünde, güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen ve tabipler tarafından uygulanması gereken "*kalıcı makyaj, lazer epilasyon*" gibi çeşitli tıbbi işlemlere yönelik tanıtımların paylaşıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, kuruluşun bir güzellik salonu olarak ruhsatlandırıldığı, bu bağlamda inceleme konusu tanıtımların 08.12.2021 tarihli görünümünde, güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen ve tabipler tarafından uygulanması gereken "*kalıcı makyaj, lazer epilasyon*" gibi çeşitli tıbbi işlemlere yönelik tanıtımların paylaşıldığı,

15.02.2008 tarih ve 26788 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin 39 uncu maddesi ile Güzellik ve Estetik Amaçlı Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmelik yürürlükten kaldırıldığı ve 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,

Bu bağlamda; güzellik salonu olarak faaliyet gösterdiği tespit edilen ve dolayısıyla sağlık alanında faaliyeti olmayan söz konusu 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 maddesi,

- Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmelik’in 31 inci ve Geçici 5/2 nci maddesi,

-İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmelik’inEk-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 maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Türkan AKKAŞ (Derma Antalya Beauty Club Güzellik Salonu)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**71)**

**Dosya No: 2021/2160**

**Şikayet Edilen: Özel Albatros Sağlık Hizmetleri**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 14.06.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** http://albatrossaglik.com/ adresli internet sitesinin 14.06.2021 tarihli görünümünde örnek olarak;

- Ana sayfa da; *‘…ekibimizle sadece kliniğimizde değil, hasta için en uygun koşulları hastanın evinde de oluşturup, yaşam standartlarını en üst seviyede koruyarak evde bakım ve tedavi hizmeti de veriyoruz…Tedavisini evde sürdürmek isteyen hastalara kaliteli bir yaşam olanağı sunmaktayız…Hastalarımızın sağlık sorunlarıyla yakından ilgilenip tedavi ediyoruz…Sağlığınız bizim için önemli Özel Albatros Sağlık Hizmetleri olarak, hizmet vermeye başladığımız günden itibaren hastalarımızın sağlık sorunlarıyla yakından ilgilenip ihtiyaçlarını belirliyoruz, tedavi ediyoruz. Steril koşullarda küçük cerrahi müdahale gerektiren, kesikler ve yırtılmalarda dikiş atıp, pansuman ve yanık tedavileri uyguluyoruz. Ekibimizle sadece kliniğimizde değil, hasta için en uygun koşulları hastanın evinde de oluşturup, yaşam standartlarını en üst seviyede koruyarak evde bakım ve tedavi hizmeti de veriyoruz…Kanatlarımız Altında Güvendesiniz! Kişiselleştirilmiş hasta bakımı, hizmetimizi farklı kılan şeydir. Küçük cerrahi müdahalelerin yanı sıra, tüm sağlık problemlerinizde uzman ve tecrübeli kadromuzla evinize kadar hizmet getiriyor ve en iyi hizmeti vermek için var gücümüzle çalışıyoruz…Bir telefon kadar uzağınızdayız…’*,

- ‘Hakkımızda’ başlığı altında; *‘…İhtiyaçlarınıza yardımcı olacak harika bir sağlık ekibi…Ekibimizle sadece kliniğimizde değil, hasta için en uygun koşulları hastanın evinde de oluşturup, yaşam standartlarını en üst seviyede koruyarak evde bakım ve tedavi hizmeti de veriyoruz…%95 hız, %90 tutku, %95 uzmanlık…Tedavisini evde sürdürmek isteyen hastalara kaliteli bir yaşam olanağı sunmaktayız…Hastalarımızın sağlık sorunlarıyla yakından ilgilenip tedavi ediyoruz…Kanatlarımız Altında Güvendesiniz! Kişiselleştirilmiş hasta bakımı, hizmetimizi farklı kılan şeydir. Küçük cerrahi müdahalelerin yanı sıra, tüm sağlık problemlerinizde uzman ve tecrübeli kadromuzla evinize kadar hizmet getiriyor ve en iyi hizmeti vermek için var gücümüzle çalışıyoruz…Bir telefon kadar uzağınızdayız…’*,

-‘Hizmetlerimiz’ başlığı altında; *‘…güvenli bir biçimde verilmesine dikkat eder…Yapılacak olan tetkikler, tecrübeli sağlık ekibimiz tarafından evinizde steril ortam oluşturularak alınır… tecrübeli hemşireleriyle hastanızı fizyolojik olarak tedavi eder…tecrübeli hemşireler tarafından sağlanır…Sağlığınız bizim için değerli Kişiselleştirilmiş hasta bakımı, hizmetimizi farklı kılan şeydir. Küçük cerrahi müdahalelerin yanı sıra, tüm sağlık problemlerinizde uzman ve tecrübeli kadromuzla evinize kadar hizmet getiriyor ve en iyi hizmeti vermek için var gücümüzle çalışıyoruz…Bir telefon kadar uzağınızdayız…’* gibi ifadelere yer verildiği,

Diğer taraftan; kuruluşa ait internet sitesinde adres bilgisi olarak belirtilen *‘Göztepe Mah. Tütüncü Mehmet Efendi Cad. Rıdvanpaşa Sok. No:15/3 Kadıköy / İSTANBUL’* adresine 03.01.2021 tarihinde Kadıköy İlçe Sağlık Müdürlüğü tarafından yapılan denetimde, söz konusu adresin bir veteriner kliniğine ait olduğu ve kuruluşun bu adreste faaliyet göstermediğinin tutanak altına alındığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu internet sitesinde yer alan ifadeler 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 değerlendirildiği; bununla birlikte, söz konusu internet sitesinde kuruluşa ait olmayan adres bilgisine yer verilmek suretiyle tüketicileri yanıltıcı ve onların bilgi eksikliklerini istismar edici yönde tanıtım yapıldığı, dolayısıyla 6502 sayılı Kanun'un 61 inci maddesi kapsamında mevzuata aykırı olacak şekilde tanıtım yapıldığı tespit edilmesine rağmen, inceleme konusu tanıtımlara ilişkin bir muhatap tespit edilemediğinden, söz konusu tanıtımlar hakkında 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun kapsamında **idari yaptırım uygulanamayacağına** karar verilmiştir.

**72)**

**Dosya No: 2021/4443**

**Şikayet Edilen: Staff Evde Bakım Hizmetleri**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://staff-evde-bakm-hizmetleri.business.site adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 11.10.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Sağlık kuruluşu olarak faaliyet göstermek adına ilgili kurumlarca ruhsatlandırılmayan kuruluşun,https://staff-evde-bakm-hizmetleri.business.site/ adresli internet sitesinde sağlık alanında faaliyet gösterdiği ve muhtelif tıbbi işlemleri uyguladığı yönünde tanıtımlarda bulunduğu,

Diğer taraftan; kuruluşa ait internet sitesinde adres bilgisi olarak belirtilen *‘Merkez Mah. Ergenekon Cad. Sok. 7/4 No:34 Şişli / İSTANBUL’* adresine 09.07.2021 tarihinde İstanbul İl Sağlık Müdürlüğü tarafından yapılan denetimde, söz konusu kuruluşun bu adreste faaliyet göstermediğinin tutanak altına alındığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; sağlık kuruluşu olarak faaliyet göstermek adına ilgili kurumlarca ruhsatlandırılmayan kuruluşun, https://staff-evde-bakm-hizmetleri.business.site/ adresli internet sitesinin 11.10.2021 tarihli görünümünde yer alan tanıtımlar aracılığıyla sağlık alanında faaliyet gösterdiği ve tabip tarafından yapılması gereken tıbbi işlemleri uyguladığı yönünde bir algı oluşturduğu, bununla birlikte söz konusu internet sitesinde kuruluşa ait olmayan adres bilgisine yer verilmek suretiyle tüketicileri yanıltıcı ve onların bilgi eksikliklerini istismar edici yönde tanıtım yapıldığı, dolayısıyla 6502 sayılı Kanun'un 61 inci maddesi kapsamında mevzuata aykırı olacak şekilde tanıtım yapıldığı tespit edilmesine rağmen, inceleme konusu tanıtımlara ilişkin bir muhatap tespit edilemediğinden, söz konusu tanıtımlar hakkında 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun kapsamında **idari yaptırım uygulanamayacağına** karar verilmiştir.

**73)**

**Dosya No: 2021/4625**

**Şikayet Edilen: Korkmaz Sünnet Kliniği**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 04.11.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.mutlusunnet.com adresli internet sitesinin 04.11.2021 tarihli görünümünde örnek olarak;

- Ana sayfada; *‘…Korkmaz sünnet kliniği, sünnet konusunda alanında uzman kişilerin tercih edilmesi işlemin sorunsuz ve başarılı şekilde yapılmasını sağlamaktadır. Çocuklar ve yeni doğan bebeklere yapılabilecek bu işlem için hastaneler tercih edilebileceği gibi alanında uzman kişilerin klinikleri de tercih edilebilir. Mutlu Sünnet bu alanda en başarılı çalışmaları yaparak İstanbul sünnet işlemlerinde profesyonel bir şekilde hizmetler sunmaktadır. Yıllardır başarılı şekilde yapılan sünnet işlemlerinde çalışmaları bulunan klinik en kısa sürede iyileşmeyi sağlayacak şekilde sünnet işlemlerini yapmaktadır. İstanbul, Eyüp Korkmaz sünnet kliniği olarak özellikle yeni tekniklerin kullanılması ile sünnet işlemlerinin kısa sürede tamamlanması sağlanmaktadır. Ekibimin yapacağı başarılı sünnet işlemi sonrasında iyileşme süreci oldukça kısa olmaktadır. İstanbul’un sünnet işlemlerinde en fazla tercih edilen ve tavsiye edilen klinik olarak ilgi görmekte ve tercih edilmektedir. Sünnet işlemlerini alanında uzman hekimimiz ve ekibi başarılı bir şekilde en yeni tekniklerin kullanılması ile sorunsuz olarak yapmaktadır…ağrısız acısız cerrahi sünnet…mutlu sünnet mutlu gelecek…Erkek çocuklarının sünnet işlemleri konusunda tercih edilecek yerler özenle seçilmelidir. Sağlık şartlarına uygun olan ve alanında uzman olan kişiler tarafından yapılması gereken bu işlemler için Mutlu Sünnet olarak sizlere en başarılı hizmetleri sunmaktayız…’*,

-‘Hakkımızda’ başlığı altında; *‘… mutlu sünnet mutlu gelecek…Sünnet Yöntemimiz Estetik sünnet. Hızlı iyileşmesi süreci. Erişkinlerde Playstatin eşliğinde, bebeklerde çizgi film eşliğinde sünnet Sünnet sonrası; Sargı, bandaj, pansuman gerektirmez. Sünnet sonrası kontrollet whatsapp üzerinden sağlanmaktadır. Tekrar kliniğimize gelmenize gerek kalmaz. Sünnet Oluyorsun, Mutlu Oluyorsun…Bu alanda yıllardır hizmet sunan Mutlu Sünnet olarak sünnet uzmanı ekibimiz ile sizlere başarılı hizmetler sunmaktayız…Profesyonel Sünnet Hizmetleri Sünnet konusunda uzman olan hekimimiz oldukça başarılı şekilde profesyonel sünnet işlemlerini yapmaktadır. Bu alanda doktor veya cerrah tercihleri gibi alanında uzman olan kişilerin tercihi de işlemin başarılı şekilde yapılmasını sağlamaktadır…Kolay ve hızlı bir şekilde sünnet için randevu alabilirsiniz…’*,

- ‘Profesyonel Sünnet Fotoğrafçısı’ başlığı altında; *‘…Oldukça önemli ve özel bir gün olan sünnet konusunda fotoğraf çekilerek anıların ölümsüzleştirilmesi istenmektedir. Mutlu Sünnet olarak sizlere en başarılı sünnet hizmetlerini sunmanın yanında sünnet fotoğrafı konusunda da başarılı hizmetler sunabilmekteyiz. Hatıralarınız Ölümsüzleştiriyoruz. Yapılacak sünnetlerin gerekli tıbbi şartlara uygun bir şekilde yapılması yanında alanında uzman olan kişiler tarafından yapılması oldukça önemlidir. Bunun yanında günün ölümsüzleştirilmesi için fotoğraf çekimlerine de önem verilmektedir. Profesyonel çekimler kliniğimizde yapılmaktadır. En Güzel Sünnet Anıları Çocuğunuzun bu özel gününde ailecek gurur duymak ve sevdiklerinizle bu güzel günü paylaşmak için sünnet anıları oluşturmak ve fotoğraf çektirmek istenmektedir. Kliniğimiz bu konuda en başarılı şekilde sizlere hizmet sunmaktadır…’*,

- ‘Mutlu Sünnet Kliniği’ başlığı altında; *‘…Profesyonel ve Uzman Sünnet Kliniği Sünnet işlemlerinin alanında uzman olan kişiler tarafından cerrahi operasyona uygun alanlarda yapılması gerekmektedir. Mutlu Sünnet yıllardır bu alanda en başarılı çalışmaları yapmakta ve profesyonel bir şekilde sünnet işlemlerini yapabilmektedir. Konusunda uzman ekibi ile sünnet işlemlerini bu operasyonlara uygun olan alanlarda başarılı şekilde yapmaktadır. Ağrısız Sünnet İşlemleri Sünnet işlemlerinde günümüzde uygulanan başarılı teknikleri en etkin şekilde kullanmakta olan klinikte uzman hekimimiz ve ekibi başarılı operasyonları yapmaktadır. Sünnet çeşitleri konusunda yaş gruplarına göre en başarılı olanı seçerek ağrısız ve kısa sürede iyileşme sağlanacak olan teknik seçilmektedir. Klinik bu konuda çok fazla tercih edilmekte ve başarılı sünnet işlemlerini yapması nedeni ile de çok övgüler almaktadır…’*,

- ‘Yetişkin Sünnet İşlemi’ başlığı altında; *‘…Bizler Mutlu Sünnet firması olarak sizlere bu noktada ihtiyaç duyacağınız her türlü profesyonel desteği sağlamaktayız. Konusunda bilgili ve uzman hekimimiz, tüm işlemleri en yeni tıbbi teknikleri kullanarak güvenle gerçekleştirmektedir. Yetişkin sünnet işlemleri konusunda bizlerden gereken desteği alabilirsiniz…’*,

- ‘Yeni Doğan Bebek Sünneti’ başlığı altında; *‘…Bu alanda yıllardır çalışmalar yapmakta olan Mutlu Sünnet olarak bebek sünneti konusunda en başarılı hizmetleri sizlere sunmaktayız. Sorunsuz ve kısa sürede yeni doğanlar için başarılı sünnet operasyonlarını gerçekleştirmekteyiz…Yeni Doğan Sünneti Avantajları Özellikle yeni doğan ve bebeklerde yapılacak sünnet işlemi çok daha zor bir şekilde olması yanında iyileşme süresi de oldukça hızlıdır. Yapılacak başarılı operasyon ile birkaç güne kadar bebeklerde iyileşme sağlanmaktadır. Bunun yanında idrar enfeksiyonu riskinin de azalmış olması ayrı bir avantajdır. Alanında uzman kliniğimiz bebeklerde sünnet için en başarılı çalışmaları yapmakta ve kısa sürede bu operasyonu gerçekleştirmektedir…Sünnet konusunda uzman hekimimiz bebekler için yapılacak sünneti sağlık şartları en başarılı olacak alanda ve bebek için en yüksek koruma şartlarında gerçekleştirmektedir. Bu alanda uzman olan ekibimiz bebeğin zarar görmesine olanak tanımadan sünnet işlemini yapmaktadır…’*,

- ‘Tavsiye Edilen Sünnetçi’ başlığı altında; *‘…Mutlu Sünnet kliniği, gerçekleştirdiği sünnet olma işlemlerinde ciddi bir titizlik göstermektedir. Birçok farklı yaş grubuna sahip insanlar üzerinde gerçekleştirilen bu işlemlerde başarılı sonuçlar elde ederek kişilerin sağlığını korumayı başarmıştır. Bu açıdan sünnet olma işlemlerini Mutlu Sünnet kliniği aracığıyla gerçekleştiren bireyler, memnun ve sağlıklı bir şekilde hayatlarına devam etmişlerdir…Her yaş grubundaki erkeklerin sünnet işlemini gerçekleştirmek sadece bir profesyonelin başarabileceği meseledir. Bu açıdan uzman hekimimiz uzun yıllardır edindiği tecrübeler doğrultusunda işini en iyi şekilde yaparak sünnet işlemlerini başarıyla gerçekleştirmektedir. Özellikle küçük yaşlardaki erkek çocuklarına yapılacak sünnet işlemleri oldukça büyük önem taşımaktadır. Çocukların acısız bir şekilde sünnet olmalarını ve hızlı bir şekilde iyileşmelerini sağlamak önemli bir konudur. Tüm bunlar düşünüldüğünde sünnet işlemi ancak profesyonel sünnetçilerin yapabileceği bir iş olmaktadır. İşlemlerin titizlik içerisinde gerçekleştirilmesi de ciddi bir önem arz etmektedir. Uzman hekimimiz, başarılı bir şekilde yürüttüğü sünnet işlemlerini temizlik ve sağlık ilkelerini baz alarak titizlikle gerçekleştirmektedir. Bu açıdan profesyonellik gerektiren cerrahi operasyonlarda uzman hekimimiz, tercih edilen bir sünnetçi konumunda olmaktadır ve sünnet işlemleri açısından büyük bir güven aşılamaktadır…’*,

- ‘Sünnet Yapan Hastaneler’ başlığı altında; *‘…Erkek çocuklarının sünnet işlemleri konusunda tercih edilecek yerler özenle seçilmelidir. Sağlık şartlarına uygun olan ve alanında uzman olan kişiler tarafından yapılması gereken bu işlemler için Mutlu Sünnet olarak sizlere en başarılı hizmetleri sunmaktayız. Yıllardır profesyonel bir şekilde kliniğimizde sizlere sünnet konusunda başarılı hizmet vermekteyiz. Sünnet işlemleri basit gibi görünse de önemli operasyonlardır ve alanında uzman olan kişiler tarafından yapılması gerekmektedir…Tıbbi şartların oluştuğu ve başarılı bir şekilde bu operasyonun yapılabileceği alanlarda sünnet işlemi yapılmalıdır. Sünnet konusunda uzman olan hekimimiz kurumumuzda en başarılı şekilde sünnet işlemlerini yapmakta ve sizlere hizmet sunmaktadır. Kısa sürede en başarılı sünnet işlemi tarafımızdan yapılmaktadır…Sünnet işlemi alanında uzman olan kişiler tarafından yapılması gereken bir işlemdir. Bu alanda uzman olan ve deneyimli olan kişiler gerekli tıbbi şartların oluştuğu ortamlarda bu operasyonları yapmalıdır. Bu konuda sizlere en başarılı hizmeti sunan klinik olarak sünnet işlemini kısa sürede sorunsuz olarak yapabilmekteyiz. Deneyimli ekibimiz farklı yaş gruplarındaki kişiler için en başarılı sünnet işlemini yapmaktadır. Yaşa göre operasyon işlemleri değişmekte ve ancak uzman kişiler tarafından yapılan işlemlerde başarı sağlanabilmektedir. Bu nedenle de kliniğimiz alanında uzman ekibi ile sizlere yıllardır başarılı hizmetler sunmaktadır…’*,

 - ‘Narkozsuz Sünnet’ başlığı altında; *‘…Mutlu Sünnet kliniği, sünnet olacak olan erkek bireylere narkozsuz sünnet gerçekleştirerek sağlıklarını en iyi şekilde korumaya çalışmaktadır…Yapılan narkozsuz sünnet, işlem gerçekleştirilirken bireyleri bayıltmadan playstation oynarken sünnet yapma imkanı sağlamaktadır. Hijyenik ortamlarda gerçekleştirilen sünnet işlemleri bireylerin sağlıkları büyük bir titizlikle düşünülerek yapılmaktadır. Bu açıdan uzman hekimimiz, profesyonelce yürüttüğü sünnet işlemlerinde bireyleri uyutmadan sünnet ederek operasyonlarını başarıyla gerçekleştirmektedir. Lokal anestezi yapılan sünnet işlemlerinde büyük bir titizlik ve bireylerin sağlığı düşünülerek hareket edilmektedir, böylece herhangi bir problemle karşılaşmaksızın narkozsuz sünnet yapılmaktadır…’*,

- ‘Klipsli Sünnet’ başlığı altında; *‘…Birçok avantajı yönünde tercih edilmekte olan klipsli sünnet, plastik bir kıskaç yardımıyla gerçekleştirilmektedir. Hijyen ve sağlığın önemli bir noktada olduğu sünnet işlemlerinde Mutlu Sünnet kliniği büyük bir titizlikle klipsli sünnet operasyonlarını gerçekleştirmektedir. Klips yardımıyla yapılan bu operasyonlarda sünnet olma işlemi oldukça az bir sürede olmaktadır…Böylece sünnet işlemi acısız ve ağrısız bir şekilde kısa sürede bitirilmektedir…Kadir Mutlu tarafından yürütülen sünnet operasyonları çocukların ve bireylerin fiziksel ve ruhsal sağlıkları düşünülerek gerçekleştirilmektedir. Büyük bir titizlikle yürütülen işlemler, operasyonun olacağı ortamın steril olmasına dikkat edilerek yapılmaktadır. Hijyen koşulları baz alınarak yapılan sağlıklı sünnet olma işlemleri bireyler üzerinde herhangi bir probleme yol açmadan yürütülmektedir. Ağrısız-acısız olması acısından büyük bir avantaja sahip olan klipsli sünnet aynı zamanda sünnet olacak bireylere acı hissi uyandırmamaktadır. Bu sayede hızlı ve güvenilir bir şekilde klipsli sünnet işlemleri gerçekleştirilmektedir. Deneyimli hekimimiz, alanında uzman bir sünnetçi olarak hijyen ve sağlık koşullarını dikkate alarak operasyonları ciddiyetle ve titizlikle yürütmektedir…’*,

- ‘Sünnet İşlemini Kim Yapmalıdır’ başlığı altında; *‘…Mutlu Sünnet Kliniği, gerçekleştirdiği cerrahi operasyonlarını büyük bir profesyonellikle yürütmektedir. Bu açıdan sünnet olacak kişilere verilen güven duygusu dahilinde başarılı operasyonlara imza atmaktadır. Uzun yıllarca sahip olunan tecrübeler doğrultusunda gerçekleştirilen cerrahi operasyonlar, temiz ve steril ortamlarda yapılmaktadır. Bu açıdan bireylerin sağlığı ciddi bir şekilde önemsenmektedir. Uzman hekimimiz tarafından gerçekleştirilen sünnet işlemi, alanında uzman olmasından dolayı profesyonelce yürütülmektedir. Sünnet olacak kişilerin sağlıklarını ön planda tutması ve operasyonları büyük bir titizlik çerçevesinde başarıyla gerçekleştirilmesi güven duygusu aşılamaktadır. Böylece fiziksel ve zihinsel olarak herhangi bir hasara yol açmadan profesyonel bir şekilde sünnet olma işlemleri gerçekleştirilmekte bu sayede sünnet olan kişiler hiçbir problemle karşılaşmadan hayatlarına daha sağlıklı bir şekilde devam edebilmektedirler…’*,

- ‘Sünnet Sonrası Dikkat Edilmesi Gerekenler’ başlığı altında; *‘…Alanında uzman ve yıllardır sünnet konusunda hizmetler sunan Mutlu Sünnet olarak profesyonel bir şekilde sünnet işlemlerini yapmaktayız. Bu başarılı işlemler sonrasında yara kapatılmaktadır…Tarafımızca yapılan başarılı sünnet işlemi ile kısa sürede iyileşme gerçekleşecektir. Uzman hekimimiz ve deneyimli ekibimiz tarafından yapılan sünnet işlemi sonrasında yaranın dış etkenden korunması ile birkaç gün içerisinde iyileşme gerçekleşmektedir…’*,

- ‘Sünnet Sonrası Hızlı İyileşme Süreci’ başlığı altında; *‘…Sünnet işlemlerinin başarılı ve sorunsuz şekilde yapılması için alanında uzman kişilerin görev yaptığı sünnet kliniğinin tercih edilmesi gerekmektedir. Sünnet işleminde uzman kişilerden oluşan ekip ile doğru kliniğin tercih edilmesi operasyonun başarılı olması ve iyileşme sürecinin kısa olmasını sağlamaktadır. Bu alanda yıllardır sunduğu başarılı hizmetler ile Mutlu Sünnet yoğun şekilde tercih edilmektedir. Sünnet işleminde uzman olan kliniğimizde en başarılı şekilde yeni yöntemler ile sünnet yapılmaktadır. Bu işlem kısa sürede iyileşmeyi sağlamaktadır. Mutlu sünnet olarak hızlı iyileşme sağlanacak en başarılı yöntemler ile sünnet işlemlerini gerçekleştirmekteyiz…Sünnet işlemlerinin başarısı iyileşme süresinin kısalmasını sağlamaktadır. Hızlı bir iyileşme yapılacak başarılı ve yeni yöntemler ile yapılacak sünnet sonrasında mümkün olmaktadır. Uzman hekimimiz ve deneyimli ekibimiz en başarılı şekilde sünnet işlemini yapmaktadır…Eski dönemlerde ağrılı olan ve sonrasında da günlerce yatmayı gerektiren sünnet işlemi yerine tarafımızdan yapılan yatmadan sünnet teknikleri kullanılmaktadır. Bu yeni teknikler ile oldukça kısa sürede iyileşme gerçekleşmektedir…En Başarılı Sünnet İşlemleri Yapılacak sünnet işlemleri yaş grubuna göre belirlenmekte ve klinikte her yaş grubu için başarılı şekilde uygulanmaktadır. En etkili sünnet teknikleri klinikte uzman hekim ve ekibi tarafından uygulanmaktadır. Klinik sünnet yapan yerler içerisinde başarılı uygulamaları ile ön plana çıkmaktadır. Kısa sürede iyileşmenin sağlandığı özel teknikler ile sünnet klinikte başarılı şekilde yapılmaktadır…Alanında uzman olan klinikte en kısa sürede iyileşmenin sağlanacağı başarılı sünnet operasyonları yapılmaktadır. Bunun yanında bu en başarılı teknikler ile yapılan sünnet en uygun fiyatlar ile sizlere sunulmaktadır. Klinik bu nedenle de yoğun şekilde tercih edilmekte ve ilgi görmektedir…’*,

- ‘Gömülü Penis Sünnet İşlemi’ başlığı altında; *‘…Sünnet işlemini yapacak kişinin alanında uzman ve yeterince bilgi ve donanıma sahip olması önemli bir konudur. Mutlu Sünnet kliniği olarak bizler sünnet işlemlerinin en verimli ve sağlıklı şekilde yerine getirilmesi için sizlere destek oluyoruz. Sağlık hizmetleri alanında yıllar boyunca edindiğimiz tecrübemizi sizlerin gereksinimlerini gidermek için kullanıyoruz. Konusunda yeterince bilgi sahibi ve bir uzman olan hekimimiz, bu cerrahi işlemi hassasiyetle yerine getirerek sünnet işlemini başarıyla tamamlamaktadır. Bu konuda bizlere ulaşarak gerekli desteği her zaman alabilirsiniz…’*,

- ‘Sünnetin yaşı var mıdır’ başlığı altında; *‘…Herhangi bir yaş aralığı olmadan rahatlıkla yapılan operasyonlar başarı ile sonuçlanmaktadır. Her yaşta sünnet yapılabilmektedir. Mutlu Sünnet kliniği, her yaştan erkek bireylerin sünnet işlemlerini başarılı bir şekilde gerçekleştirmektedir…Uzman hekimimiz sünnet operasyonlarını her yaştan bireye büyük bir titizlik ile gerçekleştirmektedir…’*,

- ‘Sünnet Fiyatları 2020’ başlığı altında; *‘…Uzman klinik Mutlu Sünnet olarak sizlere en başarılı sünnet Operasyonlarını güncel fiyatlar ile sunabilmekteyiz…En Uygun Sünnet Fiyatları Yapılacak sünnet işleminde alanında uzman olan ekibimiz görev almakta ve sizlere en başarılı hizmeti sunmaktadır. Profesyonel sünnet işlemlerini en uygun fiyatlara yapmaktayız. Uzman hekimimiz ve deneyimli ekibimiz sünnet işlemlerini başarılı şekilde yapmaktadır…Özellikle sünnet konusunda fiyatlar tercihlerde büyük rol oynamaktadır. Bu konuda kliniğimiz en uygun sünnet fiyatlarını sizlere sunmanın yanında en başarılı ve profesyonel şekilde sünnet işlemlerinin yapılmasını da sağlamaktadır...’*,

- ‘İslam Dini İçerisinde Sünnet’ başlığı altında; *‘…Mutlu Sünnet kliniği olarak gerçekleştirilen sünnet işlemleri uzman hekimimiz tarafından yürütülmektedir. Bu açıdan büyük bir dikkat ve titizlikle çalışılmaktadır. İslamın şartları baz alınarak yapılan sünnet işlemleri İslam dini inanışlarına ve geleneklerine uygun olarak gerçekleştirilmektedir. Bununla birlikte cerrahi operasyonlar büyük bir titizlikle yürütülmekte böylece sünnet olma işleminde sağlık ve temizliğe önem verilmesi hususunda özen gösterilmektedir…’* gibi ifadelere yer verildiği,

Bununla birlikte, inceleme konusu tanıtımlarda kuruluşun isminin “Mutlu Sünnet Kliniği, Korkmaz Sünnet Kliniği” gibi iki farklı isimle tanımlandığı 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 ifadeler 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 değerlendirildiği; diğer taraftan kuruluşun farklı isimler kullanmak suretiyle anlam karışıklığına yol açarak tüketicilerin bilgi eksikliklerini istismar edici, yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte tanıtımlarda bulunduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

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

**74)**

**Dosya No: 2021/4636**

**Şikayet Edilen: Dr. Hakan YÜZER**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 27.12.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://hakanyuzer.com/ adresli internet sitesinin 27.12.2021 tarihli görünümünde örnek olarak;

- Ana sayfada; *‘…badem göz estetiği ile yorgun ve üzgün bakışlar artık sona eriyor kalıcı uygulamalar sayesinde ameliyatsız bir şekilde makyaj ihtiyacı duymadan çekik gözlere sahip olabilirsiniz…Hemen hemen herkesin temel derdi olan gözaltı yağ torbaları gıdı sarkmaları, yanak sarkmaları ameliyata gerek kalmadan kısa sürede harika sonuçlar alınabilir…Plexr lazer teknolojisi daha göz çevresi ve baş bölgesinde ki bir çok alanda kullanılan güvenli, etkili ve doğal sonuçlar sunan bir İtalyan teknolojisidir…daha bir çok ameliyatsız çözümler…yorgun ve üzgün bakışlara elveda çekik bir göz harika bir bakışlar ameliyatsız modern teknoloji ile artık mümkün badem göz estetiği ile arzu ettiğiniz bakışlara kavuşabilirsiniz…yanak sarkmaları ameliyata gerek kalmadan çözüme ulaştırmakta kısa sürede harika sonuçlar alınabilir…günümüzde ameliyata gerek olmadan kaliteli ipler ve botoksun yardımıyla düşen kaşları kaldırmak mümkün kısa sürede harika sonuçlar sayesinde estetik bir kaş görünümü artık mümkün…Eğitim, Yetenek, Tecrübe ve Özen Sizler gibi bir çok hasta, tedavi ve ameliyatlarında başarılı sonuçlar ister. Şüphesiz ki bu sonuçlar ancak, ciddi bilgi, deneyim, sabır, yetenek, çalışma ve disiplin ile mümkündür. En önemlisi ise, ikinci kez bir tedavi veya ameliyat olmadan kalıcı sonuç almaktadır. Tarafımca gerçekleştirdiğim, göz kapağı estetiği, plexr, gençleştirme, göz kusurları ve daha bir çok göz sorunlarını tedavi etmek ve düzeltmek için tüm ekibimle yanınızdayız. Yaptığım operasyonlar ve tedavilerde başarılı olmamın sebebi, kişiye özel tedavi ve yöntemler ile, ulaşılabilir olmamdır. Başarılı bir doktor olmanın en önemli anahtarı yüksek hasta memnuniyetidir. Nitekim, Türk ve Yabancı binlerce hastamın memnuniyetlerini dile getiren video ve yorumları bunun en güzel örneğidir…göz altı morlukları ile ilgili problemlerden çok kısa sürede kurtulmak mümkün…’*,

- ‘Hakkımda’ başlığı altında; *‘…gibi cerrahi operasyonları da başarıyla gerçekleştirdi…Op. Dr. Hakan Yüzer, başarıyla ilerleyen hekimlik kariyerinde gerçekleştirmiş olduğu cerrahi uygulamalara sürekli yenilerini ekleyerek uzmanlığını ve deneyimini güncel ve özgün hale getirdi…göz protezi ameliyat ve tedavileri de yapmış olduğu başarılı operasyonların arasında yerini aldı…Dr. Hakan Yüzer, 2000-2010 yılları arasında on beş binden fazla göz ameliyatını başarı ile gerçekleştirmiş…30 binden fazla hastanın tedavisini başarı ile tamamlamıştır…Op. Dr. Hakan Yüzer ’in2000-2010 yılları arasında İstanbul ve Sakarya’da başarıyla gerçekleştirdiği tedavi ve operasyonlar şöyle sıralanabilir…sunduğu dünya standartlarında sağlık hizmetiyle…Plexr lazer ile gerçekleştirdiği başarılı uygulamaları ile bu alanda da adını en iyiler arasına yazdıran Op. Dr. Hakan Yüzer…birçok hastasına başarıyla uygulamış…gibi spesifik göz hastalıklarının tedavisinde başarılı ve yenilikçi uygulamalar gerçekleştirmiştir…ameliyatsız estetikte 360 derece çözümler üreterek göz ve çevresini konu alan estetik uygulamalarda en iyi sonuçları almaktadır…’*,

- ‘PLEXR Göz Kapağı Estetiği başlığı altında; *‘…Plexr, oldukça etkili ve bilimsel olarak kanıtlanmış bir yöntemdir… Bu sayede göz kapağında herhangi bir iz kalmadan, en güvenli şekilde, maksimum başarı elde edilir… Plexr uygulamalarında uzun süreler beklemek zorunda kalmazsınız. Anında etki etmeye başlayan modern bir tıbbi teknoloji olarak dikkat çeker… Bu sistemi sizler için getirmiş bulunuyoruz… Konusunda maksimum başarı imkanını bizlere sunan teknolojilerden birisi olarak dikkatleri çekiyor. Kesinlikle cerrahi bir yöntem olmadığını burada belirtelim… Plexr tedavisi; cilt üzerindeki tüm problemlerin yenilenmesini sağlar. Bu yöntem tamamen kalıcı olmaktadır… Hastanın konforunu yaratmak için işlemden önce lokal anestezik kremler sürülmektedir…’*,

- ‘Plexr | Ameliyatsız Göz Kapağı’ başlığı altında; *‘…etkili bir tedavi yöntemidir. Bu cihaz ile ameliyatsız ve kanamasız, Sorunsuz tedavi sağlayın…’*,

- ‘Üst Göz Kapağı Estetiği’ başlığı altında; *‘…Üst göz kapağı estetiği ile bu düşüklükten ameliyat olmadan kolaylıkla kurtulabilirsiniz. Plexr plazma enerjisi ile ameliyat olmadan lazer ile tedavi mümkündür…Üst göz kapağı estetiği göz kapağınızdaki kırışıklığı, sarkmayı düzelterek daha estetik ve sıkı bir dokuya kavuşmanızı sağlar. Üst ve alt göz kapağınızdaki kırışıklıklar, çizgiler ve göz çevrenize uygulanan kırışıklık tedavisine rağmen açılmayan kırışıklıklara sahipseniz emin olun plexr ile bu sarkmalardan kırışıklıklardan kısa sürede kurtulacaksınız ve düşük göz kapağınızı çok kısa sürede acısız ve ameliyatsız tedavi edecek…Atışlarla buharlaşan deri yerini daha genç yeni bir dokuya bırakarak sarkmalar ortadan kaybolur ve daha sıkı göz kapaklarına sahip olursunuz. Lazerle Tedavinin Avantajları En önemli avantajı cerrahi bir işlem değildir. Herhangi bir iz bırakmaz ve doğal olmayan bir görüntü bırakmaz. Uygulanan alnın gençleşmesini sağlar cildi yeniler. Anestezi almanız gerekmez sadece uyuşturucu krem sürülerek yapılır. Fazla bir cilt çıkarma işlemi yapılmaz sarkan kısım sıkı hale getirilir…’*,

- ‘Alt Göz Kapağı Estetiği’ başlığı altında; *‘…son yıllarda yapılan çalışmalar ve gelişen estetik teknolojisi ile birlikte Plexr kullanmaktayız. Plexr bizim bugün, neredeyse estetik işlemlerin tümünde kullandığımız, kesi ve cerrahi bir müdahale olmadan uyguladığımız lazer teknolojisidir. Plexr, havada bulunan gazı enerjiye dönüştürerek cilt kusurlarını tedavi eden son teknolojinin üretimi uzun süreli bir geçmişe sahip, klinik çalışmaları yapılmış, sonuçları takip edilmiş, CE Belgesi ve uluslararası patente sahip bir cihazdır. Bu enerji kullanılarak, ciltteki kusurlar giderilir ve daha genç daha dinamik bir görünüm elde edilir…sorunun başında uygulanırsa kusursuz sonuçlar elde edilir…’*,

- ‘Göz Altı Torbaları Tedavisi’ başlığı altında; *‘…Göz altı torbaları tedavisi ile göz çevresinde oluşan torbaları ya da morlukları yok etmek mümkündür. Her kadın uygun tedavi yöntemi ile karşılaştığı bu sorundan kurtulabilir ve tekrar pürüzsüz bir göz çevresine sahip olabilir…gözaltı torbalarına karşı ameliyatsız çözüm arayan pek çok hastada güvenle kullanılır…göz altı torbası tedavisi konusunda en etkili yöntem olarak kabul edilir…genel olarak hızlı ve kolay bir uygulama olarak karşımıza çıkar…göz altı torbalarından kurtulmak mümkündür…Aynı zamanda ağrılardan kurtulmanın en etkili yöntemlerinden biri olduğunu söylemek yanlış olmaz…Birkaç ay sonra ise tamamen yok olur ve göz çevresinde dikişe dair bir kalıntı kalmaz. Bu nedenle hastaların dikiş izleri konusunda moral bozmalarına gerek yoktur…Eğer siz de göz altı torbası tedavisinde hızlı ve güvenilir çözümler arıyorsanız, Op Dr Hakan Yüzer’den randevu alarak göz estetiği alanında en güncel bilgiye ulaşabilir. Ameliyatsız tedavi seçeneği ile sorununuzu kısa sürede çözebilirsiniz…’*,

- ‘Kaz Ayakları Estetiği’ başlığı altında; *‘…alanında uzman hekimler tarafından kişi için en uygun tedavi yöntemleri belirlenerek sorun kalıcı olarak çözülür…kasların kırışıklık yaratan etkisini ortadan kaldırır…böylece kırışıklıklar ortadan kalkar…yaşlanma belirtilerinin önüne geçilir…Bu aşamada yapılan estetik işlemler geç kalınmadan kusursuz sonuçlar verir…destekleyici uygulamalarla başarılı sonuçlar elde edilir. Kişinin yaşı ilerledikçe, çizgileri derinleştikçe, örneğin botoksla birlikte dolgu işlemi de yapılır ki, sorun tamamen çözülsün…’*,

- ‘Göz Kapağı Kozmetik Uygulamaları’ başlığı altında; *‘…Göz estetiği konusunda dünya genelinde en iyi sonuçlar veren Plexr teknolojisi, kısa süre içerisinde kliniğimizde sizler için hizmet verir hale geldi. Yeni nesil tıbbi teknolojiler sayesinde en iyi seçenekleri değerlendirerek hastalarımızın sıkıntılarına kesin çözümler üretebilmek amacı içerisindeyiz. Tam da bu noktada en iyi teknolojiyi kullanma zorunluluğu doğuyor. Plazma enerjisini kullanan bu mükemmel teknoloji sayesinde göz ve göz çevresi estetiği konusunda %100 başarılı sonuçlar elde edebildiğimizi de söylemek gerekiyor…Lazerle leke sildirme en etkili işlemlerden biridir ve kliniğimizde kullanılan plexr plazma enerjisi ile buharlaştırma yaparak lekelerinizden kısa sürede kurtulabilirsiniz…’*,

- ‘Et Beni Aldırma’ başlığı altında; *‘…lazer ile, bıçak altına yatmadan, genel anesteziye gerek kalmadan kolaylıkla tedavi edilebilmektedir…operasyon sırasında konforunun korunması adı lokal uyuşturucular uygulanır, oldukça pratik olması bakımından onlarca ben aldırma yapılabilir. Erbium Yag Lazer tekniğinde, ciltte bulunan kusurları tamamen ortadan kaldırarak estetik bir görümüm elde edilir…LAZERLE BEN ALDIRMA AVANTAJLARI…’*,

- ‘Aknes Tedavisi’ başlığı altında; *‘…sorunlu bölgeleri ortadan kaldırır…cildin yeni bir görünüm kazanması uygulamalarında da ilk başvurulan yöntemlerdendir…’*,

- ‘Dudak Üstü Estetiği’ başlığı altında; *‘…dudak üstü çizgileri ortadan kaldırılır ve dudak çevresine aydınlık, genç, gergin, dinamik bir görünüm kazandırılır…dudak üstündeki çizgilerin ortadan kaldırılmasını sağlayacaktır…dudak üstü çizgilerinin tedavisinde de oldukça başarılı sonuçlar vermekte…Estetik işlemler, oldukça pratik, yararlı ve uzun süreli sonuçlara sahip birbirinden farklı pek çok yöntemler içermektedir. Teknolojinin gelişmesi ile birlikte, kesi olmadan, enfeksiyon riski yaşanmadan ve gündelik hayata çok kısa sürede dönülebilen bu işlemler…’*,

- ‘Alın Estetiği’ başlığı altında; *‘…Alın estetiği işlemlerinde temel amaç, kırışıklıkların giderilmesi ve alın bölgesine genç, dinanmik bir görünüm kazandırılarak yüz estetiğinde kusursuz bir görünüm elde etmektir. Bu amaca pek çok farklı yolla ulaşabiliyoruz. Bicoronal kesilerin veya endoskopik kesilerin yapıldığı alın estetiği işlemlerinde, saçlı deriden girilerek alın bölgesi gerilir ve oluşan gerilmeyle birlikte kırışıklıklar ortadan kalkar…bazı yüz gerdirme operasyonlarına nazaran daha doğal görünen sonuçlar verir…’*,

- ‘El Estetiği’ başlığı altında; *‘…Günümüzde acısız ve pratik tedaviler ile el üstü estetiği yöntemleri mevcuttur ve bu tedaviler kişinin estetiğinde bütünlük sağlayarak çözüm sunmaktadır…Ellerde nem kabının yağ transferi ile çözüme ulaştırıldığı el üstü estetiğinde, dolgunluk ve hacim kaybının hyaluronik asit dolgusu ile tedavi edilerek ardından gevşeyen ve sarkan yapıların lazerle onarıldığı kombine tedaviler el estetiğinde kusursuz sonuçlar sağlayacak ve kalıcı bir görünüm kazandıracaktır…’*,

- ‘Ameliyat ve Yanık İzlerinin Tedavisi’ başlığı altında; *‘…Herhangi bir kesi olmadan, leke, iz, yanık izleri tedavisinde plexr teknolojisinin bu özelliği kullanarak büyük oranda başarı sağlamaktayız…Gibi durumların ortaya çıkarttığı izleri Plexr ile çözüme kavuşturmaktayız…son teknoloji bir tıbbi cihazdır…İz tedavisinde plexr avantajları…Etkileri kalıcıdır, sorun tekrar etmez. Anestezi gerekmez, sadece uyuşturucu kremler ile acı hissi ortadan kaldırılır…acı durumu minimal hissedilmektedir…lazerle yanık izi tedavisinden kayda değer etkili sonuçlar alınabilmektedir…Tüm sorunlarınız için Bizimle hemen iletişime geçebilirsiniz…’*,

