**T.C.**

**TİCARET BAKANLIĞI**

**Reklam Kurulu Başkanlığı**

**BASIN BÜLTENİ**

**Toplantı Tarihi :** 12 Nisan 2022

**Toplantı Sayısı :** 320

**İLETİŞİM HİZMETLERİ**

**1)**

**Dosya No: 2021/2290**

**Şikayet Edilen: Cantel İletişim Turizm ve Müh. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** "Bahçelievler Mağazamıza Özel" başlıklı afiş reklamları

**Reklam Yayın Tarihi:** 26-30 Haziran 2021

**Yayınlandığı Mecra:** Afiş

**Tespitler**: Reklam veren firma tarafından 26.06.2021 tarihinde yayınlanan afişlerde *"Bahçelievler Mağazamıza Özel (...) 1000 DK 20 GB 65 TL (...) Detaylar mağazamızda."* ifadelerine ve Turkcell İletişim Hiz. A.Ş. unvanlı firma tarafından başvuru sahibi tüketiciye gönderilen kısa mesajda *"Yıllık abonelik kampanyası ile her yöne 1000 dk konuşma, her yöne 1000 SMS, 10 GB internet, Whatsapp ve BİP'te geçerli sınırsız mesajlaşma, Dergilik' Midi ve Dergilik'te geçerli 1 GB internet içeren GNC Fırsat Mega Paketi'ni bu fatura döneminizden itibaren 12 ay boyunca ayda 65 TL'ye kullanabilirsin. (...)"* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, 26-30 Haziran 2021 tarihinde yayınlanan afişlerde *"Bahçelievler Mağazamıza Özel (...) 1000 DK 20 GB 65 TL (...) Detaylar mağazamızda."* ifadelerine yer verildiği, ancak anılan reklamlarda tanıtımı yapılan "GNÇ Fırsat Mega Paketi" başlıklı tarifenin içeriğinde 10 GB internet kotası bulunmasına rağmen Salla Kazan isimli uygulamadan kazanılacak 10 GB ek internet faydasının da paketin ana unsurları arasında gösterildiği,

Özetle, "GNÇ Fırsat Mega Paketi" başlıklı tarife içeriğinde 10 GB internet kotası bulunmasına rağmen Salla Kazan uygulaması üzerinden tüketicilere ek 10 GB internetin kullanımının parçalı kullanım seçeneği ile sunulduğu bilgisine anılan tanıtımlarda yer verilmediği, bu şekilde ana vaadin esaslı bir unsurunun açık ve anlaşılır bir biçimde reklamın ana mesajında belirtilmeyerek tüketicilerin yanıltıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna  **,**

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

**2)**

**Dosya No: 2021/4545**

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

**Şikayet Edilen Ticari Uygulama:** 0850 480 49 95, 0212 822 87 63 ve 0850 490 16 74 numaralı hatlar aracılığıyla gerçekleştirilen ticari uygulamalar.

**Ticari Uygulama Tarihi:** 2021

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

**Tespitler:** 0850 480 49 95, 0212 822 87 63 ve 0850 490 16 74 numaralı hatlar aracılığıyla muhtelif sayıda tüketiciye ulaşılarak Türk Telekom Grubu adına ticari uygulama gerçekleştirildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, \*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\* isimli tüketicinin 02.09.2021 tarihinde ve 15:00-15:30 zaman diliminde 0850 480 49 95 numaralı hat aracılığıyla Türk Telekom Grubu adına arandığı, bahsi geçen aramada tüketiciye taahhüdünün bittiği belirtilerek Digitürk platformu ile ortak yürütülen kampanya dahilinde 16 MBPS internet hızından Digitürk paketi ile birlikte aylık 89 TL ödeyerek faydalanabileceğinin ifade edildiği, akabinde tüketicinin söz konusu teklifi kabul etmesinin ardından bahsi geçen aramanın Türk Telekom tarafından yapılmadığını öğrendiği ve iptal talebi sonrasında ticari uygulamada bulunan firma tarafından tüketicinin faturasına 6 günlük kullanım ücretinin yansıtıldığı,

\*\*\*\*\* \*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\* isimli tüketicinin ise 26.07.2021 tarihinde ve 17:30-18:00 zaman diliminde 0212 822 81 63 numaralı hat aracılığıyla Türk Telekom Grubu adına arandığı, bahsi geçen aramada tüketiciye internet ücretlerine zam geldiği ifade edilerek söz konusu fiyat artışının faturasına yansımaması için ücretsiz Digitürk hediye edileceğinin ve bu hizmete ilişkin tutarın faturasından düşüleceğinin belirtildiği,

Başvuru sahibi tüketicinin aynı numara ile 27.07.2021 tarihinde 15:30-16:30 zaman diliminde tekrar görüşmesinin ardından anılan teklifi kabul ettiği, akabinde 16:15-17:45 zaman diliminde tüketicinin önce 0850 490 16 74 numaralı telefon hattından arandığı ve bu görüşmede Digitürk aboneliğini onayladığı, sonrasında 0212 473 73 73 numaralı telefon hattından aranarak hizmetin kurulumu için kendisine bilgi verildiği, 30.07.2021 tarihi itibariyle de bahsi geçen kurulumun gerçekleştirildiği,

Özetle, 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,

Ek olarak, bahsi geçen aramaların dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği ve tüketicilerin normal şartlar altında taraf olmayacağı bir işleme taraf olmasına yol açtığı 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 **Krea İçerik Hiz. ve Prodüksiyon A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/13 üncü maddeleri uyarınca **11.429-TL (Onbirbindörtyüzyirmidokuz Türk Lirası) idari para ve anılan ticari uygulamaları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**3)**

**Dosya No: 2022/244**

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

**Şikayet Edilen Ticari Uygulama:** Tüketicilerin abonelik fesih taleplerinin çeşitli gerekçelerle ileri tarihe alınması hususunda yönlendirilmeleriyle gerçekleştirilen ticari uygulamalar.

**Ticari Uygulama Tarihi:** 2018-2020

**Yayınlandığı Mecra:** Diğer

**Tespitler**: Ticari uygulamada bulunan firmaya ait internet sitesinde abonelerin fesih talebinde kullanabilmesi için yer verdiği matbu “Üyelik İptal Talep Formu’nda *“Önemli Bilgiler (...) Yayın Almaya Devam Edebilirsiniz. Fatura kesim tarihiniz her ayın 3’ünde olduğundan, zaten ödediğiniz/ödeyecek olduğunuz hizmet için ayın 3’üne kadar yayınınızı ek fatura çıkmadan izlemeye devam edebilirsiniz. Bunun için aşağıdaki kutuyu işaretlemeniz yeterlidir.”* ifadesine yer verildiği, söz konusu ifadenin altında ise *“İptal işleminin yeni fatura çıkmadan takip eden ayın 3’ünde veya 1 hafta içerisinde gerçekleşmesini istiyorum.”* şeklinde bir onay kutusunun bulunduğu,

Diğer taraftan, Digitürk aboneliğine ilişkin sözleşmenin feshi aşamasında olan 1\*\*\*\*\*\* abone numaralı \*\*\*\*\* \*\*\*\*\*\*\* isimli tüketici ile firmaya ait müşteri temsilcisi arasında gerçekleşen telefon görüşmesinde *“-Hayırlı sabahlar, ben \*\*\*\* \*\*\*\*\*. Ben bir iptal işlemi yapmıştım, o ne zaman kapanacak? (…) – Şu an hemen kontrol edelim. (…) İptal talebiniz alınmıştır. Üyeliğiniz 2019’un üçüncü ayında 19’unda üyelik iptali sağlanacaktır. Bir de kontrol ettiğimde son dönem faturanız var 165,65 TL. Burada ise ayın 3’üne kadar yayın alma hakkınız var, bu faturanızda. Ayın 3’üne kadar izleyeceğiniz sürenin fiyatı bu 165,65 TL’nin içerisinde. İsterseniz ben yayınlarınız kapanma tarihini ayın 3’üne erteleyeyim. Ücretini ödediğiniz günleri izleyin, daha sonra kapansın. –Onun haricinde ödeyeceğim 165 TL haricinde ayın 3’ünde ayrı bir fatura gelecek mi? –Kesinlikle böyle bir durum söz konusu olmayacak. (…) Bu 165 TL’yi ödeyeceksiniz, ben de yayınlarınız kapanma tarihini önümüzdeki ayın 3’üne alacağım. Bizler ön ödemeli sistemle çalışıyoruz. Bu sistemle çalıştığımız için 165 TL önümüzdeki ayın 3’üne kadar olan sürenin fiyatı. (…) –Onun haricinde benim herhangi bir faks çekmeme gerek yok di mi? –Hayır efendim. (…) Ayın 3’ünde siz aramadan otomatik bir şekilde iptal olacak.”* şeklinde ifadelerin kullanıldığı tespit edilmiştir.