- ‘Güneş Lekelerinin Tedavisi’ başlığı altında; *‘…plexr cihazı, günümüzde ameliyatsız, herhangi bir kesi olmadan, cerrahi olarak işlem yapılmayan son derece pratik ve kişinin konforundan ödün vermeden gerçekleştirilen işlemlerdir…cildin yenilenmesi özelliği ile de leke tedavilerinde ilk akla gelen tedavilerden…ciltteki sorunları ortadan kaldırması ile çalışan Plexr cihazı, güneş lekelerinin tedavisinde de mükemmel sonuç elde etmeyi kolaylaştırmaktadır…prexr uygulaması, kişiyi gündelik hayatından alıkoymayan, iyileşme süresi oldukça kısa olan…lokal anestezi uygulanarak kişinin konforu sağlanır…lekelerin kademeli olarak ortadan kalkması sağlanır…1 hafta gibi kısa bir süre içinde tam iyileşme mümkündür…’*,

- ‘Gıdı Estetiği’ başlığı altında; *‘…İşte bu durumlarda, gıdı estetiği uygulamaları son derece kesin ve kalıcı çözümler sunmaktadır…Gıdı estetiği uygulamaları ise temelde bu yağlardan kurtulma…gıdı bölgesindeki birikimlerden kurtulunur…kişinin konforu açısından son derece önerilebilir bir işlem olan lazerli uygulamalardır…3 ay içinde gıdı bölgesinde kesin sonuç gözlemlenmektedir…’*,

- ‘Gıdı Estetiği’ başlığı altında; *‘…kliniğimizde yıllardır geliştirdiğimiz teknikler uygulamakta ve her alanda olduğu gibi badem göz estetiğinde de tıp dünyasının en son teknolojilerini kullanmaktayız…Plexr ya da plasma enerjisi ile, bugün göz çevresinde onlarca işlemi cerrahi müdahalelere gerek görmeden, kolaylıkla gerçekleştirebiliyoruz…Oldukça kısa süren işlemler, 30 dakika sürmekte ve şikayeti tamamen ortadan kaldırmaktadır…Fakat diğer nedenlere bağlı olarak, badem göz estetiğinden vazgeçmek isteyen bireyler için, operasyonun telafisi mümkündür ve kolaylıkla geri alınabilir…’*,

- ‘Kedi Göz Estetiği’ başlığı altında; *‘…günümüzde artık ameliyatsız, kişiyi gündelik hayatından alıkoymadan ve risksiz operasyonlar yapılabilir hale gelmiştir…Her iki estetik de, kişinin yüz şekline uygun, uzman bir hekim ve ekibi tarafında uygulandığı takdirde kişinin güzellik bütünlüğüne katkılarda bulunmakta ve sosyal hayat ilişkilerinde son derece destekleyici bir hal almaktadır…cilt kusurlarına çözüm getiren…bölgede genç, dinamik görünümle birlikte istenilen estetik görünüm yakalanmış olur…’*,

- ‘Mezoterapi’ başlığı altında; *‘…Mezoterapi tedavileri sonrası cilt eski gerginliğine kavuşur, genç, dinamik, pürüzsüz bir görünüm kazanır…Tüm bu etkilerin ortadan kaldırılması bakımından mezoterapi etkileri kişileri tatmin etmekte ve kesin sonuçlar vermektedir…kırışıklık şikayetini ortadan kaldıran…Mezoterapinin Gençleştirici Bakım Kremlerinden Farkı Nedir? Günümüzde birçok marka ve çeşitte gençleştirici etki yarattığı söylenen kozmetik bakım ürünü bulunmaktadır. Kremler, cildin orta tabasına kadar nüfuz etmek dolayısıyla etkileri zayıf ve geçicidir. Mezoterapi ise, iğne yardımı ile cildin orta tabakasına nüfuz edebilmektedir. İğneler, cildin ihtiyacı olan mineral ve vitaminleri orta tabakaya enjekte ederek problemleri kesin olarak ortadan kaldırır…’*,

- ‘Kök Hücre Tedavisi’ başlığı altında; *‘…kök hücre tedavisi, uzaman bir hekim ve ekibi tarafından uygulandığında mucize niteliğinde sonuçlar yaratmaktadır…Özellikle ameliyat işlemlerine kıyasla, dikişsiz, kanamasız, enfeksiyon riski olmaması bakımından bu tedavi çok daha modern ve konforlu bir yöntemdir…’*,

- ‘Ozon Tedavisi’ başlığı altında; *‘…Son yıllarda etkinliğiniz arttıran ozon tedavisi tüm bu sorunları ortadan kaldırmaktadır…Günümüzde yüz çevresinde yapılan uygulamalar, acısız, anestezi gerektirmeyen ve herhangi bir yan etki ve probleme yol açmayan kesin çözümler sunmaktadır… bakteri gibi sorunların ortadan kaldırılması amacı ile yapılır…akne ve sivilce hasarlarını ortadan kaldırır… KOZMETİK ÜRÜNLERDEN FARKI Türkiye sağlık bakanlığı ve dünya sağlık örgütü tarafından onaylı olan ozon tedavisi, diğer cilt bakımlarından farklı olarak, yoğun oksijen ve hücre yenileme özelliği sayesinde yüz bölgesinde tedavi edici özelliğe sahiptir. Krem ve kozmetik ürünlerden bir diğer farkı ise, ozon, akışkanlığı sayesinde krem ürünlerinin nüfuz edemediği cildin alt tabakalarına nüfuz eder…’*,

- ‘İple Boyun Germe’ başlığı altında; *‘…Cerrahi bir kesi olmadan, iyileşme süresinin kısalığı ve dikiş, kanama, iz sorunları olmaksızın kişilerin son yıllarda en çok tercih ettiği boyun bölgesi estetiği, iple germe işlemidir. İple germe işlemi, tek seansta tamamlanabilen, ardından sadece küçük düzeltmeler yapılan, dikiş izi ve kanama olmadan yapılan oldukça konforlu işlemlerdir…sadece kişinin konforu açısından bölgeye lokal anestezi uygulanır…sadece boyun bölgesinde değil, sorunlu olan birçok bölgede tatmin edici sonuçlar elde etmemize yardımcı olmaktadır…’*,

- ‘İple Kaş Kaldırma’ başlığı altında; *‘…Kaş kaldırma uygulamaları sayesinde bu sorunlar tamamen ortadan kaldırılabilmektedir…son yıllarda ameliyatsız tekniklerin oldukça kolaylıkla yapılabilmesi…Oldukça kolay ve kısa zamanda yapılan bu işlemin…işlemlerin ameliyatlı çözümlere kıyasla kalıcı çözümler sunması ve pratikliği açısından oldukça tercih edilebilir hale gelmektedir. Ameliyatsız kaş kaldırma tekniği denildiğinde akla iki çözüm gelmektedir…Ameliyat istemeyen kişiler için en ideal çözüm yoludur…’*,

- ‘PRP Tedavisi’ başlığı altında; *‘…Ozon ve mezoterapi tedavisinde sonuçta kalıcılık adına tamamlayıcı tedavi olarak Prp yöntemi kullanılmakta ve başarılı sonuçlar elde edilmektedir…Kalıcı bir sonuç, ameliyat olmadan tedavi Prp yi en çok tercih edilen tedavi şekillerinden biri haline getirmektedir…’*,

- ‘İple Yüz Germe’ başlığı altında; *‘…İp ile yüz germe işlemleri, özellikle ameliyattan kaçınan, pratik ve acısız operasyonları tercih eden kişiler için son derece kusursuz bir çözüm sunmaktadır. Kaş kaldırma operasyonları, çene hattının düzeltilmesi, yanak bölgesine hacim kazandırma uygulamalarında da kullanılan ip ile germe operasyonları son yıllarda artan talep ile birlikte uygulanabilirliği yüksek, acısız ve yan etkisiz işlemlerdir…Bugün PDO ip askı yöntemi ile ciltte yeni ve genç bir görünüm elde edebilmekteyiz…’*,

- ‘Dudak Estetiği’ başlığı altında; *‘…dudak estetiği birçok çözüm yolu sunmaktadır…En çok talep edilen işlemlerden biri olan dudak estetiği, dudak dolgusu, ameliyatla dudak estetiği, çok fazla kalın olan dudağın operasyonlar ile düzeltilmesi gibi müdahaleler içerir ve tecrübeli hekimler tarafından oldukça kısa ve risksiz operasyonlar ile uygulanır…Bu tip durumlarda çeşitli dolgu operasyonları ile dudağı istenildiği ölçülere ve dolgulara getirmemiz mümkün…Dudak estetiğinde hyaluronik asit, dokulara zarar vermemesi ve doğal bir görünüm sağlaması gibi avantajları nedeniyle çoğu kişi ve hekimin ilk tercih ettiği bileşkenler içinde sayılabilir. Dudak içine enjekte edilen hyaluronik asit, dudağın kalınlığını ve dolgunluğunu sağlar, istenilen görünüme göre ayarlanarak doğal görünümde bir bozulmaya yol açmaz…güvenilirdir…Canlılarda bulunan doğal bir protein olan kolajen, güvenilirliği ve düşük maliyeti ile en çok tercih edilen dolgu malzemelerinden biri…güvenilir, tecrübe sahibi bir hekim ile dolgu estetiği yaptırmak sonuçları açısından daha güvenilir olacaktır…tecrübeli bir hekim tarafından uygulandığı takdirde herhangi bir riski gözlemlenmemiştir…kalıtsal sorunların çözümünde de kullanılmaktadır…’*,

- ‘Fransız Askısı’ başlığı altında; *‘…Yüz sarkma ve kırışıklık problemlerinde, ameliyatsız çözüm arayan birçok kişiye alternatif cevaplar sunun estetik tedavi yöntemleri her geçen gün yapılan çalışmalar ve başarılı operasyonlarla gelişmekte. Oldukça köklü bir yöntem olan ve günümüzde hala kullanılan örümcek ağı estetiği, yüze uyguladığımız polioksidan ipler sayesinde yüzde gerilme yaratarak sarkma ve kırışıklıklara çözüm sunmakta. Ancak daha derin kırışıklıklar ve sarkmaların çözümü olarak, ameliyattan uzak, pratik ve kişiyi gündelik hayatından alıkoymadan yapılan çalışmalar sayesinde, örümcek ağı estetiğinin uygulanamadığı derin sarkma ve kırışıklıklar için Fransız Askısı yöntemi geliştirilmiştir. Fransız askısı, eskiden ameliyatın gerektiği derin cilt sorunlarına, kesi olmadan cerrahi bir işlem gerektirmeden tedavi imkanı sunmakta…ameliyat gerektirmeden çözüm sunan tedavi şekillerinden biridir. Kişinin cilt sorunlarına artık kozmetik ürünlerin, hatta örümcek askısının, kore askısının çözüm sunamadığı ilerlemiş problemlere, gene bir yüz germe işlemi olarak yapılmaktadır…DİĞER YÜZ GERME İŞLEMLERİNDEN FARKI Fransız askısında kullanılan ipler, etrafında oluşturduğu tabaka sayesinde kişinin ömrü boyunca cildin aşırı sarkmasını engeller. Aynı zamanda Fransız askısında kullanılan ipler yapısı gereği, aşırı kilo alıp vermelerde esneme gösterir, uyum sağlar ve dolayısıyla cildinizin bu kilo değişimlerinden etkilenmemesini sağlar. Fransız askısının uygulandığı kişiler, yüz germe uygulamalarına kıyasla, çok daha rahat mimiklerde bulunabilir, ipler esneme özelliği sayesinde, ağız açıp kapatmalarda, gülmelerde, mimik hareketlerinde zorlama yapmaz…en çok 35-65 yaş arası kişilerde etkili sonuçlar vermektedir…’*,

- ‘Örümcek Ağı Estetiği’ başlığı altında; *‘…Kişinin gündelik hayatını büyük oranda etkileyen bu fiziksel değişime sunulan çözümler, artık estetik yöntemlerin her geçen gün doğallaşması ve konforunun artması ile birlikte artmaktadır. Örümcek ağı estetiği dediğimiz, ameliyatsız yüz germe işlemi de bu uygulamalardan sadece biri…genç ve dinamik görünüm elde edilmiş olunur…kişinin konforu için uyuşturucu kremler kullanılır…’*,

- ‘Botoks ve Dysport Tedavisi’ başlığı altında; *‘…Ameliyatsız, kesi olmadan, uygulandığı gün etkisini gösteren tedaviler arasında bulunan Botoks-Dysport tedavisi son yıllarda artan ilgi ve taleplerle sıkça uygulanmaktadır…Çene bölgesinde var olan kırışıklıklarda botoksdysport tedavisi etkili sonuçlar vermektedir…kişinin konforu açısında uyuşturucu kremler kullanılabilir…’*,

- ‘Bağışıklık Tedavileri’ başlığı altında; *‘…Glutatyon, c vitamini, prp, mezoterapi ve kök hücre tedavileri ile harika sonuçlar almak mümkün. Tüm sorunlarınız için Bizimle hemen iletişime geçebilirsiniz…’*,

- ‘Göz Rengi Değiştirme’ başlığı altında; *‘…Günümüz tıp teknolojisinde, geçmişte mucize olarak adlandırılana uygulamalar artık mümkün hale geldi. Özellikle estetik alanında yapılan çalışmalar, Amerikan Gıda Ve İlaç Sanayii (FDA) ve Sağlık Bakanlığı onaylı birçok tıbbi deneme süreçlerinden geçirilmiş teknolojik cihazlar ile, acılı ve riskli ameliyatları geride bırakarak yerini kişinin aynı gün gündelik hayata dönüşünü kolaylaştıran, anestezi uygulanmadan yapılan işlemlere bıraktı. Bu işlemler arasında, Plexr cihazı ile yapılan kozmetik uygulamalar, yüz ve dudak çevresinde yapılan estetik işlemler, agnes tedavileri, siğil ve izlere bağlı olarak estetik görünümün yitirilmesinin tedavileri gibi birçok başlık mevcut. Kliniğimizde bu uygulamaların hepsi uzman bir hekim ve ekibi tarafından yapılmaktadır…’*,

- ‘Excimer Laser ile Göz Tedavisi’ başlığı altında; *‘…1990’lı yıllardan itibaren özellikle göz hastalıkları tedavisinde teknolojinin yükselişe geçmesiyle birlikte, ameliyat gerektirmeyen, kısa süreli ve kişinin gündelik hayatına dönüşünü kolaylaştıran bir dizi yöntemler keşfedildi. Bu yöntemlerin en dikkat çekici olanı Excimer Laser ile yapılan tedaviler, sürekli geliştirilen ve ileri teknoloji ile yapılan göz operasyonlarında kullanılmaktadır…’*,

- ‘No Touch Lazer’ başlığı altında; *‘…Gerek kişinin konforu gerekse alınan risk seviyelerine bakıldığında günümüzün en modern çalışmaları arasında No Touch Lazer dediğimiz uygulamalar yer almaktadır…artık notouch lazer ile uygulaması ile gözlüksüz bir yaşam mümkün hale gelmektedir…NO TOUCH LAZER İLE DOKUNMADAN MÜDAHALE…tam anlamıyla nereye müdahale edeceği kusursuz olarak hesaplanır. NO TOUCH LAZER AVANTAJLARI İşlem sırasında anestezi uygulanmasına gerek yoktur Cerrahi bir işlem olmadığı için enfeksiyon riski yoktur. 30 saniye gibi çok kısa bir süre içerisinde tamamlanır. İşlem sonrasında kişinin gözlerinin kapatılmasına gerek duyulmaz. Çok hassas ölçümlemelerle yapıldığı için, gözün diğer bölgelerine zarar verme riski bulunmaz. Operasyonu takip eden ilk gün, batma, yanma hissedilebilir, bu bir gün içinde kendiliğinden geçer. Diğer yöntemlere kıyasla, tabakanın kaldırılmasına gerek duyulmaz, göze dokunulmaz. İki göz birden aynı seansta tedavi edilir. TÜM SORUNLARINIZ İÇİN BANA ULAŞABİLİRSİNİZ…’*,

- ‘Gözyaşı Kanalı Tıkanıklığı’ başlığı altında; *‘…kişinin konforuna yönelik geliştirilen Multiode DSR İşlemleri ise, lazer yardımı ile yapılan, kanama sorununun olmadığı ve kesi gerektirmeyen işlemler ise en gelişmiş uygulama olarak, risksiz ve diğer operasyonlara kıyasla çok daha kısa sürede gerçekleştirilebilmesi açısından en çok tercih ettiğimiz tedavi şekillerinden…DSR LAZER TEKNİĞİNİN AVANTAJLARI Kanama yok denecek kadar azdır. Lazer ile çok hassas ölçümlemelerle yapıldığı için göz çevresine, gözyaşı kesesine ve kaslara bir zararı söz konusu değildir Operasyon sonrası kişi ameliyata kıyasla çok daha konforludur İyileşme süresi kısadır. Dikiş yoktur…’*,

- ‘Göz Protezi’ başlığı altında; *‘…Görme işlevinin yitirildiği, bununla birlikte kişinin estetik bütünlüğünü bozan göz çevresinin kaybının yaşandığı durumlarda göz protezi oldukça yüz güldürücü sonuçlar veren bir işlemdir. Göz protezi, kişinin gözünün tamamen alınmasına gerek duyulmadan, diğer gözle birebir benzerlik gösteren ve dışarıdan bakan bir kişinin farklılığı anlamayacak derecede estetik kazanımlar sunan oldukça pratik, kişinin konforundan ödün vermeyen estetik cerrahi uygulamadır…TÜM SORUNLARINIZ İÇİN BANA ULAŞABİLİRSİNİZ…’* gibi ifadeler ile,

www.instagram.com adresli internet sitesinde ‘op.dr.hakanyuzer’ kullanıcı isimli sayfanın 27.12.2021 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘…ŞIK DOLGUSU İLE GÖZ ALTI HALKALARININ ÇÖZÜMÜ Göz altına yapılan ışık dolgusu, hyalüronik asit kullanılarak, göz altına dolgu yapma suretiyle bu renk zıtlığını ortadan kaldırmaktadır…Atışlarla buharlaşan deri yerini daha genç yeni bir dokuya bırakarak sarkmalar ortadan kaybolur…Göz altı torbaları tedavisi ile göz çevresinde oluşan torbaları ya da morlukları yok etmek mümkündür. Her kadın uygun tedavi yöntemi ile karşılaştığı bu sorundan kurtulabilir ve tekrar pürüzsüz bir göz çevresine sahip olabilir…Gözlerinizde yanma, bulanık görme gibi problemler yaşıyorsanız bizimle iletişime geçebilirsiniz… Göz Kapağı Estetiği Plexr Lazer Teknolojisi göz çevresi ve baş bölgesindeki birçok alanda kullanılan, güvenli, etkili ve doğal sonuçlar sunan bir İtalyan teknolojisidir…#Ameliyatsız Göz Altı Torbaları Tedavisi Mümkün Plexr bizim bugün, neredeyse estetik işlemlerin tümünde kullandığımız, kesi ve cerrahi bir müdahale olmadan uyguladığımız lazer teknolojisidir. Bu enerji kullanılarak, ciltteki kusurlar giderilir ve daha genç daha dinamik bir görünüm elde edilir…Badem Göz Estetiği ile yorgun ve üzgün bakışlar artık sona eriyor…’* gibi ifadeler 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 sitelerinde 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 24 üncü maddesi,

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

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

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 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. Hakan YÜZER** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**75)**

**Dosya No: 2021/5235**

**Şikayet Edilen: Acar Dent Diş Kliniği**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 20.12.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmanın sağlık alanında hizmet sunma yetkisi bulunmadığı halde www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde yer alan ‘acardentdisklinigi’ kullanıcı isimli sayfanın 20.12.2021 tarihli görünümünde yer alan tanıtımlarda kuruluşun ağız ve diş sağlığı alanında faaliyet gösterdiği algısının oluşturulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, firmanın sağlık alanında hizmet sunma yetkisi bulunmadığı halde www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde yer alan ‘acardentdisklinigi’ kullanıcı isimli sayfanın 20.12.2021 tarihli görünümünde yer alan tanıtımlarda, kuruluşun ağız ve diş sağlığı alanında faaliyet gösterdiği algısının oluşturulduğu, bu doğrultuda sağlık alanında ruhsatlandırılmayan kuruluşun sağlık hizmeti sunumuna yönelik tanıtımlarının tüketicileri aldatıcı ve ilgili mevzuata aykırı olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

- Ağız ve Diş Sağlığı Hizmeti Sunulan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmelik’in 27/1-a 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 **Acar Dent Diş Kliniği** 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.

**76)**

**Dosya No: 2021/5238**

**Şikayet Edilen: Mai Sağlık Estetik ve Güzellik Merkezi**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 20.12.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Kuruluşa ait,

**-** *'Mai Sağlık Estetik ve Güzellik Merkezi'* başlıklı cam giydirme tanıtımlarında; *‘Kimyasal Peeling, Akne ve Siyah Nokta Tedavisi, Zayıflama ve Selülit Tedavisi, Dermapen, Lazer Epilasyon’,*

- www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde ‘maisaglik’ kullanıcı isimli sayfanın 20.12.2021 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘Buz Epilasyon, Ozon Yağı Tedavisi’* gibi uygulamalara ilişkin tanıtımlara, tıbbi işlemlerin uygulanmasına dair görüntüler ile hastaların tedavi öncesi ve sonrasına yönelik görüntülere,

- www.maisaglik.com adresli internet sitesinin 20.12.2021 tarihli görünümünde yer alan tanıtımlarda örnek olarak, *‘Nls Check-up Sistemi, Ozon Tedavisi, Akupunktur, Prp, Kupa Tedavisi, Mezoterapi, Fitoterapi’* gibi tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara yer verildiği; ayrıca inceleme konusu tanıtımlarda “güzellik salonu” olarak faaliyet gösteren kuruluşun isminin *“Mai Sağlık Estetik ve Güzellik Merkezi, Mai Sağlık”*olarak nitelendirildiği tespit edilmiştir.

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

**-** *'Mai Sağlık Estetik ve Güzellik Merkezi'* başlıklı cam giydirme tanıtımlarında; *‘Kimyasal Peeling, Akne ve Siyah Nokta Tedavisi, Zayıflama ve Selülit Tedavisi, Dermapen, Lazer Epilasyon’,*

- www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde ‘maisaglik’ kullanıcı isimli sayfanın 20.12.2021 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘Buz Epilasyon, Ozon Yağı Tedavisi’* gibi uygulamalara ilişkin tanıtımlara, tıbbi işlemlerin uygulanmasına dair görüntüler ile hastaların tedavi öncesi ve sonrasına yönelik görüntülere,

- www.maisaglik.com adresli internet sitesinin 20.12.2021 tarihli görünümünde yer alan tanıtımlarda örnek olarak, *‘Nls Check-up Sistemi, Ozon Tedavisi, Akupunktur, Prp, Kupa Tedavisi, Mezoterapi, Fitoterapi’ ,*

gibi güzellik salonlarında uygulanması mevzuat gereği yasak olan ve tabip tarafından uygulanması gerektiğinden tanıtımının da yapılmasına izin verilmeyen tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara yer verildiği; ayrıca inceleme konusu tanıtımlarda “güzellik salonu” olarak faaliyet gösteren kuruluşun isminin *“Mai Sağlık Estetik ve Güzellik Merkezi, Mai Sağlık”*olarak nitelendirildiği,

Bilindiği gibi, 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'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 5/2 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 **Mai Sağlık Estetik ve Güzellik Merkezi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**77)**

**Dosya No: 2021/5353**

**Şikayet Edilen: Classic Turizm ve Tekstil Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** ‘Pcr Testi’ başlıklı panoda yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 11.09.2020

**Yayınlandığı Mecra:** Pano/Diğer

**Tespitler:** Kuruluşun seyahat acentası olarak faaliyet gösterdiği ve kuruluşa ait panoda; *‘Pcr Test’* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, seyahat acentesi alanında faaliyet gösteren kuruluşun sağlık alanında hizmet sunmaya yetkili olmamasına rağmen 11.09.2020 tarihinde yayımlandığı tespit edilen kuruluşa ait panoda yer alan tanıtımlarda; *‘Pcr Test’* ifadelerine yer verilerek, yalnızca Sağlık Bakanlığı tarafından yetkilendirilmiş sağlık kuruluşları tarafından sunulabilen PCR testi hizmetine ilişkin yetkili olduğu algısı yaratacak şekilde tanıtımlar yapmasının tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı olduğu,

Diğer taraftan; ülkemizde sadece Sağlık Bakanlığınca yetkilendirilmiş turizm acenteleri tarafından uluslararası sağlık turizmi kapsamında aracılık hizmeti verilebileceği bunun dışında acente/iş yeri/ kişi/firma vb. tarafından ulusal/uluslararası sağlık hizmeti alanında yönlendirme/ aracılık/arabuluculuk faaliyetlerinin yapılmasının yasak olduğu, dolayısıyla sağlık turizmi alanında faaliyet göstermek için yetkili olmayan kuruluşunuzun PCR testi ile ilgili olarak sağlık kuruluşlarına hasta yönlendirmesinin de ilgili mevzuata aykırı olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- 6023 sayılı Türk Tabipleri Birliği Kanun’un 64 üncü maddesi,

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

- Uluslararası Sağlık Turizmi ve Turistin Sağlığı Hakkında Yönetmelik’in 12/1 ve 12/2-ç 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 **Classic Turizm ve Tekstil Tic. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **10.475-TL (Onbindörtyüzyetmişbeş Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesinekarar verilmiştir.

**78)**

**Dosya No: 2021/5354**

**Şikayet Edilen: Dr. Mehtap UĞUR ve Dr. Seval DOĞRUK KAÇAR**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 24.12.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde ‘dr.ugur\_doc.dr.kacar’ kullanıcı isimli sayfanın 24.12.2021 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘…Bugün* *protokolümüz medical cilt bakımı silk peel ve miiiss gibi bir cildin üzerine bomba etkisi yaratacak güçlü* *bir mezoterapi…Tek uygulamada bile ciltte ışıltılı bir görünüm sağlayan ve adını da bu ışıltıdan* *alan* *yeni formül, hücresel anlamda yaşlanma etkileriyle savaşmak için de son derece etkili bir tedavi yöntemi* *oluyor. Cildin dayanıklılığını ve canlılığını arttıran bu uygulama,* *ciltteki ince kırışıklıkları onarıp* *etkisini yaklaşık iki gün içinde gösteriyor. Cilde aydınlık ve canlılık vererek göz kamaştırıcı bir parlaklık* *sağlıyor. Paris Işıltısı uygulama sonrasında morluk ve ödem endişesini ortadan kaldıran nanosoft özelliği* *sayesinde işlemi konforlu hale getirmiştir…Uygulama son derece konforlu ve acısız…Hiç mimik* *yapmadığınızda bile aynada üzgün ve yorgun görünüyorsanız , elmacık kemiğinize, çene köşelerinize,* *çene ucunuza, dudak kenarlarınıza küçük dokunuşların vakti gelmiş demektir…Botulinum Toksin* *Onaralım kırışıklıkları…Günlerden bir gün evde otururken kendi fotoğrafını çekip acil kliniğimize* *gelmeyi düşünen Burcu Hanımın kendi çektiği fotoğraflarıyla bizim uygulama bittikten sonra çektiğimiz* *fotoğrafları yan yana getirerek değişimi kaydetmek istedim Peki neler mi yaptık Botulinum* *Toksin…Dudak dolgusu estetiği, dudaklara hacim kazandırmak ve estetik yapısını iyileştirmek için* *uygulanan ağrısız ve kısa sürede tamamlanan dolgu işlemidir. Dudaklarınızın estetik yapısından memnun* *değilseniz ve bu durumdan kurtulmak istiyorsanız sizde dudak dolgusu yaptırabilir ve kendinize olan* *özgüveni artırabilirsiniz…Cilt gençleştirme, akne skarı, leke tedavisi ve birçok farklı probleme tek* *cihazda çözüm sunan @secretaltinigne cildin daima genç ve parlak kalmasını sağlar…Dudak dolgusu* *estetiği, dudaklara hacim kazandırmak ve estetik yapısını iyileştirmek için uygulanan ağrısız ve kısa sürede tamamlanan dolgu işlemidir…Sadece 2 seans ile yaklaşık 1 yıl LIFTING ve NEM etkisi sağlayan dünyanın ilk enjekte edilebilen Hyaluronik asit ve Trehaloz karışımı! Uzun süreli nemlemdirme Sıkılaşma Toparlama ve Biyolojik onarım Yenileme Dolgu istemiyorum Doğal olsun Az enjeksiyon olsun Hem Lifting hem de nem etkisi olsun Hızlı ve uzun süre etkili olsun Hemen etkisini görmek istiyorum Diyorsanız Innea Aqua Biyolojik Lifting Aşısı sizin için de çözüm olabilir…Videoyu sağa kaydırarak izleyebilirsiniz Neler mi yaptık Öncelikle Cilt yenileme işlemi ile renk tonu eşitleme, skar, gözenek hatta su çiçeğinden kalan eski yaramızı tedavi ettik Ardından gelsin küçük dokunuşlar, büyük pırıltılar Dudak dolgusu Orta yüz Çene dolgusu Innea Aqua…Küçük dokunuşlar Büyük pırıltılar…Fransız askısı, altın oran dolgu ve Secret Duo iki Nonablatif teknolojinin bulunduğu tek cihazla hızlı toparlama ile cildi derinlemesine şekillendirme, gözenekleri daha sıkı , cildi daha gergin, daha pürüzsüz ve mükemmel bir cilt yenilemeyle birlikte…Aaa aaaa jawline mı oooo Jawline Dolgusu, yüzün çok daha estetik bir görünüme kavuşmasını sağlar…Dudak dolgusu her yaşta fresh ve cool yüz hatlarına sahip olmak isteyen kişilerin taze ve çekici görünmelerini sağlayan en önemli estetik dokunuşlardan biridir. Volume sahip dudaklar her daim çok daha etkileyici ve çekici bir duruş sergiler ve yüz ifadesinin daha genç görünmesini destekler…Göz çevresi için en iyisi xela rederm içeriğindeki yoğun süksinik asit ve hyaluronik asit sayesinde göz çevresinde oluşan kırışıklıklara etki ederek yorgun görüntüyü yok eder…En güzel cilt prokolleriyle cildin çok daha diri görünmesini sağladık Cilde hacim kazandırarak doğal görüntüyü bozmadık “Yüzüme bir şeyler yaptırmak istiyordum. Ancak yüzümdeki ifade bozulacak diye çok çekiniyorum. Ayrıca enjeksiyondan öyle korkuyorum ki uygulamaları seyrettikçe vazgeçiyorum diyorsanız gözünüzdeki yaşlılık ifadesi kaybolsun…Daha güçlü bir çene hattı; daha genç, daha canlı ve çekici yüz hatlarını simgeler. Çene hattında dalgalanmalar varsa veya çeneniz yüzünüze oranla daha kısa ve geride kalıyorsa Jawline dolgusu tam size göre olabilir. Yüz hatlarını daha orantılı gösteren ve kişiye daha çekici bir ifade kazandıran jawline çene dolgusu son yılların en popüler işlemleri arasında…İstanbul ‘dan gelen hastamıza bir ay önce 70 örümcek ağı ve gençlik aşısı uygulamıştık Bu sayede orta yüzü yukarı doğru toparlayarak , cildin çok daha diri görünmesini sağladık Cilde hacim kazandırarak doğal görüntüyü bozmadık…Yüksek Lazer gücüne rağmen hastaya konfor sağlayan FDA onaylı lazer Epilasyon cihazımız her mevsim uygulanabilme olanağı ve tüm cilt tiplerine uyumu sayesinde, en çokta ağrısız ve acısız uygulama olacağıyla dört mevsim sizinle…Örümcek ağı estetiği, daha güvenli ve çabuk sonuçlar görebileceğiniz, özellikle sarkan yanak ve çene görüntüsü için oldukça etkili bir yöntemdir. Cildin daha genç ve dinamik görünmesini sağlamak amacı ile yapılan estetik bir işlemdir. Örümcek ağı estetiği, uygulandığı dokuyu yeniler ve sıkılaştırır. Uygulandığı bölgeyi arzu edilen yeni formuna sokar ve bölgenin cildine dirilik kazandırır…Yüzdeki doğal görünümün korunması adına son derece etkili bir yöntemdir…Güzelliği simetri ve altın oranla açıklamaya çalışıyorum Face Lift Botulinum Toksin Gençlik aşısı biraz yaşlanma sürecinizi geciktirelim mi…Dudak dolgusu her yaşta fresh ve cool yüz hatlarına sahip olmak isteyen kişilerin taze ve çekici görünmelerini sağlayan en önemli estetik dokunuşlardan biridir. Volume sahip dudaklar her daim çok daha etkileyici ve çekici bir duruş sergiler ve yüz ifadesinin daha genç görünmesini destekler…Örümcek ağı estetiği, daha güvenli ve çabuk sonuçlar görebileceğiniz, özellikle sarkan yanak ve çene görüntüsü için oldukça etkili bir yöntemdir…’* gibi ifadeler ile tıbbi işlemlerin uygulanmasına dair görüntülere ve 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 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 24 üncü maddesi,

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

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

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 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. Mehtap UĞUR ve Dr. Seval DOĞRUK KAÇAR** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**79)**

**Dosya No: 2021/5355**

**Şikayet Edilen: Sense Of Beauty Güzellik ve Sağlıklı Yaşam Merkezi San. ve Tic. Ltd. Şti.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 21.10.2021, 05.12.2021, 22.12.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait ‘sunadumankayabursa’ kullanıcı isimli sayfanın 21.10.2021, 05.12.2021 ve 22.12.2021 tarihli görünümlerinde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; ‘*Leke Tedavisi, Dermapen, Çatlak Tedavisi, Leke Tedavisi, Akne Tedavisi, Dolgu, Diyetisyen, Cilt Yenileme, İp Askı, Kriyoterapi, Fransız Askısı, Botoks, Gençlik Aşısı’* gibi tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara, bu işlemlerle ilgili kampanya ve fiyat bilgilerine, bu işlemlerin uygulanmasına dair görüntüler ile hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere yer verildiği; ayrıca tıbbi işlemlere ait tanıtımlar yapılırken bazı paylaşımlarda *'Dr. Mehtap Uğur ve Dr. Seval Doğruk Kaçar'* isimli doktorların adına yer verildiği, diğer taraftan inceleme konusu tanıtımlarda “güzellik salonu” olarak faaliyet gösteren kuruluşun isminin “Suna Dumankaya Bursa, Suna Dumankaya Sense Of Beauty” olarak nitelendirildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşunuza ait ‘sunadumankayabursa’ kullanıcı isimli sayfanın 21.10.2021, 05.12.2021 ve 22.12.2021 tarihli görünümlerinde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘Leke Tedavisi, Dermapen, Çatlak Tedavisi, Leke Tedavisi, Akne* *Tedavisi, Dolgu, Diyetisyen, Cilt Yenileme, İp Askı, Kriyoterapi, Fransız Askısı, Botoks, Gençlik Aşısı’* gibi güzellik salonlarında uygulanması mevzuat gereği yasak olan ve tabip tarafından uygulanması gerektiğinden tanıtımının da yapılmasına izin verilmeyen tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara, bu işlemlerle ilgili kampanya ve fiyat bilgilerine, bu işlemlerin uygulanmasına dair görüntüler ile hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere yer verildiği; ayrıca tıbbi işlemlere ait tanıtımlar yapılırken bazı paylaşımlarda *'Dr. Mehtap Uğur ve Dr. Seval Doğruk Kaçar'* isimli doktorların adına yer verilmek suretiyle adı geçen doktorlar lehine talep oluşturulduğu ve çalışılan sağlık kuruluşuna yönlendirme yapıldığı, diğer taraftan inceleme konusu tanıtımlarda “güzellik salonu” olarak faaliyet gösteren kuruluşunuzun isminin “Suna Dumankaya Bursa, Suna Dumankaya Sense Of Beauty” 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, bununla birlikte inceleme konusu tanıtımlarda doktor isimlerine yer verilerek adı geçen sağlık personelleri lehine aracılık faaliyetinde bulunulduğu değerlendirilmiş olup

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

**-** 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 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 **Sense Of Beauty Güzellik ve Sağlıklı Yaşam Merkezi San. ve Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **114.326-TL (Yüzondörtbinüçyüzyirmialtı Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**80)**

**Dosya No:** **2021/1943**

**Şikayet Edilen: Turkcell Sigorta Aracılık Hizmetleri A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.guvencell.com adresli internet sitesinde ve tüketicilere gönderilen kısa mesajlarda yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 21.10.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, Kısa Mesaj

**Tespitler:**https://guvencell.com.tr/urunler/turkcellodemelermguvende?subchn=SMSGUV&utmsource=SMS&utmmedum=GUV&UTMCAMPAİGN=SMSODEMELERIMGUVENDE adresli internet sitesinde; “*Sunduğumuz 6 farklı paketten birini Turkcell faturalarınıza göre seçerek faturalarınızı istek dışı işsizlik, ferdi kaza ve kritik hastalık durumlarında teminat altına alabilirsiniz. Üstelik göz muayenesinden ücretsiz şekilde, diğer tüm tetkik ve ameliyatlarda ise %30’a varan indirimden faydalanabilirsiniz.” ,*

Firma tarafından tüketicilere gönderilen kısa mesajlarda yer alan tanıtımlarda; *“Turkcell ödemelerim Güvende sigortası ile faturalarınızı korumaya alin hem de ücretsiz göz muayenesi hizmetinden faydalanın. Detaylı bilgi için tıklayın: http://turkcell.li/IJgw0”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, söz konusu internet sitesinde ve tüketicilere gönderilen mesajlarda yer alan tanıtımlar ile sağlık alanında çalışan kişi ve kuruluşların faaliyetlerine ticari bir görünüm verilerek yönlendirme yapıldığı, sunulan sağlık hizmetlerine yönelik talep oluşturulduğu,

Diğer taraftan, firmanın anılan internet sitesi aracılığıyla anlaşmalı sağlık kuruluşları lehine aracılık faaliyetinde bulunduğu ve bu durumun diğer sağlık kuruluşları açısından haksız rekabete sebep olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

- 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanun’un 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 Geçici 5 inci maddesi,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 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 **Turkcell Sigorta Aracılık Hizmetleri A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**81)**

**Dosya No:** **2021/2122**

**Şikayet Edilen: Karayel Sağlık Hizmetleri Ltd. Şti.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 09.07.2021, 23.11.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** “Forestlazerepilasyon” isimli instagram hesabında yer alan tanıtımlarda; “*Erkeklerin yanak bölgesindeki istenmeyen tüyler görünümlerini en çok etkileyen ve iyi sonuçlar alındığında onları en rahat ettiren bölgelerden bir tanesi. Biz de bu konuda fazlasıyla iddialıyız. Siz de tatmin edici sonuçlar istiyorsanız hep yanınızdayız.* *Her zaman dediğimiz gibi doğru bir tedavi grafiği ve doğru cihaz ile yapılan işlemlerde yüzdesi yüksek sonuçlar almak mümkün. Bu videomuzda da kısa sürede aldığımız muhteşem sonucu sizinle paylaştık. Şimdi lazer epilasyonun tam zamanı!”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, “Forestlazerepilasyon” isimli instagram hesabında yer alan ifadelerin tıbbi işlemlerle ilgili ve talep yaratıcı nitelikte olduğu,

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

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair 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, 26 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**82)**

**Dosya No:** **2021/2123**

**Şikayet Edilen: Nuri KULA**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 28.09.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.lensevi.com/ adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda; “*Birçok renk seçeneği ile astigmatlı renkli lens.* *Acuvue Oasys For Astigmatism lensler, HYDRACLEAR Plus3 Teknolojisi sayesinde kontak lenslerin pürüzsüz ve nemli tutması sebebi ile gözünüzde lens yokmuş gibi hissetmenizi sağlar. Ayrıca HYDRACLEAR Plus özelliği lenslerin göz kapağının sürtünme katsayısının çok daha düşük olmasına yardımcı olur, böylelikle gözlerinizde kontak lense bağlı oluşabilecek komplikasyon ihtimalini azaltmaya yardımcı olmaktadır. Sabit görüş - Diğer özelliklerinden biri de gece araba kullanmak ve uzun süre bilgisayar kullanmak gibi zor ortamlarda net ve sabit görüşü konfor ile bir araya getirecek şekilde tasarlanmıştır. Oasys Toric kontak lensler, aynı zamanda gece gözde kalma özelliğine sahiptir. Acuvue Oasys For Astigmatism lensler, Senafilcon A olarak adlandırılan ve Silikon Hidrojel malzemelerden üretilen, yüksek oksijen geçirgenliğine sahip olmaları kullanıcılara en az hissedebilme, nefes alabilen berrak gözler, keskin görüş ve rahat kullanım sağlamaktadır. Daha az kuruluk – Klimalı ve bilgisayar ortamlarında UVA ve UVB zararlı ışınlardan koruma özelliği sayesinde gözlerinizi daha az kırpacak ve daha az kuruluk hissetmenize yardımcı olacaktır. Oasys torik lenslerle uyuyabilir, doktorunuzun önerisiyle 1 hafta boyunca bile hiç çıkartmadan kullanmaya devam edebilirsiniz. Astigmatlı hassas gözler için ideal lenslerdir. ACUVUE® for ASTIGMATISM Marka Kontakt Lensler Günlük Kullanım ve gözleri sağlıklı ve astigmatizması olan kişilerde (miyopi) uzağı görememe ve hipermetropinin (yakını görememe) optik olarak düzeltimine yöneliktir. ACUVUE OASYS® for ASTIGMATISM with HYDRACLEAR® PLUS Marka Kontakt Lensler de Günlük Kullanım veya Uzatılmış Kullanım için endikedir. Yapışan (hareket etmeyen) lensler için yapılması gerekenler Eğer lens gözünüze yapışırsa, Göz Hastalıkları Uzmanınız kayganlaştırıcı veya ıslatıcı bir solüsyon reçete edebilir. Böylelikle lensleriniz takılıyken de daha rahat hissedebilmek için lenslerinizi nemlendirebilirsiniz. Gözünüze sadece birkaç damla damlatın ve lensleriniz rahatça hareket etmeye başlayana kadar bekleyin. Bu sorununuzu çözmezse, HEMEN Göz Hastalıkları Uzmanınıza danışın. Kurumuş (dehidrate) lensler için yapılması gerekenler Eğer ACUVUE® Marka Kontakt Lensler gözünüzden çıktıktan sonra uzun bir süre havayla temas ederse yüzeyleri kurur ve giderek kırılgan hale gelir. Bu durumda lensi atın ve yeni bir tane takın. Temizleme Düzeni Lenslerin kullanıma hazırlanması Doğru bir lens bakımının ilk ve en önemli koşulu temizliktir. Lenslerinize dokunmadan önce, iyi bir temizlik alışkanlığına sahip olun.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, www.lensevi.com adresli internet sitesinde yer alan ifadeler ile tıbbi cihaz kapsamında yer alan ürünlerin reklamının yapıldığı,

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

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 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 **Nuri KULA** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**83)**

**Dosya No:** **2021/3784**

**Şikayet Edilen: Enes ONAY**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.kaleevdebakim.comadresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 17.02.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.kaleevdebakim.comadresli internet sitesindeyer alan tanıtımlarda; *“Kale Evde Bakım Merkezi Covid 19 testini bulunduğunuz ortamda, ister evinizde ister işyerinizde yaptırmanızı sağlıyor. Tercihinize göre PCR veya antikor test yaptırabilirsiniz. Antikor testi kan alınarak çalışıyor 10 dakika içinde sonucu belli oluyor.*” 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, www.kaleevdebakim.comadresli internet sitesindeyer alan tanıtımlarda tıbbi işlemlere ilişkin talep yaratıcı ifadelere yer verildiği,

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

 Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**84)**

**Dosya No:** **2021/3871**

**Şikayet Edilen: Dr. Gürkan ZEYBEK**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 31.08.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.instagram.com/menderesestetikdis/?hl=tr adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda;

*- “Zirkonyum diş ile kusursuz ve muhteşem gülüşlere hemen sahip olun. Zirkonyum diş ile kusursuz ve muhteşem gülüşlere hemen sahip olun. Yeni yılda muhteşem bir gülümseme sizleri bekliyor. Şimdi %30’a varan indirim fırsatlarından yararlanın. ”,*

https://www.facebook.com/menderesestetikdis/ adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda; *“Ağrısız, acısız, etkili ve ekonomik tedavi kapsamında siz de muhteşem ve sağlıklı gülüşlere kavuşmak istemez misiniz? İzmir Menderes'te, son teknoloji donanımları ile birlikte, uzman hekimlerimiz sizin için en doğru tedavileri planlıyorlar. Siz de Zirkonyum ve Porselen kaplama tedavileri ile hızlı ve harika bir görünüme sahip olmak için bizlere ulaşabilir, hemen ücretsiz muayene için randevu oluşturabilirsiniz.”* 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, söz konusu internet sitelerinde tıbbi işlemlere ilişkin talep yaratıcı ifadelere yer verildiği, söz konusu ifadeler ve hastaların tedavi öncesi sonrası görüntüleri ile sağlık alanında çalışan şahsın faaliyetlerine ticari bir görünüm verilerek yönlendirme yapıldığı, sunulan sağlık hizmetlerine yönelik talep oluşturulduğu 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 Geçici 5 inci 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 **Dr. Gürkan ZEYBEK** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**85)**

**Dosya No:** **2021/4490**

**Şikayet Edilen: Op. Dr. Musa KARATAŞGÜLER**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.facebook.com/musa.karatasguler.12 adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 09.12.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.facebook.com/musa.karatasguler.12adresli internet sitesindeyer alan tanıtımlarda; *“Göz kapak ameliyatı göz çevresi ve alın bölgesine botoks yaptığımız Meral Hanım’ın bir hafta sonraki görüntüsü. Kendisi de çok beğendi.* *Çok yüksek göz bozukluğu olan ve lazere bu yüksek değerlerden dolayı uygun olmayan şişe dibi gözlük kullanan hastalarımıza akıllı merceklerle çözüm sunuyoruz.”* 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.facebook.com/musa.karatasguler.12adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda tıbbi işlemlere yönelik talep yaratıcı ifadelere yer verildiği,

Ayrıca bahsi geçen facebook hesabında tıbbi işlemlere yönelik hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine yer verilerek şahıs tarafından uygulanan tıbbi işlemlere yönelik talep yaratıldığı,

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 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 **Op. Dr. Musa KARATAŞGÜLER** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**86)**

**Dosya No:** **2021/5749**

**Şikayet Edilen: Dr. Bülent ULUER**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 02.02.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.instagram.com/dr.bulentuluer/?hl=tr adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda; *“Hacamat ile detoks yapın, vücuttaki toksinlerden, romatizmal ağrılar ve fibromiyaljiden kurtulun. Ayrıca ayaklardaki romatizmal ağrıları geçirir.* *3 seansta görülen sonuç. lipoliz iğnesi ile göbek ve karın yan bölgesindeki yağları eritme, 10 günde bir 3 seans ve haftada 2-3 defa Velasmoth cihazına girme ile göbeği komple eritin. Yüzlerce dolgu yapma tecrübesiyle dudak ve diğer dolgular için bekliyorum. Kol, gıdı, göbek ve karın yan bölgesindeki yağları eritme, 10 günde bir seans ve haftada Velasmoth cihazına girme ile göbeği komple eritin.”* 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/dr.bulentuluer/?hl=tr adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda tıbbi işlemlere ilişkin talep yaratıcı ifadelere yer verildiği,

Ayrıca bahsi geçen instagram hesabında tıbbi işlemlere yönelik hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine yer verilerek şahıs tarafından uygulanan tıbbi işlemlere yönelik talep yaratıldığı,

Bu bağlamda, inceleme konusu tanıtımlar ile hekimlik mesleğini yürüten şahsa yönlendirme yapıldığı, söz konusu internet sitesinde yer alan ifade ve görüntülerin tıbbi işlemlerle ilgili ve talep yaratıcı nitelikte olduğu, sağlık alanında çalışan şahsın faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı, diğer kuruluşlar açısından da haksız rekabete yol açtığı ve bilgilendirme sınırını aşarak “reklam” olarak nitelendirildiği 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, 26 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**87)**

**Dosya No: 2021/4699**

**Şikayet Edilen: Dr. Sinan Celil GÖKER**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.instagram.com/dr.sinangoker/ ve https://www.facebook.com/dr.sinan.goker adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 25.01.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu Instagram sosyal medya platformunun “Dr. Sinan Göker Göz Grup (@dr.sinangoker)” hesabının 25.01.2022 tarihli görünümlerinde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; “ *(…) Akıllı mercek tedavisi ile gördüğünüz her şey daha net! - Katarakt tedavisinde* *standart uygulanan mercekler yerine, multifokal yani çok odaklı lens kullanımı hastanın yaşam kalitesini* *önemli ölçüde arttırmaktadır (…) Excimer lazer ile dakikalar içersinde her şey daha net! – Excimer* *lazer tedavisi, gözdeki kırma kusurlarının tedavisinde başarıyla uygulanan bir yöntemdir. Miyop,* *hipermetrop ve astigmat görme problemleri excimer lazer ile dakikalar içinde düzeltilir ve gözlüklerinize* *veda edebilir, görüş kalitenizi arttırabilirsiniz. (…) Sadece Dakikalar İçinde Gözlüklere Elveda! – 1992* *yılında ülkemize getirerek uygulamaya başladığımız ve 100 binin üzerinde kişiyi tedavi ettiğimiz excimer* *lazer yöntemi ile numaralı gözlüklere veya kontakt lenslere 10 dakikalık bir operasyon sonrası veda* *edildiği artık herkes tarafından biliniyor (…) Femtosaniye Lazer ile gözlük ve lenslere veda edin! (…) Femto Second Lazer tedavisinin sağladığı avantajlar (…) Gözlükten Kalıcı Kurtulmak Lasik İle Mümkün!* *(…) Lasik Operasyonunun Avantajları Nelerdir? (…) Multifokal lensler ile hem yakını hem de uzağı net* *görün! (…) Dr. Sinan Göker’in lazer operasyonu sonrası… Hastalarımız mutlu, bizler mutlu (…)”* gibi,

“Lazer Tedavisinde Hangi Teknikler Uygulanır?”, “Supracor Tekniği Nedir? Hangi Hastalara Uygulanabilir?” gibi başlıklar altında yer alan videolarda; *“(…)bu ikisinin beraber yani lasik,* *wavefront yapılması şu anda en geçerli, dünyada en çok uygulanan, en başarılı yöntem, benim de uyguladığın yöntem bunlar (…)aşağı yukarı 10 yıldır ben Türkiye’de uyguluyorum, %95 başarıyla yaşa bağlı yakın okuma güçlüğünü artık bu supracor sayesinde lazerle %95 başarıyla tedavi edebiliyoruz(…)”* gibi ifadelere yer verildiği,

İnceleme konusu Facebook sosyal medya platformunun; “Sinan Göker Göz Grup” kullanıcı isimli hesabının 25.01.2022 tarihli görünümlerinde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *“ (…)* *Akıllı mercek tedavisi ile gördüğünüz her şey daha net! - Katarakt tedavisinde standart uygulanan* *mercekler yerine, multifokal yani çok odaklı lens kullanımı hastanın yaşam kalitesini önemli ölçüde* *arttırmaktadır (…) Excimer lazer ile dakikalar içersinde her şey daha net! - Excimer lazer tedavisi,* *gözdeki kırma kusurlarının tedavisinde başarıyla uygulanan bir yöntemdir. Miyop, hipermetrop ve* *astigmat görme problemleri excimer lazer ile dakikalar içinde düzeltilir ve gözlüklerinize veda edebilir,* *görüş kalitenizi arttırabilirsiniz. (…) Femtosaniye Lazer ile gözlük ve lenslere veda edin! (…) Femto* *Second Lazer tedavisinin sağladığı avantajlar (…) Lasik Operasyonunun Avantajları Nelerdir? (…)* *Multifokal lensler ile hem yakını hem de uzağı net görün! (…)”* gibi ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; inceleme konusu internet sitelerinde yer alan 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, 26 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**88)**

**Dosya No: 2021/5824**

**Şikayet Edilen: KT İstanbul Güzellik**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 30.12.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu Instagram sosyal medya platformunun (Bursa) İstanbul Güzellik (@k.t.istanbulguzellik) hesabının 30.12.2021 tarihli görünümlerinde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *“Lazer Epilasyon, Buz Lazer Epilasyon, Dermapen, Dudak Dolgusu, Jawline Dolgu, Medikal Cilt Bakımı”* gibi tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara, tıbbi yöntemlerin uygulandığı hastaların görüntülerine ve bu işlemlerle ilgili kampanyalara yer verildiği; ayrıca söz konusu tanıtımlarda kuruluşun isminin “(Bursa) İstanbul Güzellik”, “K.T İstanbul Estetik Güzellik Ve Yaşam Merkezi” gibi isimlerle nitelendirildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; inceleme konusu Instagram sosyal medya platformunun (Bursa) İstanbul Güzellik (@k.t.istanbulguzellik) hesabının 30.12.2021 tarihli görünümlerinde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; “Lazer Epilasyon, Buz Lazer Epilasyon, Dermapen, Dudak Dolgusu, Jawline Dolgu, Medikal Cilt Bakımı” 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 görüntülerine ve bu işlemlerle ilgili kampanyalara yer verildiği; ayrıca söz konusu tanıtımlarda kuruluşun isminin “(Bursa) İstanbul Güzellik”, “K.T İstanbul Estetik Güzellik Ve Yaşam Merkezi” gibi isimlerle 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; bir güzellik salonu olarak faaliyet gösteren 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, 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 **KT İstanbul Güzellik** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**89)**

**Dosya No: 2021/1049**

**Şikayet Edilen: Dr. Şevki Serkan HAZER**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 09.12.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com/opdrserkanhazer adresli internet sitesinde; *"bel boyun fıtığında, diz omuz ağrılarında...kök hücre tedavisi…"* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu internet sitesinde yer alan ifadeler 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 24 üncü maddesi,

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

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

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

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

**90)**

**Dosya No: 2021/2078**

**Şikayet Edilen:** **Emay Elektrik Otomotiv Eğitim Gıda Turizm Medikal Güzellik Salonları İth. İhr. San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.instagram.com/emay.estetik ve www.facebook.com/Emay Estetik adresli sosyal paylaşım siteleri ile www.emayestetik.com adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 08.06.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** "*www.instagram.com/emay.estetik*" adresli internet sitesinin 08.06.2021 tarihli görünümünde; *"...buz lazer, zayıflamada dev kampanya 10 seans ozon sauna, lenf drenaj, green peel sonrası cilt bakımı 950 TL, bölgesel incelme, kaş vitamini..."* şeklinde, "*www.emayestetik.com*" adresli internet sitesinin aynı tarihli görünümünde; *"emay güzellik salonu ile zamanı durduruyoruz, hydrofacial, pro-hydprofacial, leke bakımı, gözenek bakımı...depilasyon, zayıflama, G5 masajı, selülit... kirpik lifting, ipek kirpik..."* şeklinde, "*www.facebook.com/Emay Estetik*" adresli internet sitesinin aynı tarihli görünümünde; *"...güzellik için aradığınız her şeyin adresi, tek seansta 4cm - 12 cm incelmek artık mümkün, bayanlara özel epilasyon tüm vücut, koltukaltı, genital, bacak 2750 TL yerine 750 TL, sadece 3 seansta çatlaklarınızdan kurtulun...’’* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu internet sitesinde yer alan ifadeler ile firma tarafından sunulan hizmetlere yönelik talep oluşturulduğu ve sağlık alanında çalışan firmanın 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;

-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 nci 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 **Emay Elektrik Otomotiv Eğitim Gıda Turizm Medikal Güzellik Salonları 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.

**91)**

**Dosya No: 2022/111**

**Şikayet Edilen: Veni Vidi Özel Göz Sağlığı Hizmetleri A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“www.facebook.com/Veni Vidi Göz”* adresli sosyal paylaşım sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 06.01.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.facebook.com/Veni VidiGöz adresli sosyal paylaşım sitesinde; *"gözlük ve lenslerinden kurtulmak isteyen 1000 kişi aranıyor, ilk 1000 kişi için ay sonuna kadar geçerli fırsatlar hakkında bilgi almak için arayın"* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu internet sitesinde yer alan ifadeler ile firma tarafından sunulan hizmetlere yönelik talep oluşturulduğu ve sağlık alanında çalışan firmanın 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 24 üncü maddesi,

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

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

- Özel Hastaneler Yönetmeliği’nin 60 ıncı maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Veni Vidi Özel Göz Sağlığı Hizmetleri A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **155.712-TL (Yüzellibeşbinyediyüzoniki Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma** **cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**92)**

**Dosya No: 2022/115**

**Şikayet Edilen: Dünya Göz Hastanesi San. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“www.facebook.com/* *Dünyagöz Hastanesi”* adresli sosyal paylaşım sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 04.01.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.facebook.com/Dünyagöz Hastanesi adresli sosyal paylaşım sitesinde; *"yakın, uzak ve uzak astigmat tedavisi TRİFAKOL akıllı mercekler ile sağlanır, hemen randevu alın, tri-fakol akıllı mercek tedavisi ile her mesafede farklı bir mutluluk"* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu internet sitesinde yer alan ifadeler ile firma tarafından sunulan hizmetlere yönelik talep oluşturulduğu ve sağlık alanında çalışan firmanın 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 24 üncü maddesi,

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

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

- Özel Hastaneler Yönetmeliği’nin 60 ıncı maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Dünya Göz Hastanesi San. ve Tic. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **155.712-TL (Yüzellibeşbinyediyüzoniki Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma** **cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**GIDA**

**93)**

**Dosya No: 2021/1978**

**Şikayet Edilen: Bülent GÖZYUMAN (Sarıgöl Organik Ürünler)**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.trendyol.com/ internet sitesinde Öztekinler Gilsu Gilaburu Suyu 5 lt isimli ürüne ilişkin reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan inceleme kapsamında, https://www.trendyol.com/oztekinler-gilsu/gilaburu-suyu-5-lt-p-77977834 URL adresinde adı geçen ürüne ilişkin “Öne Çıkan Bilgiler” kısmında “*Gilaburu Faydaları: Yüksek miktarda C vitamini içeren gilaburu ve gilaburu suyu böbrek hastalıklarına, astım, romatizma, yüksek tansiyon, kabakulak, uyku bozukluğu gibi sorunlara iyi geliyor. Gilaburu kabuğunun kramplara ve kas gerginliklerine iyi geldiği söylenmektedir*.” şeklinde beyanlara yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu reklamda yer alan beyanların sağlık beyanı olduğu, bu tür beyanlarla gıda niteliğinde olan söz konusu ürünlerin sanki ilaç veya beşeri tıbbi ürün gibi tanıtıldığı, yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre gıdalar için bu tür sağlık beyanlarının kullanılmasının kesinlikle yasak olduğu, bir ürüne ilişkin olarak herhangi bir sağlık beyanında bulunabilmesi için ilgili idari otoriteden izin alınması gerektiği, kullanılan bu beyanlar için ilgili otoriteden izin alınmadığından söz konusu beyanların doğruluğunun bilimsel olarak ispat edilmiş sayılamayacağında gerçeği yansıtmadığı ve dolayısıyla doğruluğu bilimsel olarak ispat edilmemiş bu beyanlarla tüketicilerin aldatılıp yanıltıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmelik’in 5/1 inci maddesi,

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

- Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği’nin 5/1, 8/1-ç, 8/1-d, 8/2, 8/3, 8/4 ve 8/5 inci maddeleri,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Bülent GÖZYUMAN (Sarıgöl Organik Ürünler)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**94)**

**Dosya No: 2021/3869**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** hepsiburada.com internet sitesinde yer alan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 30.08.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.hepsiburada.com/armin-resverol-150mg-p-HBV00000S6ZAE?mag aza=Armin URL adresinin 30.08.2021 tarihli görünümünde “Armin Resverol 150 ml” ürününün reklamında “150 TL'ye 25 TL indirim” ve “100 TL'ye 15 TL indirim” ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, söz konusu tanıtımda yer alan indirimli satış kampanyasından yararlanmak isteyen tüketiciye satın alma aşamasında vaat edilen indirimin uygulanmadığı, firma tarafından söz konusu indirimin uygulandığının ispatlanması gerektiği ancak söz konusu hususun ispatlanamadığı, dolayısıyla söz konusu reklamın ulaştığı ortalama tüketicinin ekonomik davranış biçimini bozma ihtimali olduğu ve bu suretle yapılan tanıtımların tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/1-b, 7/1, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/5-ç, 9/1, 9/5, 13/1, 14/1, 14/2 ve 26 ncı maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **D-MARKET Elektronik Hizmetler Tic. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**95)**

**Dosya No: 2021/4043**

**Şikayet Edilen: Migros Ticaret Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** “migrossanalmarket” adıyla Instagram üzerinden yapılan “Biryağ Ayçiçek Yağı 5 L Teneke” adlı ürüne ilişkin reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** “migrossanalmarket” adıyla “Instagram” üzerinden yapılan reklamlarda “Biryağ Ayçiçek Yağı 5 L Teneke 50.75 TRY” ve “hemen yükle” ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, söz konusu reklamda, ürünü satın almaları için tüketicilerin Migros Sanal Market uygulamasını indirmeye yönlendirildiği ancak ürünü satın almak için firmaya ait uygulamaya giren tüketicilerin anılan ürüne erişemediği ve bu durumun tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/5-ç, 7/8-ç, 9/1, 9/5, 13/1, 13/9 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**96)**

**Dosya No: 2021/4499**

**Şikayet Edilen: Migros Ticaret Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** “migrossanalmarket” adıyla Facebook üzerinden yapılan “Komili Ayçiçek Yağı 4 L” adlı ürüne ilişkin reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu reklamda “Komili Ayçiçek Yağı 4 L 37.50 TRY” ifadesine yer verildiği ve ürünü satın almaları için tüketicilerin Migros Sanal Market uygulamasına yönlendirildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, “Komili Ayçiçek Yağı 4 L 37.50 TRY” ifadesinin yer aldığı reklamda, ürünü satın almaları için tüketicilerin Migros Sanal Market uygulamasını indirmeye yönlendirildiği ancak söz konusu ürünü satın almak için uygulaya giren tüketicilerin anılan ürüne erişemediği ve bu durumun tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/5-ç, 7/8-ç, 9/1, 9/5, 13/1, 13/9 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**97)**

**Dosya No: 2021/4648**

**Şikayet Edilen: Çaylı Organik Tarım Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** “egricayir.com” adlı internet sitesi üzerinden yapılan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 01.02.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.egricayir.com/tr/blog-detay/propolis-damla-nedir URL adresinin 01.02.2022 tarihli görünümünde yer alan tanıtımlarda “*Propolis damla formata getirilerek insan tüketimine sunulur. Propolis en iyi alkol de çözüldüğü için dünyada daha çok %70 alkol çözeltileri tercih edilir. Su bazlı propolis damlalar ise alkolsüzdür ancak propolisin çok az bir kısmı suda çözülür. Piyasada ürüne alkol bazlı dememek için propilen glikol gibi tehlikeli alkol türevi çözücülerde de çözülmüş propolis damlalar da vardır. Bu ürünler kullanımı uzmanlarca tavsiye edilmiyor*.” ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, özel düzenlemesi uyarınca propilen glikolün izin verilen çözücülerden biri olduğu ve herhangi bir çözücünün diğerinden üstünlüğü konusunda bir düzenleme bulunmadığı göz önüne alınarak söz konusu tanıtımda yer alan proplien glikolün tehlikeli olduğu ile ilgili beyanların ilgili mevzuatına aykırılık içerdiği, öte yandan, “...tehlikeli” ve “...tavsiye edilmiyor” şeklindeki vurguların benzer kategorideki ürünleri açıkça kötülediği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

- Türk Gıda Kodeksi Takviye Edici Gıdalar Tebliği’nin (Tebliğ No: 2013/49) 13/1 inci maddesi,

- Takviye Edici Gıdaların Onay İşlemleri Uygulama Talimatı'nın 35 inci maddesi,

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/1-b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 9/1, 9/5, 10/1, 16/1 ve 26 ncı maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Çaylı Organik Tarım Limited Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları** **durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**98)**

**Dosya No: 2021/5249**

**Şikayet Edilen: Nüde Danışmanlık Elek. Hizm. Mağ. ve Tic. A.Ş**

**Şikayet Edilen Reklam:** “atipik.otizm” kullanıcı adıyla Instagram ve https://otizmonline.com/ adlı internet sitesi üzerinden “CurcuBent” ve “Collabent Kollajen Peptit” adlı takviye edici gıda ürünlerine ilişkin reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 29.11.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Anılan sosyal medya hesabı ve internet sitesinin 29.11.2021 tarihli görünümünde; CurcuBent adlı ürünün https://www.instagram.com/p/CWAh-1ut0SV/ adlı URL uzantısında “Vücuda giren ağır metal ve toksinlerden kurtulun, anneden ya da vücuda gelen ağır metal radyasyon atmak için kullanılır.” şeklinde, https://www.instagram.com/p/CRBwVB6DM4d/ adlı URL uzantısında “Atipik OTİZM teşhisi aldığımızda ailece görüştüğümüz eczacımız bu ürünleri kullanmamızı tavsiye etti, 2 sene (18 aylıktan 4,5 yaşına kadar kullandık.) Vücudundaki ağır metal ve parazitlerden kurtuldu, algısı geldi, takıntılar azaldı, her zaman eğitime her zaman devam ettik. Sipariş ve satın almak için www.otizmonline.com sitesinden alabilirsiniz.” şeklinde, CurcuBent adlı ürünün https://otizmonline.com/urun/3lu-set/ ile https://otizmonline.com /urun/curcubent-bentonit-ve-kurkumin-iceren-takviye-edici-gida-400-ml-100-ml/ adlı URL uzantılarında “Tüm iltihabik rahatsızlıklarda, kanser hastalıklarında veya korunma amaçlı kullanılabilir.” şeklinde, Collabent Kollajen Peptit adlı ürünün https://otizmonline.com/urun/collabent-kollajen-peptit-hyaluronik-asit-ve-bentonit-iceren-tak viye-edici-gida-120-gr/ ile https://otizmonline.com/urun/ collabent-kollajen-peptit-hyaluronik-asit-ve-bentonit-iceren-takviye-edici-gida-240-gr/ adlı URL uzantılarında “Kan dokusunu oluşturmaya yardımcı olan tip 3 kolajen aynı zamanda cildin esnekliğini ve sıkılığını korumasına yardımcı olmaktadır. Kasları ve organları desteklemenin yanı sıra damarlara da elastikiyet vermektedir.” şeklinde ifadeler ile tanıtım ve/veya satışının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu reklamlarda yer alan beyanların, birer sağlık beyanı olduğu, bu tür beyanlarla takviye edici gıda niteliğindeki söz konusu ürünlerin kansere, otizme, iltihabik rahatsızlıklara 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,

Öte yandan, Türk Gıda Kodeksi Takviye Edici Gıdalar Tebliği'nde (Tebliğ No:2013/49) “2 yaşın altındaki bebek ve küçük çocuklar için takviye edici gıda üretilemez ve piyasaya arz edilemez.” hükmü yer almakta olup tanıtımlarda yer alan “18 aylıktan 4,5 yaşına kadar kullandık” ifadesinin ilgili mevzuatına aykırılık içerdiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmelik’in 5/1 inci maddesi,

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

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

- Türk Gıda Kodeksi Takviye Edici Gıdalar Tebliği'nin (Tebliğ No:2013/49) 13 üncü maddesi,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Nüde Danışmanlık Elek. Hizm. Mağ. ve Tic. A.Ş** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **114.326-TL (Yüzondörtbinüçyüzyirmialtı Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**99)**

**Dosya No: 2022/85**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** Muhtelif televizyon kanallarında yayınlanan, sınıf ortamında bir öğretmen tarafından hızlı bir biçimde 81 ilin isimlerinin sayıldığı ve “Tek nefeste sayılıyorsak tek nefeste gittiğimizden. Getir artık 81 ilde!” ifadelerine yer verilen “Getir” reklamları

**Reklam Yayın Tarihi:** 2022

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** İnceleme konusu reklamda, bir okuldaki sınıfta gerçekleştirilen veli toplantısı esnasında bir öğretmen tarafından “Getir” üzerinden verilen siparişin öğretmene teslim edildiği ve velilerden birinin siparişi teslim eden kuryeye “Senin burada ne işin var? Kim çağırdı bunu?” itirazı üzerine öğretmen tarafından "Ben çağırdım" şeklinde cevap verildiği ve devamında “Getir artık Türkiye'nin her yerinde” bilgisini paylaşması üzerine veli tarafından öğretmene “...sayın bakalım!..” şeklinde emredici bir cümle kurulduğu ve buna istinaden öğretmen tarafından hızlı bir biçimde 81 ilin isimlerinin sayıldığı ve “Tek nefeste sayılıyorsak tek nefeste gittiğimizden. Getir artık 81 ilde!” ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, ilgili kurumlar tarafından reklam senaryosunun bilindiği ve bir öğretmenin reklamda rol almasına izin verildiği, reklamda öğretmenlik mesleğini küçük düşürücü ya da kötüleyici unsurlara yer verilmediği değerlendirilmiş olup, dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin ilgili hükümleri ile 6502 sayılı Kanun’un 61 inci maddesine **aykırı olmadığına** karar verilmiştir.

**100)**

**Dosya No: 2021/5246**

**Şikayet Edilen: Gnd Süt Ürünleri Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.trendyol.com adresli e-ticaret sitesinde "Lezzetarayanlara" mağaza adıyla yapılan “Gündoğdu Müşteri Özel Beyaz Peynir Tereyağ”, “Taze Kaşar Peyniri Paketi 869MŞTÖ” adlı ürünlere ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.trendyol.com adresli e-ticaret sitesinde "Lezzetarayanlara" mağaza adıyla yapılan “Gündoğdu Müşteri Özel Beyaz Peynir Tereyağ”, “Taze Kaşar Peyniri Paketi 869MŞTÖ” adlı ürünlerin tanıtım görselinde 119,00 TL fiyat olduğu ancak ürünün satış fiyatının 154,90 TL olduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; www.trendyol.com adresli e-ticaret sitesinde "Lezzetarayanlara" mağaza adıyla yapılan Gündoğdu Müşteri Özel Beyaz Peynir Tereyağ, Taze Kaşar Peyniri Paketi 869MŞTÖ adlı ürünlerin tanıtım görselinde 119,00 TL fiyat olmasına rağmen ürünün satış fiyatının 154,90 TL olduğu, 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, 13/1 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**101)**

**Dosya No: 2021/5562**

**Şikayet Edilen: Ali KESKİN**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.instagram.com adresli internet sitesinde "sifa\_hanm\_" kullanıcı adıyla yapılan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 07.12.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com adresli internet sitesinde "sifa\_hanm\_" kullanıcı adıyla yapılan tanıtımların 07.12.2021 tarihli görünümünde;

Şifa Hanım Özel Yağı (Udihindi) adlı ürün tanıtımında *"Kullanıldığı hastalıklar: Şifa Hanım Özel Yağı vücudun her yerindeki tüm iltihabi rahatsızlıklara iyi gelmektedir. Hücre yenileyicidir! İdrar tutukluğu, idrar kaçırmaları, idrar yolu enfeksiyonu, prostat, ankilozan spondilit, balgam, gut, karaciğer ve safra kesesi ağrıları, kansızlık, farenjit."* şeklinde,

Çörekotu Yağı adlı ürün tanıtımında *"Çörek Otu Yağı: Bağışıklık sistemini güçlendirir. İltihap kurutucudur. Kuru öksürük ve bronşite iyi gelir. Kan şekerini düşürür. Gastrit ve ülser rahatsızlığına yararlıdır. Astım hastalarına iyi geldiği görülür. Kanser hücrelerinin gelişip vücuda yayılmasını engeller, karaciğer, meme, prostat kanserini yavaşlatır. Kalp ve damar yollarını korur. Mide hastalıklarını önler. Eklem ağrıları ve romatizmaya iyi gelir. Sinirleri yatıştırır. Halsizliği ve yorgunluğu alır. Yaraları iyileştirir. Kabızlığı giderir. Dolaşım sistemine faydalıdır."* şeklinde,

Ballı Macun adlı ürün tanıtımında *"İştah açar. Bağışıklık güçlendirir. Hastalıklardan korur. Toksin parazit temizler. Büyüme hormonu etkilidir. Odaklanmayı geliştirir. Farkındalığı artırır."* şeklinde,

Deva Macunu Özel Yağ adlı ürün tanıtımında *"Deva Macun: Rabbimin dilemesi ile kişiye faydası olabilecek rahatsızlıklar! Deva macunumuz iştah keser. Bağışıklık sistemini en çabuk şekilde güçlendirir! Vücudun tüm vitamin ihtiyacını karşılar! Doğal Antidepresan. Büyüme hormonu etkili. Enerji verir. Stres alır. Uyku düzenini ve vücut ritmini dengeler. Panik atak için fayda sağlar. Odaklanmayı geliştirir. Farkındalığı artırır."* şeklinde,

Çam Kozalağı Özü adlı ürün tanıtımında *"Şifa Hanım Çam Kozalağı Özü: Solunum yollarını açarak daha rahat nefes almaya yardımcı olur. Akciğer sağlığını koruyarak sigara ve alkolden kaynaklı oluşan tahribatın onarılmasını sağlar. Ciğerleri temizler. Şiddetli öksürüğü dindirerek boğazı rahatlatır. Güçlü bir balgam sökücüdür. Astım ve Bronşit gibi hastalıklarda tedavi edici etkiye sahiptir."* şeklinde,

Özel Macun adlı ürün tanıtımında *"Bay Bayan Özel Macunu: Bağışıklık sistemini kuvvetlendirir. Sperm kalitesini ve sayısını arttırır. İktidarsızlığı önler. Kadınlık ve erkeklik canlı organizma sayısını arttırmaya fayda sağlar. Yumurtalık fonksiyonunu canlandırır ve gebelik sürecini hızlandırabilir. Yüksek folik asit içeriği ile vücudu hamileliğe hazırlar. Gebelik için gerekli hormonal dengeyi sağlar ve hormonları güçlendirir."* şeklinde,

Nefes-i Şifa adlı ürün tanıtımında *"Nefesi Şifa: Kronik astım, bronşit, koah hastalığı ve sigaradan kaynaklı akciğer hastalıklarına karşı etkili olan koah macunumuz çok şifalı bir etkiye sahiptir. Bronşlarınızı açarak daha kolay nefes alıp vermenizi kolaylaştırırken ilk günden balgam çıkarmanızı sağlar ve tıpkı nefes açıcı kullanmış gibi nefesinizi ferahlatarak ve kandaki oksijen miktarının artmasına katkı sağlayıp daha zinde bir hayat sürmenize yardımcı olur. Sigaranın zararlı etkilerini vücudunuzdan uzaklaştırmaya yardımcı olur."* şeklinde,

İksir-im adlı ürün *tanıtımında "İksir-İm: Hücre Yenileyici. Genel olarak üst solunum, alt solunum yolları, sindirim sistemi ve urogenital sistem rahatsızlıkları, eklem ağrılarına şifa olması özelligi ile güvenle kullanabileceğiniz Doğal Bitkisel Yağ Formülasyonu (Gıda Takviyesidir). Çok güçlü immun takviye içeriği, antiviral, antibakteriyel."* şeklinde,

Bayan Gece Losyonu adlı ürün tanıtımında *"Bayan Gece Losyonu: Ürünümüz yenileyici özelliği ve vitamin içeriği sayesinde şikayetleri en aza indirger. İçeriğinde bulunan çay ağacı yağı ve diğer doğal yağlar sayesinde dış genital bölgede oluşan kötü koku, mantar, akıntı ve kaşıntıyı giderir, çay ağacının antiseptik yapsınından dolayı da enfeksiyona iyi gelir. En önemli özelliği ise düzenli kullanımda vajinada daralma sağlamasıdır.”* şeklinde;

*"Ölüm dışında hiçbir hastalık yoktur ki çörek otunda onun için bir deva bulunmasın [Buhari,Tıbb7; Müslim, Selam 89 (...)"* ve *"Rabbimin dilemesi ile kişiye faydası olabilecek rahatsızlıklar"* 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,

Öte yandan söz konusu tanıtımlarda *"Ölüm dışında hiçbir hastalık yoktur ki çörek otunda onun için bir deva bulunmasın [Buhari,Tıbb7; Müslim, Selam 89 (...)"* ve *"Rabbimin dilemesi ile kişiye faydası olabilecek rahatsızlıklar"* şeklinde ifadelere yer verilerek tanıtımı yapılan ürünün satın alınmasını teşvik etmek amacıyla toplumun dini duygularının istismar edildiği 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, 8/1, 8/2, 8/3, 8/4, 9/1, 9/2, 13/1, 13/2 ve 13/3 maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Ali KESKİN** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **114.326,00-TL (Yüzondörtbinüçyüzyirmialtı Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesinekarar verilmiştir.

**102)**

**Dosya No: 2021/5566**

**Şikayet Edilen: Ali YETKİN**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.baltonikbal.com/ adresli internet sitesinde ve www.trendyol.com adresli internet sitesinde "Baltonik Bal" mağaza adıyla yapılan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 21.01.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.baltonikbal.com/ adresli internet sitesinin 21.01.2022 tarihli görünümünde;

Lavanta Balı adlı ürün tanıtımında *"Sinir sistemini güçlendirir. Sedef, Egzama, Vitiligo ve bilinmeyen cilt hastalıklarına fayda verir. Hebatit B ve C de etkilidir. Karaciğer yağlanmasını giderir Siroza fayda verir Karaciğer sistemine bağlı tüm hastalıklara fayda verir Sindirim sistemini düzene sokar Barsak florasını güçlendirir Mide hastalıklarına fayda verir Kalbi kuvvetlendirir Bağışıklık sistemini güçlendirir."* şeklinde,

Kestane Balı adlı ürün tanıtımında *"Adale ağrıları, titremesi, uyuşmasının giderilmesine, Ağrı ve sancıların giderilmesine, Ağız yaralarının iyileştirilmesine, Akciğer hastalıklarının iyileştirilmesine, Bademcik iltihabının yok edilmesine, Bağırsak gazının, iltihabının giderilmesine, Baş, göğüs, karın ağrılarının giderilmesine, Baş dönmesinin giderilmesine, Bel ağrılarının giderilmesine, Beyin hastalıklarının iyileşmesine, felç ve sinir hastalıklarını gidermede, Cilt bozukluğunu, lekelerini gidermeye, Cinsel gücü artırmaya, Damar sertliğine, damar tıkanıklığını yok etmeye, Gözleri güçlendirmeye, Halsizliğin giderilmesine, Hazmı kolaylaştırmaya, Hafızayı güçlendirmeye, İştah açmaya, Kabızlığın iyileştirilmesine, Kalp çarpıntısını gidermeye, Kanın temizlenmesine, Kemiklerin kuvvetlenmesine, Nezle ve grip hastalığının tedavisine, Öksürüğün, nefes darlığının, astım hastalığının tedavisine, Romatizma ve siyatiğin tedavisine, Sarılık hastalığının iyileştirilmesine, Sedef hastalığının giderilmesine iyi gelir."* şeklinde,

Çam Balı adlı ürün tanıtımında *"Nezle ve öksürüğe iyi gelir. Kalp çarpıntısı için faydalıdır. Sedef sarılık ve beyin hastalıklarında kullanılır. Alerjik vakaları önler. Mideye kuvvet verir. Çocukların zeka gelişimine oldukça olumlu katkıda bulunur. Tansiyonu düşürür ve iştahı açar. Doğal diş macunudur, kansızlığa doğal çözüm sunar ve anemiyi giderir. Alaca hastalığına bitkisel çözüm şifadır. Kabızlığa iyi gelir. Damarları açar, romatizmaya ve alerjiye faydalıdır. Cilde ve saça olan faydaları da bir hayli fazladır, bu bal çeşidi cildi yumuşatır, saçları besler. Doğal ağrı kesici ve ağrı dinlendirici özelliği vardır. İshali kesici ve zıt olan kabızlığı da önleyici ve ödem atıcıdır. Ülser ve mideye oldukça faydası vardır."* şeklinde,

Kekik Balı adlı ürün tanıtımında *"Grip ve öksürüğün kısa sürede iyileşmesini sağlar. Mide şişkinliğini giderir. Cildin nemlenmesini sağlar, cilt hastalıklarının iyileşmesini hızlandırır. Ciltteki kaşıntıları önler, egzamanın tedavisinde destekleyici olur. İştah açıcı olduğundan, kekik balı kilo almak isteyenlerin tüketebileceği sağlıklı bir besindir."* şeklinde,

Diken Balı adlı ürün tanıtımında *"Mide rahatsızlıklarına etkilidir, hazmı kolaylaştırır, mide ve bağırsaktaki mikropları öldürür, gaz birikmesine engel olur ve kabızlığı giderir. Grip, nezle, anjin, sinüzit ve soğuk algınlığına faydalıdır, idrar söktürür, böbrekteki kum ve tasların dökülmesine yardımcı olur. Astım, bronşit ve nefes darlığına faydalıdır, göğsü yumuşatır, balgam sökmeye yardımcı olur. Akciğer ve karaciğer hastalıklarına iyi gelir. Gözlere faydalıdır, sedef hastalığına iyi gelir. Bel gevşekliğini giderir, beli sıkar, çocukların gelişmesi ve beslenmesinde eşsiz bir besin kaynağıdır, çocukların altını ıslatmasını önler. Kadınlarda ve erkeklerde cinsel gücü arttırır. Prostata faydalıdır. Vücut kilosunu dengeler, baş ve migren ağrılarına iyi gelir. Kireçlenme ve romatizmal hastalıklara iyi gelir. Vücudun bütün sinirlerini yumuşatır, vücut yorgunluğunu giderir, el ayak titremelerine ve felçlere faydalıdır. Sırt ve bel ağrılarında ve siyatik romatizmada faydalıdır. Vücutta dolaşan kanın kılcal damarlarda dolaşmasını sağlar. Bütün vücuda kuvvet direnç ve kalbe ferahlık verir. Mide bulantısını önler ve kadınların sütünü arttırır, adet hallerini düzene sokar. Hafızayı kuvvetlendirir, dikkati arttırır. Vücudun genel sıhhatini korur, yaşlılıktan ileri gelen birçok sorunu çözer."* şeklinde,

Geven Balı adlı ürün tanıtımında *"Soğuk algınlığı ve grip, süregen enfeksiyon, kronik yorgunluk ve astımda şifa sağlamaktadır. Kalp rahatsızlıkları, böbrek rahatsızlıkları, mide ülserleri rahatsızlıklarında şifa sağlar. Çeşitli alerjiler ve yaraları geçirir. Genel hazım sorunlarını yok eder. Kemoterapiyle ilişkili olarak iştah kaybı veya yorgunluğu ortadan kaldırmaktadır."* şeklinde,

Ayçiçek (Günebakan) Balı adlı ürün tanıtımında *"En önemli özelliği doğal bir ateş düşürücü olmasıdır. Bağışıklık sistemini kuvvetlendirir. Akciğer ve birçok kanser türüne iyi geldiği söylenir. Vücuda zindelik verir."* şeklinde,

Petek Balı adlı ürün tanıtımında *"Hafızayı arttırır. Çocuklar için en iyi antitussiftir. Uykuya dalmadan önce ballı içecek sizi rahatlatacak ve sakin bir uyku verecektir. Kepek ve kuru cilt tedavisinde son derece etkilidir. Aterosklerozdan sorumlu olan kötü LDL kolesterolün oksidasyonunu yavaşlatır."* şeklinde,

Karakovan Kütük Balı adlı ürün tanıtımında *"Göz rahatsızlıklarına karşı etkilidir, Soğuk algınlığı, nezle ve gribi önler, Balgam sökücü özelliği vardır, Saç dökülmesini engeller Metabolizmayı güçlendirir, İştah açıcıdır Kabızlık ve ishale karşı etkilidir, Vücuda zindelik kazandırır, Beyin fonksiyonlarına olumlu etkisi vardır, Sinir sistemini güçlendirir, İdrar sökücü özelliği vardır, Damarları temizler, varise karşı kullanılabilir, Ülser rahatsızlıklarına karşı etkilidir, Bağırsak sorunlarını giderir, Düşünceyi berraklaştırır, Prostat hastalığını önlemeye yardımcı olur, Sedef hastalığına karşı iyi gelir, Cildi güzelleştirir, Kolesterolü düşürür, Karaciğer ve akciğeri temizler, Cinsel performansı artırır, Hepatit ve sarılık gibi rahatsızlıklara karşı etkilidir, Vücuttaki antioksidan seviyesini artırır, Kansere ve damar hastalıklarına karşı mücadele eder, Sinirler üzerinde olumlu etkileri vardır, Uykusuzluğa karşı tüketilebilir."* şeklinde;

www.trendyol.com adresli internet sitesinde "Baltonik Bal" mağaza adıyla yapılan tanıtımlarda BaltonikBal Şifa Karışım 4'lü Bal Karışımı 400 gram ürünü Satıcıya Sor bölümünün 21.01.2022 tarihli görünümünde *"ŞİFA KARIŞIMI Yumurta verimini arttıracaktır. Düzensiz adet gören ve uzun zamandır adet göremeyen insanlara yardımcı olacaktır. Vücuttaki ödemi atacaktır. Hücre yenilemesinde, vücut hormon dengesini dengesini düzene sokacaktır. Erken yaşlanmayı önler genç kalmanızı destekleyecektir.(…) Kilo yapmaz idrar yolu enfeksiyonuna iyi gelir içerisinde propolis var arı sütü polen kekik balı var polikistik içinde etkilidir (…) Şifa karışımı hormon düzenler yumurta kalitesini arttırır şifa karışımı öneririz. (…) gebe kalmanız için hazırlanmıştır. Gebe kalma sürenizi kısaltacaktır. Hızlı tesiri ile öne çıkar. Yumurta kalitesini artıracaktır.(…) "* 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, 8/1, 8/2, 8/3, 8/4, 9/1, 9/2, 13/1, 13/2 ve 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 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Ali YETKİN** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **155.712,00-TL (Yüzellibeşbinyediyüzoniki Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesinekarar verilmiştir.

**103)**

**Dosya No: 2022/107**

**Şikayet Edilen: Bireler Sebze ve Meyve Lojistik Bakliyat Yem İth. İhr. San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait "BELSAT TANZİM SATIŞ NOKTASI" ifadeli tabela

**Reklam Yayın Tarihi:** 21.12.2021

**Yayınlandığı Mecra:** Tabela

**Tespitler:** ''\*\*\*\*\*\*\*\*\* Mahallesi \*\*\*\* Sokak No:\*\* Yenişehir/MERSİN'' adresinde faaliyet gösteren firmaya ait işyerinde ''BELSAT TANZİM SATIŞ NOKTASI'' adı ile satış yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; ''\*\*\*\*\*\*\*\*\* Mahallesi \*\*\*\* Sokak No:\*\* Yenişehir/MERSİN'' adresinde faaliyet gösteren firmaya ait işyerinde ''BELSAT TANZİM SATIŞ NOKTASI'' adı ile satış yapılarak aslında manav olarak faaliyet gösteren işyerinin tüketiciler nezdinde belediyeye ait tanzim satış noktası olduğu izlenimi oluşturulduğu ve 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-a, 7/5-b, 7/5-c, 9/1, 9/2, 9/4, 9/5, 11/1, 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 **Bireler Sebze ve Meyve Lojistik Bakliyat Yem İth. İhr. San. ve Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63, 77/12 ve 77/13 üncü maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**104)**

**Dosya No: 2022/362**

**Şikayet Edilen: Eti Gıda Sanayi A. Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:”** Eti Çikolatalı Gofret” ambalajında yer alan *"#çıtırhediyeler Xiaomi Mi Robot veya daha birçok hediyeden birini kazanma şansı*" kampanyasına ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj

**Tespitler:** “Eti Çikolatalı Gofret” ambalajında *"#çıtırhediyeler Xiaomi Mi Robot veya daha birçok hediyeden birini kazanma şansı"* kampanyasına ilişkin tanıtımların bulunduğu ve kampanya bitiş tarihinin ambalaj üzerinde belirtildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, “Eti Çikolatalı Gofret” ambalajında *"#çıtırhediyeler Xiaomi Mi Robot veya daha birçok hediyeden birini kazanma şansı"* kampanyasına ilişkin bilgilerin ve kampanya bitiş tarihinin ambalaj üzerinde belirtildiği 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.