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

2\*\*\*\*\*\* abone numaralı \*\*\*\* \*\*\*\*\*\*\* isimli tüketicinin ticari uygulamada bulunan firmaya ait internet sitesinde abonelerin fesih talebinde kullanabilmeleri için yer verilen matbu “Üyelik İptal Talep Formu”nu doldurmak suretiyle 10.09.2020 tarihinde fesih talebini ilettiği, söz konusu formda *“İptal işleminin yeni fatura çıkmadan takip eden ayın 3’ünde gerçekleştirilmesini istiyorum.”* şeklinde bir onay kutusunun bulunduğu, tüketicinin ise bu kutucuğu işaretlemek suretiyle aboneliğinin bir sonraki ayın 3’ünde sonlandırılmasını kabul ettiği, bu doğrultuda firmanın fesih işlemini 03.10.2020 tarihinde gerçekleştirdiği,

4\*\*\*\*\* abone numaralı tüketicinin ticari uygulamada bulunan firmaya 18.12.2018 tarihinde ilettiği fesih talebinden sonra müşteri hizmetleri ile yaptığı görüşmede, tüketicinin müşteri hizmetlerini aradığı ve yayınının kesildiğini, ilgili ayın faturasını ödediği için ayın 3'üne kadar kullanım hakkının bulunduğunu ifade ettiği, müşteri temsilcisinin ise bu hususu tüketicinin iptal talebinde ayrıca belirtmemiş olmasından kaynaklanmış olabileceğini, talebi doğrultusunda ayın 3’üne kadar yayınların açıldığını ifade ettiği, bu doğrultuda da tüketicinin fesih talep tarihinin takip eden ayın 3’ü olarak güncellendiği, bu durumda müşteri hizmetleri ile yapılan görüşmede tüketicinin talebi sonrasında tüketicinin ilk fesih tarihinden 16 gün sonra fesih işleminin yerine getirildiği,

1\*\*\*\*\*\*\* abone numaralı \*\*\*\*\* \*\*\*\*\*\*\* isimli tüketicinin 12.03.2019 tarihinde ticari uygulamada bulunan firmaya ait iptal talebinde bulunduğu ve müşteri hizmetleri ile yaptığı görüşmede iptalin ne zaman gerçekleşeceğini sorduğu, müşteri temsilcisinin 7 gün sonra feshin gerçekleşeceğini ifade ettiği, ancak sistemlerinin ön ödemeli faturalama olduğu için tüketicinin 03.04.2019 tarihine kadar izleme hakkının bulunduğunu ifade ettiği, bunun üzerine tüketicinin hizmetin ayın 3’üne kadar açık kalırsa tekrar bir fatura gelip gelmeyeceğini sorduğu, müşteri temsilcisinin *"Hayır, gelmeyecek."* demesi üzerine tüketicinin feshin ayın 3’ünde gerçekleşmesine onay verdiği,

Özetle, yukarıda bazı örneklerine yer verilen ve ticari uygulamada bulunan firma tarafından gerçekleştirilen muhtelif sayıda fesih işleminde, fesih talebinin yerine getirilmesine ilişkin yasal 7 günlük sürenin aşıldığı, her ne kadar bahse konu fesih işlemlerinde tüketicilerin doğrudan ileri tarihli bir fesih talepleri veya feshin ileri bir tarihte yapılmasına ilişkin onayları söz konusu olsa da tüketicilerin söz konusu feshin gerçekleşmelerini istedikleri tarihi belirleme yönündeki iradelerinin anılan tarafından yönlendirildiğine ilişkin çeşitli karinelerin mevcut olduğu,

Bununla birlikte, 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 52 nci maddesinin 5 inci fıkrasında; *“Satıcı veya sağlayıcı, tüketicinin aboneliğe son verme isteğini yönetmelikle belirlenen süreler içinde yerine getirmekle yükümlüdür. Aboneliğin belirlenen süreler içinde sona erdirilmediği durumlarda, bu sürelerin bitiminden itibaren mal veya hizmetten yararlanılmış olsa dahi, tüketiciden herhangi bir bedel talep edilemez. Satıcı veya sağlayıcı, fesih bildiriminin hüküm ifade etmesinden itibaren on beş gün içinde tüketici tarafından ödenmiş olan ücretin geri kalan kısmını kesinti yapmaksızın iade etmekle yükümlüdür.”* hükmü ile Abonelik Sözleşmeleri Yönetmeliği’nin “Fesih Talebinin Yerine Getirilme Süresi” başlıklı 24 üncü maddesinde; *“Diğer mevzuatta tüketici lehine olan süreler saklı kalmak kaydıyla, satıcı veya sağlayıcı, tüketicinin fesih talebini, bildirimin kendisine ulaştığı tarihten itibaren en geç yedi gün içerisinde yerine getirmekle yükümlüdür.”* ve “Feshin Sonuçları” başlıklı 25 inci maddesinin 3 üncü fıkrasında *“Satıcı veya sağlayıcı, fesih bildiriminin hüküm ifade etmesinden itibaren on beş gün içinde tüketici tarafından ödenmiş olan tutarın geri kalan kısmını ve varsa tüketiciden güvence, depozito veya teminat adı altında alınan ücretlerin güncel tutarlarını kesinti yapmaksızın iade etmekle yükümlüdür.”* hükümlerinin yer aldığı,

Söz konusu mevzuat maddeleri ile satıcı/sağlayıcıya, tüketicinin abonelik fesih talebini en geç yedi günlük sürede yerine getirmesi yükümlülüğü ile satıcı/sağlayıcıya tüketicinin abonelik fesih bildiriminin hüküm ifade etmesinin ardından tüketici tarafından ödenmiş olan ücretin geri kalan kısmını kesinti yapmaksızın on beş gün içinde iade etmesi yükümlülüğünün getirildiği,

Bu çerçevede, ticari uygulamada bulunan firma tarafından konuya ilişkin gerçekleştirilen ticari işlemlerde, tüketicilerin abonelik fesihlerine ilişkin istedikleri tarihi belirleme yönündeki iradelerinin üyelik iptal talep formları ve çağrı merkezi/müşteri hizmetleri vasıtasıyla zaten ilgili ayın faturasının ödendiği ve/veya ayın 3’üne kadar yayın izleme hakkının bulunduğu gerekçeleriyle ileri bir tarihe alınması için yönlendirildiği, bu durumun tüketicilerin fazla ödediği tutarı geri almasına ilişkin 6502 sayılı Kanun ile ilgili Yönetmelik’te yer alan yasal hakkını kaybetmesine veya firmanın iade yükümlülüğün ortadan kalkmasına neden olduğu, dolayısıyla zımni veya açık olarak yapılan bu yönlendirme fiilinin 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-c, 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 **104.781-TL. (Yüzdörtbinyediyüzseksenbir Türk Lirası) idari para ve anılan ticari uygulamaları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**4)**

**Dosya No: 2022/568**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** www.turktelekom.com.tr adresli internet sitesinde yayınlanan "Kamu Çalışanlarına Özel Tarifeler" başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 11.02.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: www.turktelekom.com.tr adresli internet sitesinde Şubat 2022 ayında yayınlanan "Kamu Çalışanlarına Özel Tarifeler" başlıklı reklamlarda "*Kamu 20 GB Tarifesi Taahhütlü Aylık Ücret 58 TL\* Aylık Ücretsiz Cepten İnternet 20 GB Aylık Ücretsiz Her Yöne Görüşme Süresi 1500 DK Aylık Ücretsiz Her Yöne SMS 1000 SMS Aylık Ücretsiz Şebeke içi Görüşme Süresi Sınırsız"* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda TT Mobil İletişim Hizmetleri A.Ş. unvanlı firma tarafından www.turktelekom.com.tr adresli internet sitesinde Şubat 2022 ayında yayınlanan "Kamu Çalışanlarına Özel Tarifeler" başlıklı reklamların 10.02.2022 tarihi itibariyle güncellendiği ve şikayete konu "Kamu 20 GB” adlı tarifenin “Müşteri Alımına/Geçişine Kapatılan Teklifler” başlığı altında tanıtımına devam edildiği, bu sebeplerle anılan tanıtımların tüketicileri yanıltıcı nitelikte olmadığı değerlendirilmiş olup,

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

**5)**

**Dosya No: 2022/586**

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

**Şikayet Edilen Ticari Uygulama:** İnternet paket aşımına ilişkin gerçekleştirilen ticari uygulamalar

**Ticari Uygulama Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** Diğer

**Tespitler:** Ticari uygulamada bulunan firma tarafından faturasız telekomünikasyon hizmetinden faydalanan tüketicilere tanımlı internet paketinin bitmesinin ardından 9 TL karşılığında 250 MB internet aşım paketinin otomatik olarak tanımlandığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, Vodafone Telekomünikasyon A.Ş. unvanlı firma tarafından İnternet paket aşımına ilişkin gerçekleştirilen ticari uygulamaların, tüketicileri yanıltıcı nitelikte olmadığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu 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: 2022/629**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** www.blutv.com adresli internet sitesinde yayınlanan "Türkiye'nin İnternet Televizyonu" başlıklı reklamlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 23.02.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: Reklam veren firma tarafından ww.blutv.com adresli internet sitesinde 23.02.2022 tarihinde yayınlanan "Türkiye'nin İnternet Televizyonu" başlıklı reklamlarda *"Yerli ve yabancı 10.000 saatten fazla içerik ayda sadece 15.90 TL (...) İlk yedi gün ücretsiz deneme. Yıllık üyelik ayda 15.90 TL. (...) Ücretsiz dene."* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, www.blutv.com adresli internet sitesinde 23.02.2022 tarihinde yayınlanan "Türkiye'nin İnternet Televizyonu" başlıklı reklamlarda *"Yerli ve yabancı 10.000 saatten fazla içerik ayda sadece 15.90 TL (...) İlk yedi gün ücretsiz deneme. Yıllık üyelik ayda 15.90 TL. (...) Ücretsiz dene."* ifadelerine yer verildiği,