**105)**

**Dosya No: 2022/701**

**Şikayet Edilen: Upfield İstanbul Gıda Üretim A. Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Muhtelif televizyon kanallarında yayınlanan ve Youtube adresli internet sitesinin Becel Türkiye isimli kanal adıyla yapılan https://youtube/IWsiV5WvZ6w adresli URL adresinde yer alan Becel Tereyağı Severlere isimli tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 23.02.2022

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon, İnternet

**Tespitler:** Muhtelif televizyon kanallarında yayınlanan ve Youtube adresli internet sitesinin “Becel Türkiye” isimli kanalında yayınlanan https://youtube/IWsiV5WvZ6w adresli URL adresinin 23.02.2022 tarihli görünümünde yer alan *"%100 bitkisel yağlar içeren yeni Becel Tereyağı Severlere! Yeni Dünyanın Yeni Lezzeti*" başlıklı tanıtımlarda,

"*Şimdi daha iyi daha bitkisel beslenme vakti. Ama lezzetten vazgeçmeden. (...) Tereyağının lezzetini çok seviyoruz. Ama bitkisel beslenmenin iyiliğine inanıyoruz. İşte bu yüzden %100 bitkisel yağlar içeren Beceli sofralarla tanıştırıyoruz. Becel tereyağ severlere*." şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; muhtelif televizyon kanallarında yayınlanan ve Youtube adresli internet sitesinin “Becel Türkiye” isimli kanalında yayınlanan https://youtube/IWsiV5WvZ6w adresli URL adresinin 23.02.2022 tarihli görünümünde yer alan "%100 bitkisel yağlar içeren yeni Becel Tereyağı Severlere! Yeni Dünyanın Yeni Lezzeti" başlıklı tanıtımlarda,

"*Şimdi daha iyi daha bitkisel beslenme vakti. Ama lezzetten vazgeçmeden. (...) Tereyağının lezzetini çok seviyoruz. Ama bitkisel beslenmenin iyiliğine inanıyoruz. İşte bu yüzden %100 bitkisel yağlar içeren Beceli sofralarla tanıştırıyoruz. Becel tereyağ severlere.* " şeklinde ifadelere yer verilerek, tereyağının lezzet olarak iyi ancak beslenme açısından iyi olmadığı algısının yaratıldığı ve bitkisel beslenmenin daha iyi olduğunun vurgulandığı,

 Ayrıca *"%100 bitkisel yağlar içeren yeni Beceli sofralarla tanıştırıyoruz. Becel tereyağ severlere"* ifadesiyle ürünün tereyağı olduğu algısı oluşturulduğu, tanıtımda yer alan ifadeler 5996 sayılı Veteriner Hizmetleri, Bitki Sağlığı, Gıda ve Yem Kanunu'nun Gıda ve Yemde İzlenebilirlik ve Etiketleme, Sunum ve Reklam ile Tüketici Haklarının Korunması başlıklı 24 üncü maddesi üçüncü fıkrasına aykırılık teşkil ettiği,

Bununla birlikte 26.01.2017 tarih ve 29960 Mükerrer sayılı Resmi Gazete'de yayımlanan Türk Gıda Kodeksi Etiketleme ve Tüketicileri Bilgilendirme Yönetmeliği'nin 7 nci maddesi 1 (c) bendinde yer alan "*Tüm benzer gıdalar aynı niteliklere sahip olduğu halde, belli bir gıdanın özel niteliklere sahip olduğunu ileri sürerek ve özellikle belirli bileşenler ve/veya besin öğelerinin varlığını veya yokluğunu özel olarak vurgulayarak,*" hükmü ile 4 üncü fıkrasında yer alan "*Birinci, ikinci ve üçüncü fıkralarda yer alan hükümler; Gıdanın reklâmı, Gıdanın tanıtımı; özellikle de şekli, görünüşü veya ambalajı, kullanılan ambalaj malzemesi, düzenlendiği biçim ve sergilenme şekli için de uygulanır."* hükümlerine aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 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 **Upfield İstanbul Gıda Üretim A. Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**106)**

**Dosya No: 2021/5808**

**Şikayet Edilen: Babaş Gıda Sanayi ve Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Dondurmacı Amca” markalı dondurma çeşitlerine yönelik ambalajlar üzerinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** Kasım 2021

**Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj

**Tespitler:** Yapılan incelemede, Reklam Kurulu’nun 10.08.2021 tarih ve 312 sayılı toplantısında; *“Dondurmacı Amca” markalı dondurma çeşitlerine yönelik fiyat bilgilerinin yer aldığı dış mekan ilanlarında “Tüm ürünlerde %50 indirim” ibaresi ile beraber satışa sunulan ürünlerin indirimli fiyatlarına, “Dondurmacı Amca” markalı dondurma çeşitlerinden “Gold” ve “Batom” ürünlerine ait ambalajlar üzerinde de “%50 indirim” ibaresi ile beraber “Kampanyalı fiyat” ibaresine verildiği yer verilmesine rağmen söz konusu ürünlerin indirimden önceki fiyattan satışa sunulduğunun ispatlanmadığı, bu nedenle söz konusu ürünlerin satışa sunulduğu dönem başından itibaren indirimli olduğuna ilişkin tanıtım yapılmasının tüketicileri söz konusu ürünlerin gerçek satış fiyatı konusunda aldatıcı olduğu, bunun yanında söz konusu ürünlere ilişkin indirimin hangi tarihlerde geçerli olduğuna yönelik bir bilginin afiş üzerinde yer almadığı”* ve *“Dondurmacı Amca Maraşlı Sade” ve “Gold” ürünlerine ait ambalajlar üzerinde “Glikoz yoktur” ve “Günlük taze sütten üretilmiştir.” ibarelerine ye verilmişse de, “Glikoz yoktur” ibaresinin Türk Gıda Kodeksi Gıda Etiketleme ve Tüketicileri Bilgilendirme Yönetmeliği Hakkında Kılavuz çerçevesinde aykırı nitelikte olduğu, “Günlük taze sütten üretilmiştir.” ifadesinin de, Yönetmelikte taze ifadesinin sadece pastörize sütler için kullanılabileceği, tanıtımda yer alan ürünlerin ise pastörize değil koyulaştırılmış süt içerdiğinin beyan edildiği gerekçesi ile bahsi geçen Kılavuz çerçevesinde aykırı değerlendirildiği”* gerekçeleri ile söz konusu reklamları durdurma cezası verildiği, ancak başvuru sahibi tarafından gönderilen reklam görsellerinin incelenmesinden; Kasım 2021 döneminde muhtelif satış noktalarında satışı yapılan “Dondurmacı Amca” markalı dondurma çeşitlerinden “Gold” ve “Batom” ürünlerine ait ambalajlar üzerinde *“%50 indirim”* ibaresi ile beraber *“Kampanyalı fiyat”* ibaresine ve “Dondurmacı Amca Maraşlı Sade” ve “Gold” ürünlerine ait ambalajlar üzerinde de *“Glikoz yoktur”* ve *“Günlük taze sütten üretilmiştir.”* ibarelerine verilmeye devam edildiği anlaşılmış olup,

Ek olarak, “Dondurmacı Amca” markalı dondurma çeşitlerinden “Dondurmacı Amca Maraş Cup” isimli ürüne ait ambalaj üzerinde de *“%50 indirimli”* ve *“Tanıtım fiyatı”* ibareleri ile *“Glikoz yoktur”* ve *“Günlük taze sütten üretilmiştir.”* ibarelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; Reklam Kurulu’nun 10.08.2021 tarih ve 312 sayılı toplantısında; *“Firmaya ait “Dondurmacı Amca” markalı dondurma çeşitlerine yönelik fiyat bilgilerinin yer aldığı dış mekan ilanlarında “Tüm ürünlerde %50 indirim” ibaresi ile beraber satışa sunulan ürünlerin indirimli fiyatlarına, “Dondurmacı Amca” markalı dondurma çeşitlerinden “Gold” ve “Batom” ürünlerine ait ambalajlar üzerinde de “%50 indirim” ibaresi ile beraber “Kampanyalı fiyat” ibaresine verildiği yer verilmesine rağmen söz konusu ürünlerin indirimden önceki fiyattan satışa sunulduğunun ispatlanmadığı, bu nedenle söz konusu ürünlerin satışa sunulduğu dönem başından itibaren indirimli olduğuna ilişkin tanıtım yapılmasının tüketicileri söz konusu ürünlerin gerçek satış fiyatı konusunda aldatıcı olduğu, bunun yanında söz konusu ürünlere ilişkin indirimin hangi tarihlerde geçerli olduğuna yönelik bir bilginin afiş üzerinde yer almadığı”* ve *“Dondurmacı Amca Maraşlı Sade” ve “Gold” ürünlerine ait ambalajlar üzerinde “Glikoz yoktur” ve “Günlük taze sütten üretilmiştir.” ibarelerine ye verilmişse de, “Glikoz yoktur” ibaresinin Türk Gıda Kodeksi Gıda Etiketleme ve Tüketicileri Bilgilendirme Yönetmeliği Hakkında Kılavuz çerçevesinde aykırı nitelikte olduğu, “Günlük taze sütten üretilmiştir.” ifadesinin de, Yönetmelikte taze ifadesinin sadece pastörize sütler için kullanılabileceği, tanıtımda yer alan ürünlerin ise pastörize değil koyulaştırılmış süt içerdiğinin beyan edildiği gerekçesi ile bahsi geçen Kılavuz çerçevesinde aykırı değerlendirildiği”* gerekçeleri ile söz konusu reklamları durdurma cezası verildiği,

Ancak Reklam Kurulu’nun söz konusu kararına rağmen, Kasım 2021 döneminde muhtelif satış noktalarında satışı yapılan “Dondurmacı Amca” markalı dondurma çeşitlerinden “Gold” ve “Batom” ürünlerine ait ambalajlar üzerinde *“%50 indirim”* ibaresi ile beraber *“Kampanyalı fiyat”* ibaresine ve “Dondurmacı Amca Maraşlı Sade” ve “Gold” ürünlerine ait ambalajlar üzerinde de *“Glikoz yoktur”* ve *“Günlük taze sütten üretilmiştir.”* ibarelerine verilmeye devam edildiğinin tespit edildiği,

Ek olarak, Firmaya ait “Dondurmacı Amca” markalı dondurma çeşitlerinden “Dondurmacı Amca Maraş Cup” isimli ürüne ait ambalaj üzerinde *“%50 indirimli”* ve *“Tanıtım fiyatı”* ibareleri ile *“Glikoz yoktur”* ve *“Günlük taze sütten üretilmiştir.”* ibarelerine yer verildiği, söz konusu ürün %50 indirim ile satılıyor ise Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin “İndirimli satış reklamları” başlıklı 14 üncü maddesiuyarınca söz konusu ürünlerin indirimden önceki fiyattan satışa sunulduğunun ispatlanmamış olduğu, aynı zamanda ambalaj üzerinde yer verilen *“Glikoz yoktur”* ibaresinin Türk Gıda Kodeksi Gıda Etiketleme ve Tüketicileri Bilgilendirme Yönetmeliği Hakkında Kılavuz çerçevesinde aykırı nitelikte olduğu, *“Günlük taze sütten üretilmiştir.”* ifadesinin de ilgili mevzuat gereği ürün pastörize sütten elde edildiyse kullanılabileceği aksi halde mevzuata aykırı olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolaysıyla inceleme konusu tanıtımların,

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

- Türk Gıda Kodeksi Gıda Etiketleme ve Tüketicileri Bilgilendirme Yönetmeliği Hakkında Kılavuz’un 22, 47, 48 ve 49 uncu 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 **Babaş Gıda Sanayi ve Ticaret A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**107)**

**Dosya No: 2021/5809**

**Şikayet Edilen: Abdurrahman YILMAZ**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.trendyol.com isimli internet sitesinde satışı yapılan “Datça Acıbadem Macunu Akciğer Detoksu Özellikli” isimli takviye edici gıda ürününe ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 13.12.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan inceleme sonucunda, www.trendyol.com isimli internet sitesinde satışı yapılan “Datça Acıbadem Macunu Akciğer Detoksu Özellikli” isimli takviye edici gıda ürününe ilişkin ürün isminde; *“…Akciğer Detoksu Özellikli”* ifadesine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; www.trendyol.com isimli internet sitesinde satışı yapılan “Datça Acıbadem Macunu Akciğer Detoksu Özellikli” isimli takviye edici gıda ürününe ilişkin ürün isminde; *“…Akciğer Detoksu Özellikli”* ifadesine yer verildiği, söz konusu ifadelerin tanıtımı yapılan ürünleri sağlıkla ilişkilendiren sağlık beyanları olduğu, böylelikle söz konusu ürünlerin sanki bir ilaç veya beşeri tıbbi ürün gibi tanıtıldığı, yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre takviye edici gıdalar için bu tür sağlık beyanlarının kullanılmasının kesinlikle yasak olduğu, bir ürüne ilişkin olarak 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 **Abdurrahman YILMAZ** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**108)**

**Dosya No: 2021/5810**

**Şikayet Edilen: Aleyna SARAÇ**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.trendyol.com isimli internet sitesinde satışı yapılan “Macun-i Nefesim Datça Acıbadem Macunu” isimli takviye edici gıda ürününe ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 13.12.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan inceleme sonucunda, www.trendyol.com isimli internet sitesinde satışı yapılan “Macun-i Nefesim Datça Acıbadem Macunu” isimli takviye edici gıda ürününe ilişkin 13.12.2021 tarihli tanıtımlarda; *“Datça macunu, halk arasında Acıbadem macunu olarak da bilinir. Akciğer rahatsızlıkları ile savaşan, akciğer temizlemeye yardımcı olan doğal bir ürün olarak lanse edilen bu macun macunun sigaranın yan etkilerini azalttığı iddia ediliyor.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; Trendyol isimli internet sitesinde satışı yapılan “Macun-i Nefesim Datça Acıbadem Macunu” isimli takviye edici gıda ürününe ilişkin 13.12.2021 tarihli tanıtımlarda; *“Datça macunu, halk arasında Acıbadem macunu olarak da bilinir. Akciğer rahatsızlıkları ile savaşan, akciğer temizlemeye yardımcı olan doğal bir ürün olarak lanse edilen bu macun macunun sigaranın yan etkilerini azalttığı iddia ediliyor.”* ifadelerine yer verildiği, söz konusu ifadelerin tanıtımı yapılan ürünleri sağlıkla ilişkilendiren sağlık beyanları olduğu, böylelikle söz konusu ürünlerin sanki bir ilaç veya beşeri tıbbi ürün gibi tanıtıldığı, yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre takviye edici gıdalar için bu tür sağlık beyanlarının kullanılmasının kesinlikle yasak olduğu, bir ürüne ilişkin olarak 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 **Aleyna SARAÇ** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**109)**

**Dosya No: 2021/5811**

**Şikayet Edilen: Derya UZUN**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.trendyol.com isimli internet sitesinde satışı yapılan “Bilge İlaç Datça Acıbadem Macunu” isimli takviye edici gıda ürününe ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 13.12.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan inceleme sonucunda, www.trendyol.com isimli internet sitesinde satışı yapılan “Bilge İlaç Datça Acıbadem Macunu” isimli takviye edici gıda ürününe ilişkin 13.12.2021 tarihli tanıtımlarda; *“Akciğer rahatsızlıkları ile savaşan, akciğer temizlemeye yardımcı olan doğal bir ürün olarak lanse edilen bu macun macunun sigaranın yan etkilerini azaltma etkisi de vardır.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; Trendyol isimli internet sitesinde satışı yapılan “Bilge İlaç Datça Acıbadem Macunu” isimli takviye edici gıda ürününe ilişkin 13.12.2021 tarihli tanıtımlarda; *“Akciğer rahatsızlıkları ile savaşan, akciğer temizlemeye yardımcı olan doğal bir ürün olarak lanse edilen bu macun macunun sigaranın yan etkilerini azaltma etkisi de vardır.”* ifadelerine yer verildiği, söz konusu ifadelerin tanıtımı yapılan ürünleri sağlıkla ilişkilendiren sağlık beyanları olduğu, böylelikle söz konusu ürünlerin sanki bir ilaç veya beşeri tıbbi ürün gibi tanıtıldığı, yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre takviye edici gıdalar için bu tür sağlık beyanlarının kullanılmasının kesinlikle yasak olduğu, bir ürüne ilişkin olarak 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 **Derya UZUN** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**110)**

**Dosya No: 2021/5812**

**Şikayet Edilen: Füsun UTKAN**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.trendyol.com isimli internet sitesinde satışı yapılan “Datça Plus Acıbadem Macunu” isimli takviye edici gıda ürününe ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 13.12.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan inceleme sonucunda, www.trendyol.com isimli internet sitesinde satışı yapılan “Datça Plus Acıbadem Macunu” isimli takviye edici gıda ürününe ilişkin 13.12.2021 tarihli tanıtımlarda; *“Acıbadem macununun bağışıklık sistemine olumlu yönde etkisi bulunmaktadır. Hastalıklara karşı bağışıklık sistemine olumlu yönde etki eder ve bağışıklık sistemini dengeler. Balgam söktürür...Bağışıklık sistemine etki eder.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; Trendyol isimli internet sitesinde satışı yapılan “Datça Plus Acıbadem Macunu” isimli takviye edici gıda ürününe ilişkin 13.12.2021 tarihli tanıtımlarda; *“Acıbadem macununun bağışıklık sistemine olumlu yönde etkisi bulunmaktadır. Hastalıklara karşı bağışıklık sistemine olumlu yönde etki eder ve bağışıklık sistemini dengeler. Balgam söktürür...Bağışıklık sistemine etki eder.”* ifadelerine yer verildiği, söz konusu ifadelerin tanıtımı yapılan ürünleri sağlıkla ilişkilendiren sağlık beyanları olduğu, böylelikle söz konusu ürünlerin sanki bir ilaç veya beşeri tıbbi ürün gibi tanıtıldığı, yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre takviye edici gıdalar için bu tür sağlık beyanlarının kullanılmasının kesinlikle yasak olduğu, bir ürüne ilişkin olarak 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 **Füsun UTKAN** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**111)**

**Dosya No: 2021/5813**

**Şikayet Edilen: Görkem ÖZER**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.trendyol.com isimli internet sitesinde satışı yapılan “Nirvana Market Datça Acıbadem Macunu” isimli takviye edici gıda ürününe ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 13.12.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan inceleme sonucunda, www.trendyol.com isimli internet sitesinde satışı yapılan “Nirvana Market Datça Acıbadem Macunu” isimli takviye edici gıda ürününe ilişkin 13.12.2021 tarihli tanıtımlarda; *“Akciğer rahatsızlıkları ile savaşan, akciğer temizlemeye yardımcı olan doğal bir ürün olarak lanse edilen bu macun macunun sigaranın yan etkilerini azalttığı iddia ediliyor.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; www.trendyol.com isimli internet sitesinde satışı yapılan “Nirvana Market Datça Acıbadem Macunu” isimli takviye edici gıda ürününe ilişkin 13.12.2021 tarihli tanıtımlarda; *“Akciğer rahatsızlıkları ile savaşan, akciğer temizlemeye yardımcı olan doğal bir ürün olarak lanse edilen bu macun macunun sigaranın yan etkilerini azalttığı iddia ediliyor.”* ifadelerine yer verildiği, söz konusu ifadelerin tanıtımı yapılan ürünleri sağlıkla ilişkilendiren sağlık beyanları olduğu, böylelikle söz konusu ürünlerin sanki bir ilaç veya beşeri tıbbi ürün gibi tanıtıldığı, yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre takviye edici gıdalar için bu tür sağlık beyanlarının kullanılmasının kesinlikle yasak olduğu, bir ürüne ilişkin olarak 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 **Görkem ÖZER** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**112)**

**Dosya No: 2021/5814**

**Şikayet Edilen: Gülşen ERKAN**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.trendyol.com isimli internet sitesinde satışı yapılan “Datça Acıbadem Macunu” isimli takviye edici gıda ürününe ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 13.12.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan inceleme sonucunda, www.trendyol.com isimli internet sitesinde satışı yapılan “Datça Acıbadem Macunu” isimli takviye edici gıda ürününe ilişkin tanıtımlarda; *“…akciğerleriniz için detoks etkisi yaratın. Sadece akciğerler değil tüm vücutta toksinleri atmanıza yardım eder. Akciğerlerin toksinlerle dolması dolayısı ile oluşan rahatsızlıkların giderilmesine destek olur. Özellikle, sigara ile eşlik eden öksürüğe karşı etkilidir.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; www.trendyol.com isimli internet sitesinde satışı yapılan “Datça Acıbadem Macunu” isimli takviye edici gıda ürününe ilişkin tanıtımlarda; *“…akciğerleriniz için detoks etkisi yaratın. Sadece akciğerler değil tüm vücutta toksinleri atmanıza yardım eder. Akciğerlerin toksinlerle dolması dolayısı ile oluşan rahatsızlıkların giderilmesine destek olur. Özellikle, sigara ile eşlik eden öksürüğe karşı etkilidir.”* ifadelerine yer verildiği, söz konusu ifadelerin tanıtımı yapılan ürünleri sağlıkla ilişkilendiren sağlık beyanları olduğu, böylelikle söz konusu ürünlerin sanki bir ilaç veya beşeri tıbbi ürün gibi tanıtıldığı, yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre takviye edici gıdalar için bu tür sağlık beyanlarının kullanılmasının kesinlikle yasak olduğu, bir ürüne ilişkin olarak 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 **Gülşen ERKAN** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**113)**

**Dosya No: 2021/5815**

**Şikayet Edilen: Hasan ÇELİK**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.trendyol.com isimli internet sitesinde satışı yapılan “Botaniksan Zencefilli Çörekotlu Macun Datça Acıbadem” isimli takviye edici gıda ürününe ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 13.12.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan inceleme sonucunda, www.trendyol.com isimli internet sitesinde satışı yapılan “Botaniksan Zencefilli Çörekotlu Macun Datça Acıbadem” isimli takviye edici gıda ürününe ilişkin 13.12.2021 tarihli tanıtımlarda; *“Astım, bronşit koah gibi rahatsızlıklar için kullanılan Zencefilli Çörekotlu macunun akciğer temizleme, üst solunum yolu rahatsızlıkları, balgam söktürme gibi rahatsızlıklara fayda sağladığı bilinmektedir.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; www.trendyol.com isimli internet sitesinde satışı yapılan “Botaniksan Zencefilli Çörekotlu Macun Datça Acıbadem” isimli takviye edici gıda ürününe ilişkin 13.12.2021 tarihli tanıtımlarda; *“Astım, bronşit koah gibi rahatsızlıklar için kullanılan Zencefilli Çörekotlu macunun akciğer temizleme, üst solunum yolu rahatsızlıkları, balgam söktürme gibi rahatsızlıklara fayda sağladığı bilinmektedir.”* ifadelerine yer verildiği, söz konusu ifadelerin tanıtımı yapılan ürünleri sağlıkla ilişkilendiren sağlık beyanları olduğu, böylelikle söz konusu ürünlerin sanki bir ilaç veya beşeri tıbbi ürün gibi tanıtıldığı, yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre takviye edici gıdalar için bu tür sağlık beyanlarının kullanılmasının kesinlikle yasak olduğu, bir ürüne ilişkin olarak 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 **Hasan ÇELİK** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**114)**

**Dosya No: 2021/5816**

**Şikayet Edilen: His Dağıtım Tanıtım ve Pazarlama Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.trendyol.com isimli internet sitesinde satışı yapılan “Datça Acıbadem Macunu” isimli takviye edici gıda ürününe ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 13.12.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan inceleme sonucunda, www.trendyol.com isimli internet sitesinde satışı yapılan “Datça Acıbadem Macunu” isimli takviye edici gıda ürününe ilişkin 13.12.2021 tarihli tanıtımlarda; *“Zencefil özellikle gribal enfeksiyon ve üst solunum yolu enfeksiyonlarında tedavi edici özelliğiyle bilinen ve kullanılan bir bitkidir. Ayrıca zencefil öksürük şikayetlerinde ve derin nefes alamama problemlerinde de kullanıldığında son derece faydalıdır ve kullanan kişinin daha rahat nefes almasını sağlar. Datça acı badem macunu da zencefilin gücünü kullanarak içerisinde bulunan diğer bitki özleriyle birlikte kullanan kişide akciğer temizliği yapar. Nefesini kalıcı bir şekilde açar. Öksürük şikayetlerini ortadan kaldırır. Balgamı ve mukus oluşumunu söküp atar, boğazı rahatlatır. Kişide kaybolun koku duyusunu yeniden canlandırır. Tat duyusunu geliştirir, onarır. Bağışıklık sistemini güçlendirir.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; www.trendyol.com isimli internet sitesinde satışı yapılan “Datça Acıbadem Macunu” isimli takviye edici gıda ürününe ilişkin 13.12.2021 tarihli tanıtımlarda; *“Zencefil özellikle gribal enfeksiyon ve üst solunum yolu enfeksiyonlarında tedavi edici özelliğiyle bilinen ve kullanılan bir bitkidir. Ayrıca zencefil öksürük şikayetlerinde ve derin nefes alamama problemlerinde de kullanıldığında son derece faydalıdır ve kullanan kişinin daha rahat nefes almasını sağlar. Datça acı badem macunu da zencefilin gücünü kullanarak içerisinde bulunan diğer bitki özleriyle birlikte kullanan kişide akciğer temizliği yapar. Nefesini kalıcı bir şekilde açar. Öksürük şikayetlerini ortadan kaldırır. Balgamı ve mukus oluşumunu söküp atar, boğazı rahatlatır. Kişide kaybolun koku duyusunu yeniden canlandırır. Tat duyusunu geliştirir, onarır. Bağışıklık sistemini güçlendirir.”* ifadelerine yer verildiği, söz konusu ifadelerin tanıtımı yapılan ürünleri sağlıkla ilişkilendiren sağlık beyanları olduğu, böylelikle söz konusu ürünlerin sanki bir ilaç veya beşeri tıbbi ürün gibi tanıtıldığı, yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre takviye edici gıdalar için bu tür sağlık beyanlarının kullanılmasının kesinlikle yasak olduğu, bir ürüne ilişkin olarak 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 **His Dağıtım Tanıtım ve Pazarlama Limited Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**115)**

**Dosya No: 2021/5817**

**Şikayet Edilen: NVC Natural Vitamin Center Gıda Kozmetik Turizm İthalat İhracat Ticaret Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.trendyol.com isimli internet sitesinde satışı yapılan “Lokman Datça Acıbadem Macunu” isimli takviye edici gıda ürününe ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 13.12.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan inceleme sonucunda, www.trendyol.com isimli internet sitesinde satışı yapılan “Lokman Datça Acıbadem Macunu” isimli takviye edici gıda ürününe ilişkin 13.12.2021 tarihli tanıtımlarda; *“Datça Acıbadem Macunu özellikle sigarayı bırakmada etkili bir karışım olduğu biliniyor, doktorlar tarafından da tavsiye edildiği söylenmektedir. Akciğer detoksu veya sigara detoksu olarakta bilinen datça acıbadem macunu kullanarak sigaradan ve sigaranın yan etkilerinden kurtulabilirsiniz. Datça Acıbadem Macunu genellikle sigaranın yarattığı olumsuz etkileri gidermeye yardımcı olur. Datça Acıbadem Macunu akciğerler üzerindeki tıkalı gozenekleri açtığı ve nefes almayı kolaylaştırdığı biliniyor. Kullanan kişilerin ilk başlarda balgam renginin koyu olduğu, zaman geçtikçe bu rengin açılmaya başladığı belirtilmektedir.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; www.trendyol.com isimli internet sitesinde satışı yapılan “Lokman Datça Acıbadem Macunu” isimli takviye edici gıda ürününe ilişkin 13.12.2021 tarihli tanıtımlarda; *“Datça Acıbadem Macunu özellikle sigarayı bırakmada etkili bir karışım olduğu biliniyor, doktorlar tarafından da tavsiye edildiği söylenmektedir. Akciğer detoksu veya sigara detoksu olarakta bilinen datça acıbadem macunu kullanarak sigaradan ve sigaranın yan etkilerinden kurtulabilirsiniz. Datça Acıbadem Macunu genellikle sigaranın yarattığı olumsuz etkileri gidermeye yardımcı olur. Datça Acıbadem Macunu akciğerler üzerindeki tıkalı gozenekleri açtığı ve nefes almayı kolaylaştırdığı biliniyor. Kullanan kişilerin ilk başlarda balgam renginin koyu olduğu, zaman geçtikçe bu rengin açılmaya başladığı belirtilmektedir.”* ifadelerine yer verildiği, söz konusu ifadelerin tanıtımı yapılan ürünleri sağlıkla ilişkilendiren sağlık beyanları olduğu, böylelikle söz konusu ürünlerin sanki bir ilaç veya beşeri tıbbi ürün gibi tanıtıldığı, yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre takviye edici gıdalar için bu tür sağlık beyanlarının kullanılmasının kesinlikle yasak olduğu, bir ürüne ilişkin olarak 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 **NVC Natural Vitamin Center Gıda Kozmetik Turizm İthalat İhracat Ticaret Limited Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**116)**

**Dosya No: 2021/5818**

**Şikayet Edilen: Piramit Isı Mühendislik İnşaat Tur. San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.trendyol.com isimli internet sitesinde satışı yapılan “Datça Acıbadem Macunu” isimli takviye edici gıda ürününe ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 13.12.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan inceleme sonucunda, www.trendyol.com isimli internet sitesinde satışı yapılan “Datça Acıbadem Macunu” isimli takviye edici gıda ürününe ilişkin 13.12.2021 tarihli tanıtımlarda; *“Akciğer rahatsızlıkları ile savaşan, akciğer temizlemeye yardımcı olan doğal bir ürün. Sigaranın yan etkilerini azalttığı iddia ediliyor”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; www.trendyol.com isimli internet sitesinde satışı yapılan “Datça Acıbadem Macunu” isimli takviye edici gıda ürününe ilişkin 13.12.2021 tarihli tanıtımlarda; *“Akciğer rahatsızlıkları ile savaşan, akciğer temizlemeye yardımcı olan doğal bir ürün. Sigaranın yan etkilerini azalttığı iddia ediliyor”* ifadelerine yer verildiği, söz konusu ifadelerin tanıtımı yapılan ürünleri sağlıkla ilişkilendiren sağlık beyanları olduğu, böylelikle söz konusu ürünlerin sanki bir ilaç veya beşeri tıbbi ürün gibi tanıtıldığı, yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre takviye edici gıdalar için bu tür sağlık beyanlarının kullanılmasının kesinlikle yasak olduğu, bir ürüne ilişkin olarak 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 **Piramit Isı Mühendislik İnşaat Tur. San. ve Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**117)**

**Dosya No: 2021/5819**

**Şikayet Edilen: Sayima YILMAZ**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.trendyol.com isimli internet sitesinde satışı yapılan “Datça Orijinal Acıbadem Macunu” isimli takviye edici gıda ürününe ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 13.12.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan inceleme sonucunda, www.trendyol.com isimli internet sitesinde satışı yapılan “Datça Orijinal Acıbadem Macunu” isimli takviye edici gıda ürününe ilişkin tanıtımlarda; *“…özellikle sigara içenlerde dolan akciğerlerin temizlenmesine yardımcı bir yöntemdir”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; www.trendyol.com isimli internet sitesinde satışı yapılan “Datça Orijinal Acıbadem Macunu” isimli takviye edici gıda ürününe ilişkin tanıtımlarda; *“…özellikle sigara içenlerde dolan akciğerlerin temizlenmesine yardımcı bir yöntemdir”* ifadelerine yer verildiği, söz konusu ifadelerinin tanıtımı yapılan ürünleri sağlıkla ilişkilendiren sağlık beyanları olduğu, böylelikle söz konusu ürünlerin sanki bir ilaç veya beşeri tıbbi ürün gibi tanıtıldığı, yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre takviye edici gıdalar için bu tür sağlık beyanlarının kullanılmasının kesinlikle yasak olduğu, bir ürüne ilişkin olarak 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 **Sayima YILMAZ** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**118)**

**Dosya No: 2022/168**

**Şikayet Edilen: Gül Tuba AYDOS GÖRGÜLÜ**

**Şikayet Edilen Reklam:** Instagram isimli sosyal paylaşım sitesinde “ecz.gultuba\_isparta” isimli kullanıcı hesabında yer alan muhtelif takviye edici gıda ürünlerine ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 10.01.2022, 19.01.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan inceleme sonucunda, Instagram isimli sosyal paylaşım sitesinde reklam veren şahsa ait olduğu tespit edilen “ecz.gultuba\_isparta” isimli kullanıcı hesabının;

10.01.2022 tarihli görünümünde yer alan tanıtımlarda “Hindistan Cevizi Yağı ve Multi Probiyotik Mikroorganizma İçeren Takviye Edici Gıda” adlı ürünün *“Peki, probiyotikler hangi durumlarda destekleyici olurlar? Geçirgen bağırsak, kabızlık, sebebi bulunamamış alerjiler, egzama, sedef, rozasea gibi cilt rahatsızlıkları, candida, ametal yükü gibi daha birçok durumda bedenin dengeye gelmesinde yardımcı olacaktır.” şeklinde, https://www.instagram.com/p/CSrdFkcA\_2a/ adlı url uzantısında “Bağışıklığımızı ve cilt floramızı desteklemede, sebebi bilinemeyen alerjilerde, bağırsak geçirgenliğinde ve ağır metalin vücuttan doğru şekilde atılmasında, alzheimer ve demans durumlarında, vücutta yıkılan seratoninin geri emilimine bağlı depresyonlarda, mantar enfeksiyonlarında ve gıda intoleransında oldukça destekleyicidir. Her türlü bağırsak probleminin temel probiyotik seçimi olmalıdır.” şeklinde, https://www.instagram.com/p/CRyVokkAHlH/ adlı url uzantısında “Türk mikrobiyatasına ait ata suşu probiyotikler hem çok iyi bir detoksifikasyon aracı hem de bağışıklık ve sindirim sistemine, cilt sağlığına iyi bir destekleyicidir. Kontrolsüz çoğalmış candida ve buna bağlı oluşan ağır metallerin vücuttan atılmasına, laktoz içerikli gıda alımına bağlı olarak gelişen sindirim problemlerinin aşılmasına, İBS, şişkinlik sorunlarının önüne hızlı bir şekilde geçmesine, bağırsak geçirgenliğini sebebi ile enflamasyonun yatkın ciltlerde oluşan sedef, egzema gibi hastalıkların düzelmesine destek olacağız. Ata suşu sağlıklı yağ asitleri içerisindeki probiyotiklerimiz şifa olsun.”,* “Hodan Yağı ve Multi Probiyotik Mikroorganizma İçeren Takviye Edici Gıda”adlı ürünün *“Hodanbiotic. Mide rahatsızlığı olan kişilerde, kemik sıkıntıları yaşayan kişilerde, d vit ihtiyacı olanlarda, enflamasyon hastalıkları yaşayan kişilerde kullandığımız, çok özel bir yağ olan GLA miktarınca oldukça zengin hodan yağı içerisinde multiprobiyotik gıda takviyesi.”, “Kemikleri gelişmekte olan gençlerde, yaşı ilerlemiş ve menopozdan kaynaklı kemik problemleri yaşayan kişilerde kemik sağlığına, alçıya alınmayan kırıkların iyileşmesine, daha sağlıklı bir iskelet sistemine, daha iyi hareket kabiliyetine, cilt problemlerine destek olacağız.”,* “Avokado Yağı ve Multi Probiyotik Mikroorganizma İçeren Takviye Edici Gıda”adlı ürünün *“Akkermansia Muciniphila ve Lactobacillus Gastricus yepyeni, gıda takviyesi olarak ilk defa ruhsatlandırılabilen iki probiyotik bakteri. Akkermensia Muciniphila tüm dünyanın peşinde koştuğu çok kıymetli bir bakteri, ne işe yaradığını ise çok anlattık ama kısaca söylemek gerekirse hem şekeri parçalıyor hem bağırsak çeperini güçlendiriyor hem de diğer probiyotik bakterilerin çoğalmasına elverişli bir ortam hazırlamak icin açlık halinde bile müsini parçalayabiliyor. Cilt lekelerine de yine insülin direnci ve hücre zarından gelen iyileşme ve cilt florasını destekleyerek yardımcı olur. Zeaxantin ve lutein içeriğinden dolayı kişilerin eklemlerde bulunan sıvı yani kartilaj dokunun artmasına yardımcı olur.”* şeklinde*, “Voonka Omega 3”* ile *“Voonka Omega 7”* adlı ürünlerin *“Hücre yenileme etkisi vardır.”* şeklinde ifadeler ile 19.01.2022 tarihli görünümünde yer alan tanıtımlarda ise “Adler Schüssler Biotin İçeren Takviye Edici Gıda” isimli ürünlerin *“Varis, Vertigo, Diş eti kanaması, Hücre Yenilenmesi, Osteoporoz, Hiperaktivite, Kramplar, Enfeksiyon başlangıç dönemi, Farenjit, Tonsillit, Larenjit, Tüm soğuk algınlığı durumları, yüksek ateş, Alerjiler, Alerjik rinit, Sistit, Bronşit…”* şeklinde ve benzeri çeşitli hastalık ve rahatsızlıkların isimleri ile tanıtımlarının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda,Instagram isimli sosyal paylaşım sitesinde reklam veren şahsa ait olduğu tespit edilen “ecz.gultuba\_isparta” isimli kullanıcı hesabının;

10.01.2022 tarihli görünümünde yer alan tanıtımlarda “Hindistan Cevizi Yağı ve Multi Probiyotik Mikroorganizma İçeren Takviye Edici Gıda” adlı ürünün *“Peki, probiyotikler hangi durumlarda destekleyici olurlar? Geçirgen bağırsak, kabızlık, sebebi bulunamamış alerjiler, egzama, sedef, rozasea gibi cilt rahatsızlıkları, candida, ametal yükü gibi daha birçok durumda bedenin dengeye gelmesinde yardımcı olacaktır.” şeklinde, https://www.instagram.com/p/CSrdFkcA\_2a/ adlı url uzantısında “Bağışıklığımızı ve cilt floramızı desteklemede, sebebi bilinemeyen alerjilerde, bağırsak geçirgenliğinde ve ağır metalin vücuttan doğru şekilde atılmasında, alzheimer ve demans durumlarında, vücutta yıkılan seratoninin geri emilimine bağlı depresyonlarda, mantar enfeksiyonlarında ve gıda intoleransında oldukça destekleyicidir. Her türlü bağırsak probleminin temel probiyotik seçimi olmalıdır.” şeklinde, https://www.instagram.com/p/CRyVokkAHlH/ adlı url uzantısında “Türk mikrobiyatasına ait ata suşu probiyotikler hem çok iyi bir detoksifikasyon aracı hem de bağışıklık ve sindirim sistemine, cilt sağlığına iyi bir destekleyicidir. Kontrolsüz çoğalmış candida ve buna bağlı oluşan ağır metallerin vücuttan atılmasına, laktoz içerikli gıda alımına bağlı olarak gelişen sindirim problemlerinin aşılmasına, İBS, şişkinlik sorunlarının önüne hızlı bir şekilde geçmesine, bağırsak geçirgenliğini sebebi ile enflamasyonun yatkın ciltlerde oluşan sedef, egzema gibi hastalıkların düzelmesine destek olacağız. Ata suşu sağlıklı yağ asitleri içerisindeki probiyotiklerimiz şifa olsun.”,* “Hodan Yağı ve Multi Probiyotik Mikroorganizma İçeren Takviye Edici Gıda”adlı ürünün *“Hodanbiotic. Mide rahatsızlığı olan kişilerde, kemik sıkıntıları yaşayan kişilerde, d vit ihtiyacı olanlarda, enflamasyon hastalıkları yaşayan kişilerde kullandığımız, çok özel bir yağ olan GLA miktarınca oldukça zengin hodan yağı içerisinde multiprobiyotik gıda takviyesi.”, “Kemikleri gelişmekte olan gençlerde, yaşı ilerlemiş ve menopozdan kaynaklı kemik problemleri yaşayan kişilerde kemik sağlığına, alçıya alınmayan kırıkların iyileşmesine, daha sağlıklı bir iskelet sistemine, daha iyi hareket kabiliyetine, cilt problemlerine destek olacağız.”,* “Avokado Yağı ve Multi Probiyotik Mikroorganizma İçeren Takviye Edici Gıda”adlı ürünün *“Akkermansia Muciniphila ve Lactobacillus Gastricus yepyeni, gıda takviyesi olarak ilk defa ruhsatlandırılabilen iki probiyotik bakteri. Akkermensia Muciniphila tüm dünyanın peşinde koştuğu çok kıymetli bir bakteri, ne işe yaradığını ise çok anlattık ama kısaca söylemek gerekirse hem şekeri parçalıyor hem bağırsak çeperini güçlendiriyor hem de diğer probiyotik bakterilerin çoğalmasına elverişli bir ortam hazırlamak icin açlık halinde bile müsini parçalayabiliyor. Cilt lekelerine de yine insülin direnci ve hücre zarından gelen iyileşme ve cilt florasını destekleyerek yardımcı olur. Zeaxantin ve lutein içeriğinden dolayı kişilerin eklemlerde bulunan sıvı yani kartilaj dokunun artmasına yardımcı olur.”* şeklinde*, “Voonka Omega 3”* ile *“Voonka Omega 7”* adlı ürünlerin *“Hücre yenileme etkisi vardır.”* şeklinde ifadeler ile,

19.01.2022 tarihli görünümünde yer alan tanıtımlarda ise “Adler Schüssler Biotin İçeren Takviye Edici Gıda” isimli ürünlerin *“Varis, Vertigo, Diş eti kanaması, Hücre Yenilenmesi, Osteoporoz, Hiperaktivite, Kramplar, Enfeksiyon başlangıç dönemi, Farenjit, Tonsillit, Larenjit, Tüm soğuk algınlığı durumları, yüksek ateş, Alerjiler, Alerjik rinit, Sistit, Bronşit…”* şeklinde ve benzeri çeşitli hastalık ve rahatsızlıkların isimleri ile tanıtımlarının yapıldığı, söz konusu ifadelerin tanıtımı yapılan ürünleri sağlıkla ilişkilendiren sağlık beyanları olduğu, böylelikle söz konusu ürünlerin sanki bir ilaç veya beşeri tıbbi ürün gibi tanıtıldığı, yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre takviye edici gıdalar için bu tür sağlık beyanlarının kullanılmasının kesinlikle yasak olduğu, bir ürüne ilişkin olarak 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 Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**119)**

**Dosya No:** **2021/4318**

**Şikayet Edilen: Mbaşaran Sağlık Gıda Sanayi ve Ticaret Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.7zeytin1incir.net/ adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 29.11.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.7zeytin1incir.net/ adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda; *“6 mucize bitkisel içeriğin bir araya gelmesiyle oluşan Pheda Plus, Gıda ve Tarım Bakanlığı onaylı mucize bir takviye. Piyasadaki muadillerinin aksine sağlıklı bir kilo verme deneyimi sunan bu özel ürün zeytin yaprağı ekstratı, incir meyve ekstratı, çam sakızı ekstratı, sumak ekstratı, hurma çekirdeği yağı ve üzerlik tohumuiçeriği ile kısa sürelerde kilo vermenizi destekler. Sindirim sistemini tam kapasite olarak çalıştıran ve özellikleri saymakla bitmeyen bu özel tablet, kaygıları yok etmesi, dikkat dağınıklığını önlemesi, hormonları dengelemesi, unutkanlığı azaltması bakımından da etkili bir yardımcıdır. Ayda 8 ila 10 kilo verme etkisine sahip olan Pheda Plus, vücut direncinizi kırmadan fit kalmanızı sağlar.”* 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.7zeytin1incir.net/ adresli internet sitesinde yer alan 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,

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

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

- 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 ve 26 ncı maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**120)**

**Dosya No: 2021/5687**

**Şikayet Edilen: Nestle Türkiye Gıda San. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmanın Nescafe markalı ürün paketlerinden çıkan şifreleri ile ilgili "Ne App Uygulaması Hediye Kampanyası" adlı tanıtımları

**Reklam Yayın Tarihi:** 13.12.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmanın “Nescafe Ne’App” adlı uygulamasında Nescafe 3’ü Bir Arada paketlerinden çıkan kodların uygulamaya girilerek ve biriktirilerek elde edilen N’Puanlar ile harcama yapılıp promosyon ürün kazanılabileceği; kampanyanın 15 Eylül 2021-12 Mart 2022 tarihleri arasında geçerli olduğunun belirtildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu hediye kampanyası tanıtımlarında; tüm satış noktalarının kampanyaya katılmadığına dair bilgilendirme ifadesine yer verildiği; söz konusu kampanyaya katılan anlaşmalı bayilerin isim ve adres bilgilerinin uygulamadaki haritada tüketicinin bulunduğu konuma göre listelenip gösterildiği; yerel ve ulusal zincir mağazaların ve süpermarketlerin kampanyaya dahil olmadığına yönelik kampanya istisnasının tüketicilere belirtildiği; şikayet konusu durumun münferiden gerçekleştiği görüş ve kanaatine varılarak; 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.

**121)**

**Dosya No: 2022/239**

**Şikayet Edilen: Flora Fidancılık Çiçekçilik Pey. Mim. İnş. Dış Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://jettplus.com/ adresli internet sitesinde “JettPlus” adlı ürüne yönelik gerçekleştirilen tanıtımlarda kullanılan mevzuata aykırı sağlık beyanları

**Reklam Yayın Tarihi:** 25.01.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://jettplus.com/ adresli internet sitesinin 25.01.2022 tarihli görünümünde "Jettplus Enerji İçeceği", "Jettplus Geciktirici Sprey", "Jettplus Çikolata" ve "Jettplus Bitkisel Kapsül" isimli ürünlerin; "Sertleşme, erken boşalma başta olmak üzere yaygın cinsel sorunlar için doğal ve sağlıklı çözümünüz JETTPLUS ile performansınız uçuşa geçer! %100 garantili cinsel performans… %100 memnuniyet garantili doğal ve sağlıklı performans çözümleri ile JETTPLUS, Türkiye’nin bir numarasıdır. Her yaştaki kadın ve erkek için %100 garantili cinsel performans…Performans için geliştirilen afrodizyak esaslı JETPLUS ürünleri doğal ginseng, kafein, vitamin ve zengin mineral içeriği ile cinsel hayatınızı sağlıklı bir şekilde ateşler! Kadın ve erkeklerin kullanımına uygun ‘kışkırtıcı ekili’ JETTPLUS, partnerinize her defasında unutamayacağı saatler yaşatır. Sizi ve ‘onu’ asla yarı yolda bırakmaz…Jettplus Nedir? Çikolata, enerji içeceği ve bitkisel kapsül formundaki doğal içeriğe sahip seçenekleri ile Türkiye’nin rakipsiz cinsel performans ürünleri markasıdır…Jettplus’ın Etkisi Ne Kadar Sürer? Cinsel birliktelikten 10 dakika önce tüketildiğinde sizi ateşleyen ‘JETTPLUS etkisi’ minimum 12 saattir. Dikkat; maksimum JETTPLUS etkisi 24 saate kadar devam eder! Jettplus’ın Yan Etkileri Nelerdir? Tamamen doğal ve onaylı içeriğe sahip JETTPLUS ürünlerinin herhangi bir yan etkisi bulunmamaktadır." şeklinde ifadelerle tanıtımlar yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu ürünlerin cinsel performansı arttırıcı, istek arttırıcı, büyütücü, geciktirici, erken boşalmayı önleyici ve sertleştirici olduğu iddialarıyla ve sağlık beyanlarıyla reklam ve tanıtımının yapıldığı,

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

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

- Türk Gıda Kodeksi Gıda Etiketleme ve Tüketicileri Bilgilendirme Yönetmeliği’nin 7/1, 7/3, 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 **Flora Fidancılık Çiçekçilik Pey. Mim. İnş. Dış Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**122)**

**Dosya No: 2022/256**

**Şikayet Edilen: Serap Eczanesi Serap Nart Çağlar**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.instagram.com/serapilesaglik/ adresli sosyal medya hesabında muhtelif takviye edici gıdalara yönelik gerçekleştirilen tanıtımlarda kullanılan mevzuata aykırı sağlık beyanları

**Reklam Yayın Tarihi:** 25.01.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.instagram.com/serapilesaglik/ adresli ve "Ecz. Serap Nart" isimli sosyal medya hesabında yer alan reklam görsellerinin 25.01.2022 tarihli görünümünde;

https://www.instagram.com/p/CZCuQLllM5I/ uzantılı url adresinde yer alan paylaşımda “İmuneks Farma Micro-Glucan Plus ve Get Direct Elderberry+” isimli ürünler ile ilgili olarak; “Soğuk Algınlığı İçin Neler Yapılabilir? (Altta İmuneks Farma Micro-Glucan Plus ve Get Direct Elderberry+ markalı ürünlerin görseline yer verilerek)(...)Soğuk Algınlığı için önerilerim: Elderberry+: İçeriğindeki kara mürver ekstresi sayesinde bağışıklık sisteminin normal fonksiyonuna katkıda bulunur. İmuneks Micro-glucan plus: Zengin içeriği sayesinde grip ve soğuk algınlığına karşı vücudun bağışıklık sistemini destekler.” şeklinde,

https://www.instagram.com/p/CY9lPtTlQVU/ uzantılı url adresinde yer alan paylaşımda “İmuneks Plus ve Vitabiotics Immunace” isimli ürünler ile ilgili olarak; “En Etkili Bağışıklık Güçlendiriciler (Altta İmuneks Plus ve Vitabiotics Immunace markalı ürünlerin görseline yer verilerek) Sağlıklı kalmak için besin çeşitliliği ve dengeli bir diyet uygulamak özellikle içinde bulunduğumuz bu günlerde hayati önem taşımaktadır. Genel olarak taze sebze ve meyve tüketimi bağışıklık sistemini güçlendirmenin bel kemiğini oluşturmaktadır. Bununla beraber aşağıdaki besinler de içerdikleri yüksek antioksidanlar, prebiyotikler ve yağ asitleri ile öne çıkmaktadır. Kefir: Tam bir “probiyotik bombası" olarak bilinen kefir, en güçlü, en etkili bağışıklık güçlendirici içecektir. Balık: Omega-3 yağlarından zengin yapısı, kaliteli proteinlere sahip oluşu, D vitamini, fosfor ve kalsiyum zenginliği “bağışıklık dostu besinler” sıralamasında balığı önemli ve ayrı bir konuma getirir. Yaban Mersini: Yaban mersini, bir kişinin bağışıklık sistemini güçlendirmeye yardımcı olabilecek antioksidan özelliklere sahip olan “antosiyanin” adı verilen bir “flavonoid” türü içerir. Zerdeçal: Zerdeçal, içerdiği “kurkumin” ile antioksidan ve antienflamatuar etkilere sahiptir. Bu nedenle, zerdeçal tüketmek bir kişinin bağışıklık cevabını artırabilir. Bu besinlerin hepsini ayrı ayrı tüketmek her zaman çok zordur. Bu nedenle gıda takviyelerinden düzenli olarak yararlanabilirsiniz. Bağışıklığı Güçlendirmek için önerilerim: İmuneks Plus: Bağışıklık sistemini destekleme de yardımcı olur. Vitabiotics İmmunace: İmmün sistemi destekler, bağışıklık sisteminin yükselmesine yardımcı olur.” şeklinde,

https://www.instagram.com/p/CY4cKg6lMej/ uzantılı url adresinde yer alan paylaşımda “İmunol Şurup ve Sambunex Kara Mürver Meyve Ekstresi” isimli ürünler ile ilgili olarak; “Gribe Yakalanmamak İçin Neler Yapmalıyız? (Altta İmunol Şurup ve Sambunex Kara Mürver Meyve Ekstresi markalı ürünlerin görseline yer verilerek) (...)Gripten Korunmak ve Etkilerini azaltmak için önerilerim: Imuneks Sambunex Kara Mürver Vitamin C Çinko, hem C vitamini hem çinko ile bağışıklık sistemini güçlü tutmaya yardımcı olur. Bağışıklık sistemini desteklemesinin yanı sıra büyüme ve gelişmede önemli rolü olduğu için çinko, çocuklar tarafından düzenli olarak alınmalıdır. Imunol Sıvı Form, çocuklar için geliştirilmiş gıda takviyesidir. Beta Glukan 1,3/1,6, ekinezya, propolis, C vitamini ve çinko içerikli İmunol Sıvı Form, bileşimindeki C vitamini ve çinko ile; bağışıklık sisteminin normal fonksiyonuna katkıda bulunur." şeklinde,

https://www.instagram.com/p/CX1dtEgl6K0/ uzantılı url adresinde yer alan paylaşımda “Solgar Selenium ve Dynavit Selenium” isimli ürünler ile ilgili olarak; “Bağışıklıkta Selenyum Etkisi (Altta Solgar Selenium ve Dynavit Selenium görseline yer verilerek)(...)Selenyum, insanlar için esansiyel bir mineraldir ve dışarıdan vücuda alınması zorunludur. Selenyum, vücutta birçok enzimin yapısına yardımcı molekül olarak katılır. Antikor üretimine yardımcı olur. Antioksidan özelliğiyle serbest radikallerle savaşır. Tiroit bezinin çalışmasını sağlar. Saç ve tırnak gelişiminde önemli bir mineraldir. Benim selenyum takviye öenerilerim: Solgar Selenyum: Antioksidanlar oluşturmak için vücuttaki proteinlerle birleşerek hücrelerin serbest radikal hasarlarından korunmasını sağlar. Dynavit Selenyum: E vitamini ile birlikte hücrelerinizi oksidasyona karşı koruyarak” şeklinde,

https://www.instagram.com/p/CXEcL77goLs/ uzantılı url adresinde yer alan paylaşımda “Solgar CoQ-10 ve Nature's Bounty Co Q-10” isimli ürünler ile ilgili olarak; "Koenzim Q10'in antioksidan özelliklere sahip olduğundan bahsetmiştim. Bu özelliği sayesinde ciltteki yaşlanma belirtilerini giderme konusunda son derece etkilidir. Besinlerdeki koenzim Q10, moleküler kütlesinin büyüklüğü ve suda çözünebilirliğinin düşük olması nedeniyle vücuda yeterince katkı sağlayamıyor. Bu nedenle koenzim, “Q10” ve “QH” olmak üzere iki farklı formda ilaç olarak üretiliyor. Ayrıca koenzimin, cilt bakım ürünleri aracılığıyla topikal olarak da alınması mümkün.  Öyle ki koenzimin yalnızca daha genç bir cilt görünümü amacıyla kullanılmak istenmesi halinde, topikal (cilt bakım ürünleri) uygulamalar öneriliyor. Cilt için Koenzim Q10 takviye önerilerim: Solgar Koenzim Q10; Kolajen yaşlandıkça üretimi azaldığı için ek takviye olarak alınması önerilmektedir. Antioksidan olarak ta işlev görür ve bağışıklık sistemini korur. Nature’s Bounty Q10; Serbest radikalleri engellediği için antioksidan olarak kullanılabilir." şeklinde,

https://www.instagram.com/stories/highlights/17920004873129713/ uzantılı url adresinde yer alan paylaşımda “Solgar Omega-3 950 mg” isimli ürün ile ilgili olarak; "Epa 504 mgbeyin fonksiyonlarının güçlenmesine bağışıklık sistemini desteklemeye yardımcı olur." şeklinde,

https://www.instagram.com/stories/highlights/17920004873129713/ uzantılı url adresinde yer alan paylaşımda “Solgar 5-HTP” isimli ürün ile ilgili olarak; "Serotonin hormonunu tetikleyerek doğan antidepresan etki sağlar." şeklinde ifadeleri içeren tanıtımlara ve karşılaştırmalı reklamlara yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, bahse konu tanıtımlarda söz konusu ürünlerin, tıp literatüründe hastalık olarak tanımlanan sağlık problemlerine karşı olumlu etkilerinin olduğu veya bu hastalıkların anılan ürünlerle önlendiği izleniminin oluşturulduğu, böylece endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç iddialara yer verilerek söz konusu takviye edici gıdaların bir ilaç veya beşeri tıbbi ürün gibi tanıtıldığı, anılan tanıtımlarda 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 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, 5/d, 5/e maddeleri,

- Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği’nin 15/b maddesi,

- Türk Gıda Kodeksi Gıda Etiketleme ve Tüketicileri Bilgilendirme Yönetmeliği’nin 7/1, 7/3, 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, 22/1, 22/2, 23/1 ve 26/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**123)**

**Dosya No: 2022/306**

**Şikayet Edilen: Hünnap İlaç ve Sağlık Hizmetleri San. Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Daha önce tesis edilen Reklam Kurulu yaptırımına karşın, bahse konu şirketin üretip piyasaya arz ettiği “Hünnap Keçiboynuzu Özü” ve “Hünnap Propolis” markalı ürünlerine yönelik, web sitesinde ve ürünlerin üzerinde "Tüketici Ödülü Altın Marka" ve "FDA Registered" logosunu kullanması

**Reklam Yayın Tarihi:** 26.01.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, Ambalaj

**Tespitler:** https://www.hunnap.com.tr adresli internet sitesinde yer alan ürün tanıtımlarının 26.01.2022 tarihli görünümünde ve Hünnap Keçiboynuzu Özü" ile "Hünnap Propolis" adlı gıda takviyesi ürünlerinin halihazırda piyasada satışa sunulan ambalajlarında; "TTKD Tüketici Ödülü Altın Marka" şeklindeki ibareyi içeren altın renkli bir logoya ve "FDA Registered" şeklinde bir ibareye yer verilerek reklam ve tanıtımlar yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, evveliyatında bahse konu hususa ilişkin bir reklam şikayetinin incelenmesine istinaden Reklam Kurulu’nun 08.06.2021 tarihli ve 310 sayılı toplantısında yapılan görüşme ve değerlendirmeler neticesinde, "Hünnap Keçiboynuzu Özü" adlı ürünün ulusal televizyon kanallarında yayınlanan reklam filmlerinde ve muhtelif internet siteleri ile sosyal medya hesaplarında yer alan reklam görsellerinde "TTKD Tüketici Ödülü Altın Marka" şeklindeki ibareyi içeren altın renkli bir logoya ve dış ses tarafından telaffuz edilen "Altın Marka Tüketici Ödüllü" şeklinde bir ifadeye yer verilmesi, bahsi geçen ödülün değerlendirme süreci, duyurulması ve verilmesine ilişkin yazılı ve görsel medyada herhangi bir bilgiye rastlanmaması, söz konusu tüketici memnuniyeti ile tüketici şikayetlerine ilişkin bilgi ve istatistiklerin hangi veri tabanından ve hangi örneklemden temin edildiğine ilişkin hiçbir bilgi bulunmaması, bu kapsamda yapılan değerlendirmelerde söz konusu ödülün önceden ilan edilen objektif kriterler çerçevesinde ve bağımsız bir araştırma yürütülerek verildiğine yönelik mevcut şüphelerin giderilememesi,

Buna ilave olarak, yine anılan reklamlarda "FDA Registered" şeklinde bir ibareye yer verilmesi, bahse konu ifadenin "Amerikan Gıda ve İlaç Dairesi'ne Kayıtlı" anlamına gelmekle beraber; 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 anlaşılması, ilaveten ürünün ilgili kurum tarafından onaylandığı tarih ve tescil numarasına ilişkin Reklam Kurulu’na herhangi bir destekleyici belge sunulamaması, bahse konu ifadenin ürünün hangi kapsamda tescil edildiği ya da onaylandığı hususlarında tüketiciler nezdinde belirsizlikler meydana getirerek yanıltıcı nitelik teşkil etmesi gerekçeleriyle; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca reklam veren şirket hakkında anılan reklamları durdurma cezası tesis edilmesine karar verildiği ve söz konusu idari yaptırım kararını içeren ceza tebligatının 21.06.2021 tarihinde tebliğ edildiği,

Hal böyle iken, mezkur kararın tebliğ edilmesine karşın bahse konu ifadelerin halihazırda kullanılmasına devam edildiği; dolayısıyla Reklam Kurulu tarafından uygulanan idari yaptırım kararı ile her türlü mecrada yayını durdurulan ifade, reklam ve tanıtımların sürdürülerek mevzuata aykırılığına karar verilen söz konusu ihlalde ısrar edildiği; bu durumun da yürürlükteki mevzuat hükümlerine aykırı ve tüketicileri yanıltıcı nitelik teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu reklamların;

- Tüketici Ödülleri Yönetmeliği’nin 15 inci maddesi,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Hünnap İlaç ve Sağlık Hizmetleri San. Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **155.712-TL (Yüzellibeşbinyediyüzoniki Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**124)**

**Dosya No: 2020/4773**

**Şikayet Edilen: Sifar İlaçları Tic. ve San. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait internet sitesi www.newlife.com.tr'de yer alan ürün tanıtımları

**Reklam Yayın Tarihi:** 01.03.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.newlife.com.tr'de *"Türkiye'de Omega-3 EFA'dır."*  ifadesi ile https://newlife.com.tr/urunlerimiz/efa-pop/ adresli internet sitesinde yalnızca çocuk görsellerine yer verildiği, New Life Efa-Pop Balık Yağı İçeren Takviye Edici Gıda, New Life EFA POP Balık Yağı İçeren Balık Yağı İçeren Takviye Edici Gıda ve NEW LIFE EFA POP(Balık Yağı ve D Vitamini İçeren Takviye Edici Gıda) isimli ürünlere 11 yaş üzeri olarak tanımlanan yetişkin grubuna yönelik onay verildiği, günlük alım dozunun ise 1 kapsül olduğu ancak internet sitesinde *"Kullanım önerisi: Günde 1-2 kapsül tok karnına kullanılması önerilmektedir."* ifadelerinin yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, www.newlife.com.tr'de yer alan *"Türkiye'de Omega-3 EFA'dır."*  ifadesi ile https://newlife.com.tr/urunlerimiz/efa-pop/ adresli internet sitesinde yalnızca çocuk görsellerine yer verilerek ürünün çocuklara yönelik olduğu algısı yaratıldığı, New Life Efa-Pop Balık Yağı İçeren Takviye Edici Gıda, New Life EFA POP Balık Yağı İçeren Balık Yağı İçeren Takviye Edici Gıda ve NEW LIFE EFA POP(Balık Yağı ve D Vitamini İçeren Takviye Edici Gıda) isimli ürünlere 11 yaş üzeri olarak tanımlanan yetişkin grubuna yönelik onay verildiği, günlük alım dozunun ise 1 kapsül olduğu ancak internet sitesinde *"Kullanım önerisi: Günde 1-2 kapsül tok karnına kullanılması önerilmektedir."* ifadesinin; 1 kapsülde etken madde olarak 15 ug vitamin D içerdiği, öneri olarak 2 kapsül(30 ug) kullanılması durumunda, Türk Gıda Kodeksi Takviye Edici Gıdalar Tebliği'nin Ek-3' ünde yer alan Takviye Edici Gıdalarda Kullanılan Vitamin ve Minerallerin Günlük Maksimum Limitleri tablosunda 11 yaş üzeri yetişkinler için belirlenen maksimum limiti (25 ug) aştığı, bu sebeplerle söz konusu tanıtımların mevzuata aykırılık teşkil ettiği 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 maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**125)**

**Dosya No: 2021/5836**

**Şikayet Edilen: Batu İlaç San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.sb-life.com/ adlı internet sitesinde “Sb-Life Kekik Yağı Bitkisel Yağlar İçeren Takviye Edici Gıda” adlı ürünün içindekiler kısmında yer alan bitkisel yağlara ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 01.03.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.sb-life.com/ adlı internet sitesinde Sb-Life Kekik Yağı Bitkisel Yağlar İçeren Takviye Edici Gıdaadlı ürünün içindekiler kısmında birçok bitkisel yağdan bahsedildiği ve bu yağlardan; Hardal Yağı "*Hardal yağının sağlığa faydaları çoktur. Kalp, cilt, eklem, kas ve daha birçok hastalığa karşı tedavi yöntemlerine yardımcı olur."* , Biberiye Yağıile ilgili "*Dolaşımın hızlanmasına yardımcı olduğu için spor yapanlar tarafından tercih edilir. Biberiye yağını soluduğunuzda, balgam söktürülmesine yardımcı olur. Cilde sürüldüğünde hafif bir yanma hissi oluşsa da cilt metabolizmasını hızlandırmasından dolayı, selülit ve romatizma gibi farklı sorunlarda destekçi bir üründür. Ayrıca, biberiye yağı faydaları arasında saçlara kişisel bakım desteği de yer alır.",* Zencefil Yağıile ilgili "*İçerisinde birçok vitamin v mineral barındıran zencefil yağı cilt bakımında önemli bir yere sahiptir. Zencefil yağı güçlü bir anti oksidandır. Cilt üzerinde oluşan ince çizgilerin azalmasına yardımcı olur. Zencefil yağının içerisindeki yağ asitleri sayesinde cildin kurumasını engellenmesine yardımcı olur. Zencefil yağı cilt üzerindeki lekelerin azalmasına yardımcı olur."*, Ceviz Yağıile ilgili "*Beyin fonksiyonlarının arttırılmasına yardımcı olur. Ceviz yağı, cilt sağlığına iyi gelir. B3 dâhil, ceviz yağı; B1, B2 vitaminleri ile de doludur. Ayrıca niasin ile beraber, E vitamini bakımından da oldukça zengindir. Tüm bu vitaminler, cildimizi; canlı, sağlıklı ve de ışıltılı tutmak için son derece faydalı olabilmektedir. Buna ek olarak, yine ceviz yağında bulunan bazı besleyiciler; cildimizin yumuşaklığını ve dokusunu koruyabilmek için çalışmaktadır."*, Çörek Otu Yağıile ilgili "*Aşağıdaki cilt rahatsızlıkları olan kişiler için de yararlı olabilir: Egzama: Egzama şiddetinin azaltılmasına yardımcı olur. Akne: Araştırmalar, çörek otu yağının antimikrobiyal ve antienflamatuar etkilerinin sivilceyi tedavisine yardımcı olabileceğini göstermektedir." ,* İncir Çekirdeği Yağıile ilgili "*Hücre yenilenmesini uyarır ve serbest radikallere karşı korunmaya yardımcı olur." ,* Mısır Yağıile ilgili "*Kolesterolün düşürülmesine yardımcı olur. E vitamini açısından zengin olan mısır yağı aynı zamanda güçlü antioksidan etkileri gösterir. Vücutta bulunan serbest radikalleri ve zararlı toksinlerin arındırılmasına yardımcı olur."* Kekik Yağıile ilgili "*Kırmızı ve beyaz renkli çiçekleri olan kekik kansere karşı koruyucudur. Ayrıca kan şekerinin düzenlenmesine ve idrar söktürülmesine yardımcı olur. Kekik yağı, özellikle saç ve cilt sağlığı için çok faydalıdır. Bağışıklık sistemini güçlendirilmesine yardımcı olur. Özellikle soğuk havalarda kişinin grip ve nezle gibi solunum yolu enfeksiyonlarına yakalanmasının önlenmesine yardımcı olur." ,* Kayısı Çekirdeği Yağıile ilgili "*Kayısı çekirdeği yağının insan sağlığı açısından faydalarından bazıları şunlardır: Antioksidan bakımından zengin olduğu için cilt kanserine yol açabilecek hücresel mutasyonun önlenmesine yardımcı olur. Bağışıklık sisteminin güçlendirilmesine yardımcı olur. Kolesterolün düşürülmesine yardımcı olur. Cilt tonunu iyileştirmeye, cildin yumuşaklığını ve parlaklığını korumaya yardımcı olur. Egzama ya da deri iltihabı gibi diğer cilt sorunlarında derideki yanma, kaşıntı ve tahriş hissini azaltıp tedaviye yardımcı olur." ,* Kudret Narı Yağıile ilgili "*Pek çok önemli sağlık sorununun tedavisinde kullanılmakta olan Kudret narı, bağışıklık sistemini güçlendirilmesine, kan şekerinin düzenlenmesine, kolesterol seviyelerinin düşürülmesine, karaciğerin temizlenmesine, cilt sorunlarının önlenmesine ve yaraların hızlı iyileşmesine yardımcı olur."* Ginkgo Biloba Yağıile ilgili "*Oldukça güçlü bir antioksidan olan "gingko biloba", beyin sağlığı başta olmak üzere pek çok alanda fayda sağlamaktadır. Antioksidan özelliği sayesinde serbest radikallerin azalmasına yardımcı olan gingko biloba, bu sayede birçok olası hasarın önüne geçilmesine yardımcı olur."* şeklinde ifadelerin kullanıldığı, ayrıca Ürün Yorumlarıadı altında; "Suat Korkmaz: *Covit-19 belası benide buldu. Ben kronik bir kalp hastasıyım gecen günlerde 3 arkadaş yurdişına çıkış yaptım ve hepimizin covit 19 testi pozitif çıktı ben ve arkadaşlarıma evde karantina verdiler sevdiğim bir arkadaşım bana sb- life getirdi 3 gün sonra testlerim negatif oldu öbür arkadaşlarımı hastahaneye kaldırdılar 20 gün hastahanede yattılar ben ise 3 günde normal hayatıma devam ettim ve vucudum hasarsız olarak atlattık herkeze tavsiye ederim herkezin evinde bulundurması gereken bir ürün olduğuna inanıyorum ayrıca çevremde kullanan ve kurtulan arkadaşlarım var bu ürünü içenin covit-19 olacağını düşünmüyorum şu an günde bir sefer kullanıyorum kendimi çok iyi hissediyorum herkeze tavsiye ediyorum arkadaşımdan ALLAH razı olsun sb-life ürününü çıkaranlardanda ALLAH razı olsun"* , Serdar Türk: "*6 gün önce covıd 19 teşhisi konuldu... 6 gündür günde 3 kere yemek kaşığı ölçüsünde sb life ürününü kullandım..bugün test sonucu negatif...bu çok inandırıcı gelmıyorsa firmaya cep numaramı bıraktım ...isteyen arkadaşlar cep numaramdan ulaşabilir raporları ciğer tomografimı kan tahlillerimi paylaşabilirim..böyle yorumlara hayatım boyu inanmamış biri olarak..en büyük ispat bunu yapabilirim.bu urun her ne ise yapandan satandan allah razı olsun...."* , Hatice Şahin: "*Covit 19 dan korunma amaçlı olarak sb life ı bağışıklık sistemini güçlendirdiği için aldım.Etrafımda covid19 geçirip kullananlar oldu ve gerçekten şifa bulup fayda gördüler. Ayrıca bana farklı yönde şifa kaynağı oldu 1 yıldır düzensiz adet dönemi geçiriyordum tahlil sonuçlarına göre doktor menopoza giriyorsun dedi sb life kullanmaya nisan ayında başladım ve dört aydır düzenli bir şekilde adet görüyorum bu ilacı çıkaranlardan tavsiye edenlerden Allah razı olsun herkese tavsiye ediyorum.*, Faruk Yılmaz: *alerjik astım hastasıyım bu ilacı çok yakın bi arkadaşımın önerisinden sonra denedim ve çok işe yaradığını gördüm. mucize gibi astım ilaçlarını bıraktım,hayatım cok düzgün oldu. hepinizden Allah razı olsun." ,* Metin Bekbaş: "*sedef hastasıyım şükür olsun sb life sayesinde çok iyiyim teşekkürler "* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların,

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

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**EĞİTİM**

**126)**

**Dosya No: 2021/4610**

**Şikayet Edilen: Akbulut Kardeşler Tarım Ürünleri Unlu Mamüller ve Özel Yurt İşletmeciliği Sanayi Ticaret Limited Şirketi (Özel Arzum Kız Öğrenci Yurdu)**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.arzumogrencievi.com adresli internet sitesinde yer alan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 03.11.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan incelemede, reklam veren şirkete ait "Özel Arzum Kız Öğrenci Yurdu" unvanlı öğrenci yurduna ilişkin reklam ve tanıtımların yer aldığı www.arzumogrencievi.com adresli internet sitesinin 03.11.2021 tarihli görünümünde; “*Altıntaş İlçesinde Gençlik ve Spor Bakanlığına Bağlı Şehir Merkezinde Tek Kız Öğrenci Yurduyuz...”* ifadelerine yer verilerek Gençlik ve Spor Bakanlığı ismi ve kurumsal logosunun ilgili görsellerde kullanıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, https://www.arzumogrencievi.com/ uzantılı internet sitesinin 03.11.2021 tarihli görünümünde; “*Altıntaş İlçesinde Gençlik ve Spor Bakanlığına Bağlı Şehir Merkezinde Tek Kız Öğrenci Yurduyuz*.” ifadelerine yer verilerek Gençlik ve Spor Bakanlığı ismi ve kurumsal logosunun ilgili görsellerde de kullanıldığı, söz konusu ilçede birden fazla yükseköğrenim öğrencilerine özel barınma hizmeti veren kurum olması nedeniyle yer verilen tanıtımların tüketicileri yanılttığı, anılan reklamlarda ilgili Bakanlığa ait logoyu kullanılmak suretiyle söz konusu kurumun itibarından haksız şekilde faydalanıldığı ve benzer alanda faaliyet gösteren firmalar açısından haksız rekabete yol açıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Yükseköğrenim Özel Barınma Hizmetleri Yönetmeliği’nin 14/2 ve 38/1 inci maddeleri,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 7/5-c, 7/6, 9/1, 9/2, 9/4, 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 **Akbulut Kardeşler Tarım Ürünleri Unlu Mamüller ve Özel Yurt İşletmeciliği Sanayi Ticaret Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**TEKNOLOJİ**

**127)**

**Dosya No: 2022/86**

**Şikayet Edilen: Migros Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından yapılan “Apple Iphone 11” ürün ile ilgili indirim kampanyasına ilişkin reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2022

**Yayınlandığı Mecra:** Broşür,İnternet

**Tespitler:** Tüketicinin göndermiş olduğu reklam örneği incelendiğinde “Iphone 11 256 GB” cep telefonunun 350 adet stokla sınırlı olmak üzere 12.999 TL yerine 7.999 TL ile satılacağına ilişkin bilgilendirmelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firma tarafından gönderilen kampanya öncesi ve kampanya esnasındaki satış faturaları incelendiğinde, Iphone 11 256 GB cep telefonunun reklamlarda belirtilen bedel ile satıldığı anlaşılmış ve bu nedenle reklamlarda yanıltıcı nitelikte ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil edecek herhangi bir durum bulunmadığı 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.

**128)**

**Dosya No: 2022/97**

**Şikayet Edilen: Nitech Teknoloji Ürünleri İthalat ve İhracat Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmanın www.hepsiburada.com adlı internet sitesinde yenilenmiş ürün algısı oluşturarak ürün satışı yapmasına yönelik reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Şikayete konu firmanın www.hepsiburada.com, www.n11.com, www.gittigidiyor.com gibi çeşitli yer sağlayıcı internet sitelerinde “Nitech Bilişim” satıcı adı ile yenilenmiş cep telefonu satışı yaptığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firmanın yenilenmiş ürün satışını Bakanlıkça yetkilendirilen yetkili yenileme merkezi olan HB Bilişim Servis Hizmetleri İthalat İhracat İç ve Dış Ti. Ltd. Şti’nin yetkili satıcısı olarak yaptığı anlaşılmış ve bu nedenle reklamlarda yanıltıcı nitelikte ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil edecek herhangi bir durum bulunmadığı 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.

**129)**

**Dosya No: 2022/98**

**Şikayet Edilen: Senatech Bilişim Teknoloji San. Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmanın www.hepsiburada.com adlı internet sitesinde yenilenmiş ürün algısı oluşturarak ürün satışı yapmasına yönelik reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Şikayete konu firmanın www.senatech.com.tr adlı kendi internet sitesinde ve www.hepsiburada.com, www.n11.com, www.gittigidiyor.com gibi çeşitli yer sağlayıcı internet sitelerinde “Senatech” satıcı adı ile yenilenmiş cep telefonu satışı yaptığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firmaya gönderilmiş olan 18 Ocak 2022 tarihli savunma talep yazısı itibariyle firmanın yenileme yetki belgesi ya da yetkili satıcı hizmet belgesi olmadığı ve yetkisiz olarak yenilenmiş ürün satışı yaptığı, bu durumda da; 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, 28/1, 28/2, 29/1, 29/2 ve 32 nci maddeleri,

- Yenilenmiş Ürünlerin Satışı Hakkında Yönetmelik’in 5/1, 5/2, 5/4 ve 13/2 maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**130)**

**Dosya No: 2022/99**

**Şikayet Edilen: Mastek İletişim İth. ve İhr. Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmanın www.hepsiburada.com adlı internet sitesinde yenilenmiş ürün algısı oluşturarak ürün satışı yapmasına yönelik reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Şikayete konu firmanın www.hepsiburada.com, www.n11.com, www.gittigidiyor.com gibi çeşitli yer sağlayıcı internet sitelerinde “Mastek Bilişim” satıcı adı ile yenilenmiş cep telefonu satışı yaptığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firmanın yenilenmiş ürün satışını Bakanlıkça yetkilendirilen yetkili yenileme merkezi olan HB Bilişim Servis Hizmetleri İthalat İhracat İç ve Dış Ti. Ltd. Şti’nin yetkili satıcısı olarak yaptığı anlaşılmış ve bu nedenle reklamlarda yanıltıcı nitelikte ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil edecek herhangi bir durum bulunmadığı 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.

**131)**

**Dosya No: 2022/100**

**Şikayet Edilen: I-Renova Bilişim Teknoloji ve Sistemleri A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmanın www.irenova.com adlı internet sitesinde yenilenmiş ürün algısı oluşturarak ürün satışına yönelik reklamları

**Reklam Yayın Tarihi:** 2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Şikayete konufirmanın www.irenova.com adlı internet sitesinde yenilenmiş cep telefonu satışı yaptığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firmanın yenilenmiş ürün satışını Bakanlıkça yetkilendirilen yetkili yenileme merkezi olan HB Bilişim Servis Hizmetleri İthalat İhracat İç ve Dış Ti. Ltd. Şti’nin yetkili satıcısı olarak yaptığı anlaşılmış ve bu nedenle reklamlarda yanıltıcı nitelikte ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil edecek herhangi bir durum bulunmadığı 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.

**132)**

**Dosya No: 2022/101**

**Şikayet Edilen: Gencpa Teknoloji Hizm. ve İletişim Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmanın www.gencpa.com adlı internet sitesinde yenilenmiş ürün algısı oluşturarak ürün satışına yönelik reklamları

**Reklam Yayın Tarihi:** 2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Şikayete konufirmanın www.gencpa.com adlı internet sitesinde yenilenmiş cep telefonu satışı yaptığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firmanın yenilenmiş ürün satışını Bakanlıkça yetkilendirilen yetkili yenileme merkezi olan HB Bilişim Servis Hizmetleri İthalat İhracat İç ve Dış Ti. Ltd. Şti’nin yetkili satıcısı olarak yaptığı anlaşılmış ve bu nedenle reklamlarda yanıltıcı nitelikte ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil edecek herhangi bir durum bulunmadığı 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.

**133)**

**Dosya No: 2022/176**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmanın www.vodafone.com.tr adlı internet sayfasından taahhütlü telefon alımında fiyatların tüketiciyi yanıltması hususu

**Reklam Yayın Tarihi:** 2022

**Yayınlandığı Mecra:** Broşür,İnternet

**Tespitler:** Tüketicinin göndermiş olduğu reklam örneği incelendiğinde Xioami Redmi Note 10s 128 GB gri renk cep telefonunun 517x12 TL bedelle satılacağına ilişkin bilgilendirmelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firma tarafından gönderilen reklam örnekleri incelendiğinde, Xioami Redmi Note 10s cep telefonunun fiyatında meydana gelen farklılığın GB boyutu ile ilgili olduğu anlaşılmış ve bu nedenle reklamlarda yanıltıcı nitelikte ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil edecek herhangi bir durum bulunmadığı 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.

**134)**

**Dosya No: 2021/5454**

**Şikayet Edilen: Doğuş Planet Elektronik Ticaret ve Bilişim Hizmetleri Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** n11.com adresli internet sitesinde yer alan saat 14:59'dan önce verilen siparişlerin aynı gün teslim edileceğine ilişkin reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 19.11.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan incelemede, https://www.n11.com/ozel-teslimat-hizmeti URL adresinde "Lokalizasyon: n11 Özel Teslimat Hizmetleri" başlığında; *“Aynı Gün Teslimat: Saat 11.00'e kadar verilen siparişler aynı gün, 11.01'den sonra verilen siparişler ertesi gün adresinize teslim edilir.”* ifadelerine ve https://www.n11.com/genel/ozel-teslimat-hizmeti-116338050 URL adresinde; “Lokalizasyon: n11 Özel Teslimat Hizmetleri “ başlığında; “*Aynı Gün Teslimat: Saat 14.59'a kadar verilen siparişler aynı gün, 15.00'ten sonra verilen siparişler ertesi gün adresinize teslim edilir.”* ifadelerine yer verildiği ve ilgili URL adreslerinin 01.02.2022 tarihinde halen ulaşılabilir durumda olduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, https://www.n11.com/ozel-teslimat-hizmeti URL adresinde “Lokalizasyon: n11 Özel Teslimat Hizmetleri” başlığında; *“Aynı Gün Teslimat: Saat 11.00'e kadar verilen siparişler aynı gün, 11.01'den sonra verilen siparişler ertesi gün adresinize teslim edilir.”* ifadelerine yer verilmekle birlikte https://www.n11.com/genel/ozel-teslimat-hizmeti-116338050 URL adresinde; *“Lokalizasyon: n11 Özel Teslimat Hizmetleri “ başlığında; “Aynı Gün Teslimat: Saat 14.59'a kadar verilen siparişler aynı gün, 15.00'ten sonra verilen siparişler ertesi gün adresinize teslim edilir.”* ifadelerine yer verildiği bu çerçevede söz konusu tanıtımlarla ürün teslimatına ilişkin olarak tüketiciler nezdinde anlam karışıklığına yol açıldığı ve tüketicilerin yanıltılarak normal şartlar altında taraf olmayacağı bir hukuki işleme taraf olmasına yol açıldığı 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-e, 9/1, 9/5, 28/1, 28/2, 28/4, 29/1 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Doğuş Planet Elektronik Ticaret ve Bilişim Hizmetleri Anonim Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63, 77/12 ve 77/13 üncü maddeleri uyarınca **anılan reklamları** **durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**135)**

**Dosya No: 2020/6391**

**Şikayet Edilen: Yakup TİRYAKİOĞLU (Tuğra Bilgisayar)**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.lenovonotebookservis.com adresli internet sitesinde “Lenovo” markalı ürünlere ilişkin yapılan tanıtımlar ve tüketicilere yönelik gerçekleştirilen ticari uygulamalar

**Reklam Yayın Tarihi:** 01.10.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.lenovonotebookservis.com adresli internet sitesinde yapılan tanıtımlarda, "Lenovo" markasına ait logonun kullanıldığı;

Bununla birlikte, inceleme konusu reklamlarda; "Türkiye’nin tüm illerine hizmet veren teknik servisimize sorunlu cihazınızı göndermek için ( 444 56 33 ) çağrı merkezi telefon numaramızı arayarak bizimle iletişime geçebilirsiniz. Müşteri temsilcilerimiz görüşme esnasında servis kaydınızı oluşturarak sizi şehir dışı işleyişimiz hakkında bilgilendireceklerdir. Servis kaydı oluşturmanız durumunda cep telefonunuza sms olarak ücretsiz kargo gönderi kodu yollanır. Bu kodla birlikte yaşadığınız bölgede bulunan herhangi bir aras kargo şubesine giderek ücret ödemeden cihazınızı teknik servisimize gönderebiliyorsunuz. Teknik servisimizin aras kargoda kayıtları mevcuttur. Size gönderilen ücretsiz kargo gönderi kodunu aras kargo şubesine vermeniz cihazı göndermeniz için yeterli olacaktır. Teknik servisimize giriş yapan cihazlar aynı gün içerisinde işleme alınır ve en kısa süre içerisinde onayınız alınmak üzere size geri dönüş yapılır. Sizinle iletişime geçen servis personelimiz cihazın problemi hakkında sizi bilgilendirir ve onarımı için gerekli fiyat bilgisini paylaşır ardından onayınız dahilinde gerekli tüm onarım, bakım ve test işlemleri yapılarak sorunsuz bir şekilde size teslim edilir." ibarelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, www.lenovonotebookservis.com adresli internet sitesinde yapılan tanıtımlarda, "Lenovo" markasına ait logonun kullanılarak, söz konusu markaya ait ürünlerin satış sonrası servis hizmetlerini gerçekleştirmek üzere faaliyette bulunulduğu yönünde ibarelere yer verildiği;

Ancak, "Lenovo" markasının Türk Patent ve Marka Kurumu nezdinde tescil edilmiş bir marka olduğu; tescil sahibi veya onun münhasıran yetkilendirdiği şirket ile aranızda yapılmış yetkili servis, bayilik, marka kullanma veya lisans sözleşmesi vb. herhangi bir yetkilendirme sözleşmesi olmadan tanıtım yapılmasının hukuka aykırı olduğu;

Bununla birlikte, inceleme konusu reklamlarda yer verilen ifadelere istinaden başvuru sahibi tüketici tarafından "Lenova Yoga 520" model notebook ürününü onarım için bahsi geçen firmaya gönderildiği; ancak, onarım sonrasında kendisine gönderilen ürünün orijinal parçaları değiştirilmiş, bozuk ve aynı olmadığı; bu nedenle, inceleme konusu reklamların tüketicileri yanıltıcı olduğu; ayrıca başvuru sahibi tüketiciye yönelik gerçekleştirilen ticari uygulamanın, mesleki özenin gereklerine uymaması ve tüketicinin ekonomik davranışını önemli ölçüde bozması nedeniyle haksız bir ticari uygulama olduğu 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, 91, 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 **Yakup TİRYAKİOĞLU (Tuğra Bilgisayar)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63, 77/12 ve 77/13 üncü maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**136)**

**Dosya No: 2020/6183**

**Şikayet Edilen: Hask Teknoloji San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.yumatu.com.tr adresli internet sitesinde yayınlanan "Yumatu 32 Inch Smart Led TV" isimli ürüne ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 01.02.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.yumatu.com.tr adresli internet sitesinde https://www.yumatu.com.tr/yumatu-32-inch-smart-led-tv adresli sayfada yer alan "Yumatu 32 Inch Smart Led TV" isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda, ürünün 1920x1080 piksel çözünürlüğünde "Full HD" olduğunun belirtildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, incelemeye konu, "Yumatu 32 Inch Smart Led TV" isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda, ürünün 1920x1080 piksel çözünürlüğünde "Full HD" olduğunun belirtildiği, üründe kullanılan panelin bu çözünürlükte olmadığı iddialarına ilişkin olarak reklam veren firmadan tanıtımlardaki bilgilerin doğruluğunu ispatlayıcı nitelikte bilgi ve belge talep edildiği ancak bu kapsamda bir belge sunulamadığının anlaşıldığı, böylelikle 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-a, 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 **Hask Teknoloji San. ve Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**137)**