Diğer taraftan, Blu TV aboneliğini ilk 7 gün ücretsiz deneme seçeneğinin yalnızca yıllık aboneliklerde geçerli olduğu, ancak anılan tanıtımların yer aldığı ana sayfada ücretsiz denemenin bu koşula bağlı olduğu bilgisine yer verilmeyerek tüketicilerin eksik bilgilendirildiği, bu şekilde aylık abonelik hizmetini satın alan tüketicilerin ilk yedi gün içerisinde aboneliğini iptal etmek istemesi durumunda mağduriyete sebep olunduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

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

**7)**

**Dosya No: 2020/913**

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

**Şikayet Edilen Ticari Uygulama:** Yapılan ticari uygulama niteliğindeki haksız aramalar sebebiyle abonelik ve cayma bedeli tesisi

**Ticari Uygulama Tarihi:** Haziran 2020

**Yayınlandığı Mecra:** Arama

**Tespitler:** Konuyla ilgili olarak Türk Telekom firması tarafından tüketicinin 24 ay taahhütlü olacak şekilde imzaladığı abonelik sözleşmesi ve her ay düzenli olarak ödemesini yaptığı gösterir fatura dökümü sunulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, söz konusu ticari uygulamaların 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

**8)**

**Dosya No: 2021/1475**

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

**Şikayet Edilen Ticari Uygulama:** Firma yetkilisi (bayi-müşteri temsilcileri) tarafından yapılan ticari uygulama niteliğindeki haksız aramalar

**Ticari Uygulama Tarihi:** 10.05.2019

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

**Tespitler:** Turkcell firmasından alınan savunmada bahsi geçen firmanın kendi bayileri olduğu ve yapılan aramanın bayi kaynaklı olduğu ifade ve tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, söz konusu ticari uygulamaların 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.

**9)**

**Dosya No: 2022/1315**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** "*Red25 Aylık 70TL"*başlıklı kampanyaya ilişkin yapılan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** Ağustos 2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ait instagram hesabında yayınlanan RED25; "*Online'a özel ilk 3 ay indirimli fiyat! 25 GB+ 1500 DK"* başlıklı kampanya reklamlarında sınırsız "youtube" ifadesi ile görseline yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, firmaya ait instagram hesabında yayınlanan RED25; "*Online'a özel ilk 3 ay indirimli fiyat! 25 GB+ 1500 DK"* başlıklı kampanya reklamlarında sınırsız "youtube" ifadesi ile görseline yer verildiği, tüketicilerin hizmetten yararlanmak istediklerinde ise sınırsız youtube uygulamasının dahil olmadığının ifade edildiği, dolayısıyla anılan reklamların aldatıcı olduğu ve kampanyanın genel şartları ile esaslı unsurları konusunda tüketicilerin yanıltıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/5-b, 9, 18 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna  **,**

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

**10)**

**Dosya No: 2022/1318**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** Yalın internet hizmetinden 85 TL’ye yararlanan abonelerin "3 TL Ek Ücret Ödeyerek" ev telefonu hizmetinden de yararlanabilecekleri başlıklı reklam kampanyası

**Reklam Yayın Tarihi:** Haziran 2020

**Yayınlandığı Mecra:** Elektronik Posta

**Tespitler:** Konuyla ilgili olarak diğer operatörlerin fiyat listelerinde 1000 DK paket ile eşdeğer olan ürünlerde paket tarife sabit ücret fiyatının 20 TL ve üzerinde olduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, söz 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: 2022/1325**

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

**Şikayet Edilen Ticari Uygulama:** Tüketicinin rızası olmadan internet paketi tanımlanması

**Ticari Uygulama Tarihi**: 20.08.2020

**Yayınlandığı Mecra:** Diğer/HTU

**Tespitler:** Konuyla ilgili olarak tüketiciye 24 kere internet aşım paketi tanımlandığı ve toplam 409.71 TL fatura düzenlendiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, söz konusu ticari uygulamaların 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.

**12)**

**Dosya No: 2022/1329**

**Şikayet Edilen: Andromeda Tv Digital Platform İşletmeciliği A.Ş.**

**Şikayet Edilen Ticari Uygulama:** Firma yetkilisi (bayi-müşteri temsilcileri) tarafından yapılan ticari uygulama niteliğindeki haksız aramalar

**Ticari Uygulama Tarihi:** 29.04.2020

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

**Tespitler:** Konuyla ilgili olarak firma tarafından gönderilen ses kayıtlarında tüketicinin “Siz Türk Telekom firması mısınız?” diye sorduğu çağrı merkezi personelinin ise “Hayır, aynı firma değiliz, aynı alt yapıyı kullanıyoruz” diyerek tüketiciyi bilgilendirdiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan açıklamalar sonucunda, söz konusu ticari uygulamaların 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.

**13)**

**Dosya No: 2022/1364**

**Şikayet Edilen: 3Play- Göktürk İletişim A.Ş.**

**Şikayet Edilen Ticari Uygulama:** Firma yetkilisi (bayi-müşteri temsilcileri) tarafından yapılan ticari uygulama niteliğindeki haksız aramalar

**Ticari Uygulama Tarihi:** 10.05.2019

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

**Tespitler:** Turkcell firmasından alınan savunmada bahsi geçen firmanın kendi bayileri olduğu ve yapılan aramanın bayi kaynaklı olduğu ifade ve tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, tüketicinin 0850'li hat üzerinden aranıp "Turkcell super box internet kampanyası" hakkında bilgi verildiği, firmanın satış danışmanı tarafından; aylık 100 ₺ internet kampanyasından yararlanıldığı takdirde elindeki sözleşme ile eski hattını kapatmaya gittiğinde kurumlar arası geçişten yararlanarak cayma bedeli ödemeden iptal edilebileceği bilgisinin tüketiciye verildiği, söz konusu bilgiye istinaden tüketicinin satın alma işlemini gerçekleştirdiği ve Turkcell evde internet super box paketinin sözleşmesini yaparak evine bağlattığı, eski hattını kapatmaya gittiğinde ise 650 ₺ cayma bedeli ödemesi gerektiğinin ifade edildiği, bunun üzerine Turkcell İletişim A.Ş. ile iletişime geçtiğinde ise bununla kendi firmalarının değil bayilerinin ilgilendiğinin dile getirildiği ve tüketici ile bahsi geçen bayi firma arasında "bireysel kontratlı superbox fırsat internet kampanyasının" yapıldığı bilgisinin verildiği, dolayısıyla bir Turkcell bayisi olan firma tarafından yapılan bu tür yanıltıcı nitelikteki aramaların tüketicilere yönelik haksız bir ticari uygulama olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtım ve ticari uygulamaların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 28, 29 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna  **,**

Buna göre, ticari uygulamada bulunan **3Play-Göktürk İletişim A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/13 üncü maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**ÖRTÜLÜ REKLAM**

**14)**

**Dosya No: 2021/2321**

**Şikayet Edilen: Pınar ALTUĞ ATACAN**

**Şikayet Edilen Reklam:** Pınar Altuğ Atacan adlı şahsa ait “pinaraltug\_atacan” isimli Instagram hesabında yapılan Möllers Omega 3 isimli ürün tanıtımları**.**

**Reklam Yayın Tarihi:** 06.07.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu reklamda, https://www.instagram.com/p/CQ-pLGtLz3d/ URL adresinde 06.07.2021 tarihinde yapılan paylaşımda Möller's Omega 3 isimli ürünün; “Kış mevsiminde çocukların normal beyin fonksiyonlarına destek olmak bu kadar önemliyken, Yazın önemli değil mi? Ben Su için 4 mevsim ara vermeden Omega 3 takviyesi kullanmaya devam ediyorum. @mollersomega3’ün tutti frutti aromalısına bayıldığı için her gün bir ölçek balık yağını bana sormadan kendisi içiyor. Normalleşme süreciyle birlikte çocuklar da normal yaşamlarına yeniden adapte olmaya çalışırken, ihtiyaç duydukları besin öğelerini eksiksiz almaları çok önemli. Möllers’in içerisindeki yüksek Omega 3 yağ asidi DHA normal beyin fonksiyonlarının korunmasına katkı sağlıyor. Ayrıca Möllers’te bulunan D vitamini çocuklarda normal büyüme ve kemik gelişimi için gerekli. İçindeki vitaminler de her mevsimde kullanım için uygun miktarlarda Bu nedenle 4 mevsim ara vermeden kullanabilirsiniz. #omega3 #gıdatakviyesi #balıkyağı #möllers #işbirliği #dengelibeslenme #beslenmeönerileri" şeklinde ifade ve etiketler kullanılarak tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, söz konusu reklam ve tanıtımda örtülü reklam mevzuatına aykırı unsurlara yer verilmediği ve kullanılan ifadelerin Tarım ve Orman Bakanlığınca onaylı ürün ambalajında yer alan ifadelerden oluşması sebebiyle bir aykırılık 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.