**Dosya No: 2020/6211**

**Şikayet Edilen: FGG Makina Dan. Tan. ve Bil. Hiz. San. Dış Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Reklam verene ait "webdenal" isimli mağaza tarafından www.hepsiburada.com adresli internet sitesinde yayınlanan "Powercolor Red Dragon RX570 Ekran Kartı" isimli ürüne ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 01.06.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** "Webdenal" isimli mağaza tarafından Hepsiburada isimli e-ticaret sitesinde https://www.hepsiburada.com/powercolor-red-dragon-rx570-4gb-256bit-gddr5-ekran-karti-axrx-570-4gbd5-3dhd-oc-p-HBV00000AHD2C adresli sayfanın 01.06.2020 tarihli görünümünde satışa sunulan "Powercolor Red Dragon RX570 Ekran Kartı" isimli ürünün, indirimden önceki üstü çizili fiyatının 5.578,00 TL olarak ve satış fiyatının %75 indirimle 1.412,90 TL olarak belirtildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, reklamı yapılan ürünün üstü çizili fiyat olan 5.578,00 TL üzerinden hiç satılmadığı ya da satışa sunulmadığı ve bu fiyatın ürünün bir önceki fiyatı olmadığı iddialarına ilişkin olarak reklam verenden, reklamda belirtilen indirim öncesi fiyat bilgilerinin doğruluğunu kanıtlayıcı bilgi ve belge talep edildiği ancak bu kapsamda bir bilgi ya da belge sunulamadığı, böylelikle indirim öncesi fiyatın ürünün bir önceki fiyatı olması gerektiğine dair mevzuat hükmünün ihlal edildiği, dolayısıyla indirim öncesi fiyat bilgisi ile indirim oranının tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **FGG Makina Dan. Tan. ve Bil. Hiz. San. Dış Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**138)**

**Dosya No: 2021/4282**

**Şikayet Edilen: Samsung Elec. İstanbul Pazar. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait “Samsung Galaxy Watch Active 2 kol saati” reklamları

**Reklam Yayın Tarihi:** 27.09.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firma tarafından www.shopsamsung.com adresli internet sitesinde yayınlanan “Samsung Galaxy Watch Active 2 kol saati”reklamlarında, *“Saatinizi gittiğiniz her yere, her koşulda tereddüt etmeden götürün. IP68 ve 5ATM su ve toz koruma oranına ve pek çok koşula karşı koyabilecek askeri sınıf dayanıklılığa sahip Galaxy Watch Active2, daha uzağa gidip daha fazlasını deneyimlemeniz için gittiğiniz her yerde yanınızda. Galaxy Watch Active2, ISO 22810:2010 standardı kapsamında 50 metre suya dayanıklılık derecesine sahiptir. Dalış veya yüksek basınçlı su aktiviteleri için uygun değildir. Cihaz veya elleriniz ıslaksa, kullanmadan önce iyice kurulanmalıdır.”*

*“Galaxy Watch Active2 hareketlerinizi takip eder; böylece takıp hemen çalışmaya başlayabilirsiniz. Yüzmenin de otomatik takibe eklenmesiyle artık yedi egzersizi otomatik takip edebilmenin yanı sıra, düzinelerce ek aktiviteyi de manüel olarak takip edebilirsiniz.”*

*“Cihazınız kontrollü bir ortamda belirli durum ve koşullarda test edilerek su ve toza dayanıklı olduğu onaylanmıştır. ( ISO 22810-2010 uluslararası sdandardında açıklandığı gibi 50 m (5ATM dayanıklılık) derinlikte suya dayanıklılık gereksinimlerini karşılar ve cihazınız sığ sularda kullanılabilir. IEC 60529 IP6X sınıflandırmasına göre toz direncinin gerekliliklerini karşılar.”* ifadelerinin bulunduğu,

Ayrıca *“Su geçirmez”* ifadesine ve görseline yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firmaya ait www.shopsamsung.com adresli internet sitesinde yayınlanan “Samsung Galaxy Watch Active 2 kol saati”reklamlarında, söz konusu ürünün su geçirmez olduğunun belirtildiği ve su geçirmez olduğuna dair algı yaratacak görseller kullanıldığı, ancak ürünün su geçirdiği ve tüketicilerin aldatıldığı, söz konusu reklamların yanıltıcı nitelikte olduğu ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**139)**

**Dosya No: 2021/4511**

**Şikayet Edilen: Media Markt Turkey Ticaret Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait www.mediamarkt.com adresli internet sitesinde satışı yapılan “Huawei Watch GT2 Diana-B19J akıllı saat” reklamları

**Reklam Yayın Tarihi:** 18.10.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ait söz konusu saat reklamlarında, saatin batarya ömrünün 14 gün olduğu ifadesine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firmaya ait www.mediamarkt.com adresli internet sitesinde satışı yapılan “Huawei Watch GT2 Diana-B19J akıllı saat” reklamlarında, saatin batarya ömrünün 14 gün olduğu belirtilmesine rağmen batarya ömrünün 14 gün olmadığı ve tüketicilerin aldatıldığı, söz konusu reklamların yanıltıcı nitelikte olduğu ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**DAYANIKLI TÜKETİM MALLARI**

**140)**

**Dosya No: 2021/5302**

**Şikayet Edilen: A101 Yeni Mağazacılık A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait internet sitesinde ve muhtelif mecralarda yayınlanan “9 Aralık 2021 Aldın Aldın” başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** Afiş, Broşür, Dergi, Gazete, İnternet, Katalog, Tabela, Televizyon, Diğer

**Tespitler:** Tüketici tarafından gönderilen reklam örneği incelendiğinde şikayete konu ürünün stoklarla sınırlı olmak üzere 3.399 TL ile satılacağının belirtildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firmaya ait www.a101.com.tr adlı internet sitesinde, şubelerinde ve muhtelif mecralarda yayınlanan**,** 9 Aralık 2021 Perşembe tarihli “Aldın Aldın” başlıklı kampanya kapsamında, “Volta VSM Elektrikli Motorlu Bisiklet” için tanıtım yapıldığı ancak söz konusu ürünün Kastamonu merkez veya ilçelerine gelmediği, ürünün boyutu, ağırlığı ve mağazalardaki alan yetersizliği nedeniyle her mağazaya gönderilmeyip sadece sipariş üzerine gönderim yapıldığı bilgisine ise broşürlerde yer verilmediği bu durumun da tüketicilerin eksik bilgilendirilmesine neden olduğu,

Dolayısıyla, söz konusu reklamların tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **A101 Yeni Mağazacılık A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63, 77/12 ve 77/13 üncü maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir

**141)**

**Dosya No: 2021/5502**

**Şikayet Edilen: Evform Elektronik Ticaret Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.evform.com adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar ve ticari uygulamalar

**Reklam Yayın Tarihi:** 05.11.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan incelemede, çeşitli ürünlerin www.evform.com adlı internet sitesinde yapılan tanıtımlarında “stokta” olduğu ve “3 iş günü veya 3 ila 10 iş günü içinde kargoya verileceği” vaat edilmesine rağmen bu ürünlerin taahhüt edilen sürede kargoya verilmediği, indirimli satışa konu olan çeşitli ürünlerinin mevcut olduğu, anılan internet sitesinde yer alan tanıtımlarda “Kolay İade” ifadesine yer verildiği, “Kolay İade” ile birlikte “Evform.com üzerinden vereceğiniz siparişlerinizde, 14 güne kadar ücretsiz değişim ve iade imkanı bulunmaktadır.” ifadelerinin bulunduğu, ayrıca “Müşteri Yorumları” başlığı altında bazı ifadelere yer verildiği ve bu ifadelerin çoğunlukla olumlu yorumlar olduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, Tel Masa Sandalye Takımı 4 Kişilik”, “Favorite Hasır Desenli Mutfak 4 Sandalye Masa Takımı” ve “Evform Tiviza 6 Kişilik Taytüyü Sandalye Açılır Mutfak Masa Takımı Mürdüm Hasır” isimli ürünler gibi ürünlerin www.evform.com adlı internet sitesinde yapılan tanıtımlarında “stokta” olduğu ve "3 iş günü veya 3 ila 10 iş günü içinde kargoya verileceği" vaat edilmesine rağmen bu ürünlerin taahhüt edilen sürede kargoya verilmediği bu itibarla, tüketicilere verilen taahhüt ve ifadenin gereğini yerine getiremeyeceğini öngörülebilecek durumda olunmasına rağmen bu şekilde tüketicilere taahhütte bulunmaya devam edildiği, taahhüde uygun davranamadığında ise bu kez sonraki bir tarihin yeni teslim tarihi olarak belirlendiği böylelikle tüketicilerin mağduriyetine neden olunduğu,

"Vox Lüks Metal Masa Sandalye Takımı" adlı ürünün 2.549,00 TL üzerinden %31 indirimle 1.749,00 TL bedel ile, "Evform Yakut 6 Kişilik Beyaz Ahşap Ayaklı Açılır Yemek Mutfak Masa Sandalye Takımı" adlı ürünün 2.499,00 TL üzerinden %40 indirimle 1.499,00 TL bedel ile satışa sunulduğu benzer şekilde çeşitli ürünlerin satış fiyatlarında indirime gidildiği, fiyatın ürünün bir önceki fiyatı olmadığı iddialarına ilişkin olarak reklamda belirtilen indirim öncesi fiyat bilgilerinin doğruluğunu kanıtlayıcı bilgi ve belge talep edildiği ancak bu kapsamda bir bilgi ya da belge sunulamadığı, böylelikle aykırılığın tespit edildiği tarih itibariyle yürürlükte bulunan Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin “İndirimli satış reklamları” başlıklı 14 üncü maddesinin üçüncü fıkrasında yer alan; “*Yapılan indirimin miktarı veya oranı hesaplanırken, indirimli fiyattan bir önceki fiyat esas alınır.”* hükmün ihlal edildiği, dolayısıyla indirim öncesi fiyat bilgisi ile indirim oranının tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu,

Anılan internet sitesinde yer alan tanıtımlarda “Kolay İade” ifadesine yer verildiği, “Kolay İade” ile birlikte “Evform.com üzerinden vereceğiniz siparişlerinizde, 14 güne kadar ücretsiz değişim ve iade imkanı bulunmaktadır.” ifadelerinin bulunduğu, bununla birlikte yasal olarak tüketicilerin sahip olduğu hakların ötesinde bir hakkın tanındığına yönelik bir bulguya rastlanılmadığı,

Ayrıca “Müşteri Yorumları” başlığı altında bazı ifadelere yer verildiği, bu ifadelerin çoğunlukla olumlu olduğu, bu durumun Bakanlığımıza yapılan mevcut şikayetlerin sayısı dikkate alındığında güncel durumu yansıtmadığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/5-b, 7/5-c, 7/5-ç, 7/5-e, 7/5-h, 7/6, 7/7, 9/1, 9/5, 13/1, 13/9, 14, 28/1, 28/2, 28/4, 29/1, 29/2-a, 29/2-b, 29/2-ç, 29/2-e ve 32 nci maddeleri ile “Haksız Ticari Uygulama Olarak Kabul Edilen Örnek Uygulamalar” Ekinde yer alan “A - Aldatıcı Ticari Uygulamalar” maddesinin 5, 6 ve 9 uncu fıkraları,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Evform Elektronik Ticaret Anonim Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63, 77/12 ve 77/13 üncü maddeleri uyarınca **anılan reklamları** **durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**142)**

**Dosya No: 2021/5532**

**Şikayet Edilen: Timur Gayrimenkul Geliştirme Yapı ve Yatırım A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Nef Arsa" isimli projeye ilişkin muhtelif mecralarda yer alan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021-2022

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon,İnternet

**Tespitler:** Yapılan incelemede, "Nef Arsa" isimli proje kapsamında arsa satışına ilişkin olarak 25.12.2021 tarihinde ATV logolu, 31.12.2021 tarihinde Kanal D logolu, 31.12.2021 ile 09.01.2022 tarihlerinde TV8 logolu televizyon kanallarında yayınlanan tanıtımlarda; "*hemen tapu teslimi*" ifadesine, ayrıca nef.com.tr adresli internet sitesinin 04.01.2022 tarihli görünümünde de; *"tapusu hemen teslim"* ifadesine yer verildiği, başvuru sahibi tüketicinin 24.09.2021 tarihinde alınmış arsa tapusunun tüketiciye ait başvuru tarihi olan 29.12.2021 tarihi itibariyle halen teslim edilmediği, reklam verene iletilen savunma isteme yazısı akabinde 03.02.2022 tarihinde ilgili tapu tescilinin gerçekleştirildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemede, "Nef Arsa" isimli proje kapsamında arsa satışına ilişkin olarak 2021-2022 yılları arasında muhtelif televizyon kanallarında yayımlanan tanıtımlarda; "*hemen tapu teslimi*" ifadesine, ayrıca nef.com.tr adresli internet sitesinin 04.01.2022 tarihli görünümünde; "*tapusu hemen teslim"* ifadesine yer verildiği, başvuru sahibi tüketicinin 24.09.2021 tarihinde alınmış arsa tapusunun 29.12.2021 tarihi itibariyle halen teslim edilmediği, reklam verene iletilen savunma isteme yazısı akabinde 03.02.2022 tarihinde başvuran tüketiciye ilgili tapu tescilinin gerçekleştirildiği, pandemi kaynaklı olduğu iddia edilen gecikmenin ilgili arsa satış tarihinin 24.09.2021 tarihi olduğu göz önünde alındığında normalleşme süreci içinde bulunulan bir dönemde olduğu ve ayrıca ilgili proje kapsamında arsaların tapu teslim sürecine ilişkin hususları gösterir gerekli bilgi ve belgeler talep edilmesine rağmen herhangi bir bilgi ve belge de sunulmadığı da anlaşıldığından anılan reklam ve tanıtımlarla tüketicilerin aldatılarak yanıltıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/5-b, 7/5-e, 7/5-h, 7/6, 7/7, 9/1, 9/5, 18 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Timur Gayrimenkul Geliştirme Yapı ve Yatırım A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları** **durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**143)**

**Dosya No: 2020/6232**

**Şikayet Edilen: Vestel Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Vestel'den 3 ürün alana 80 ekran TV hediye" başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 12.05.2020

**Yayınlandığı Mecra:** Afiş, İnternet

**Tespitler:** Reklam veren tarafından"Vestel'den beyaz eşya alanlar ekran başına, Vestel'den 3 ürün alana 80 ekran TV hediye" başlıklı reklamlar yayınlandığı, başvuru yapan tüketiciler tarafından, kampanya şartlarını yerine getirmelerine rağmen TV hediyelerinin kendilerine verilmediğinin iddia edildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, dosyada yer alan bilgi ve belgelerin incelenmesinden, kampanyadaki asıl vaat 80 ekran TV hediyesi olmakla birlikte bu hediyeyi istemeyen tüketicilere ek 1200 TL indirim uygulanacağının vaat edildiği, başvuru sahibi tüketicilerin de bu ek 1200 TL indirimi tercih ettiğinin ve bu indirimin başvuru sahibi tüketicilerin fatura tutarlarına uygulandığına dair belgelerin sunulduğunun anlaşıldığı, bu nedenle söz konusu reklamların, Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin ilgili hükümleri ile 6502 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 ve 62 nci maddelerine **aykırı olmadığına** karar verilmiştir.

**144)**

**Dosya No: 2020/6239**

**Şikayet Edilen: Korkmaz Mutfak Eşyaları Sanayi ve Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Reklam verene ait “korkmazhayatinlezzeti” isimli İnstagram hesabında yer alan "Tencere seti alan herkese çaydanlık hediye" başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 28.07.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Reklam verene ait “korkmazhayatinlezzeti” isimli İnstagram hesabında "Tencere seti alan herkese çaydanlık hediye" başlıklı tanıtımlara yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, dosyada yer alan bilgi ve belgelerin incelenmesinden, söz konusu kampanyanın yalnızca reklam verene ait web sitesi üzerinden yapılan satışlarda geçerli olduğunun, mağazalarda geçerli olmadığının anlaşıldığı, ancak bu bilgiye anılan reklamlarda yer verilmediği ve tüketicilerin eksik bilgilendirildiği, ayrıca ilgili mevzuat gereği hediye olarak verilecek mal veya hizmetlerin miktarı ile bunların verilmesine ilişkin geçerlilik süresinin reklamda açıklanması gerektiği ancak açıklanmadığı, dolayısıyla söz konusu tanıtımların tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**145)**

**Dosya No: 2021/4565**

**Şikayet Edilen: Honda Türkiye A. Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait olan ve çeşitli mecralarda yayınlanan 1.07 faiz oranlı araç kredilerine ilişkin reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 03.10.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, Kısa Mesaj

**Tespitler:** Firmaya ait www.honda.com.tr adresli internet sitesinde yer alan reklamlarda, hesap makinesi görselinin bulunduğu, 50.000 TL, 12 ay vadeli, 1.07 faiz oranlı ve 4.521,95 TL geri ödemeli kredi bilgisine yer verildiği, bu bilginin altında ise sizi arayalım ifadesine yer verildiği,

Türkiye Garanti Bankası A.Ş. tarafından gönderilen kısa mesajda, “\*\*\*\*\*\*\*\*\* nolu kredi başvurunuzun ön değerlendirmesi olumludur. Kredi başvurunuz, bayiye ileteceğiniz bilgi ve belgelerin değerlendirilmesi ile sonuçlanacaktır. Gerekli belgeleri bayiden ya da ya da www.garantibbva.com.tr den öğrenebilirsiniz.” ve “50.000 TL 12 ay vadeli krediniz onaylanmıştır. Şubelerimiz, Garanti BBVA Mobil, Garanti BBVA Internet veya 444 0 335 Garanti BBVA Anında Kredi Hattından detaylı bilgi alabilirsiniz.” ifadelerine yer verildiği,

Ayrıca, söz konusu reklam görselleri üzerinde herhangi bir tarih ve url bulunmadığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; söz konusu reklam görselleri üzerinde herhangi bir tarih ve url bulunmadığı, banka tarafından gönderilen kısa mesajda 1.07 faiz oranlı araç kredisinin onaylandığına ilişkin herhangi bir bilgi bulunmadığı, internet sayfasında bulunan kredi konfigüratörünün amacının tüketicilerin araç alımında verilecek kredinin nihai koşullarını belirlemek olmadığı, söz konusu reklamda yer alan “Sizi arayalım” ifadesinden kredi koşulları hakkında tüketicilerin ayrıca bilgilendirildiğinin anlaşıldığı, tüketicilerin özelliklerine göre kredi faiz oranının değişebildiği, internet sitesinde çıkan rakamların objektif olarak en iyi şartlarda alınabilecek kredi koşullarına göre oluşturulduğu, reklamlarda yanıltıcı nitelikte ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil edecek herhangi bir durum bulunmadığı 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.

**TÜTÜN VE ALKOL**

**146)**

**Dosya No: 2022/211**

**Şikayet Edilen: Aslan Kafası Kimya Ar-Ge Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://aslankafasi.com adresli internet sitesinde alkollü içecek üretim aşamasında kullanılan aroma kiti ürünlerinin tanıtımının yapılması

**Reklam Yayın Tarihi:** 17.01.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://aslankafasi.com uzantılı internet sitesinde "Konyak-Brendi Aroması", “Viski Aroması”, "Rom Aroması", "Tekila Aroması" “Rakı Arması”, “Cin Aroması” vb. gibi alkollü içki isimleri kullanılarak aroma verici mahiyetindeki ürünlerin tanıtımlarının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu internet sitesinde aroma verici mahiyetindeki ürünlere "Konyak-Brendi Aroması", “Viski Aroması”, "Rom Aroması", "Tekila Aroması" “Rakı Arması”, “Cin Aroması” vb. muhtelif alkollü içki isimleri verilerek tanıtımlarının yapıldığı, bahse konu ürün tanıtımlarının mevzuatla tüketicilere yönelik her türlü reklamı yasaklanmış olan alkollü içkilerin reklamını dolaylı yoldan yaptığı ve insan sağlığına zararlı ve bağımlılık yapıcı alkollü içki tüketiminin özendirilerek teşvik edildiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- 4250 sayılı İspirto ve İspirtolu İçkiler İnhisarı Kanunu’nun 6/1 ve 6/6 maddeleri,

- Tütün Mamulleri ve Alkollü İçkilerin Satışına ve Sunumuna İlişkin Usul ve Esaslar Hakkında Yönetmelik’in 20/1, 20/2 ve 20/9 maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Aslan Kafası Kimya Ar-Ge Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**147)**

**Dosya No: 2022/213**

**Şikayet Edilen: Gencer ARABACI**

**Şikayet Edilen Reklam:** https:// butikicki.com adresli internet sitesinde alkollü içecek üretim aşamasında kullanılan aroma kiti ürünlerinin tanıtımının yapılması

**Reklam Yayın Tarihi:** 17.01.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https:// butikicki.com uzantılı internet sitesinde “Votka Kiti”, “Viski Kiti”, “Rakı Kiti”, “Cin Kiti” vb. gibi alkollü içki isimleri kullanılarak aroma verici mahiyetindeki ürünlerin tanıtımlarının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu internet sitesinde aroma verici mahiyetindeki ürünlere “Votka Kiti”, “Viski Kiti”, “Rakı Kiti”, “Cin Kiti” vb. muhtelif alkollü içki isimleri verilerek tanıtımlarının yapıldığı, bahse konu ürün tanıtımlarının mevzuatla tüketicilere yönelik her türlü reklamı yasaklanmış olan alkollü içkilerin reklamını dolaylı yoldan yaptığı ve insan sağlığına zararlı ve bağımlılık yapıcı alkollü içki tüketiminin özendirilerek teşvik edildiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- 4250 sayılı İspirto ve İspirtolu İçkiler İnhisarı Kanunu’nun 6/1 ve 6/6 maddeleri,

- Tütün Mamulleri ve Alkollü İçkilerin Satışına ve Sunumuna İlişkin Usul ve Esaslar Hakkında Yönetmelik’in 20/1, 20/2 ve 20/9 maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**148)**

**Dosya No: 2022/765**

**Şikayet Edilen: Pernod Ricard İstanbul İç ve Dış Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.instagram.com/theirishspirit/ adresli sosyal medya hesabında firma tarafından ithal edilip satışı yapılan "Jameson" markalı alkollü içecek ürünlerine yönelik gerçekleştirilen reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 18.02.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.instagram.com/theirishspirit/ adresli ve "The Irish Spirit" adlı sosyal medya hesabında "Jameson Irish Whiskey" markalı ürünlere yönelik olarak; "Jam Session...Ruhu müzikle doyanlar ve Jam Session'a doyamayanlar buluşuyor. (...) Bu gece, içindeki İrlanda ruhunu keşfet! Bu gece yılın en uzun gecesi yaşanacak. Gecenin hediye ettiklerini kullan, en uzun gecede ruhunu besle. (...) Kışı Isıtan Ruhun Yolculuğu...Kışı ısıtan bu ruh işte böyle bir yolculuktan geçiyor. Variller ateşle buluşuyor, sonrasında ruha dokunuyor (Viski distilasyon fıçılarının üretim aşamasına dair görüntülere yer verilerek). #TheIrishSpirit (...) Bere, Kışlıkların dolaptan çıkarılması, The Irish Spirit'in eklenmesi (Mataradan The Irish Spirit yazan bir kupaya içecek doldurularak), İşte şimdi kışa hazırsın. #TheIrishSpirit. (Arkada hayat tüm telaşıyla akıp giderken bir lime yetiyor zamanı durdurmaya. Hayatı The Irish Spirit temposunda yaşa, aramıza katıl (Viski dolu bir ikonik Jameson kadehine lime sıkılan görsel ile beraber) (...) Burası Tam Sana Göre, Aramıza Katıl. The Irish Spirit (Jameson markasının ikonik J harfi şeklindeki sembolüne yer verilerek). İrlanda ruhunu evine taşı! Nasıl mı? Mesela evdeki boş şişelerden lamba yaparak...(Jameson markalı viski şişesinden yapılmış bir abajur görseline yer verilerek) (...) Kadeh tokuşturmanın Antik Çağa dayandığını ve bugünkü anlamından bambaşka bir amaçla kullanıldığını biliyor muydun? (Üzerinde The Irish Spirit yazılı ve viski renginde içeceklerin dolu olduğu kadehlerin tokuşturulduğu bir görsele yer verilerek)" şeklinde ifadeleri içeren tanıtımlara yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, talep yaratıcı ifadeler kullanılarak bahse konu markanın açıkça ismini zikretmeksizin muhtelif paylaşımlarda Jameson markalı alkollü içeceğe dair yönlendirme ve dolaylı reklamlar gerçekleştirildiği; nitekim bazı paylaşımlarda inceleme konusu ürünün orijinal şişesinin kullanılarak sadece etiketi üzerindeki bilgilerinin silindiği, ilaveten bazı paylaşımlarda markaya ait "J" harfi şeklindeki ayırt edici logo unsurlarını içeren bayraklara yer verildiği,

Diğer taraftan şirket tarafından iletilen açıklamalarda herhangi bir alkollü içeceğe yönelik ifade kullanılmadığı ve inceleme konusu sosyal medya hesabının şirkete ait olmadığı belirtilmesine karşın; Reklam Kurulu’na sunulan ve inceleme konusu sosyal medya hesabının marka tescil sahibi ile akdedilen sponsorluk sözleşmesinin ne maksatla kurulduğu ve hangi ticari amacın hedeflendiğine ilişkin belirsizliklerin izaha muhtaç kaldığı,

Bu minvalde, inceleme konusu sosyal medya hesabında yer alan çeşitli sübliminal paylaşımların ve bir bütün olarak değerlendirildiğinde anılan pazarlama iletişimi tekniğinin hiçbir ticari ürüne yönelik gerçekleştirilmediği varsayımı ve iddiasına mütekabil; tabiatı gereği ticari kaygılarla varlığını ve faaliyetini sürdüren şirketin bu paylaşımları ve kurguları herhangi bir amaç gözetmeksizin gerçekleştirdiğine dair açıklamaların mevcut şüphe ve tespitleri gideremediği,

Alkollü içeceklere yönelik anılan örtülü reklam paylaşımlarının 4250 sayılı İspirto ve İspirtolu İçkiler İnhisarı Kanunu ile kesin olarak yasaklandığı, her ne mahiyette olursa olsun reklamı yapılması yasaklanan bir ürünün tanıtımının yapılmasının kamu sağlığını bozucu nitelik teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Tütün Mamulleri ve Alkollü İçkilerin Satışına ve Sunumuna İlişkin Usul ve Esaslar Hakkında Yönetmelik’in 20/1, 20/2, 20/9 uncu maddeleri,

- 4250 sayılı İspirto ve İspirtolu İçkiler İnhisarı Kanunu’nun 6/1 inci maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**TURİZM**

**149)**

**Dosya No: 2020/1169**

**Şikayet Edilen: İlknur KESKİN – Otel Yalta**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şahsa ait “Yalta Otel” isimli tesise ilişkin reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020-2022

**Yayınlandığı Mecra:** Tabela

**Tespitler:** Yapılan inceleme sonucunda, şikayet başvurusunda tesis sahibi olduğu belirtilen Keskinoğlu İnş. Taş. Gıda ve Teks. Paz. Tur. Otel San. ve Dış Tic. Ltd. Şti. unvanlı firma tarafından yapılan açıklamada, tesisin 13.05.2015 tarihinde el değiştirdiği ve firmaları bünyesinde faaliyet göstermediğinin ifade edildiği,

Rize Ticaret İl Müdürlüğü tarafından 31.01.2022 tarihinde tesis mahallinde gerçekleştirilen denetime ilişkin denetim tutanağında, tesis dış cephesinde ve tesis tabelası gibi birçok noktada “2 Yıldızlı Otel” tanıtımı yapıldığı, tesis girişindeki plaketin kaldırıldığı, tesisteki iş yeri açma ve çalışma ruhsatının eski olduğu ve tesisin Turizm İşletmesi Belgesine sahip olmadığının belirtildiği,

Rize Ticaret İl Müdürlüğü tarafından gerçekleştirilen tesis denetimi esnasında çekilen fotoğraflardan, “Yalta Otel” adlı tesisin tesis dış cephesinde, tesis girişinde ve tesis tabelasında yayınlanan tanıtımlarda “\*\* (iki yıldız)" görsellerine yer verilmek suretiyle “2 Yıldızlı Otel” şeklinde reklamının yapıldığı hususları tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, şahsa ait “Yalta Otel” isimli tesise Kültür ve Turizm Bakanlığının 18.08.2008 tarih ve 11552 sayılı yazısı ile verilmiş bulunan “2 Yıldızlı Otel Turizm İşletmesi Belgesi”, anılan Bakanlığın 05.08.2016 tarih ve 142160 sayılı Makam Oluru gereğince iptal edildiği, bu itibarla, halihazırda “Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi” bulunmayan “Yalta Otel” adlı tesisin tesis dış cephesinde, tesis girişinde ve tesis tabelasında yayınlanan tanıtımlarda “\*\* (iki yıldız)" görsellerine yer verilmek suretiyle “2 Yıldızlı Otel” şeklinde reklamının yapılmasının tüketiciyi aldatıcı, yanıltıcı ve haksız rekabete yol açıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Turizmi Teşvik Kanunu’nun 5/a maddesi,

- Turizm Tesislerinin Niteliklerine İlişkin Yönetmelik’in 16/2 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 **İlknur KESKİN – Otel Yalta** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **15.566-TL (Onbeşbinbeşyüzaltmışaltı Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**150)**

**Dosya No: 2021/4959**

**Şikayet Edilen: Tursoy Otelcilik ve Turizm Yatırımları A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait “Richmond Nua Wellness Spa Otel” adlı tesisin gecelik konaklama fiyatlarına ilişkin olarak yayınlanan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021-2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan inceleme sonucunda, “Richmond Nua Wellness Spa Otel” adlı tesise ait www.richmondnua.com adresli internet sitesi üzerinde bir rezervasyon uygulamasının kullanıma sunulduğu, söz konusu rezervasyon bölümünden tarih sorgulaması yapılarak ve istenilen oda tipi seçilerek anılan tesisten konaklama satın alınabildiği, rezervasyon sorgu ekranında yer alan “Kur” bağlantısına tıklandığında, gecelik konaklama fiyatlarının “Türk Lirası”, “Amerikan Doları”, “İngiliz Sterlini” ve “Avro” para birimleri cinsinden seçimlik olarak listelenebildiği, tüketicinin başvuru ekinde yer alan reklam örneğinden, tarih ve oda tipi seçiminin ardından yönlendirilen ödeme ekranında, “Kur” seçeneği Türk Lirası olarak seçilmekle birlikte toplam fiyatın KDV dahil olarak Avro cinsinden gösterildiği ve ödeme ve rezervasyon işleminin Avro kuru üzerinden gerçekleştirildiği,

Reklam Kurulu Başkanlığınca başlatılan incelemenin ardından, dört farklı para birimi üzerinden gerçekleştirilebilen rezervasyon sorgulama uygulamasının kaldırılarak gecelik konaklama fiyatlarının hem sorgulama hem de ödeme aşamalarında yalnızca Türk Lirası cinsinden listelendiği hususları tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, firmaya ait Richmond Nua Wellness Spa Otel adlı tesise ilişkin olarak www.richmondnua.com adresli internet sitesi üzerinden yapılan rezervasyon sorgulamalarında, gecelik konaklama fiyatları Türk Lirası, Amerikan Doları, İngiliz Sterlini ve Avro kurları üzerinden seçimlik olarak listelenmekle birlikte oda seçiminin ardından yönlendirilen ödeme ekranında ise Avro kuru cinsinden gösterildiği ve rezervasyon işleminin Avro kuru üzerinden tamamlandığı, bu durumun da, Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin "Fiyat bilgisi içeren reklamlar" başlıklı 13/4 maddesinin, *"(4) Yurt dışında ifa edilmesi öngörülen paket tur ve eğitim hizmetleri ile yurt dışına yönelik ulaşım ve konaklama hizmetlerinin reklamları hariç olmak üzere, reklamlarda satış fiyatları; “Türk Lirası”, “TL” veya “₺” şeklinde belirtilir."* hükmünü ihlal ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Turizmi Teşvik Kanunu’nun 5/a maddesi,

- Turizm Tesislerinin Niteliklerine İlişkin Yönetmelik’in 16/2 maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**151)**

**Dosya No: 2021/5052**

**Şikayet Edilen: ETS Ersoy Turistik Servisleri A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam/Haksız Ticari Uygulama:** Firmaya ait www.etstur.com adresli internet sitesinde Ağva Club Grand Becassier Hotel adlı tesisin fiyatlandırmasına ilişkin olarak yayınlanan reklam ve tanıtımlar ile bu kapsamda tüketicilere yönelik olarak gerçekleştirilen ticari uygulamalar

**Reklam Yayın Tarihi/Haksız Ticari Uygulama Tarihi:** Kasım 2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan inceleme sonucunda, şikayetçi tüketicinin www.etstur.com adresli internet sitesinden 13.11.2021 tarihinde gerçekleştirdiği rezervasyon işleminde, Ağva Club Grand Becassier Hotel adlı tesisten 15-16.11.2021 tarihleri arasında 1 gecelik konaklama hizmetini 90 TL karşılığında satın aldığı, rezervasyon işleminden sonra ETS Tur müşteri hizmetleri tarafından tüketiciye ulaşılarak hatalı fiyat listelemesi nedeniyle tüketicinin rezervasyonunun iptal edildiği hususları tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, şikayetçi tüketicinin 13.11.2021 tarihinde firmaya ait www.etstur.com adresli internet sitesinden Ağva Club Grand Becassier adlı tesisten 1 gece konaklamalı hizmeti 90 TL karşılığında satın aldığı, bununla birlikte, tüketicinin gerçekleştirdiği satın alma işleminden sonra tüketiciye ulaşılarak tesisin konaklama ücretinin yanlış girildiği ve bu durumun maddi bir hatadan kaynaklandığı öne sürülerek tüketicinin rezervasyonunun iptal edildiği, bu çerçevede, Reklam Mevzuatında yer verilen satıcının/sağlayıcının mal veya hizmeti makul bir sürede sunamayacağına ilişkin bilgi sahibi olmasına karşın tüketiciyi bu konuda uyarmaksızın mal veya hizmetleri o fiyattan edinmeye davet etmek şeklindeki haksız ticari uygulamanın gerçekleştirildiği ve bu uygulamanın aynı zamanda tüketicileri aldatıcı-yanıltıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu reklam ve ticari uygulamaların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-ç, 9/1, 9/5, 13/1, 28/1, 28/2, 28/4, 29/1, 29/2-a, 29/2-b, 29/2-c ve 32 nci maddeleri ile “Haksız Ticari Uygulama Olarak Kabul Edilen Örnek Uygulamalar” başlıklı ekinin “A - Aldatıcı Ticari Uygulamalar” başlığının 5 inci maddesi,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren/haksız ticari uygulamada bulunan **ETS Ersoy Turistik Servisleri A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63, 77/12 ve 77/13 üncü maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**152)**

**Dosya No: 2021/5739**

**Şikayet Edilen: Arbefem Turizm Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait “Club Scala Nuova Anex Hotel Çeşme” adlı tesise yönelik reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** Tabela

**Tespitler:** Yapılan incelemede, firmaya ait “Club Scala Nuova Anex Hotel Çeşme” isimli tesise Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından verilmiş 06.08.1989 tarihli ve 4142 sayılı “2 Yıldızlı Otel Turizm İşletmesi Belgesi” nin anılan Bakanlığın 28.07.2021 tarihli ve 202120971 sayılı Makam Oluru ile iptal edildiği ve 30.07.2021 tarihli ve 1577499 sayılı yazıyla firmaya ve ilgili kurumlara bildirildiği, “Club Scala Nuova Anex Hotel Çeşme” adlı tesisin 04.10.2021 tarihinde tesiste kiracı olan firma tarafından hizmete kapatıldığı ve mülk sahibine devredilerek otelin tahliye edildiği, şikayetçi tüketici tarafından sunulan reklam örneğinden “Club Scala Nuova Anex Hotel Çeşme” adlı tesisin “2 Yıldızlı Otel Turizm İşletmesi Belgesi” nin iptalinden sonra tesis girişinde bulunan plakette “2 Yıldızlı Otel” tanıtımlarına devam edildiği hususları tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, firmaya ait “Club Scala Nuova Anex Hotel Çeşme” isimli tesise Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından verilmiş 06.08.1989 tarihli ve 4142 sayılı “2 Yıldızlı Otel Turizm İşletmesi Belgesi” nin anılan Bakanlığın 28.07.2021 tarihli ve 202120971 sayılı Makam Oluru ile iptal edildiği ve 30.07.2021 tarihli ve 1577499 sayılı yazıyla firmaya ve ilgili kurumlara bildirildiği, firma tarafından yapılan açıklamada, “Club Scala Nuova Anex Hotel Çeşme” adlı tesisin 04.10.2021 tarihinde hizmete kapatıldığı ve mülk sahibine devredildiğinin ifade edildiği, Reklam Kurulu Başkanlığınca yapılan incelemelerde ise, “Club Scala Nuova Anex Hotel Çeşme” adlı tesisin “2 Yıldızlı Otel Turizm İşletmesi Belgesi” nin iptalinden sonra tesis girişinde bulunan plakette “2 Yıldızlı Otel” tanıtımlarına devam edildiğinin tespit edildiği, bu itibarla, tesisin “2 Yıldızlı Otel Turizm İşletmesi Belgesi” bulunmadığı dönemde yayınlanan “2 Yıldızlı Otel” tanıtımlarının tüketicileri aldatıcı-yanıltıcı olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Turizmi Teşvik Kanunu’nun 5/a maddesi,

- Turizm Tesislerinin Niteliklerine İlişkin Yönetmelik’in 16/2 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 **Arbefem Turizm Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**153)**

**Dosya No: 2021/5768**

**Şikayet Edilen: Tim Turizm Otelcilik Yat. İnş. Taah. Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait “Larissa Beach Club Side Hotel” isimli tesise yönelik reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 25.01.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan inceleme sonucunda, “Larissa Beach Club Side Hotel” adlı tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığından “Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi” bulunmamasına karşın www.trivago.com.tr, www.tripadvisor.com.tr ve www.bookinggold.com adresli internet sitelerinin 25.01.2022 tarihli görünümlerinde "4 Yıldız \*\*\*\*" görsellerine yer verilmek suretiyle "4 Yıldızlı Otel" olarak tanıtıldığı, ayrıca, tesis ismiyle www.google.com.tr arama portalında yapılan aramalarda, arama sonuç sayfasının sağ menüsünde "4 Yıldızlı Otel" ifadelerinin yer aldığı, benzer şekilde, www.tatileksper.com adresli internet sitesinin 25.01.2022 tarihli görünümünde, tesis tanıtım sayfasında, *"Larissa Beach Club Side, 1988 yılında Manavgat Selimiye bölgesinde kurulmuş olan 4 yıldızlı bir oteldir. Otel, 2012 yılında yapılan yenileme çalışmalarının ardından 300 odası ile hizmet vermeye devam etmektedir."* şeklinde ifadelere yer verildiği hususları tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, Kültür ve Turizm Bakanlığından “Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi” bulunmayan “Larissa Beach Club Side Hotel” adlı tesise yönelik olarak yayınlanan “4 Yıldızlı Otel” tanıtımlarının tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Turizmi Teşvik Kanunu’nun 5/a maddesi,

- Turizm Tesislerinin Niteliklerine İlişkin Yönetmelik’in 16/2 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 **Tim Turizm Otelcilik Yat. İnş. Taah. Tic. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **155.712-TL (Yüzellibeşbinyediyüzoniki Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**154)**

**Dosya No: 2021/5769**

**Şikayet Edilen: Korkusuz Enerji Turizm Gıda İnşaat Nakliyat San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait “Grand Korkusuz Otel” isimli tesise yönelik reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021-2022

**Yayınlandığı Mecra:** Tabela

**Tespitler:** Yapılan inceleme sonucunda, Grand Korkusuz Hotel” adlı tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığından “Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi” bulunmamasına karşın tesis dış cephesinde, tesis tabelasında, tesisin muhtelif yerlerinde ve yatak odalarında bulunan havlu ve terlik gibi malzemelerin üzerinde “3 Yıldız \*\*\*” görsellerine yer verilmek suretiyle “3 Yıldızlı Otel” olarak tanıtıldığı, tesiste 08.09.2021 tarihinde gerçekleştirilen belgelendirme denetimi sonucunda görülen eksiklikler nedeniyle tesisin “3 Yıldızlı Otel Turizm İşletmesi Belgesi” alamadığı, tesiste 2022 yılı Şubat ayında “3 Yıldızlı Otel Turizm İşletmesi Belgesi” başvurusu yönünden ikinci bir belgelendirme denetimi gerçekleştirildiği hususları tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, Kültür ve Turizm Bakanlığından “Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi” bulunmayan “Grand Korkusuz Hotel” adlı tesise yönelik olarak yayınlanan “3 Yıldızlı Otel” tanıtımlarının tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Turizmi Teşvik Kanunu’nun 5/a maddesi,

- Turizm Tesislerinin Niteliklerine İlişkin Yönetmelik’in 16/2 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 **Korkusuz Enerji Turizm Gıda İnşaat Nakliyat 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.

**155)**

**Dosya No: 2021/5771**

**Şikayet Edilen: Club Jolly Turizm ve Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından “Günübirlik Turlar” adı altında satışı yapılan turlara ilişkin olarak www.jollytur.com adresli internet sitesinde yayınlanan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021-2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan inceleme sonucunda, https://www.jollytur.com/gunubirlik-turlar URL adresinde firma tarafından “Günübirlik Turlar” adı altında düzenlenen turların listelendiği, söz konusu turların İstanbul, Sakarya ve Kocaeli gibi illerden çıkışlı olacak şekilde otobüslü ve günübirlik düzenlendiği, belirtilen URL adresinde her bir tur için tur katılım fiyatlarının “Kişi başı X’den başlayan fiyatlarla” ifadeleriyle duyurulduğu, şikayetçi tüketicinin başvurusunun incelenmesinden, günübirlik turlar adı altında satışı yapılan turların fiyatları kişi başı fiyatlarla belirtilmekle birlikte, turların tanıtım sayfalarında "Kişi sayısı: 1 Yetişkin" seçeneği işaretlendiğinde fiyatların farklılaştığının iddia edildiği, konuya ilişkin olarak Reklam Kurulu Başkanlığınca yapılan incelemeler sonucunda, https://www.jollytur.com/gunubirlik-turlar URL adresinin 21.01.2022 tarihli görünümünde yer alan “Uludağ Kayak Turu Beylikdüzü Çıkışlı Günübirlik - 23.01.2022 - İstanbul, Kocaeli Hareketli” adlı turun fiyatının kişi başı 215 TL olduğu belirtilmekle birlikte, turun tanıtım ve satış sayfasında katılımcı sayısı 1 kişi olarak işaretlendiğinde tur fiyatının 430 TL olarak listelendiği ve bu fiyat üzerinden satışının yapıldığı hususları tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, firma tarafından “Günübirlik Turlar” adı altında pazarlanan ve https://www.jollytur.com/gunubirlik-turlar URL adresinde listelenen turlara ilişkin olarak, satışı yapılan bazı turların Covid-19 salgını önlemleri kapsamında %50 kontenjanla gerçekleştirildiği ve bu uygulamaya bağlı olarak tura tek kişi katılmayı tercih eden tüketicilerin satın aldıkları koltuğun yanındaki koltuğu da kapatarak iki kişilik ödeme yapmak zorunda olduğu, bununla birlikte, www.jollytur.com adresli internet sitesinde, satışı yapılan turların hangilerinin “Covid-19 Önlemli Tur” olduğu ve tura tek kişi katılmayı tercih eden tüketicilerin iki kişilik ödeme yapması gerektiği hususunda herhangi bir bilgi ve duyuruya yer verilmemesinin tüketicilerin eksik bilgilendirilmesine yol açtığı, diğer yandan, https://www.jollytur.com/gunubirlik-turlar URL adresinde “Kişi başı X'den başlayan fiyatlarla” şeklinde tanıtımlarla duyurulan tur fiyatlarının, “Covid-19 Önlemli Tur” uygulaması kapsamında tek kişi katılımcıların iki kişilik ödeme yapması gerektiği hususu göz önünde bulundurulduğunda 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-b, 7/5-ç, 9/1, 9/2, 9/4, 9/5, 13/1 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**156)**

**Dosya No: 2022/43**

**Şikayet Edilen: Tatilbudur Seyahat Acenteliği ve Turizm A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam/Haksız Ticari Uygulama:** Firma tarafından düzenlenen “Tatilbudur’da Efsane Cuma Festivali Başladı” başlıklı kampanyaya ilişkin reklam ve tanıtımlar ile kampanya kapsamında tüketicilere yönelik olarak gerçekleştirilen ticari uygulamalar

**Reklam Yayın Tarihi/Haksız Ticari Uygulama Tarihi:** Kasım 2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan inceleme sonucunda, firma tarafından düzenlenen “Tatilbudur’da Efsane Cuma Festivali Başladı” başlıklı kampanya kapsamında şikayetçi tüketiciye gönderilen kampanya e-postasında, *“Tatilbudur’da Efsane Cuma Festivali Başladı! 23-26 Kasım Tarihleri Arasında Tüm İndirimlere Ek + %25’e Varan İndirim\* \*Kampanya dahilindeki oteller ve turlarda geçerlidir”* şeklinde ifadelere yer verildiği, şikayetçi tüketicinin telefonla aradığı 0850 333 33 33 numaralı hattın firmaya ait çağrı merkezi telefonu olduğu, söz konusu çağrı merkezinin haftanın her günü 09.00-24.00 arasında hizmet verdiği, “Biz Sizi Arayalım” hizmetine geri dönüş yapan müşteri ilişkileri biriminin ise hafta içi ve Cumartesi günleri saat 09.00-18.00 arasında, Pazar günleri ise 10.00-17.00 arasında çalışmakta olduğu, ayrıca www.tatilbudur.com adresli internet sitesinde yer alan “Biz Sizi Arayalım” hizmeti kapsamında, anılan internet sitesinde “mesai saatleri dışında bırakılan mesajlara, ertesi gün mesai saati içinde dönüş yapılmaktadır.” şeklinde bir bilgiye yer verildiği,

Firma tarafından yapılan açıklamalar ve inceleme dosyasına sunulan görüşme log kayıtlarından, şikayetçinin 26.11.2021 tarihinde saat 23:51 ve 23:53’'te 0850 333 33 33 numaralı telefonu aradığı ancak kayıtta belirtilen tuşlamaları yapmadığı için sistem gereği aramanın otomatik olarak sonlandırıldığı, 26.11.2021 tarihinde saat 23:58’de 0850 333 33 33 numaralı telefonu tekrar arayan şahsın anonsu dinledikten sonra telefonu kendisinin kapattığı, 0850 280 02 80 numaralı hattın çağrı merkezi numarası olmayıp Genel Müdürlük telefonu olduğu, şikayetçinin “Biz Sizi Arayalım” hizmeti üzerinden ilettiği aranma talebine ertesi gün dönüş yapıldığı ve şahsın birden fazla defa arandığı, 26.11.2021 günü saat 24:00 itibarıyla firma tarafından düzenlenen kampanyanın sona erdiği, tüketicinin 29.11.2021 tarihinde gerçekleştirdiği rezervasyon işlemiyle, “Tusan Beach Resort Kuşadası” adlı tesisten 3 gecelik konaklamalı tatil hizmetini kampanya dışı olacak şekilde satın aldığı hususları tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, firma tarafından düzenlenen “Tatilbudur’da Efsane Cuma Festivali Başladı” başlıklı kampanyaya ilişkin reklam ve tanıtımlarda, kampanya kapsamında tüketicilere yönelik olarak gerçekleştirilen ticari uygulamalarda ve firma tarafından sunulan çağrı merkezi ve müşteri ilişkileri hizmetlerine ilişkin olarak www.tatilbudur.com adresli internet sitesinde yayınlanan tanıtımlarda reklam mevzuatı hükümlerine aykırı bir unsura rastlanmadığından 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.

**157)**

**Dosya No: 2022/260**

**Şikayet Edilen: Sesra Akaryakıt Otomotiv Gıda İnş. San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait “Thermemaris Thermal & SPA Resort” adlı tesise yönelik reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 18.01.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, Tabela

**Tespitler:** Yapılan inceleme sonucunda, “Thermemaris Thermal & SPA Resort” adlı tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığından “3 Yıldızlı Otel Turizm İşletmesi Belgesi” bulunmasına karşın tesis dış cephesinde, tesis logosunda ve tesise ait www.thermemaris.com adresli internet sitesinin 18.01.2022 tarihli görünümünde "4 Yıldız \*\*\*\*" görsellerine yer verilmek suretiyle “4 Yıldızlı Otel” olarak tanıtıldığı,

Benzer şekilde, anılan tesisin www.odamax.com, www.agoda.com, www.gezinoks.com, www.trip.com, www.prontotour.com ve www.bookinggold.com adresli internet sitelerinin 18.01.2022 tarihli görünümlerinde yer alan tanıtım sayfalarında "4 Yıldız \*\*\*\*" görsellerine ve "4 Yıldızlı Otel" ibarelerine yer verildiği, ayrıca, tesis ismiyle www.google.com.tr arama portalında yapılan aramalarda, arama sonuç sayfasının sağ menüsünde “4 Yıldızlı Otel” ifadelerinin yer aldığı hususları tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, Kültür ve Turizm Bakanlığından “3 Yıldızlı Otel Turizm İşletmesi Belgesi” bulunan “Thermemaris Thermal & SPA Resort” adlı tesise yönelik olarak yayınlanan “4 Yıldızlı Otel” tanıtımlarının tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Turizmi Teşvik Kanunu’nun 5/a maddesi,

- Turizm Tesislerinin Niteliklerine İlişkin Yönetmelik’in 16/2 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 **Sesra Akaryakıt Otomotiv Gıda İnş. San. ve Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **155.712-TL (Yüzellibeşbinyediyüzoniki Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**158)**

**Dosya No: 2022/695**

**Şikayet Edilen: IQD Cert Uluslararası Belgelendirme Den. ve Eği. Hiz. Ltd Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait www.iqdcert.com adresli internet sitesinde Güvenli Turizm Sertifikası Programı’na ilişkin olarak yayınlanan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** Kasım 2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan inceleme sonucunda, şikayetçi Kurum tarafından www.iqdcert.com adresli internet sitesinden alınan ve Bakanlığa sunulan reklam örneklerinin 18.11.2021 tarihinde Beyoğlu 41. Noterliğinden alınan E-Tespit Tutanağı ile noter tasdikli olarak kayıt altına alındığı,

Söz konusu reklam örneklerinin incelenmesinden; firmaya ait www.iqdcert.com adresli internet sitesinin 2021 yılı Kasım ayına ait ekran görüntüsünde Güvenli Turizm Sertifikası Programı'na ilişkin olarak yayınlanan tanıtımlarda; *“Günümüzde tüm dünyayı etkileyen Covid-19 salgını sebebiyle alınması gereken bir takım önlemler mevcuttur. Bu önlemler kişilerin sağlıkların riske atılmaması için ulaşım, konaklama vb. durumlar için geçerlidir. Yerli ve yabancı turistlerin seyahatlerini güvenli bir şekilde geçirebilmesi amacıyla alınan tedbirler içerisinde konaklama, ulaşım, yeme-içme, hijyen ve mesafe kuralları yer almaktadır. Bu önlemler turistlerin güvenli olarak tatil yapabilmesi için günümüzde oldukça gereklidir. Keyfinden ödün vermeden minimum risk ile sağlıklı ve konforlu bir tatil geçirmek isteyen turistler için hazırlanmış olan Güvenli Turizm Sertifikası günümüzün en büyük gereklilikleri arasında yer almaktadır. Güvenli Turizm Sertifikası alınabilmesi için öncelikle belgelendirme için gerekli olan turizm programının kriterleri en doğru şekilde uygulanması gerekmektedir. Bu kriterlerin yerine getirilmesi ardından Güvenli Turizm Belgesi alınabilmektedir. Belgelendirme denetiminden geçildikten sonra alınabilen Güvenli Turizm Sertifikası Covid-19 virüsü ile ilgili önlemlerin en iyi şekilde alındığının bir göstergesidir. Oteller, tatil köyleri, restoranlar ve tesislerin mutlaka alması gereken Güvenil Turizm Sertifikası turistlerin gönül rahatlığı ile tatil yapmasına imkân sunmaktadır. Normalleşme süreci içerisinde turistlerin sağlığının riske atılmaması ve konforlu bir tatil geçirebilmeleri adına Güvenli Turizm Belgesine ihtiyaç duyulmaktadır. Tüm önlemleri alarak tesisinizde temiz, sağlıklı, mesafe kurallarına uygun ve konforlu hizmet verebilmek için sizde Sağlık, Ulaştırma, İçişleri ve Dışişleri Bakanlıklarının onayına sahip olan Güvenli Turizm Belgesine kolayca başvurabilirsiniz. Ücretsiz bilgi ve size özel teklifimiz için iletişime geçin. Tel: 0 212 800 1500 WhatsApp: 0 546 802 1500”* şeklinde ifadelere ve Güvenli Turizm Sertifikası Programı'nın “Safe Tourism - Certificate of Turkey” ibareli logosuna yer verildiği, ayrıca anılan internet sitesinde, “Güvenli Turizm kriterler, Safe Tourism kriterler” başlıklı bağlantıda, Ajans tarafından turizm işletmeleri için hazırlanan “Güvenli Turizm Sertifikasyon Kriterleri” belgesinin bir örneğinin yayınlandığı hususları tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı tarafından, Kültür ve Turizm Bakanlığının öncülüğünde, Sağlık, Ulaştırma, İçişleri ve Dışişleri Bakanlıklarının katkılarıyla, uluslararası standartlarda denetim yapılmak suretiyle Güvenli Turizm Sertifikası Programı’nın uygulanmakta olduğu, söz konusu program kapsamında Covid-19 normalleşme sürecinde turizm sektöründe faaliyette bulunmakta olup gerekli kriterleri yerine getiren işletmelerin tüketici nezdinde güvenli ve hijyenik olduğu hususunun belgelendiği, Güvenli Turizm Sertifikası Programı’nın denetim işlemlerinin Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı’nın yetkilendirdiği akredite firmalar tarafından yapıldığı, bu program kapsamında ilgili Bakanlıktan işletme ve yatırım belgesi almış işletmelere, Bakanlık tarafından uygun görülecek diğer işletmelere ve transfer amaçlı yolcu taşımalarında kullanılan karayolu taşıtlarına, belirlenen kriterlere uymaları şartıyla *“Güvenli Turizm Sertifikası”* sağlandığı, bu kriterlere uygunluk denetiminin Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı ve Türk Akreditasyon Kurumu (TÜRKAK) onaylı denetleme firmaları tarafından yapıldığı, bu yetkili denetleme firmalarının Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı’na ait web sitesinde güncel olarak yayınlandığı, ilgili web sitesinde yetkilendirilmiş denetim firmaları dışında kalan diğer firmaların ise bu denetimi yapmaya yetkili olmadığı,

Firmaya ait www.iqdcert.com adresli internet sitesinin 2021 yılı Kasım ayına ait ekran görüntüsünde, Güvenli Turizm Sertifikası Programı'na ilişkin olarak yayınlanan tanıtımlarda ise; *“Günümüzde tüm dünyayı etkileyen Covid-19 salgını sebebiyle alınması gereken bir takım önlemler mevcuttur. Bu önlemler kişilerin sağlıkların riske atılmaması için ulaşım, konaklama vb. durumlar için geçerlidir. Yerli ve yabancı turistlerin seyahatlerini güvenli bir şekilde geçirebilmesi amacıyla alınan tedbirler içerisinde konaklama, ulaşım, yeme-içme, hijyen ve mesafe kuralları yer almaktadır. Bu önlemler turistlerin güvenli olarak tatil yapabilmesi için günümüzde oldukça gereklidir. Keyfinden ödün vermeden minimum risk ile sağlıklı ve konforlu bir tatil geçirmek isteyen turistler için hazırlanmış olan Güvenli Turizm Sertifikası günümüzün en büyük gereklilikleri arasında yer almaktadır. Güvenli Turizm Sertifikası alınabilmesi için öncelikle belgelendirme için gerekli olan turizm programının kriterleri en doğru şekilde uygulanması gerekmektedir. Bu kriterlerin yerine getirilmesi ardından Güvenli Turizm Belgesi alınabilmektedir. Belgelendirme denetiminden geçildikten sonra alınabilen Güvenli Turizm Sertifikası Covid-19 virüsü ile ilgili önlemlerin en iyi şekilde alındığının bir göstergesidir. Oteller, tatil köyleri, restoranlar ve tesislerin mutlaka alması gereken Güvenil Turizm Sertifikası turistlerin gönül rahatlığı ile tatil yapmasına imkân sunmaktadır. Normalleşme süreci içerisinde turistlerin sağlığının riske atılmaması ve konforlu bir tatil geçirebilmeleri adına Güvenli Turizm Belgesine ihtiyaç duyulmaktadır. Tüm önlemleri alarak tesisinizde temiz, sağlıklı, mesafe kurallarına uygun ve konforlu hizmet verebilmek için sizde Sağlık, Ulaştırma, İçişleri ve Dışişleri Bakanlıklarının onayına sahip olan Güvenli Turizm Belgesine kolayca başvurabilirsiniz. Ücretsiz bilgi ve size özel teklifimiz için iletişime geçin. Tel: 0 212 800 1500 WhatsApp: 0 546 802 1500”* şeklinde ifadelere ve Güvenli Turizm Sertifikası Programı'nın “Safe Tourism - Certificate of Turkey” ibareli logosuna yer verildiği, ayrıca anılan internet sitesinde, “Güvenli Turizm kriterler, Safe Tourism kriterler” başlıklı bağlantıda, Ajans tarafından turizm işletmeleri için hazırlanan “Güvenli Turizm Sertifikasyon Kriterleri” belgesinin bir örneğinin yayınlandığı,

Bu kapsamda, firmanın Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı tarafından Güvenli Turizm Sertifikası vermeye yetkilendirilmiş firmalar arasında bulunmamasına karşın www.iqdcert.com adresli internet sitesinde Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı’nın izni olmaksızın Güvenli Turizm Sertifikası Programı’na dahil ve bu sertifikayı vermeye yetkili denetim firmalarından biri olduğu ve *“Güvenli Turizm Sertifikası”* ibaresi kullanılarak yetkisiz sertifika düzenlediği izleniminin oluşturulduğu, dolayısıyla firmanın Güvenli Turizm Sertifikasyon programında yer almamasına ve sertifika düzenleme yetkisi olmamasına karşın, Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı adına tescillenmiş "Güvenli Turizm" ve "Safe Tourism" marka isim ve logolarına yer verilerek ve böylelikle Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı’nın itibarı kullanılarak tüketiciyi doğrudan yanıltabilecek tanıtımlarda bulunulduğu, ayrıca söz konusu Kurumun ve anılan Kurum tarafından verilen yetki ile düzenlenebilen Güvenli Turizm Sertifikası’nın itibarından haksız şekilde faydalandığı, bu durumun da Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin “İtibardan haksız yararlanma” başlıklı 11 inci maddesinde yer alan; *“(1) Reklamlarda; a) Bir kişi, kurum veya kuruluşun adı veya amblem, logo ve diğer ayırt edici kurumsal kimlik unsurları, tüketicinin yanıltılmasına yol açacak şekilde kullanılamaz. b) Bir kişi adından ya da bir firma, kurum veya kuruluşa ait ticaret unvanından fikri ve sınai mülkiyet hakkından veya bir reklam kampanyası ile sağlanmış bulunan itibardan haksız olarak yararlanılamaz.”* 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-b, 7/5-c, 7/5-g, 9/1, 9/2, 9/4, 9/5, 11, 12 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **IQD Cert Uluslararası Belgelendirme Den. ve Eği. Hiz. 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**

**159)**

**Dosya No: 2020/6403**

**Şikayet Edilen: Yeni Mağazacılık A.Ş.-A101**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından "Haribo Keyif Paketi" adlı ürüne ilişkin olarak yayınlanan indirimli satış kampanyası reklamları

**Reklam Yayın Tarihi:** 28.11.2020 - 04.12.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan inceleme sonucunda, firma tarafından 28.11.2020-04.12.2020 tarihleri arasından düzenlenen indirimli satış kampanyası kapsamında, “10 TL ve üzeri alışverişlerinizde Haribo Keyif Paketi Yumuşak Şeker 400 G 20 TL yerine 9,95 TL” şeklinde ibarelerle duyurulan kampanyaya ait reklamların www.a101.com.tr adresli internet sitesinde, firmaya ait kurumsal sosyal medya sayfalarında ve www.youtube.com adresli video paylaşım sitesinde yayınlandığı, şikayetçi tüketici tarafından 28.11.2020 tarihinde A101 isimli markette gerçekleştirilen alışverişte, tüketici toplamda 56,56 TL tutarında alışveriş yapmakla birlikte Haribo Keyif Paketi Yumuşak Şeker 400 G adlı ürünün satış fişi üzerindeki bedelinin 19,95 TL olduğu,

Firma tarafından yapılan açıklamalar ve inceleme dosyasına sunulan bilgi ve belgelerden, ürünün indirimli satış kampanyasının başlangıcından önceki fiyatının 19,95 TL olduğu, şikayetçi tüketicinin alışveriş yaptığı şubede 28.11.2020 tarihinde gerçekleştirilen alışverişlerde, Haribo Keyif Paketi Yumuşak Şeker 400 G adlı ürünü satın alan diğer tüketicilerden 9,95 TL tahsil edildiği hususları tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, firma tarafından düzenlenen indirimli satış kampanyası kapsamında, “10 TL ve üzeri alışverişlerinizde Haribo Keyif Paketi Yumuşak Şeker 400 G 20 TL yerine 9,95 TL” başlıklı kampanya reklamlarında reklam mevzuatı hükümlerine aykırı bir unsura rastlanmadığından 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.

**160)**

**Dosya No: 2021/886**

**Şikayet Edilen: Uzarlar Dış Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait afişlerde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** Afiş

**Tespitler:** Firmaya ait afişlerde *"Yeni Sezon Ürünlerde 100 TL'lik Alışverişinize Anında 30 TL'lik Alışveriş Bedava"* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firmaya ait afişlerde *"Yeni Sezon Ürünlerde 100 TL'lik Alışverişinize Anında 30 TL'lik Alışveriş Bedava"* şeklinde ifadelere yer verilmesine istinaden firmadan 229,60 TL tutarında alışveriş yapan tüketici 60 TL'lik alışveriş hakkı kazanacağını beklerken kasadaki görevliler tarafından kampanyanın 130 TL alışverişe 30 TL, 260 TL alışverişe 60 TL bedava alışveriş hakkı verilerek uygulandığının belirtildiği dolayısıyla anılan tanıtımların tüketiciler nezdinde anlam karışıklığına yol açtığı,

Bununla birlikte söz konusu afişlerde *"Yeni Sezon Ürünlerde 100 TL'lik Alışverişinize Anında 30 TL'lik Alışveriş Bedava"* şeklinde ifadelere yer verilerek afişlerde hediye veya ikramiye olarak verilecek mal veya hizmetlerin miktarı ile bunların verilmesine ilişkin geçerlilik süresinin açıklanması 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-ç, 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 **Uzarlar Dış Ticaret Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**161)**

**Dosya No: 2021/961**

**Şikayet Edilen: Psl İç ve Dış Ticaret A.Ş.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firma tarafından tüketiciye gönderilen e-postada *"Sayın G\*\*\*\* K\*\*\*\*\*\*, Pierre Cardin Chrystal 86 Parça 12 Kişilik Yemek Takımı adlı ürün şimdi stoklara girmiştir!"* ifadesine yer verildiği, firmaya ait https://www.gallerycrystal.com.tr/ adresli internet sitesinden söz konusu ürünü1.189,15 TL bedel ile satın alan tüketiciye sipariş tarihinden 2 gün sonra siparişinin iptal edildiğine ilişkin e-posta gönderildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firma tarafından tüketiciye gönderilen e-postada *"Sayın G\*\*\*\* K\*\*\*\*\*\*, Pierre Cardin Chrystal 86 Parça 12 Kişilik Yemek Takımı adlı ürün şimdi stoklara girmiştir!"* ifadesine yer verilmesine istinaden firmaya ait https://www.gallerycrystal.com.tr/ adresli internet sitesinden söz konusu ürünü 1.189,15 TL bedel ile satın alan tüketiciye sipariş tarihinden 2 gün sonra siparişinin iptal edildiğine ilişkin e-posta gönderildiği, iptal tarihinden sonra anılan internet sitesinde bahse konu ürünün fiyatlarının artırılarak 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 https://www.gallerycrystal.com.tr/ 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 **Psl İç ve Dış Ticaret A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**162)**

**Dosya No: 2021/1189**

**Şikayet Edilen: Yılın Ürünü Pazarlama ve Danışmanlık Hizmetleri Limited Şirketi**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ait www.yilinurunu.com.tr adresli internet sitesinde “*Tüketiciler seçer, satışlar artar. Tüketicilerin %53 ü üzerinde YSÜ logosu olan ürünleri tercih ediyor. Yılın Seçilmiş Ürünü, dünyanın en önemli inovasyon ödüllerinden biridir. “Yılın Seçilmiş Ürünü” tüketicilerin oyları ile belirlenir. Üreticiler için yeni ürünün denenmesini, bilinirliğini, dağıtımını ve satışlarını artıran güçlü bir pazarlama aracıdır. “Yılın Seçilmiş Ürünü” programına, inovasyon içeren ve son 24 ayda pazara çıkmış olan tüketici ürünleri katılır. Katılan ürünler, hizmet ettikleri tüketim ihtiyacı ve taşıdıkları özelliklere göre kategorilere ayrılır. Türkiye’yi temsil eden tüketici örneklemi ile yürütülen araştırma sonucunda, her bir ürün kategorisinde yılın ürünü seçilir. Tüketici araştırması, uluslararası tanınmış bir araştırma şirketi ile yürütülür. Kazanan ürünler, her yılın Mart ayında üretici firmalar, medya kuruluşları ve perakendecileri bir araya getiren ödül töreninde duyurulur ve üretici firmalar “Yılın Seçilmiş Ürünü” logosunu bir yıl boyunca ambalaj, iletişim ve satış noktalarında kullanma hakkını kazanırlar…Tüm finalistler, Nielsen'in,4000 tüketiciye ulaşarak yaptığı pazar araştırmasıyla değerlendirilir. Tüketiciler, her kategorideki en iyi ürünü seçer. Nielsen, araştırmayı bağımsız olarak yürütür ve sonuçları detaylı bir raporla sunar. Raporda, kategorilerdeki dinamikler, inovasyon ve alışveriş trendlerini gösteren analizler yer alır. Tüm finalistler, kazansın ya da kazanmasın bu rapora sahip olurlar. Prestijli ödül töreninde, ödüller sahiplerini bulur, Yılın Seçilmiş Ürünleri kamuoyuna açıklanır. Ödül töreni, inovasyon ve yaratıcılığın kutlandığı, Pazarlama, Medya, Perakende ve Araştırma profesyonellerinin buluştuğu bir gala gecesidir. Ödül töreninden itibaren kazanan ürünler YSÜ logosunun avantajlarından yararlanmaya başlar…Aynı amaç doğrultusunda faaliyet gösteren 44 ülke: Tüketicileri pazardaki en inovatif ürünlere yönlendirmek. 1987’den beri en büyük global üretici firmalarla işbirliği. Kazananları belirleyen, bağımsız bir araştırma kuruluşu tarafından yürütülen en büyük tüketici araştırması. YSÜ logosu taşıyan ürünlerin yıllık satış büyümeleri ortalaması, kategori büyüme ortalamalarının 4.5 katı. (Türkiye, kazanan ürünlerin Nielsen satış verileri.) Yılın Seçilmiş Ürünü Logosu kazanan ürünlerin satış performansı kategori ortalamasının %38 üzerinde (A.B.D, Kazanan ürünlerin satış verileri) %135 satış artışı, Saç Bakım kategorisi (İngiltere, Kazanan ürünlerin satış verileri) %106 satış artışı, Bulaşık Makinesi Deterjanı kategorisi (İspanya, Kazanan ürünlerin satış verileri) %120 satış artışı, Saç Boyası (A.B.D, Kazanan ürünlerin satış verileri) Tüketicilerin %53’ü, üzerinde Yılın Seçilmiş Ürünü logosu olan ürünü satın almaya yöneliyor. Reklamda Yılın Seçilmiş Ürünü logosu kullanıldığında güvende %74 artış! YSÜ logosu olan TV reklamlarına güvenirim %59”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firmaya ilişkin olarak www.yilinurunu.com.tr adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar ile ilgili sunulan bilgi ve belgeler kapsamında şikayet konusu hususta Reklam Mevzuatı hükümlerine aykırı bir unsura rastlanmadığından, anılan reklamların Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin ilgili hükümleri ile 6502 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 ve 62 nci maddelerine **aykırı olmadığına** karar verilmiştir.

**163)**

**Dosya No: 2021/5684**

**Şikayet Edilen: Erk Pazarlama ve Giyim Sanayi Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait Aksaray Efor AVM mağazasındaki afişlerde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** Afiş

**Tespitler:** Firmaya ait Aksaray Efor AVM mağazasında yer alan tanıtımlarda *"Colin's Seçili Ürünlerde %70'e varan İndirim"* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firmaya ait Aksaray Efor AVM mağazasındaki afişlerde yer alan tanıtımlarda *"Colin's Seçili Ürünlerde %70'e varan İndirim"* ifadelerine yer verildiği ancak firmada %70 oranında indirim uygulanan ürünlerin 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 **Erk Pazarlama ve Giyim Sanayi Ticaret A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**164)**

**Dosya No: 2021/5822**

**Şikayet Edilen: Carrefoursa Carrefour Sabancı Ticaret Merkezi A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait Mersin Erdemli Merkez mağazasında yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** Afiş

**Tespitler:** Firmaya ait Mersin Erdemli Merkez mağazasında yer alan afişlerde *"NBB Kadın Elbise Gecelik"* isimli ürünün 49,99 TL olan fiyatının CarrefourSa Kart'a özel 19,99 TL olduğu şeklindeifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firmaya ait Mersin Erdemli Merkez mağazasında yer alan tanıtımlar ile ilgili sunulan bilgi ve belgeler kapsamında şikayet konusu hususta Reklam Mevzuatı hükümlerine aykırı bir unsura rastlanmadığından, anılan reklamların Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin ilgili hükümleri ile 6502 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 ve 62 nci maddelerine **aykırı olmadığına** karar verilmiştir.

**165)**

**Dosya No: 2021/5825**

**Şikayet Edilen: Beymen Perakende ve Tekstil Yatırımları A.Ş.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ait www.beymen.com adresli internet sitesinden 16 Temmuz 2021 tarihinde BEY-20210716-3767957 ve BEY-20210716-3767996 sipariş kodları ile sipariş veren tüketicinin siparişinin 27.07.2021 tarihinde firma tarafından iptal edildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firmaya ait www.beymen.com adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar ile ilgili sunulan bilgi ve belgeler kapsamında şikayet konusu hususta Reklam Mevzuatı hükümlerine aykırı bir unsura rastlanmadığından, anılan reklamların Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin ilgili hükümleri ile 6502 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 ve 62 nci maddelerine **aykırı olmadığına** karar verilmiştir.

**166)**

**Dosya No: 2021/5826**

**Şikayet Edilen: Qbra Moda Tekstil Ticaret Ltd. Şti.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 02.06.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ait https://www.qbramoda.com/ adresli internet sitesinden 21.05.2021 tarihinde iki adet ürünü 210,01 TL'ye satın alan tüketicinin ürünleri beğenmeyerek 14 günlük yasal süresi içerisinde iade ettiği ancak firma tarafından ödenen fiyattan kesinti yapılarak tüketiciye 185 TL ödeme yapıldığı ve https://www.instagram.com/stories/highlights/17891655082995096/?hl=tr adresli sosyal medya hesabında yer alan hikayede *"Değişimlerde gidiş-dönüş kargo ücreti siz müşterilerimize aittir. Bu tutar kapıda ödemede 25 TL, havale/eft de 20 TL'dir."* ifadesine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firmaya ait https://www.qbramoda.com/ adresli internet sitesinden 21.05.2021 tarihinde iki adet ürünü 210,01 TL'ye satın alan tüketicinin ürünleri beğenmeyerek 14 günlük yasal süresi içerisinde iade ettiği ancak firma tarafından ödenen fiyattan kesinti yapılarak tüketiciye 185 TL ödeme yapıldığı, buna gerekçe olarak da https://www.instagram.com/stories/highlights/17891655082995096/?hl=tr adresli sosyal medya hesabında yer alan hikayede *"Değişimlerde gidiş-dönüş kargo ücreti siz müşterilerimize aittir. Bu tutar kapıda ödemede 25 TL, havale/eft de 20 TL'dir."* bilgisine yer verildiği ve tüketiciye iadenin bu çerçevede yapılması gerektiğinin belirtildiği bu nedenle de tüketicilerin yanıltıldığı,

Bilindiği üzere 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun "Mesafeli sözleşmeler" başlıklı 48 nci maddesinin dördüncü fıkrasında yer alan *“Satıcı veya sağlayıcı, tüketicinin cayma hakkını kullandığına ilişkin bildirimin kendisine ulaştığı tarihten itibaren on dört gün içinde, varsa malın tüketiciye teslim masrafları da dahil olmak üzere tahsil edilen tüm ödemeleri iade etmekle yükümlüdür.”* hükmü gereği tüketiciden hiçbir ücret kesintisi yapılmadan geri ödemenin yapılması gerektiği ancak firma tarafından tüketiciden ücret kesintisi yapılarak iade işleminin yapıldığı, dolayısıyla anılan reklam ve ticari uygulamaların; tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu reklam ve ticari uygulamaların;

-Mesafeli Sözleşmeler Yönetmeliği’nin 12/1, 12/2 ve 12/3 üncü maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**167)**

**Dosya No: 2021/5827**

**Şikayet Edilen: Doğuş Planet Elektronik Ticaret ve Bilişim Hizmetleri A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait www.n11.com adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 11.11**.**2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Tüketici tarafından gönderilen reklam örneğinin Youtube platformuna ilişkin olduğu ve söz konusu reklam örneğindeki video görüntüsünün “Liste Dışı” olarak göründüğü ve firma tarafından reklamda belirtilen 2.111 adet kuponun tüketicilere dağıtıldığına ilişkin belgelerin gönderildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firmaya ait www.n11.com adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar ile ilgili sunulan bilgi ve belgeler kapsamında şikayet konusu hususta Reklam Mevzuatı hükümlerine aykırı bir unsura rastlanmadığından, anılan reklamların Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin ilgili hükümleri ile 6502 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 ve 62 nci maddelerine **aykırı olmadığına** karar verilmiştir.

**168)**

**Dosya No: 2022/112**

**Şikayet Edilen: İnci Gs Yuasa Akü San. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait www.inciaku.com adlı internet sitesinde ve muhtelif mecralarda yayımlanan "Aküm Gelsin" hizmetine ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, Radyo

**Tespitler:** Tüketici tarafından gönderilen reklam örneği incelendiğinde Aküm Gelsin hizmetinin sadece hususi araçlara yönelik olduğu ve ticari araçların bu hizmetten faydalanamayacağına dair herhangi bir ibareye yer verilmediği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firmaya ait www.inciaku.com adlı internet sitesinde ve muhtelif mecralarda yayımlanan söz konusu reklamlarda, *"İnci Akü’den akün gelsin hizmeti. Nerede olursanız olun 444 5 258’i arayın, akünüzü kolayca satın alın. İnci akü yanınıza gelsin. Akünüzü yerinizde değiştirsin. İnci Akü. Dünyanın enerji uzmanı."* ifadelerine yer verildiği; reklamların hiçbir yerinde belirtilmemesine rağmen aküsü biten tüketicinin bu hizmetten yararlanma talebinin reklamlarda istisna tutulmamasına rağmen aracının ticari olması gerekçe gösterilerek reddedildiği, bu durumun da tüketicileri aldatıcı nitelikte olduğu,

Dolayısıyla, söz konusu reklamların tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5, 9/1, 9/5, 18/1, 18/2, 18/3, 18/4, 18/5, 18/6, 18/7, 19/1, 19/2, 19/3, 19/4, 19/5, 20/1, 20/2, 21/1, 29/1, 29/2, 29/3 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **İnci Gs Yuasa Akü 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.

**169)**

**Dosya No: 2021/5035**

**Şikayet Edilen: Yeni Mağazacılık Anonim Şirketi-A101**

**Şikayet Edilen Reklam:** “A101” unvanlı zincir marketlerin 21-28 Ekim 2021 dönemine ilişkin "Aldın Aldın" başlıklı afişinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 21-28 Ekim 2021

**Yayınlandığı Mecra:** Afiş

**Tespitler:** Yapılan incelemede, Amasya Ticaret İl Müdürlüğü tarafından A101 unvanlı zincir marketlerin “Macit Zeran Merkez 9505” kodlu Mağazası nezdinde gerçekleşen 22.10.2021 tarihli denetim çerçevesinde 21-28 Ekim 2021 dönemine ilişkin "Aldın Aldın" başlıklı afişte yer alan tanıtımlarda "8681893302161 barkodlu Aksu Ultra Granit Set 2'li (26 Cm Basık Tencere-26 Cm Tava)" isimli ürünün satış fiyatının 109.95 TL olarak belirtildiği, ancak aynı ürünün 22.10.2021 tarihinde denetim yapılan mağazada yer alan raf etiketlerinde satış fiyatının 169,95 TL olduğu ve ayrıca aynı mağazaya ait 21.10.2021 tarih ve \*\*\*\* fiş nolu satış fişinde de bahse konu ürünün 169,95 TL'den satışının yapıldığı, ayrıca anılan mağaza çalışanı tarafından “*ürün etiket farkının mağaza ile alakalı olmayıp A101 geneli basılan afişte yan ürünle birlikte fiyat basım hatası yapıldığı ve hata fark edilir edilmez afişlerin toplatılarak imha edildiğinin*” beyan edildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, “A101” unvanlı zincir marketlere ilişkin 21-28 Ekim 2021 dönemi" Aldın Aldın" başlıklı afişte "8681893302161 barkodlu “Aksu Ultra Granit Set 2'li (26 Cm Basık Tencere-26 Cm Tava)" isimli ürünün satış fiyatının 109.95 TL olduğu, ancak aynı ürünün 22.10.2021 tarihinde Macit Zeran Merkez 9505 kodlu Mağazada yer alan raf etiketlerinde satış fiyatının 169,95 TL olduğu ve ayrıca 21.10.2021 tarih ve \*\*\*\* fiş nolu satış fişinde de bahse konu ürünün 169,95 TL'den satışının yapıldığı bu çerçevede söz konusu ürüne ilişkin tanıtımlarda yer alan fiyat bilgisinin gerçeği yansıtmadığı, tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikli 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, 13/1, 13/2, 13/9 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Yeni Mağazacılık Anonim Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **11.429,00-TL (Onbirbindörtyüzyirmidokuz Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**170)**

**Dosya No: 2021/5043**

**Şikayet Edilen: Edessa Kozmetik İtriyat Gıda Otomotiv İnşaat İthalat İhracat Sanayi Ticaret Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Edessa Kozmetik” unvanlı işyerinde "Listerine Ağız Bakım Suyu 500ML" isimli ürüne ilişkin raf etiketinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 07.10.2021

**Yayınlandığı Mecra:** Raf Etiketi

**Tespitler:** Yapılan incelemede, Aydın Ticaret İl Müdürlüğü tarafından "Edessa Kozmetik" unvanlı işyeri nezdinde tutulan 07.10.2021 tarihli tespit tutanağında; “Listerine Ağız Bakım Suyu 500ML” isimli ürünün kampanya dışındaki satış fiyatının 31,90 TL olduğu, kampanya döneminde piyasada oluşan en yüksek fiyatın baz alındığı ve ilgili fiyat üzerinden %50 indirim ile 47,90 TL üzerinden 23,95 TL satış fiyatının oluşturulduğunun işyeri çalışanınca beyan edildiği, ayrıca reklam verenden indirim uygulanan önceki fiyata ilişkin olarak kanıtlayıcı bilgi veya belge talep edilmesine rağmen konuya ilişkin herhangi bir belge sunulmadığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, "Edessa Kozmetik" unvanlı işyerinde Listerine Ağız Bakım Suyu 500ML isimli ürünün kampanya dışındaki satış fiyatının 31,90 TL olduğu, kampanya döneminde piyasada oluşan en yüksek fiyatın baz alındığı ve ilgili fiyat üzerinden %50 indirim ile 47,90 TL üzerinden 23,95 TL satış fiyatının oluşturulduğu bu çerçevede aykırılığın tespit edildiği tarih itibarıyla yürürlükte bulunan Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin “İndirimli satış reklamları” başlıklı 14 üncü maddesinin üçüncü fıkrasında yer alan; “*Yapılan indirimin miktarı veya oranı hesaplanırken, indirimli fiyattan bir önceki fiyat esas alınır."* hükmün ihlal edildiği ve indirim öncesi fiyat bilgisi ile indirim oranının tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Edessa Kozmetik İtriyat Gıda Otomotiv İnşaat İthalat İhracat Sanayi Ticaret Limited Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63, 77/12 ve 77/13 üncü maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**171)**

**Dosya No: 2021/5025**

**Şikayet Edilen: Şok Marketler Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Kuruluşa ait “Şok Market 17-23 Kasım 2021” başlıklı aktüel ürünler broşüründe yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 17-23.11.2021

**Yayınlandığı Mecra:** Broşür

**Tespitler:** Kuruluşa ait “Şok Market 17-23 Kasım 2021” aktüel ürünler kataloğunda; *"Finish Powerball kapsül 90'lı ~~69,95 TL~~ yerine 52,45 TL"* ibarelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu broşürlerde tüketicileri yanıltıcı, aldatıcı bir unsurun bulunmadığı, 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.

**172)**

**Dosya No: 2021/5578**

**Şikayet Edilen: A.S Watson Güzellik ve Bakım Ürün. Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Kuruluşun mağaza içi afişlerinde ve etiketlerde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 25.10.2021

**Yayınlandığı Mecra:** Raf Etiketi, Afiş

**Tespitler:** Watsons Mağazalarının İzmir Karşıyaka şubesinde yer alan raf etiketlerinin 25.10.2021 tarihli görünümünde *"80 TL'lik Loreal Paris Cilt Ürünü Alımına 1 Adet İphone veya 1 adet Dyson Şarjlı Süpürge Hediye"* ibarelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, “*80 TL'lik Loreal Paris Cilt Ürünü Alımına 1 Adet İphone veya 1 adet Dyson Şarjlı Süpürge Hediye"* ibarelerine yer verilerek her bir 80 TL'lik alışverişlerde söz konusu hediyenin verileceği izlenimi yaratıldığı ancak söz konusu hediyenin çekiliş sonucu verileceği, bu durumun reklamda açıkça belirtilmemesi suretiyle tüketicilerin yanıltıldığı,

Ayrıca inceleme konusu tanıtımlarda promosyon süresinin başlangıç ve bitiş tarihi ile malın teslimi veya hizmetin yerine getirilmesine ilişkin koşullar ya da bu koşulların duyuruluş şeklinin açıklanmadığı,

Bütün bu durumların, tüketicileri yanıltıcı, aldatıcı ve bilgi eksikliklerini istismar edici nitelikte olduğu, tüketicinin algılama düzeyi göz önünde bulundurulduğunda mevzuata aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-ç, 9/1, 9/2, 9/4, 9/5, 15/1-a, 15/1-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 **A.S Watson Güzellik ve Bakım Ürün. Tic. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**173)**

**Dosya No: 2021/5604**

**Şikayet Edilen: Silvermom Gümüş Takı Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şirket bünyesinde bulunan https://silvermom.com.tr adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 06.01.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://silvermom.com.tr adresli internet sitesinin 06.01.2022 tarihli görünümünde yer alan tanıtımlarda; ana sayfada; "*Doktorların önerdiği tek marka",* "Silvermom Standart Gümüş Göğüs Koruma Kapağı" isimli ürüne ilişkin olarak; *"Doktor Annelerin Önerdiği Tek Marka! Hamile ve Emziren anneler için Avrupa ve Dünya standartlarında üretilen koruyucu gümüş göğüs kapakları, emziren ve süt sağan annelerin emzirme yaralarını önlemeye ve var olan yaraları iyileştirmeye yardımcı bir üründür..."* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, "*Yaralarını önlemeye ve var olan yaraları iyileştirmeye yardımcı bir üründür"* ifadelerinin birer sağlık beyanı olduğu, bu tür beyanlarla ürünün yaraları tedavi ettiği, önlediği mesajının verildiği, söz konusu ürünün sanki bir ilaç veya bir beşeri tıbbi ürün gibi tanıtıldığı, yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre bu tür sağlık beyanlarının kullanılmasının mevzuata aykırı olduğu, bir ürüne ilişkin olarak her hangi bir sağlık beyanında bulunabilmesi için ilgili idari otorite olan Sağlık Bakanlığı Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Kurumu'ndan izin alınması gerektiği, kullanılan bu beyanlar için gerekli izinlerin alınmadığından söz konusu beyanların doğruluğunun bilimsel olarak ispat edilmiş sayılamayacağı, dolayısıyla doğruluğu bilimsel olarak ispat edilmemiş bu beyanlarla tüketicilerin yanıltıldığı,

Bununla birlikte; *"Doktorların önerdiği tek marka, Doktor Annelerin Önerdiği Tek Marka!"* ifadelerinin ispata muhtaç olduğu ve gerçeği yansıtmadığı,

Bütün bu durumların tüketicileri yanıltıcı, aldatıcı ve bilgi eksikliklerini istismar edici nitelikte olduğu, tüketicinin algılama düzeyi göz önünde bulundurulduğunda mevzuata aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**174)**

**Dosya No: 2020/2096**

**Şikayet Edilen: Cey Otelcilik ve Tur. Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.sahibinden.com adresli internet sitesinde yayınlanan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020-2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firma tarafından www.sahibinden.com adresli internet sitesinde yayınlanan tanıtımlarda, oda fiyatlarına yer verildiği ve bu fiyatlarda gerçekleşmesi muhtemel değişikliklere ilişkin bilgi verilmediği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, firma tarafından "The Place Suit" kullanıcı adı ile www.sahibinden.com adresli internet sitesi üzerinden günlük olarak satışa sunulan dairelere ilişkin olarak gerçekleştirilen tanıtımlarda, ilgili odalara/dairelere ait fiyatın belirlenmesine yönelik hususlarda, tüketicilerin satın alma davranışını etkileyecek nitelikteki gerekli bilgilerin verilmediği, dolayısıyla ilan edilen fiyat ile tüketicilere bildirilen nihai fiyatın birbirinden farklı olabileceği, bu durumların da tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu reklamların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 7/5-ç, 9/1, 9/5, 13/1, 13/9, 18/1, 18/2, 28/1, 28/4, 29/1-a ve 32 nci maddeleri ile ‘Haksız Ticari Uygulama Olarak Kabul Edilen Örnek Uygulamalar’ başlıklı ekinin 5 inci maddesi,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,reklam veren **Cey Otelcilik ve Tur. Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63, 77/12 ve 77/13 üncü maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**175)**

**Dosya No: 2020/6402**

**Şikayet Edilen: Seçsan Süt ve Hayvancılık A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait internet sitesinde yayınlanan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 03.11.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, Ambalaj

**Tespitler:** Firmaya ait internet sitesinde yer verilen tanıtımlarda, " Kırıkkaya Tam Yağlı Ezine Beyaz Peynir” vb. ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, firmaya ait internet sitesi üzerinden 03.11.2021 tarihi itibariyle tanıtımı yapılan “Kırıkkaya Tam Yağlı Ezine Beyaz Peynir” isimli ürünün, 05.08.2006 tarih ve 86 sayı ile tescil altına alınan Ezine Peyniri coğrafi işaret tesciline uygun nitelikte üretildiğine ilişkin olarak firmaca Bakanlığa ispatlayıcı bilgi ve belge sunulamadığı, bu çerçevede ürün isminde "Ezine Peyniri" ifadesinin bulunmasının tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu, bu durumların da tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu reklamların;

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

c, 7/5-f, 7/5-g, 9/1, 9/5, 11/1-b, 12/2 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**176)**

**Dosya No: 2020/6404**

**Şikayet Edilen: NS Sezgin Oto. Gıda Tar. İnş. Tur. Nak. San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından çeşitli mecralarda yayınlatılan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 03.11.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, Ambalaj

**Tespitler:** Firmaya ait www.sezginns.com.tr adresli internet sitesinde 03.11.2021 tarihi itibariyle satışa sunulan "(Meşhur) Ezine Peyniri” ile "Ezine Klasik Beyaz Peynir (inek sütünden üretilen)" isimli ürünlerin satışa sunulduğu,

Diğer taraftan, söz konusu tanıtımlarda "Vücudumuzun protein ihtiyacını karşılamada en güçlü gıdadır.", "Aminoasit kaynağı olması nedeniyle zeka gelişiminde rol oynar.", "Bağışıklık sistemini güçlendirir.", "Bağırsak mikroflorasını dengeleyerek zararlı mikroorganizmaların yaşam şartlarını bozar.", "Vücuda doğal  olarak enerji verir.", "Kolestrol oranı düşük olup trans yağ asidi içermediğinden sağlıklı bir besindir.", "A,B1,B2,B6,B12,Folik asit, Tokoferol ihtivası ile vücudumuza katkı sağlar.", "Dişlerimizi korur, bayanlarda kemik erimesi probleminin önüne geçer.(Kalsiyum kaynağı olması ile)", "Saçları güçlendirir, dökülmeleri azaltır.", "Çocuklarda boy uzamasını güçlendirir", "Sindirimi kolaydır, diğer besinlerin sindirimini kolaylaştırır.", "Hafıza zayıflığı ve dikkat kaybını önler.", "Görme zayıflığı ve katarakt olma ihtimalini azaltır.", "Süt ürünlerine karşı hassasiyeti olan insanların rahatlıkla tüketebileceği bir süt ürünüdür.(Laktoz oranının düşüklüğü ile)" şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, firmaya ait www.sezginns.com.tr adresli internet sitesinde 03.11.2021 tarihi itibariyle satışa sunulan "(Meşhur) Ezine Peyniri” ile "Ezine Klasik Beyaz Peynir (inek sütünden üretilen)" isimli ürünlerin 05.08.2006 tarih ve 86 sayı ile tescil altına alınan Ezine Peyniri coğrafi işaret tescilinde belirtilen "Ezine peyniri…koyun, keçi ve ineklerden elde edilen sütlerin mevsimine göre; koyun sütü % 35-45, keçi sütü en az % 40, inek sütü en fazla % 25 oranlarında karıştırılmasıyla üretilen tam yağlı muhtelif büyüklükte teneke tipi peynirdir." şeklindeki tanım göz önüne alındığında Ezine Peynirinin, Tescil belgesinde ürünün tek başına keçi, koyun ya da inek sütünden üretilebileceği ve bu adlarla piyasaya sürülebileceğine dair bir hüküm bulunmaması ve üç farklı süt türünün birlikte kullanılması suretiyle elde edilmesi nedeniyle içinde yer alan değişik tipteki süt oranlarına dayanılarak isimlendirilmesinin, diğer bir ifadeyle konuya ilişkin marka tescili olup olmamasından bağımsız olarak değişik ambalaj ve tanıtımlar ile "Ezine İnek", "Ezine Koyun", "Ezine Keçi" vb. adlar altında reklam ve tanıtımının yapılmasının mümkün olmadığı,

Diğer taraftan, söz konusu tanıtımlarda yer verilen "Vücudumuzun protein ihtiyacını karşılamada en güçlü gıdadır.", "Aminoasit kaynağı olması nedeniyle zeka gelişiminde rol oynar.", "Bağışıklık sistemini güçlendirir.", "Bağırsak mikroflorasını dengeleyerek zararlı mikroorganizmaların yaşam şartlarını bozar.", "Vücuda doğal  olarak enerji verir.", "Kolestrol oranı düşük olup trans yağ asidi içermediğinden sağlıklı bir besindir.", "A,B1,B2,B6,B12,Folik asit, Tokoferol ihtivası ile vücudumuza katkı sağlar.", "Dişlerimizi korur, bayanlarda kemik erimesi probleminin önüne geçer.(Kalsiyum kaynağı olması ile)", "Saçları güçlendirir, dökülmeleri azaltır.", "Çocuklarda boy uzamasını güçlendirir", "Sindirimi kolaydır, diğer besinlerin sindirimini kolaylaştırır.", "Hafıza zayıflığı ve dikkat kaybını önler.", "Görme zayıflığı ve katarakt olma ihtimalini azaltır.", "Süt ürünlerine karşı hassasiyeti olan insanların rahatlıkla tüketebileceği bir süt ürünüdür.(Laktoz oranının düşüklüğü ile)" şeklindeki ifadelerin birer sağlık beyanı olduğu, mevzuatta izin verilen sınırların dışına çıkan bu beyanlarla tanıtımı yapılan ürünlerin aldatıcı ve yanıltıcı bir izlenim oluşturularak bir ilaç veya beşeri tıbbi ürün gibi tanıtıldığı, bu durumların da tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu reklamların;

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

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

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

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/5-f, 7/5-g, 9/1, 9/5, 11/1-b, 12/2, 26 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,reklam veren **NS Sezgin Oto. Gıda Tar. İnş. Tur. Nak. San. ve Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine verilmiştir.