**15)**

**Dosya No: 2021/2324**

**Şikayet Edilen: Pınar ÖZTÜRK**

**Şikayet Edilen Reklam:** “pinarozturkk1993” isimli Instagram hesabında yapılan Möller’s Omega 3 isimli ürüne yönelik tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 26.06.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu reklamda, https://www.instagram.com/p/CQq6oZXrnwe/ URL adresinde 28.06.2021 tarihinde yapılan paylaşımda Möller’s Omega 3 isimli ürünün; “Hayırlı Akşamlar Kızlar Çocukları olan ailelere çok önemli bir tavsiyem var. Balık yağının çocuklar için yararlarını eminim biliyorsunuzdur. Biz de çocukların Omega 3 ihtiyacını karşılamak için @mollersomega3’ü hayatımızdan eksik etmiyoruz. Peki ne için kullanıyoruz? Möllers’in içinde bulunan DHA, normal beyin fonksiyonlarının desteklenmesinde rol oynuyor. İçindeki D vitamini çocuklarda normal büyüme ve kemik gelişimi için gerekli. Ayrıca Möllers’teki A ve D vitaminleri bağışıklık sisteminin normal fonksiyonuna katkıda bulunuyor. Benim de böylece anne olarak içim rahat ediyor. Biz çocukken balık yağı denince köşe bucak kaçacak yer arardık. Şimdi inanamazsınız çocuklar benim peşime takılıyor bugün balık yağımızı içmedik diye. Eko ile ben de yetişkinler için olan kapsülünü kullanıyoruz. Ailenizden Omega 3’ü eksik etmeyin derim çiçeklerim! #omega3 #sağlıklıyaşam #gıdatakviyesi #balıkyağı #möllers #sağlıklıbeslenme #işbirliği #dengelibeslenme #beslenmeöneriler" şeklinde ifadeler kullanılarak tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, söz konusu reklam ve tanıtımda örtülü reklam mevzuatına aykırı unsurlara yer verilmediği ve kullanılan ifadelerin Tarım ve Orman Bakanlığınca onaylı ürün ambalajında yer alan ifadelerden oluştuğundan aykırılık 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.

**16)**

**Dosya No: 2021/5872**

**Şikayet Edilen: Şükrü GÖKKAYA (Tuna Medya)**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.batikaradeniz.net adresli internet sitesinde yayınlanan *“Alkolsüz Propolis Ürettiler”* başlıklı yazı.

**Reklam Yayın Tarihi:** 19.03.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: www.batikaradeniz.net adresli internet sitesinin 19.03.2021 tarihli görünümünde yayınlanan “Alkolsüz Propolis Ürettiler” başlıklı yazı içerisinde “*Arı Mucizesi Akademisi kurucu yöneticilerinden Prof. Dr. Ertuğrul Kaya, propolisin dünya genelinde alkollü olarak satıldığını, Düzce Üniversitesi’nde yaptıkları araştırma ile propolisi alkolsüz ürettiklerini kaydetti. Düzce Üniversitesi laboratuvarlarında yapılan araştırmalarda, alkol kullanılmadan yapılan ekstraksiyonla doğal kimyasal içeriğin çok yüksek oranda kazanıldığı bir metot geliştirildi. Arı Mucizesinin temel ürünü olan propolis, arılar tarafından virüs, bakteri, mantar ve […] Arı Mucizesi Akademisi kurucu yöneticilerinden Prof. Dr. Ertuğrul Kaya, propolisin dünya genelinde alkollü olarak satıldığını, Düzce Üniversitesi’nde yaptıkları araştırma ile propolisi alkolsüz ürettiklerini kaydetti. Düzce Üniversitesi laboratuvarlarında yapılan araştırmalarda, alkol kullanılmadan yapılan ekstraksiyonla doğal kimyasal içeriğin çok yüksek oranda kazanıldığı bir metot geliştirildi. Arı Mucizesinin temel ürünü olan propolis, arılar tarafından virüs, bakteri, mantar ve diğer mikrobiyal canlılara karşı kovanlarını korumak, peteklerinin hijyenini sağlamak ve yeni doğan arıları beslemek için kullanılıyor. Arı Mucizesi, doğanın kendini koruma kaynağı olan propolisi üniversite laboratuvarlarında analiz edip üretiyor. Arı Mucizesi Akademisi Kurucu yöneticilerinden Prof. Dr. Ertuğrul Kaya, alkolsüz propolisi ürettiklerini belirterek, “Propolis hakkında yapılmış bilimsel çalışmalar çok fazladır. Fakat propolisin kimyasal içeriği nedeniyle suda çözünmesi oldukça zayıftır. Bu nedenle propolis alkolde çözünür ve tüm dünyada alkollü şekilde kullanılır. Fakat alkolde kullanımının istenmeyen bazı etkileri söz konusudur. Bu kapsamda üniversitemizde yaptığımız Ar-Ge çalışmaları sonucunda alkol kullanmadan yapılan ekstraksiyonla doğal kimyasal içeriğini kazandığımız bir metot geliştirdik. Geliştirdiğimiz metot ile propolisi tamamen alkolsüz olarak üreterek vatandaşlarımızın hizmetine sunduk” ifadelerini kullandı.”* şeklinde ifadelere ve "Arı Mucizesi" markalı çeşitli propolis ürünlerine ilişkin fotoğraflara yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, www.batikaradeniz.net adresli internet sitesinde yayınlanan “Alkolsüz Propolis Ürettiler” başlıklı yazı içerisinde Arı Mucizesi Akademisi adlı kuruluşun kurucu yöneticilerinden Prof. Dr. Ertuğrul KAYA ile yapılan röportaja yer verildiği; söz konusu röportajda "Arı Mucizesi" markalı propolis ürünlerinin üretiminde alkol kullanılmadığı vurgulanmak suretiyle tüketicilerin bahsi geçen ürüne yönlendirildiği;

Bu nedenle, www.batikaradeniz.net adresli internet sitesinin 16.02.2021 tarihli görünümünde yayınlanan “Alkolsüz Propolis Ürettiler” başlıklı yazı içerisinde, 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, 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 **Şükrü GÖKKAYA (Tuna Medya)** hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine  karar verilmiştir.

**17)**

**Dosya No: 2021/5851**

**Şikayet Edilen: C Görsel Yayınlar A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Bloomberg HT isimli televizyon kanalında yayınlanan "Fokus" isimli program.

**Reklam Yayın Tarihi:** 17.12.2020

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** Bloomberg HT isimli televizyon kanalında 17.12.2020 tarihinde yayınlanan, Güzem Yılmaz Ertem'in sunduğu *"Fokus"*isimli programa konuk olarak katılan Dünya Göz Hastaneleri Yönetim Kurulu Başkanı Eray Kapıcıoğlu tarafından;

*"-Biz gözün Üniversitesi gibiyiz.*

*-Dünyadaki, en ileri teknoloji en ileri cihaz Dünya Göze gelir, kurulur biz parasını ödemeyiz.*

*-Onlar kongrelerde filan biz Dünya Göze kurduk derler bize %50 %60 eksik paraya verirler.*

*-300 e yakın göz doktorumuz var hoca, profesör, doçent, uzman hiçbirinin Devletle üniversiteyle bağlantısı yok, muayenehanesi yok başarının birinci şeyi bu.*

*-İkincisi en ileri teknolojiyi kullanıyoruz.*

*-Üçüncüsü Dünyada FDA onayı almış sarf malzemelerle ameliyat yapıyoruz.*

*-İnsanlarımızın Dünya Göze gidip görünelim muayene olalım demesi boşuna değil.*

*-Sosyal Güvenlik Kurumuna arkasını dayamayan ondan faydalanamayan tek kurum biziz.*

*-Gördüğünüz bütün hastanelerin hepsi SGK anlaşmaları iptal edilsin, ki edilecek Sayın Cumhurbaşkanımıza bu konuda çok dosyam var.*

*-İnsanlarımız merdiven altı yerlerin tuzağına düşüyor, ona engel olmak Sağlık Bakanının elinde Çalışma Bakanının elinde.*

*-Onlar o boşluktan yararlanıyor, denetim boşluğu var tabii.*

*-10.000 TL maliyeti olan göz ameliyatını Devletin verdiği 500 TL ye yapıyorlar 500 TL de fark alıyorlar aslında ameliyat yapmıyorlar, ne yapıyorlar 3 dolarlık lensle o göze zarar veriyorlar.*

*-Göz ameliyatlarında biz Dünya Göz olarak Avrupa’da bütün Dünyada en ileri teknolojiyi takip ediyoruz çünkü biz sadece gözüz.*

*-Son 4-5 yılda Lazerde 5-6 teknoloji çıktı her biri 500.000 Euro, bu 5-6 teknolojiyi bir kliniğin bir özel hastanenin içinde barındırması mümkün değil, ama bir göz hastanesinde bizde mümkün.*

*-Hollanda'da bizim hastanemiz birinci seçildi.*

*-155 ülkeden yılda 80-85 bin hasta getiren bir kuruluşuz.*

*-Almanya’da Bild Gazetesinin bir yazarı bizde ameliyat oldu, yani biz Dünyada kabul gören işini çok iyi yapan bir kurumuz.*

*-Televizyonda reklamlarımız dönüyor, biz o reklamları hasta toplamak için yapmıyoruz, bizim call center'ımızda 100 kişi çalışıyor günde on bin telefon geliyor..."*

şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, Dünya Göz Hastanelerini övücü ve reklam olarak değerlendirilebilecek çok sayıda ifadenin kullanıldığı, yayında kullanılan ifadelerin tüketicilerin aydınlanma ve bilgilenme ihtiyacını karşılama kriterini aşarak reklam niteliği arz ettiği, söz konusu yayın dolayısıyla tüketicilerin Dünya Göz Hastanelerine yönlendirildiği kanaatine varıldığı, ayrıca göz hastalıkları alanında faaliyet gösteren bazı sağlık kuruluşlarının uygun olmayan koşullarda, uygun olmayan ekipman ve malzemelerle ameliyat yapan, şüpheli yerler olarak lanse edilerek kötülendiği ve böylelikle Dünya Göz Hastanelerinin ön plana çıkarıldığı, övüldüğü ve örtülü reklamının yapıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna  **,**

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

**18)**

**Dosya No: 2021/3870**

**Şikayet Edilen:** **Barış Murat YAĞCI**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 30.08.2021, 01.09.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.instagram.com/barismrtyagci/ adresli internet sitesinin 30.08.2021 ve 01.09.2021 tarihli görünümlerinde; *“Ben tercihimi @licapeturkiye Bitkisel içerikli olan Çay Ağacı özlü gece maskesinden yana kullandım. Çay ağacı özünün cilde birçok faydası var; Aktif sivilce, siyah nokta, gözenek sıkılaştırma, gibi problemleriniz için çözüm odaklı bir ürün.”* ifadelerine yer verildiği, görüntülerde ise “Licape Çay Ağacı Özlü Yüz Temizleme Jeli” ve “Licape Çay Ağacı Özlü Besleyici Gece Maskesi” markalı ürünlerin kullanıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; https://www.instagram.com/ barismrtyagci/ adresli internet sitesinin 30.08.2021 ve 01.09.2021 tarihli görünümlerinde; *“Ben tercihimi @licapeturkiye Bitkisel içerikli olan Çay Ağacı özlü gece maskesinden yana kullandım. Çay ağacı özünün cilde birçok faydası var; Aktif sivilce, siyah nokta, gözenek sıkılaştırma, gibi problemleriniz için çözüm odaklı bir ürün.”* ifadeleri ile birlikte, görüntülerde “Licape Çay Ağacı Özlü Yüz Temizleme Jeli” ve “Licape Çay Ağacı Özlü Besleyici Gece Maskesi” markalı ürünlerin kullanıldığı, herhangi bir reklam ibaresi bulunmadan “Licape Çay Ağacı Özlü Besleyici Gece Maskesi” markasını övmek ve tüketicileri yönlendirmek suretiyle markanın örtülü reklamının yapıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 6/1, 6/3, 22/1, 23/1 ve 32 nci maddeleri,

- Sosyal Medya Etkileyicileri Tarafından Yapılan Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Hakkında Kılavuz'un 5/1, 5/2, 5/3 ve 8/1 maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna  **,**

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

**FİNANSAL HİZMETLER**

**19)**

**Dosya No: 2022/565**

**Şikayet Edilen: Papara Elektronik Para A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.blog.papara.com adresli internet sitesinde yayınlanan "Netflix Üyelik Ücretleri ve Papara Netflix Cashback Fırsatı" başlıklı reklamlar ile www.papara.com adresli internet sitesinde yayınlanan "Netflix Üyeliğinin Yarısı Bizden" başlıklı reklamlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 23.02.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: Reklam veren firma tarafından www.blog.papara.com adresli internet sitesinde 23.02.2022 tarihinde yayınlanan "Netflix Üyelik Ücretleri ve Papara Netflix Cashback Fırsatı" başlıklı *reklamlarda "Papara’yla Netflix’e üye olmak hem güvenli hem de hesaplı! Netflix'e üye olmanın en ekonomik yolu Papara'dan geçiyor. Çünkü Papara, Netflix üyelik ücretlerinin yarısını karşılıyor ve her ay 15 TL'ye kadar kazanç elde etmeni sağlıyor. Papara'nın Cashback ile kullanıcılarına sunduğu bu ayrıcalık sayesinde Netflix'in eşsiz içeriğine çok uygun ücretlerle ulaşabilir, dünyada çok ses getiren yerli ve yabancı binlerce dizi ve filmin tadını çıkarabilirsin.*" ifadelerine ve aynı tarihte www.papara.com adresli internet sitesinde yayınlanan "Netflix Üyeliğinin Yarısı Bizden" başlıklı reklamlarda *"Üyelik ücretinin yarısı bizden. Her ay 15 TL kazanabilirsin. Bu program Haziran 2022 sonuna kadar devam edecek."* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, www.blog.papara.com adresli internet sitesinde 23.02.2022 tarihinde yayınlanan "Netflix Üyelik Ücretleri ve Papara Netflix Cashback Fırsatı" başlıklı reklamlar ile www.papara.com adresli internet sitesinde yayınlanan "Netflix Üyeliğinin Yarısı Bizden" başlıklı reklamlarda Papara kart ile gerçekleştirilecek Netflix üyeliği ücret ödemelerinde söz konusu ücretin yarısının Cashback ile nakit olarak tüketicilere yatırılacağı belirtilmesine rağmen aynı tanıtımların devamında bu tutarın 15 TL olduğunun ifade edildiği, ancak Netflix adlı platform tarafından belirlenen yayın planlarına göre aylık ücretlendirmelerin çeşitlilik gösterdiği, bu durumda, reklam veren firma tarafından Papara kart ile gerçekleştirilecek Netflix üyeliği ücret ödemelerinde tüketicilere iade edilen 15 TL tutarının tüm Netflix yayın planı ücretlendirmelerinin yarısına karşılık gelmediği, özetle anılan firma aracılığıyla gerçekleştirilecek ödeme işleminin sonrasında tüketicilere yatırılacak nakit miktarına ilişkin anılan tanıtımlarda algı karışıklığına yol açılarak tüketicilerin yanıltıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

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

**KOZMETİK VE TEMİZLİK ÜRÜNLERİ**

**20)**

**Dosya No: 2021/5493**

**Şikayet Edilen: Cosmopublıc İç ve Dış Ticaret Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** “The New Lab” isimli kozmetik ürünlerine ilişkin olarak www.trendyol.com adresli internet sitesinde yer alan reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 19.08.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan incelemede, “Trendyol” isimli e-ticaret platformunda yer alan; https://www.trendyol.com/the-newlab/sivilce-ve-sivilce-izlerini-giderici-bakim-seti-p 56868401, https://www.trendyol.com/the-newlab/kirisiklik-karsiti-yuz-serumu-10-argireline-copper-peptide-p-88237692 , https://www.trendyol.com/the-newlab/koyu-leke-karsiti-ve-cilt-tonu-esitleyici-yogun-bakim-seti-p-56868383 , https://www.trendyol.com/the-newlab/leke-onleyici-aydinlatici-ve-sivilce-giderici-bakim-seti-p-56868386 , https://www.trendyol.com/the-newlab/collagen-5-copper-peptide-ince-cizgi-ve-kirisikliklar-icin-yuzserumu-p-52573281 URL adreslerinin 19.08.2021 tarihli görünümünde "The NewLab" kullanıcı adıyla reklam veren tarafından tanıtımları yapılan “The New Lab” isimli kozmetik ürünlerine ilişkin olarak; *"Sivilce ve sivilce izlerini giderici bakım seti, Kırışıklık giderici formül, Argireline kolajen üretimini uyarır, …kolajen üretimini artırarak ince çizgilerin ve kırışıklıkların oluşmasını önlemeye de yardımcı olur, Meyan kökü özü, tirozinaz üretimini baskılayarak koyu lekelerin oluşumunu engeller, Sivilce giderici", ...bakır peptidin ciltte kolajen ve elastin üretimini artırdığını göstermiştir.*" ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/1-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 **Cosmopublıc İç ve Dış Ticaret Anonim Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine  karar verilmiştir.

**21)**

**Dosya No: 2021/5495**

**Şikayet Edilen: Enoment Kozmetik Satış Pazarlama Sanayi ve Ticaret Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Alove White”, “Bio Antiscar”, “G-serum”, “Avakodo Cilt Bakım Kremi” isimli kozmetik ürünlerine ilişkin olarak www.trendyol.com, www.hepsiburada.com ve www.enoment.com adresli internet sitelerinde yer alan reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 24.08.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan incelemede, “Trendyol”isimli e-ticaret platformunda yer alan; https://www.trendyol.com/enoment-kozmetik/alove-white-beyazlatici-krem-p-63008765, https://www.trendyol.com/enoment-kozmetik/2-adet-alove-white-beyazlatici-krem-enoment-cosmeticp-63143998 , https://www.trendyol.com/enoment-kozmetik/3-adet-alove-white-beyazlatici-krem-enoment-cosmeticp-68529034 , https://www.trendyol.com/enoment-kozmetik/5-adet-alove-white-beyazlatici-krem-enoment-cosmeticp-68822216 , https://www.trendyol.com/enoment-kozmetik/bioantiscar-p-133093553 , https://www.trendyol.com/enoment-kozmetik/4-adet-avokado-cilt-bakim-kremi-50-ml-enoment-cosmetic-p-63007558, https://www.trendyol.com/enoment-kozmetik/bioantiscar-5-adet-p-134134483 , https://www.trendyol.com/enoment-kozmetik/2-adet-avokado-cilt-bakim-kremi-50-ml-enoment-cosmetic-p-62515170 , https://www.trendyol.com/enoment-kozmetik/5-adet-avokado-cilt-bakim-kremi-50-ml-enoment-cosmetic-p-63008636, https://www.trendyol.com/enoment-kozmetik/g-serum-2-adet-p-132307427 , https://www.trendyol.com/enoment-kozmetik/g-serum-p-132249186 URL adreslerinin 24.08.2021 tarihli görünümünde “Enoment Kozmetik” kullanıcı adıyla reklam veren tarafından tanıtımları yapılan anılan kozmetik ürünlerine ilişkin olarak; *"…kırışıklıkları giderir, …leke giderici kremdir, Yanık, dikiş izlerini onararak morluk ve kızarıklıkları bitirir, Sivilce izlerine, yaşlanmaya bağlı leke oluşumuna, kabarmış yara izlerine ve yaralar dolayısıyla oluşmuş kaşıntı izlerini giderir, Sivilce…temizler, Leke ve yara izlerini geçirir, Göz çevresindeki morlukları yok eder, Bakteri ve mantar oluşumunu giderir"* ifadelerine,