**177)**

**Dosya No: 2021/2412**

**Şikayet Edilen: İlk Çiçek Sepeti Yazılım A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait internet sitesinde yayınlanan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 01.07.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmanın tüketicilere yönelik uygulamalarına ilişkin olarak Bakanlık tarafından denetim yapıldığı, tasarım ve marka kullanımına ilişkin konularda ise mahkeme aşamalarının devam ettiği ya da tamamlandığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda,www.ciceksepeti.net adresli internet sitesinin tasarımı, marka kullanımı vb. konularda gerek var olan mahkeme kararları gerekse de sürmekte olan davalar çerçevesinde konunun Reklam Mevzuatı kapsamında değerlendirilemeyeceği, tüketici şikayetlerine ilişkin olarak Bakanlık tarafından gerekli denetim faaliyetinin gerçekleştirildiği,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların, Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin ilgili hükümleri ile 6502 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 inci maddesine **aykırı olmadığına** karar verilmiştir.

**178)**

**Dosya No: 2022/779**

**Şikayet Edilen: Penti Giyim Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait https://hr.penti.com/ ve sosyal medya hesaplarında "Doth Mesh Hipster Külot, K Gri Floral Race Hipster Külot" gibi çeşitli ürünlere ilişkin reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 07.02.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ait https://hr.penti.com/ ve instagram başta olmak üzere çeşitli sosyal medya hesaplarında "Doth Mesh Hipster Külot, K Gri Floral Race Hipster Külot" gibi çeşitli ürünlere ilişkin yayınlanan reklam ve tanıtımlarda, kadın genital bölgesine ait görsellere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, firmaya ait https://hr.penti.com/ ve instagram başta olmak üzere çeşitli sosyal medya hesaplarında "Doth Mesh Hipster Külot, K Gri Floral Race Hipster Külot" gibi çeşitli ürünlere ilişkin yayınlanan reklam ve tanıtımlarda, kadın genital bölgesine ait görsellere yer verilerek reklam mevzuatının temel ilkelerinden tanıtımların genel ahlak kurallarına aykırı ve bir cinsiyete yönelik istismar edici ifadeler ve görseller içeremeyeceği yönündeki ilkeyi ihlal edici nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu reklamların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 6/1-a, 6/1-d, 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 **Penti Giyim Ticaret A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **155.712 TL (Yüzellibeşbinyediyüzoniki Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**HAKSIZ TİCARİ UYGULAMALAR**

**179)**

**Dosya No: 2021/5798**

**Şikayet Edilen: Sevgi Nur DELİCE**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 11.10.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Şahsa ilişkin olarak www.instagram.com/papuczade/ adresli internet sitesinde Ugg, Converse, Adidas, Nike, New Balance, Birkenstock markalı ayakkabıların görsellerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; şahsa ilişkin olarak www.instagram.com/papuczade/ adresli internet sitesinde Ugg, Converse, Adidas, Nike, New Balance, Birkenstock markalı ayakkabıların görsellerine yer verilerek satışı yapılan ürünlerin tüketiciler nezdinde orjinal ürün olduğu algısının uyandırılmasına rağmen taklit ürün satışının yapıldığı;

Diğer taraftan şahıs tarafından anılan internet sitesinde Ugg, Converse, Adidas, Nike, New Balance, Birkenstock markalı ürünlere yer verilmesi nedeniyle tüketicilerin söz konusu markalara duyduğu güven ve itibardan haksız bir şekilde yarar sağlandığı; ayrıca tüketicilerin bilgi ve tecrübe eksikliklerinin istismar edilerek yanıltıldığı; 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-f, 9/1, 9/5, 11/1-a, 11/1-b, 12/2, 28/1, 28/2, 28/3, 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 **Sevgi Nur DELİCE** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**180)**

**Dosya No: 2021/5802**

**Şikayet Edilen: Erhan AYVA**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 11.10.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Anılan şahsa ait www.instagram.com/marka\_paris adresli internet sitesinde Alexander Mcqueen, Prada, Louıs Vuıtton, Emperio Armani, Gucci ve Versace markalı ayakkabıların görsellerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; şahsa ilişkin olarak www.instagram.com/marka\_paris adresli internet sitesinde Alexander Mcqueen, Prada, Louıs Vuıtton, Emperio Armani, Gucci ve Versace markalı ayakkabıların görsellerine yer verilerek satışı yapılan ürünlerin tüketiciler nezdinde orjinal ürün olduğu algısının uyandırılmasına rağmen taklit ürün satışının yapıldığı;

Diğer taraftan şahıs tarafından anılan internet sitesinde Alexander Mcqueen, Prada, Louıs Vuıtton, Emperio Armani, Gucci ve Versace markalı ürünlere yer verilmesi nedeniyle tüketicilerin söz konusu markalara duyduğu güven ve itibardan haksız bir şekilde yarar sağlandığı; ayrıca tüketicilerin bilgi ve tecrübe eksikliklerinin istismar edilerek yanıltıldığı; 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-f, 9/1, 9/5, 11/1-a, 11/1-b, 12/2, 28/1, 28/2, 28/3, 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 **Erhan AYVA** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**181)**

**Dosya No: 2022/723**

**Şikayet Edilen: Sercan DEMİR (@okyanusayakkabii)**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından, www.instagram.com üzerinden “@okyanusayakkabii” kullanıcı adı ile yapılan Nike, The North Face, Skechers vb. çok sayıdaki ithal markaya ait ürün reklamları

**Reklam Yayın Tarihi:** 11.10.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firma tarafından,www.instagram.com üzerinden “okyanusayakkabiii” kullanıcı adı ile Nike, The North Face, Skechers vb. çok sayıdaki ithal markanın ürünlerinin satışa sunulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firma tarafından www.instagram.com üzerinden “okyanusayakkabiii” kullanıcı adı ile Nike, The North Face, Skechers vb çok sayıdaki ithal markanın ürünlerinin satışa sunulduğu, ancak bu ürünlerin lisanslı olmadığı, lisanslı olduğunun ispatlanamadığı ve tüketicilere taklit ürünlerin gönderildiği bu durumun da tüketicileri aldatıcı nitelikte 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-a, 7/c, 7/f, 7/g, 9/1, 9/5, 11/1-a, 11/1-b, 12/1, 12/2, 28/1, 28/2, 28/3, 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 **Sercan DEMİR (@okyanusayakkabii)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**182)**

**Dosya No: 2022/752**

**Şikayet Edilen: Mehmet ATAŞ (@ayakkabi\_spor\_nike)**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından, www.instagram.com üzerinden “ayakkabi\_spor\_nike” kullanıcı adı ile Nike vb. çok sayıdaki ithal markaya ait ürün reklamları

**Reklam Yayın Tarihi:** 11.10.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firma tarafından,www.instagram.com üzerinden “ayakkabi\_spor\_nike” kullanıcı adı ile Nike vb. çok sayıdaki ithal markanın ürünlerinin satışa sunulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firma tarafından www.instagram.com “ayakkabi\_spor\_nike” kullanıcı adı ile Nike vb. çok sayıdaki ithal markanın ürünlerinin satışa sunulduğu, ancak bu ürünlerin lisanslı olmadığı, lisanslı olduğunun ispatlanamadığı ve tüketicilere taklit ürünlerin gönderildiği bu durumun da tüketicileri aldatıcı nitelikte 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-a, 7/c, 7/f, 7/g, 9/1, 9/5, 11/1-a, 11/1-b, 12/1, 12/2, 28/1, 28/2, 28/3, 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 **Mehmet ATAŞ (@ayakkabi\_spor\_nike)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**183)**

**Dosya No: 2022/753**

**Şikayet Edilen: Bünyamin GÜÇ (@modatamam\_2020)**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından, www.instagram.com üzerinden “modatamam\_2020” kullanıcı adı ile Nike, The North Face, Skechers vb. çok sayıdaki ithal markaya ait ürün reklamları

**Reklam Yayın Tarihi:** 11.10.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firma tarafından,www.instagram.com üzerinden “modatamam\_2020” kullanıcı adı ile Nike, The North Face, Skechers vb. çok sayıdaki ithal markanın ürünlerinin satışa sunulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firma tarafından www.instagram.com “modatamam\_2020” kullanıcı adı ile Nike, The North Face, Skechers vb. çok sayıdaki ithal markanın ürünlerinin satışa sunulduğu, ancak bu ürünlerin lisanslı olmadığı, lisanslı olduğunun ispatlanamadığı ve tüketicilere taklit ürünlerin gönderildiği bu durumun da tüketicileri aldatıcı nitelikte 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-a, 7/c, 7/f, 7/g, 9/1, 9/5, 11/1-a, 11/1-b, 12/1, 12/2, 28/1, 28/2, 28/3, 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 **Bünyamin GÜÇ (@modatamam\_2020)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**184)**

**Dosya No: 2022/761**

**Şikayet Edilen: Samet ÖNAL (@orjin\_ayakkabi)**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından, www.instagram.com üzerinden “orjin\_ayakkabi” kullanıcı adı ile Nike, Adidas vb. çok sayıdaki ithal markaya ait ürün reklamları

**Reklam Yayın Tarihi:** 11.10.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firma tarafından,www.instagram.com üzerinden “orjin\_ayakkabi” kullanıcı adı ile Nike, Adidas vb. çok sayıdaki ithal markanın ürünlerinin satışa sunulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firma tarafından www.instagram.com “orjin\_ayakkabi” kullanıcı adı ile Nike, Adidas vb. çok sayıdaki ithal markanın ürünlerinin satışa sunulduğu, ancak bu ürünlerin lisanslı olmadığı, lisanslı olduğunun ispatlanamadığı ve tüketicilere taklit ürünlerin gönderildiği bu durumun da tüketicileri aldatıcı nitelikte 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-a, 7/c, 7/f, 7/g, 9/1, 9/5, 11/1-a, 11/1-b, 12/1, 12/2, 28/1, 28/2, 28/3, 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 **Samet ÖNAL (@orjin\_ayakkabi)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**185)**

**Dosya No: 2022/762**

**Şikayet Edilen: Hatice TUNCİL (@erkek\_ayakabi\_magazasii)**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından, www.instagram.com üzerinden “erkek\_ayakkabi\_magazasii” kullanıcı adı ile Nike, The North Face, Skechers vb. çok sayıdaki ithal markaya ait ürün reklamları

**Reklam Yayın Tarihi:** 11.10.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firma tarafından,www.instagram.com üzerinden “erkek\_ayakkabi\_magazasii” kullanıcı adı ile Nike, The North Face, Skechers vb. çok sayıdaki ithal markanın ürünlerinin satışa sunulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firma tarafından www.instagram.com “erkek\_ayakkabi\_magazasii” kullanıcı adı ile Nike, The North Face, Skechers vb. çok sayıdaki ithal markanın ürünlerinin satışa sunulduğu, ancak bu ürünlerin lisanslı olmadığı, lisanslı olduğunun ispatlanamadığı ve tüketicilere taklit ürünlerin gönderildiği bu durumun da tüketicileri aldatıcı nitelikte 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-a, 7/c, 7/f, 7/g, 9/1, 9/5, 11/1-a, 11/1-b, 12/1, 12/2, 28/1, 28/2, 28/3, 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 **Hatice TUNCİL (@erkek\_ayakabi\_magazasii)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**186)**

**Dosya No: 2022/731**

**Şikayet Edilen: Muhammed PARILTI (Captan Spor)**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şahıs tarafından, www.instagram.com ve www.shopier.com adresli internet siteleri üzerinden gerçekleştirilen Nike, Adidas, Columbia vb. çok sayıdaki ithal markaya ait ürün reklamları

**Reklam Yayın Tarihi:** 11.10.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Şahıs tarafından,www.instagram.com ve www.shopier.com üzerinden “Captanspor” kullanıcı adı ile Nike, Adidas, Columbia vb. çok sayıdaki ithal markanın ürünlerinin satışa sunulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, şahıs tarafından www.instagram.com ve www.shopier.com adresli internet siteleri üzerinden "Captan Spor" kullanıcı adı ile satışa sunulan "Columbia" markalı ürünlere ilişkin olarak ilgili ürünlerin lisanslı olduğunu kanıtlar nitelikteki belgelerin Bakanlığa sunulamadığı, bu durumun da tüketicileri aldatıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/c, 7/f, 7/g, 9/1, 9/5, 11/1-a, 11/1-b, 12/1, 12/2, 28/1, 29/1, 29/2-a ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**187)**

**Dosya No: 2022/732**

**Şikayet Edilen: Vahet KOYUNCU (eliteshopturkey)**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şahıs tarafından www.instagram.com ve www.shopier.com adresli internet siteleri üzerinden gerçekleştirilen "Adidas", "Nike", "Crocs" vb. çok sayıdaki ithal markaya ait ürün reklamları

**Reklam Yayın Tarihi:** 11.10.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Şahıs tarafındanwww.instagram.com ve www.shopier.com üzerinden “Eliteshopturkey” kullanıcı adı ile "Adidas", "Nike", "Crocs" vb. çok sayıdaki ithal markanın ürünlerinin satışa sunulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, şahıs tarafından www.instagram.com ve www.shopier.com adresli internet siteleri üzerinden "Eliteshopturkey" kullanıcı adı ile satışa sunulan "Adidas", "Nike", "Crocs" vb. markalı ürünlere ilişkin olarak ilgili ürünlerin lisanslı olduğunu kanıtlar nitelikteki belgelerin Bakanlığa sunulamadığı, bu durumun da tüketicileri aldatıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/c, 7/f, 7/g, 9/1, 9/5, 11/1-a, 11/1-b, 12/1, 12/2, 28/1, 29/1, 29/2-a ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**188)**

**Dosya No: 2022/734**

**Şikayet Edilen: Sabri YÜKSEL (kremlin.co)**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şahıs tarafından, www.instagram.com ve www.shopier.com adresli internet siteleri üzerinden gerçekleştirilen "Adidas", "Nike", "Vans" vb. çok sayıdaki ithal markaya ait ürün reklamları

**Reklam Yayın Tarihi:** 11.10.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Şahıs tarafından,www.instagram.com ve www.shopier.com üzerinden “Kremlin\_co” kullanıcı adı ile "Adidas", "Nike", "Vans" vb. çok sayıdaki ithal markanın ürünlerinin satışa sunulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, şahıs tarafından www.instagram.com ve www.shopier.com adresli internet siteleri üzerinden "Kremlin\_co" kullanıcı adı ile satışa sunulan "Adidas", "Nike", "Vans" vb. markalı ürünlere ilişkin olarak ilgili ürünlerin lisanslı olduğunu kanıtlar nitelikteki belgelerin Bakanlığa sunulamadığı, bu durumun da tüketicileri aldatıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/c, 7/f, 7/g, 9/1, 9/5, 11/1-a, 11/1-b, 12/1, 12/2, 28/1, 29/1, 29/2-a ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**189)**

**Dosya No: 2022/738**

**Şikayet Edilen: Gprs Bilişim Sistemleri ve Ticaret Anonim Şirketi (orijinalsporayakkabı/sporyakkabi moda)**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından, www.instagram.com adresli internet sitesi üzerinden gerçekleştirilen "Adidas", "Nike", "Balenciaga" vb. çok sayıdaki ithal markaya ait ürün reklamları

**Reklam Yayın Tarihi:** 11.10.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firma tarafından,www.instagram.com adresli internet sitesi üzerinden "orjinal.sporayakkabi" ve "sporayakkabi\_moda" kullanıcı adları ile "Adidas", "Nike", "Balenciaga" vb. çok sayıdaki ithal markanın ürünlerinin satışa sunulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, firma tarafından www.instagram.com adresli internet sitesi üzerinden "orjinal.sporayakkabi" ve "sporayakkabi\_moda" kullanıcı adları ile satışa sunulan "Adidas", "Nike", "Balenciaga" vb. markalı ürünlere ilişkin olarak ilgili ürünlerin lisanslı olduğunu kanıtlar nitelikteki belgelerin Bakanlığa sunulamadığı, bu durumun da tüketicileri aldatıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/c, 7/f, 7/g, 9/1, 9/5, 11/1-a, 11/1-b, 12/1, 12/2, 28/1, 29/1, 29/2-a ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **GPRS Bilişim Sistemleri ve Ticaret Anonim Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63, 77/12 ve 77/13 üncü maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**190)**

**Dosya No: 2022/739**

**Şikayet Edilen: Çoşkun ARDIÇ (zoomsneakers)**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şahıs tarafından www.instagram.com ve www.shopier.com adresli internet siteleri üzerinden gerçekleştirilen "Adidas", "Nike" vb. çok sayıdaki ithal markaya ait ürün reklamları

**Reklam Yayın Tarihi:** 11.10.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Şahıs tarafından,www.instagram.com ve www.shopier.com üzerinden "Zumsneakers" ve "Zoomsneakers\_TR" kullanıcı adları ile "Adidas", "Nike" vb. çok sayıdaki ithal markanın ürünlerinin satışa sunulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, şahıs tarafından www.instagram.com ve www.shopier.com adresli internet siteleri üzerinden "Zumsneakers" ve "Zoomsneakers\_TR" kullanıcı adları ile satışa sunulan "Adidas", "Nike" vb. markalı ürünlere ilişkin olarak ilgili ürünlerin lisanslı olduğunu kanıtlar nitelikteki belgelerin Bakanlığa sunulamadığı, bu durumun da tüketicileri aldatıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/c, 7/f, 7/g, 9/1, 9/5, 11/1-a, 11/1-b, 12/1, 12/2, 28/1, 29/1, 29/2-a ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**191)**

**Dosya No:** **2021/4514**

**Şikayet Edilen: Halit AYDOĞDU**

**Şikayet Edilen Reklam:** "Gözde Kuruyemiş" isimli mağaza tabelasında yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 03.11.2021

**Yayınlandığı Mecra:** Tabela

**Tespitler:** "Gözde Kuruyemiş" isimli mağaza tabelasında; *“Fabrika satış mağazası, since 1989”* 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, "Gözde Kuruyemiş" isimli mağaza tabelasında yer alan tanıtımlarda; *"fabrika satış mağazası"* ibaresi kullanılmasına rağmen firmaya ait herhangi bir fabrika olmadığı ayrıca firmanın tabelasında yer alan *"Since 1989"* ifadesinin gerçeği yansıtmadığı ve 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, 9/5, 28 ve 29 uncu maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 ve 62 nci maddeleri,

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**192)**

**Dosya No:** **2021/5299**

**Şikayet Edilen: Nestle Türkiye Gıda San. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** "Nescafe 3 ü 1 arada" isimli ürün ambalajlarında ve muhtelif televizyon kanallarında tanıtımı yapılan "İç bi nescafe hediyeleri yakala, aylık çekilişlerle toplamda 4 BMW 118i" başlıklı kampanya

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj, Televizyon

**Tespitler:** Söz konusu kampanya tanıtımlarında; *“Her ay çekiliş var. Paketlerdeki kodları gönder, aylık çekilişlerle toplamda dört 118İ BMW,200 iphone 12, 200 airpods kazanma şansını kaçırma. MPİ’nin 21.04.2021 tarih ve E-2644 sayılı izniyle 20.09.2021-19.01.2022 arasında geçerlidir. Ayrıntılar www.nescafe.com.tr’de.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda,"Nescafe 3 ü 1 arada" isimli ürün ambalajlarında ve muhtelif televizyon kanallarında yer alan *"İç bi nescafe hediyeleri yakala, aylık çekilişlerle toplamda 4 BMW 118i"* başlıklı kampanya tanıtımlarında Reklam Mevzuatı hükümlerine aykırı bir unsura rastlanmadığından, dolayısıyla anılan 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.

**193)**

**Dosya No: 2022/90**

**Şikayet Edilen: Nestle Türkiye Gıda San. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam/HTU:** Firmaya ait " Nestle Damak Çikolata" markalı ürüne yönelik ambalaj uygulaması

**Reklam/HTU Yayın Tarihi:** 01.09.2021

**Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj/Etiket

**Tespitler:** “Nestle Damak Çikolata” isimli ürünün 65 gramlık ve 63 gramlık iki farklı ambalajda satışa sunulduğu ve gramaj farkı olan iki farklı ambalajda ağırlık/miktar değişikliğine ilişkin herhangi bir ayırt edici unsurun bulunmadığı hususunun İl Müdürlüğü tarafından tutanak altına alındığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, firmanın satışa sunduğu ürünün gramajında ilgili mevzuat hükmünün yürürlüğe girmesinden önce değişikliğe gittiği, bununla beraber yapılan gramaj değişikliğine ilişkin bilgilendirmeye tüketicilerin ayırt edebileceği biçimde ürün ambalajları üzerinde yer verildiği anlaşılmış olup söz konusu uygulamanın mer’i mevzuata aykırı bir durum teşkil etmediği yönünde kanaat hasıl olduğundan, inceleme konusu ticari uygulamanın 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.

**194)**

**Dosya No: 2022/15**

**Şikayet Edilen: Çimen ÇAMLIBEL (@Ayakkabi\_zirvesii)**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından www.instagram.com üzerinden “@Ayakkabi\_zirvesii” kullanıcı adı ile yapılan Nike, Caterpillar vb. çok sayıdaki ithal markaya ait ürün reklamları

**Reklam Yayın Tarihi:** 11.10.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firma tarafından,www.instagram.com üzerinden “@Ayakkabi\_zirvesii” kullanıcı adı ile Nike, Caterpillar vb. çok sayıdaki ithal markanın ürünlerinin satışa sunulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firma tarafından www.instagram.com üzerinden “@Ayakkabi\_zirvesii” kullanıcı adı ile Nike, Caterpillar vb. çok sayıdaki ithal markanın ürünlerinin satışa sunulduğu, ancak bu ürünlerin lisanslı olmadığı, lisanslı olduğunun ispatlanamadığı ve tüketicilere taklit ürünlerin gönderildiği, bu durumun da tüketicileri aldatıcı nitelikte 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-a, 7/5-c, 7/5-f, 7/5-g, 9/1, 9/5, 11/1-a, 11/1-b, 12/1, 12/2, 28/1, 28/2, 28/3, 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 **Çimen ÇAMLIBEL (@Ayakkabi\_zirvesii)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**195)**

**Dosya No: 2022/18**

**Şikayet Edilen: Abdulvahap CAN (@Cannsporr)**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından, www.instagram.com üzerinden “@Cannsporr” kullanıcı adı ile yapılan Nike, The North Face vb. çok sayıdaki ithal markaya ait ürün reklamları

**Reklam Yayın Tarihi:** 11.10.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firma tarafından, www.instagram.com üzerinden “@Cannsporr” kullanıcı adı ile Nike, The North Face vb. çok sayıdaki ithal markanın ürünlerinin satışa sunulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firma tarafından www.instagram.com üzerinden “@Cannsporr” kullanıcı adı ile Nike, The North Face vb. çok sayıdaki ithal markanın ürünlerinin satışa sunulduğu, ancak bu ürünlerin lisanslı olmadığı, lisanslı olduğunun ispatlanamadığı ve tüketicilere taklit ürünlerin gönderildiği, bu durumun da tüketicileri aldatıcı nitelikte 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-a, 7/5-c, 7/5-f, 7/5-g, 9/1, 9/5, 11/1-a, 11/1-b, 12/1, 12/2, 28/1, 28/2, 28/3, 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 **Abdulvahap CAN (@Cannsporr)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**196)**

**Dosya No: 2022/20**

**Şikayet Edilen: Nezih TAK (@Nezihstoreonline)**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından www.instagram.com üzerinden “@Nezihstoreonline” kullanıcı adı ile yapılan Nike, Harley Davidson, UGG vb. çok sayıdaki ithal markaya ait ürün reklamları

**Reklam Yayın Tarihi:** 11.10.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firma tarafındanwww.instagram.com üzerinden “@Nezihstoreonline” kullanıcı adı ile Nike, Harley Davidson, UGG vb. çok sayıdaki ithal markanın ürünlerinin satışa sunulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firma tarafından www.instagram.com üzerinden “@Nezihstoreonline” kullanıcı adı ile Nike, Harley Davidson, UGG vb. çok sayıdaki ithal markanın ürünlerinin satışa sunulduğu, ancak bu ürünlerin lisanslı olmadığı, lisanslı olduğunun ispatlanamadığı ve tüketicilere taklit ürünlerin gönderildiği, bu durumun da tüketicileri aldatıcı nitelikte 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-a, 7/5-c, 7/5-f, 7/5-g, 9/1, 9/5, 11/1-a, 11/1-b, 12/1, 12/2, 28/1, 28/2, 28/3, 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 **Nezih TAK (@Nezihstoreonline)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**197)**

**Dosya No: 2022/21**

**Şikayet Edilen: Mehmet Vefa DEMİR (@Papucumodası1)**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından www.instagram.com üzerinden “@Papucumodasi1” kullanıcı adı ile yapılan Nike, Caterpillar vb. çok sayıdaki ithal markaya ait ürün reklamları

**Reklam Yayın Tarihi:** 11.10.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firma tarafından,www.instagram.com üzerinden “@Papucumodasi1” kullanıcı adı ile Nike, Caterpillar vb. çok sayıdaki ithal markanın ürünlerinin satışa sunulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firma tarafından, www.instagram.com üzerinden “@Papucumodasi1” kullanıcı adı ile Nike, Caterpillar vb. çok sayıdaki ithal markanın ürünlerinin satışa sunulduğu, ancak bu ürünlerin lisanslı olmadığı, lisanslı olduğunun ispatlanamadığı ve tüketicilere taklit ürünlerin gönderildiği, bu durumun da tüketicileri aldatıcı nitelikte 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-a, 7/5-c, 7/5-f, 7/5-g, 9/1, 9/5, 11/1-a, 11/1-b, 12/1, 12/2, 28/1, 28/2, 28/3, 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 **Mehmet Vefa DEMİR (@Papucumodası1)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**198)**

**Dosya No: 2022/23**

**Şikayet Edilen: Mustafa ELÇİ (@Store\_kce)**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından www.instagram.com üzerinden “@Store\_kce” kullanıcı adı ile yapılan çok sayıdaki ithal markaya ait ürün reklamları

**Reklam Yayın Tarihi:** 11.10.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firma tarafındanwww.instagram.com üzerinden “@Store\_kce” kullanıcı adı ile çok sayıdaki ithal markanın ürünlerinin satışa sunulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firma tarafından www.instagram.com üzerinden “@Store\_kce” kullanıcı adı ile çok sayıdaki ithal markanın ürünlerinin satışa sunulduğu, ancak bu ürünlerin lisanslı olmadığı, lisanslı olduğunun ispatlanamadığı ve tüketicilere taklit ürünlerin gönderildiği, bu durumun da tüketicileri aldatıcı nitelikte 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-a, 7/5-c, 7/5-f, 7/5-g, 9/1, 9/5, 11/1-a, 11/1-b, 12/1, 12/2, 28/1, 28/2, 28/3, 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 **Mustafa ELÇİ (@Store\_kce)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**199)**

**Dosya No: 2022/24**

**Şikayet Edilen: Zeynep CENGİZ BIÇAKÇI (@Tarz\_ayakta)**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından www.instagram.com üzerinden “@Tarz\_ayakta” kullanıcı adı ile yapılan Nike vb. çok sayıdaki ithal markaya ait ürün reklamları

**Reklam Yayın Tarihi:** 11.10.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firma tarafından www.instagram.com üzerinden “@Tarz\_ayakta” kullanıcı adı ile Nike vb. çok sayıdaki ithal markanın ürünlerinin satışa sunulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firma tarafından www.instagram.com üzerinden “@Tarz\_ayakta” kullanıcı adı ile Nike vb. çok sayıdaki ithal markanın ürünlerinin satışa sunulduğu, ancak bu ürünlerin lisanslı olmadığı, lisanslı olduğunun ispatlanamadığı ve tüketicilere taklit ürünlerin gönderildiği, bu durumun da tüketicileri aldatıcı nitelikte 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-a, 7/5-c, 7/5-f, 7/5-g, 9/1, 9/5, 11/1-a, 11/1-b, 12/1, 12/2, 28/1, 28/2, 28/3, 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 **Zeynep CENGİZ BIÇAKÇI (@Tarz\_ayakta)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**200)**

**Dosya No: 2022/25**

**Şikayet Edilen: Sevgi ELÇİ (@Umutayakkabı35)**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından www.instagram.com üzerinden “@Umutayakkabi35” kullanıcı adı ile yapılan Nike, Puma, The North Face vb. çok sayıdaki ithal markaya ait ürün reklamları

**Reklam Yayın Tarihi:** 11.10.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firma tarafından www.instagram.com üzerinden “@Umutayakkabi35” kullanıcı adı ile yapılan Nike, Puma, The North Face vb. çok sayıdaki ithal markanın ürünlerinin satışa sunulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firma tarafından www.instagram.com üzerinden “@Umutayakkabi35” kullanıcı adı ile yapılan Nike, Puma, The North Face vb. çok sayıdaki ithal markanın ürünlerinin satışa sunulduğu, ancak bu ürünlerin lisanslı olmadığı, lisanslı olduğunun ispatlanamadığı ve tüketicilere taklit ürünlerin gönderildiği, bu durumun da tüketicileri aldatıcı nitelikte 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-a, 7/5-c, 7/5-f, 7/5-g, 9/1, 9/5, 11/1-a, 11/1-b, 12/1, 12/2, 28/1, 28/2, 28/3, 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 **Sevgi ELÇİ (@Umutayakkabı35)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**4. DİĞER KONULARIN KONUŞULMASI**

**1)**

**Dosya No: 2022/327**

**Çamlık Otom. Tur. İnş. Petrol Gıda Maden. Üretim Paz. ve Tic. Ltd. Şti.** unvanlı firma tarafından işletmesi yapılan “Çamlık Hotel” isimli tesise yönelik reklam ve tanıtımlara ilişkin olarak Reklam Kurulunun 08.02.2022 tarih ve 318 sayılı toplantısında anılan firma hakkında 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **155.712-TL (Yüzellibeşbinyediyüzoniki Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesi kararına karşı söz konusu idari işlemin kaldırılması talebiyle firma tarafından yapılan itirazın görüşülmesi sonucunda, yapılan itiraz başvurusu ve ekinde idari yaptırım kararının geri alınmasını gerektirecek nitelikte herhangi bir bilgi/belge bulunmadığı kanaatine varıldığından **itirazın reddine** karar verilmiştir.

**2)**

**Dosya No: 2020/99900**

\*\*\*\*\*\* \*\*\*\*\* \*\*\*\*\* isimli tüketicinin başvurusu üzerine yapılan incelemede, **Sigortam Net Sigorta ve Reasürans Brokerlik Hizmetleri A.Ş.** tarafından 30.01.2020 tarihinde başvuru sahibi tüketici ile telefon üzerinden yapılan tanıtımlara yönelik olarak, Reklam Kurulu’nun 12.01.2021 tarih ve 305 sayılı toplantısında yapılan görüşme ve değerlendirmeler sonucunda, anılan şirket hakkında 10.475-TL (Onbindörtyüzyetmişbeş Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları uygulanmış olup; söz konusu kararın iptaline ilişkin olarak Bakanlık aleyhine açılan davada, Ankara 23. İdare Mahkemesinin 09.06.2021 tarihli ve E:2021/254, K:2021/981 sayılı davanın reddi yönünde verilen kararına karşı yapılan istinaf başvuru talebinin incelenmesi neticesinde, Ankara Bölge İdare Mahkemesi 9. İdari Dava Dairesinin 13.01.2022 tarihli ve E:2021/1379, K:2022/72 sayılı Kararı ile; *"...Olayda, dava konusu Reklam Kurulu kararında, 6502 sayılı Kanunun 61. maddesine aykırılıktan bahisle aynı Kanunun 63. ve 77/13. maddeleri uyarınca 10.475,00-TL idari para cezası ve anılan reklamların durdurulması cezası tesis edilmis ise de, Kanunun 77/13. maddesinde öngörülen yaptırımların davacının eylemi için öngörülen yaptırımları içermedigi, davacı hakkında reklam niteligindeki eyleminin 6502 sayılı Kanunun 61. maddesine aykırılık nedeniyle anılan Kanunun 77/12. maddesi uyarınca yaptırım uygulanması gerekirken, kanunilik ilkesini ihlal edecek sekilde davalı idarece davacının eylemi için öngörülen yaptırım maddesinin hatalı olarak tayin edilmesi sonucunda 6502 sayılı Kanunun 77. maddesinin 13. fıkrası uyarınca yaptırım uygulanması yönünde tesis olunan dava konusu Reklam Kurulu kararında hukuka uyarlık bulunmadıgı sonucuna varılmıstır (...)"* gerekçesiyle **dava konusu işlemin iptaline karar verilmiştir.**

Bu doğrultuda, Ankara Bölge İdare Mahkemesi 9. İdari Dava Dairesinin 13.01.2022 tarihli ve E:2021/1379, K:2022/72 sayılı Kararına iştirak edilerek;

Firma tarafından 30.01.2020 tarihinde \*\*\*\*\*\* \*\*\*\*\* \*\*\*\*\* isimli tüketici ile yapılan telefon görüşmesinde, tüketiciye tanıtımı yapılan sigorta paketi kapsamında "Mini Onarım" hizmetinin de yer aldığı bilgisinin verildiği, tüketicinin bu koşullarda söz konusu sigorta paketini satın aldığı ancak sonrasında "Mini Onarım" hizmetinden yararlanmak isteyen tüketiciye satın almış olduğu sigorta paketinde böyle bir hizmetin bulunmadığı bilgisinin verildiği, inceleme sonucunda tüketiciye satışı gerçekleştirilen sigorta paketinde "Mini Onarım" hizmetinin bulunmadığı hususları tespit edilerek,

Bu çerçevede, tanıtımların tüketicileri yanıltıcı, aldatıcı ve bilgi eksikliklerini istismar edici nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Sigortam Net Sigorta ve Reasürans Brokerlik Hizmetleri A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **10.475-TL (Onbindörtyüzyetmişbeş Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesinekarar verilmiştir.

**3)**

**Dosya No: 2019/890**

www.gizemonayluna.com adresli internet sitesi ile Facebook ve İnstagram isimli sosyal medya mecralarında yayınlanan tanıtımların mevzuata aykırı olduğu gerekçesiyle, Reklam Kurulunun 09.02.2021 tarihli ve 306 sayılı toplantısında hakkında idari para ve durdurma cezaları verilen **Pachamama Luna Bitkisel ve Kozmetik Ürünler Satış Paz. San. Tic. Ltd. Şti.**’nin Bakanlığımız işleminin iptali istemiyle açtığı dava sonucunda, Ankara 4. İdare Mahkemesince verilen 10.11.2021 tarihli ve E.2021/595, K.2021/1977 sayılı "davanın kabulü ve işlemin iptali" kararının Bakanlığımızca istinaf edilmesi neticesinde, Ankara Bölge İdare Mahkemesi 9. İdari Dava Dairesinin “*muhatabın yeniden belirlenmesine”* yönelik 09.02.2022 tarihli ve E.2022/34, K.2022/175 sayılı "istinaf talebinin reddi" kararı üzerine, yeni bir işlem tesis edilmesi için söz konusu dosya yeniden görüşülerek; yapılan incelemeler sonucunda, anılan tanıtımlarda reklam veren sıfatını haiz olduğu belirlenen **Gizem ONAY** hakkında **85.480-TL (Seksenbeşbindörtyüzseksen Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**4)**

**Dosya No: 2021/5229**

**Seyahat Merkezi Org. Tur. ve Tic. Ltd. Şti.** unvanlı kuruluşa ait ‘Pcr Testi’ başlıklı ayaklı pano ve stantta yer alan tanıtımların mevzuata aykırı olması nedeniyle, Reklam Kurulunun 08.02.2022 tarih ve 318 sayılı toplantısında verilen idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları kararına ilişkin olarak firma tarafından yapılan **itirazın reddine** karar verilmiştir.

**5)**

**Dosya No: 2020/99766**

**Ufuk SAPMAZ** tarafından Bakanlığımız aleyhine açılan davada, Ankara 3. İdare Mahkemesinin 10.01.2022 tarihli ve E:2020/1917, K:2022/13 sayılı kararı ile 6502 sayılı Kanunun 62. maddesine aykırılıktan bahisle 77/13. maddesi kapsamında idari yaptırım tesis edilmesine rağmen gerekçeli karar tutanağında 61 ve 77/12. madde hükümlerinin de yer alması sebebiyle dava konusu işlemin iptaline karar verilmesi hususu görüşülmüştür. Bu kapsamda 01/02/2022 tarihli ve 31737 sayılı Resmî Gazete’de yayımlanan Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinde Değişiklik Yapılmasına Dair Yönetmeliğin 9 uncu maddesi ile; aynı Yönetmeliğin “Haksız Ticari Uygulama Olarak Kabul Edilen Örnek Uygulamalar” başlıklı ekinde yer alan “A-Aldatıcı Ticari Uygulamalar” başlıklı bölümündeki on dokuzuncu bent yürürlükten kaldırılmış ve söz konusu hüküm 01/03/2022 tarihinde yürürlüğe girmiştir. Yürürlükten kaldırılan söz konusu bent, işbu iptal davasına konu idari yaptırım kararının gerekçesini oluşturan gerekçeyi ihtiva etmekte olup 01/03/2022 tarihi itibari ile idari yaptırım uygulama gerekçesi ortadan kalkmıştır. Dolayısıyla idarenin düzenleyici işlemiyle idari yaptırım uygulanmasını gerektiren fiile ilişkin yapılan yeni düzenleme ile oluşan yeni hukuki duruma göre **yeni bir idari işlem tesis edilmesine yer olmadığı kararı** verilmiştir.

**6)**

**Dosya No: 2021/4870**

**Turknet İletişim Hiz. A.Ş.** unvanlı firma tarafından www.turk.net adresli internet sitesinde yayınlanan "En Yüksek Hız En Düşük Ping" başlıklı reklamların ilgili mevzuata aykırı olduğu gerekçesiyle, Reklam Kurulu’nun 08.02.2022 tarihli ve 318 sayılı toplantısında, bahsi geçen firma hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca anılan reklamları durdurma cezası verilmesi kararına ilişkin reklam veren firma tarafından yapılan itirazın görüşülmesi ve değerlendirilmesi neticesinde, söz konusu **itirazın reddine** karar verilmiştir.

**7)**

**Dosya No: 2021/4871**

**Turknet İletişim Hiz. A.Ş.** unvanlı firma tarafından www.turk.net adresli internet sitesinde yayınlanan "Netflix’e ve Steam’e En Hızlı Bağlantı!" başlıklı reklamların ilgili mevzuata aykırı olduğu gerekçesiyle, Reklam Kurulu’nun 08.02.2022 tarihli ve 318 sayılı toplantısında, bahsi geçen firma hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca anılan reklamları durdurma cezası verilmesi kararına ilişkin reklam veren firma tarafından yapılan itirazın görüşülmesi ve değerlendirilmesi neticesinde, söz konusu **itirazın reddine** karar verilmiştir.