“Hepsiburada”isimli e-ticaret platformunda yer alan; https://www.hepsiburada.com/enoment-cosmetic-alove-white-beyazlatici-krem-enoment-cosmetic-p-HBV00001340A6 , https://www.hepsiburada.com/enoment-cosmetic-2-adet-alove-white-beyazlatici-krem-enoment-cosmetic-p-HBV00001340A4 URL adreslerinin 24.08.2021 tarihli görünümünde “Enoment Kozmetik” kullanıcı adıyla reklam veren tarafından yapılan tanıtımlarda; "*Kırışıklıkları giderir*" ifadesine,

https://enoment.com/urun.php?urun=Alove-Cream , https://enoment.com/urun.php?urun=Avokado-Cream , https://enoment.com/urun.php?urun=G-Serum , https://enoment.com/urun.php?urun=Gold-Shamp-Man , https://enoment.com/urun.php?urun=Bio-Anti-Scar URL adreslerinin 24.08.2021 tarihli görünümünde yer alan reklam ve tanıtımlarda; "*Kırışıklıkları, kaz ayakları gibi oluşumları yok eder”, “Akne ve sivilce lekelerinizi giderir”, “El ve ayak tırnak mantarlarınızı gidermek için geliştirilmiş serum”, “Kelliği ortadan kaldırır”, “Yara izi ve çatlaklarınızı giderir”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

**22)**

**Dosya No: 2021/5496**

**Şikayet Edilen: Vebuo İç ve Dış Ticaret Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Lavieor” isimli kozmetik ürünlerine ilişkin olarak www.trendyol.com ve www.hepsiburada.com adresli internet sitelerinde yer alan reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 24.08.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan incelemede, “Trendyol” isimli e-ticaret platformunda yer alan; https://www.trendyol.com/lavieor/kok-hucre-yenileyici-anti-aging-serum-30ml-deffence-collagen-serum-30-ml-p-51658769 , https://www.trendyol.com/lavieor/kolajen-serum-30ml-leke-giderici-vitamin-c-leke-serumu-30ml-p-52504050 , https://www.trendyol.com/lavieor/kok-hucre-yenileyici-anti-aging-serum-30ml-48-saat-etkili-nemlendirici-serum-30-ml-p-51476480 , https://www.trendyol.com/lavieor/kok-hucre-yenileyici-anti-aging-serum-30ml-kolajen-serum-30mlnemlendirici-serum-30ml-p-51798108 , https://www.trendyol.com/lavieor/kok-hucre-yenileyici-anti-aging-serum-30ml-vitamin-c-vitamini-serum-30ml-nemlendirici-serum-30ml-p-51905396 , https://www.trendyol.com/lavieor/plus-hucre-yenileyici-anti-aging-serum-8682125075600-p-31472051 URL adreslerinin 24.08.2021 tarihli görünümünde “Vebuo Ticaret” kullanıcı adıyla reklam veren tarafından tanıtımları yapılan "Lavieor" isimli kozmetik ürünlerine ilişkin olarak; *"Hücre yenileyici”* ve *“Leke giderici*" ifadelerine,

“Hepsiburada”isimli e-ticaret platformunda yer alan; https://www.hepsiburada.com/lavieor-plus-kirisiklik-giderici-kok-hucre-serumu-p-HBV00000S5BSX, https://www.hepsiburada.com/lavieor-dokulme-karsiti-anti-hairloss-sampuan-300-ml-p-HBV00001ASR49 URL adreslerinde “Vebuo Ticaret” kullanıcı adıyla reklam veren tarafından tanıtımları yapılan “Lavieor” isimli kozmetik ürünlerine ilişkin olarak; “*Kırışıklık giderici, …ince saçları kalınlaştırır....yeni saçların* *çıkmasına yardımcı olmaktadır.*”ifadelerine yer verildiği, tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

**23)**

**Dosya No: 2021/4609**

**Şikayet Edilen: Rba Kozmetik Giyim Otomotiv Sağlık Kişisel Bakım İth. İhr. San. Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://arapmakyajdunyasi.com.tr adresli internet sitesinde yer alan reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 21.02.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://arapmakyajdunyasi.com.tr/gece-gunduz-kremi URL adresinde, 21.02.202 tarihli görselde tanıtımı yapılan *“Gece Gündüz Kremi”* adlı ürün tanıtımlarında *“Sivilce, Siyah Nokta, Cilt Lekeleri, Cilt* *Onarıcı Gündüz Bakım Kremi, Cilt Onarıcı Gece Bakım Kremi: Siyah noktaları gidermeye yardımcı* *olur”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

- 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 **Rba Kozmetik Giyim Otomotiv Sağlık Kişisel Bakım İth. İhr. San. 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: 2021/4838**

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

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 21.02.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** 21.02.2022 tarihli görselde tanıtımı yapılan “W-Lab Beyazlatıcı Krem 100 ml + Madeleb Cilt Yenileyici Krem 40 ml” adlı ürünlerin tanıtımlarında *"Madeleb Cilt Yenileyici Krem 40 ml: Centella* *asiatica bitkisinin ham maddesi cildi onaran hücre yenileyen yaraları iyileştiren bir etkiye sahip kremdir.* *W-Lab Beyazlatıcı Krem 100 ml: Leke ya da hiperpigmentayon tedavisinde etkili aktiflerden biridir. Cilde* *uygulanmasından hemen sonra enzimlerle birleşerek fazla tyrosin oksidasyonunu engeller. W-Lab Beyazlatıcı Krem 100 ml: Ciltteki fazla melanini inhibe ederek cildin renk ayrışmalarını kısa sürede ( 8-12 hafta ) azaltır… UV ile oluşan pigmentasyonda da etkili olduğu klinik olarak ispatlanmıştır. "* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** “W-Lab Beyazlatıcı Krem 100 ml + Madeleb Cilt Yenileyici Krem 40 ml” adlı ürünlerin tanıtımlarında *"Madeleb Cilt Yenileyici Krem 40 ml: Centella* *asiatica bitkisinin ham maddesi cildi onaran hücre yenileyen yaraları iyileştiren bir etkiye sahip kremdir.* *W-Lab Beyazlatıcı Krem 100 ml: Leke ya da hiperpigmentayon tedavisinde etkili aktiflerden biridir. Cilde* *uygulanmasından hemen sonra enzimlerle birleşerek fazla tyrosin oksidasyonunu engeller."* 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,

Bununla birlikte söz konusu tanıtımlarda yer alan; "*W-Lab Beyazlatıcı Krem 100 ml: Ciltteki fazla melanini inhibe ederek cildin renk ayrışmalarını kısa sürede ( 8-12 hafta ) azaltır… UV ile oluşan pigmentasyonda da etkili olduğu klinik olarak ispatlanmıştır."* ifadelerinin ispatlanamadığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

- 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, 9, 26 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

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

**25)**

**Dosya No: 2021/4854**

**Şikayet Edilen: Land of Cosmetıcs Kimya Sanayi Ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.wlabkozmetik.com/urun/beyazlatici-krem URL adresinde tanıtımı yapılan “W-Lab Beyazlatıcı Krem” adlı ürüne ilşikin reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 21.02.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.wlabkozmetik.com/urun/beyazlatici-krem URL adresinde, 21.02.202 tarihli görselde tanıtımı yapılan *“W-Lab Beyazlatıcı Krem”* adlı ürün tanıtımlarında *"Ciltteki fazla melanini inhibe ederek* *cildin renk ayrışmalarını kısa sürede ( 8-12 hafta ) azaltır. Leke ya da hiperpigmentayon tedavisindeetkili aktiflerden biridir. Cilde uygulanmasından hemen sonra enzimlerle birleşerek fazla tyrosin* *oksidasyonunu engeller. UV ile oluşan pigmentasyonda da etkili olduğu klinik olarak ispatlanmıştır."* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, *“W-Lab Beyazlatıcı Krem”* adlı ürün tanıtımlarında *"Ciltteki fazla melanini inhibe ederek* *cildin renk ayrışmalarını kısa sürede ( 8-12 hafta ) azaltır. Leke ya da hiperpigmentayon tedavisindeetkili aktiflerden biridir. Cilde uygulanmasından hemen sonra enzimlerle birleşerek fazla tyrosin* *oksidasyonunu engeller”* 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 ürün söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “kozmetik ürün” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilmesi gereken ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuata uygun olmadığı, dolayısıyla her koşulda, söz konusu ürün ile ilgili olarak yapılan bu nitelikteki tanıtımların mevcut mevzuata aykırılık teşkil ettiği,

Bununla birlikte söz konusu tanıtımlarda yer alan; " *UV ile oluşan pigmentasyonda da etkili olduğu klinik olarak ispatlanmıştır."* ifadelerinin ispatlanamadığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

- 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, 9, 26 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna  **,**

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

**26)**

**Dosya No: 2021/4875**

**Şikayet Edilen: Kozmodi Kozmetik İlaç Ürünleri İmalat Pazarlama İth. İhr. San. ve Tic. Ltd. Şti.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 21.02.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.kozmodi.com/urun/ducray-keracnyl-tinted-stick-correcteur-lokal-sivilce-kremi URL adresinde, 21.02.2022 tarihli görselde tanıtımı yapılan *“Ducray Keracnyl Tinted Stick Correcteur 15 gr* *Lokal Sivilce Kremi”* adlı ürün isminde "Sivilce Kremi" ifadesine, bununla birlikte ürüne ilişkin tanıtımlarda *“Ducray Keracnyl Tinted Stick Correcteur lokal sivilce kremi, cildin sivilce problemi* *yaşadığı bölgelerde kısa sürede etkili sonuçlar ortaya koyar. Uygulamanın ardından sivilceleri kurutur.* *Cildin herhangi bir bölgesinde bulunan sivilceleri direkt olarak kurutur. Aynı zamanda cildin alerjik* *reaksiyonlara karşı korunmasını sağlar.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, Kozmetik Mevzuatına tabi bulunan tüm kozmetik ürünlerin, insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve etkileri geçici olan ürünler olması gerektiği, bu bağlamda inceleme konusu tanıtımlarda yer alan tedaviye yönelik ve endikasyon belirten ifadelerin ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği; ayrıca şayet anılan ürün 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 üncü 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 **Kozmodi Kozmetik İlaç Ürünleri İmalat Pazarlama İth. İhr. San. Ve Tic. Ltd Şti** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**27)**

**Dosya No: 2021/4876**

**Şikayet Edilen: Derin Bilişim Çağrı E Ticaret Limited Şirketi**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 21.02.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.narecza.com/institut-esthederm-intensive-propolis-serum-30-ml URL adresinde, 22.02.2022 tarihli görselde tanıtımı yapılan *“*Institut Esthederm Intensive Propolis Serum 30 ML Akne Karşıtı Bakım Serumu*”* adlı ürün tanıtımlarında *“Rahatlatıcı ve iyileştirici etki. Akne eği̇li̇mli̇ ci̇ldi̇ i̇yi̇leşti̇rmek i̇çi̇n… İyileştirme.”*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 ürün 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 üncü 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 **Derin Bilişim Çağrı E Ticaret Limited Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**28)**

**Dosya No: 2021/4951**

**Şikayet Edilen: UKN Global Marketıng Agency İç ve Dış Ticaret Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.trendyol.com/roox-beauty/kolajen-c-vitamini-hyaluronik-asit-hucre-yenileyici-yuzserumu- 30-ml-p-136013424 URL adresinde, tanıtımı yapılan “Roox Beauty Kolajen - C Vitamini - Hyaluronik Asit – Hücre Yenileyici Yüz Serumu 30 Ml” adlı ürüne ilişkin reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 30.12.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.trendyol.com/roox-beauty/kolajen-c-vitamini-hyaluronik-asit-hucre-yenileyici-yuz-serumu-30-ml-p-136013424 URL adresinde, 30.12.2021 tarihli görselde tanıtımı yapılan *“Roox Beauty* *Kolajen - C Vitamini - Hyaluronik Asit – Hücre Yenileyici Yüz Serumu 30 Ml”* adlı ürün isminde *“Hücre* *Yenileyici”* ifadesine, ayrıca söz konusu tanıtımlarda *“Kolajen etken maddesi sayesinde yaşlanma* *belirtilerini ve cildinizde oluşan istenmeyen izleri gidermede yardımcı olur… pürüzlü ve donuk cildi* *iyileştirmede yardımcı olur. Kırışıklarınızı gidermede… yardımcı bir vitamindir. Sivilce izleri gidermede* *etken rol oynar. Düzenli kullanımda kırışıklık giderici özelliği olduğu görülmüştür…”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmişitr.

**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 ürün 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 üncü 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 **UKN Global Marketıng Agency İç ve Dış Ticaret Limited Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**29)**

**Dosya No: 2021/4983**

**Şikayet Edilen: Soho Kozmetik İç ve Dış Ticaret Limited Şirketi**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 22.02.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.sosyetikavm.com/arap-kizi-kremi-120-gr URL adresinde, 22.02.2022 tarihli görselde tanıtımı yapılan *“Arap Kızı Kremi”* adlı ürün tanıtımlarında *“Cildi besler ve onarır. Rahatlatıcı ve iyileştirici etki. Akne eği̇li̇mli̇ ci̇ldi̇ i̇yi̇leşti̇rmek i̇çi̇n… İyileştirme.”* 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 ürün 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 üncü 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 **Soho Kozmetik İç Ve Dış Ticaret Limited Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**30)**

**Dosya No: 2021/5212**

**Şikayet Edilen: Bayo Kozmetik Pazarlama ve Ticaret Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.trendyol.com/mia-klinika adresli internet sitesinde yer alan ürünlere ilişkin reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 22.02.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.trendyol.com adresli internet sitesinin 22.02.202 tarihli görselinde;

https://www.trendyol.com/mia-klinika/gozenek-sikilastirici-akne-sivilce-ve-siyah-nokta-giderici-yaslanma-karsiti-onarici-serum-seti-p-110646512 URL adresinde yer alan *"Gözenek Sıkılaştırıcı Akne Sivilce ve Siyah Nokta Giderici Yaşlanma Karşıtı Onarıcı Serum Seti"* isimli ürün isminde "*Akne Sivilce ve Siyah Nokta Giderici"* ifadelerine ayrıca tanıtımlarda; *"Gözenek Sıkılaştırıcı Akne Sivilce ve Siyah Nokta Giderici Yaşlanma Karşıtı Onarıcı Serum Seti isimli ürün isminde AZELAİK ASİT Özellikle akne ve roza hastalığının tedavisinde kullanılan ve cilt tonunu, dokusunu iyileştirmeye yardımcı olup akne ve iltihaplanmalara sebep olan bakterilerin varlığını azaltır. Ayrıca ciltte meydana gelen kızarıklık, düzensiz cilt tonu problemlerine tedavi eder. ARINDIRICI ÇAY AĞACI Antibakteriyel özelliğe sahip olan çay ağacı sivilceleri yok etmeyi hedef alırken aynı zamanda gözenekleri sıkılaştırır, cildi arındırıp yatıştırır. BESLEYİCİ GLİSİN AMİNO ASİDİ VE PANTENOL Cildin üzerindeki koruyucu tabakayı arttırarak cildin hasar görmesini engeller, hücre yenilenmesini arttırır ve akne ve sivilce üzerinde iyileştirici etki gösterir.ANTİ-AGING PEPTİTLER Son teknoloji ürünü peptitler, Yaş ve çevresel etkenlerin getirdiği olumsuz cilt sorunlarına, çizgi, kırışıklık görünümüne, ayrıca sivilce lekeleri, güneş lekeleri ve koyu leke görünümünü azaltmaya yardımcı olur. YAPILANDIRICI SARI KANTARON Ciltte ki hücrelerin yenilenmesini sağlar. Cilt hücrelerinde yenilenme süreçlerini başlatır ve toksinleri giderir."* şeklinde ifadelere,

https://www.trendyol.com/mia-klinika/gozenek-sikilastirici-ve-cilt-yenileyici-serum-30-ml-p-110351302 URL adresinde yer alan tanıtımlarda; *"cilt hücrelerinde yenilenme süreçlerini başlatır ve toksinleri giderir."* ifadesine,

https://www.trendyol.com/mia-klinika/aydinlatici-c-vitamini-leke-giderici-karsiti-serum-2-li-set-30-ml-p-84785714 URL adresinde yer alan "Aydınlatıcı C Vitamini Leke Giderici Karşıtı Serum 2'li Set 30 ml 4" isimli ürün isminde *"Leke Giderici"* ifadelerine ayrıca tanıtımlarda; "Son teknoloji ürünü peptitler, sivilce lekeleri, güneş lekeleri ve koyu leke görünümünü azaltmaya, cildi aydınlatmaya yardımcı olur." ifadelerine ve benzer 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 ürün 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 üncü 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 **Bayo Kozmetik Pazarlama ve Ticaret Limited Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**31)**

**Dosya No: 2021/5340**

**Şikayet Edilen: FGM İlaç Sanayi Ve Ticaret Anonim Şirketi**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 22.02.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.fgmpharmaonline.com/urun/psodex-pullanma-ve-sivilce-karsiti-yuz-kremi/ URL adresinde, 22.02.202 tarihli görselde tanıtımı yapılan *“Psodex Pullanma Ve Sivilce Karşıtı Cilt Bakım Kremi”* adlı ürün tanıtımlarında *"%100 doğal içeriğiyle cildin doğal yapısını destekleyerek seboreik dermatit ve mantar enfeksiyonuna (Malezya Mantarı) karşı etkin bir tedavi sağlar. Seboreik dermatit, ismi çok duyulan ve oldukça sık rastlanan bir deri rahatsızlığıdır. Halk arasında egzama olarak tanınmaktadır. Bu rahatsızlık ciltte gözle görüler etkiler bıraktığı için oldukça belirgindir. Psodex Pullanma ve Sivilce Karşıtı Yüz Bakım Kremi egzama tedavisinde etkilidir. Pullanma Ve Sivilce Karşıtı Yüz Bakım Kremi Ne İçin Kullanılır? Pullanma ve seborik dermatiti tedavi edecek aktif bir bileşen olarak kullanılır. Cildin dış tabakasını düzeltmeye yardım eder. Antiseptik özellikleri sayesinde cilt üzerindeki zararlı bakterileri öldürür. Yara iyileşmesini hızlandıran bir nemlendirici olarak kullanılır."* 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 ürün 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 üncü 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 **FGM İlaç Sanayi ve Ticaret Anonim Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**32)**

**Dosya No: 2021/5378**

**Şikayet Edilen: Esotek İlaç Kozmetik Medikal Sağlık Ürünleri İnşaat Turizm ve Seyahat Acenteliği San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.trendyol.com/esomed/sivilce-akne-siyah-nokta-onleyici-ve-tedavi-edici-serum-p-79179617 URL adresinde yer alan "Esomed Sivilce Akne Siyah Nokta Önleyici ve Tedavi Edici Serum"isimli ürün isminde yer alan ifadeler.

**Reklam Yayın Tarihi:** 22.02.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.trendyol.com/esomed/sivilce-akne-siyah-nokta-onleyici-ve-tedavi-edici-serum-p-79179617 URL adresinde yer alan 22.02.2022 tarihli görselinde; "EsomedSivilce Akne Siyah Nokta Önleyici ve Tedavi Edici Serum"isimli ürün isminde "Tedavi Edici Serum*"* 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 üncü 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 **Esotek İlaç Kozmetik Medikal Sağlık Ürünleri İnşaat Turizm ve Seyahat Acenteliği 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.

**33)**

**Dosya No: 2021/5379**

**Şikayet Edilen: Kiffa Enerji İnşaat Turizm Sanayi ve Ticaret Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** ww.trendyol.com adresli internet sitesinde yer alan firmaya ait reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 22.02.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.trendyol.com/dr-cellio/anyvera-yogun-sikilastirici-leke-ve-iz-karsiti-snail-firming-krem-p-154917340 URL adresinde 22.02.202 tarihli görselde tanıtımı yapılan “Anyvera Yoğun Sıkılaştırıcı Leke ve Iz Karşıtı Snail Firming Krem DRCELLIO014”adlı ürün tanıtımlarında *"hafif bir dokuya sahiptir, cildi yumuşatır, hasarı iyileştirir, kuruluk ve pullanmaları giderir.. İçerdiği salyangoz özü ile cildinizdeki tüm yaraları, kesikleri ve sıyrıkları iyileştirir. amsung garantisiyle üretilmiştir, 100ml. Dermatolojik olarak test edilmiştir. % 100 orijinaldir."* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** “https://www.trendyol.com/dr-cellio/anyvera-yogun-sikilastirici-leke-ve-iz-karsiti-snail-firming-krem-p-154917340 URL adresinde 22.02.2022 tarihli görselde tanıtımı yapılan “Anyvera Yoğun Sıkılaştırıcı Leke ve Iz Karşıtı Snail Firming Krem DRCELLIO014”adlı ürün tanıtımlarında *"hafif bir dokuya sahiptir, cildi yumuşatır, hasarı iyileştirir, kuruluk ve pullanmaları giderir.. İçerdiği salyangoz özü ile cildinizdeki tüm yaraları, kesikleri ve sıyrıkları iyileştirir."* 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;

Bununla birlikte söz konusu tanıtımlarda yer alan; *"Samsung garantisiyle üretilmiştir, 100ml. Dermatolojik olarak test edilmiştir. % 100 orijinaldir.”* ifadelerinin ispatlanamadığı değerlendirimiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

- 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, 9, 26 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna  **,**

Buna göre, reklam veren **Kiffa Enerji İnşaat Turizm 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.

**34)**

**Dosya No: 2021/5398**

**Şikayet Edilen: Ali KOLSUZ**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.instagram.com/tiensairiz.organik adresli sosyal medya hesabında yer alan “Airiz Hijyenik Kadın Pedi” isimli ürüne ilişkin reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 29.11.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com/tiensairiz.organik adresli sosyal medya hesabının 29.11.2021 tarihli ana sayfa görüntülerinde;*“Airiz ped içinde bulunan aktif oksijen & negatif iyon sayesinde kanı temizler, kaşıntı, yanmayı giderir, iltihapları önler, adet düzensizliğini giderir. Erken menopozu önler. Kist, miyom, idrar yolu enfeksiyonu gibi hastalıkların tedavisinde yardımcı. Regl döneminde hangi sıkıntıları yaşıyorsun? Adet düzensizlikleri, mantar, bakteri, enfeksiyon, kaşıntı, akıntı, kötü koku, adet ağrısı Çözümü Airiz Ped. Adet düzensizlikleri, adet sancıları, kist, miyom, sebepsiz hamile kalma, erken menopoz, rahim duvarı kalınlaşma, genital alerji, genital mantar, genital kötü kokular, genital siğil… Kullandığınız pedler ne kadar güvenilir? 10 kadından 9’unun kullandığı X marka pedlerin 4 adet naylon torbaya eş değer olduğunu biliyor muydunuz? %100 pamuk ped mi? Plastik Ped mi tercih senin. %100 pamuk. Negatif iyonlu. 12 saatte 1 değiştirme rahatlığı sağlar”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmişitr.

**Değerlendirme/Karar:** www.instagram.com/tiensairiz.organik adresli sosyal medya hesabının 29.11.2021 tarihli ana sayfa görüntülerinde;

*“Airiz ped içinde bulunan aktif oksijen & negatif iyon sayesinde kanı temizler, kaşıntı, yanmayı giderir, iltihapları önler, adet düzensizliğini giderir. Erken menopozu önler. Kist, miyom, idrar yolu enfeksiyonu gibi hastalıkların tedavisinde yardımcı. Regl döneminde hangi sıkıntıları yaşıyorsun? Adet düzensizlikleri, mantar, bakteri, enfeksiyon, kaşıntı, akıntı, kötü koku, adet ağrısı Çözümü Airiz Ped. Adet düzensizlikleri, adet sancıları, kist, miyom, sebepsiz hamile kalma, erken menopoz, rahim duvarı kalınlaşma, genital alerji, genital mantar, genital kötü kokular, genital siğil…”* gibi söz konusu ürünün insan sağlığına doğrudan veya dolaylı olarak faydalı olduğunu, hastalıklara veya belirtilerine karşı etkili olduğunu, koruduğunu, tedavi ettiğini belirten ifadelere yer verilmesinin Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin ilgili hükümlerine aykırı olduğu ve tüketicileri yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği,

Bununla birlikte söz konusu tanıtımlarda *“Kullandığınız pedler ne kadar güvenilir? 10 kadından 9’unun kullandığı X marka pedlerin 4 adet naylon torbaya eş değer olduğunu biliyor muydunuz? %100 pamuk ped mi? Plastik Ped mi tercih senin”* gibi ifadelere yer verilerek rakip ürünlerin kötülendiği,

Son olarak söz konusu tanıtımlarda yer alan *“%100 pamuk. Negatif iyonlu. 12 saatte 1 değiştirme rahatlığı sağlar”* ifadelerinin ispatlanamadığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna  **,**

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

**35)**

**Dosya No: 2021/5523**

**Şikayet Edilen: Global Turkey Network Kozmetik Pazarlama A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Dr.Clinic Kasım- Aralık 2021”* başlıklı ürün kataloğunda yer alan reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** Katalog

**Tespitler:** *“Dr.Clinic Kasım- Aralık 2021”* Ürün Kataloğunda; “*dr.Clinic Prebiotic Cream/Foam/Refreshing Tonic; Cilt bariyerini güçlendiriyor… Bu sayede güçsüzleşen sistemimiz onarılmış oluyor ve artık daha dayanıklı bir yer haline geliyor. Cildi kötü bakterilerden koruyor. İyi bakteriler kötü bakterilerle savaşıyor aslında bu kadar basit. Cildimize zarar veren pH dengesini bozan ve çeşitli yollardan cildimize ulaşan bakterilerden cildimizi korumaya çalışıyor Ciltteki kolajen üretimini hızlandırıyor. pH dengesini sağlıyor. Yaşlanma göstergelerini azaltıyor. Dr. Clinic Tonic: Ciltte akne ve sivilce problemlerini ortadan kaldırır.. Ph seviyesini dengeye sokar. dr.Clinic Keçi Sütü Maske: Üst derinin yeniden canlanmasını sağlar. Küçük kırışıklıkları gözle görülür biçimde gidermeye ve cildin yaşlanmasını geciktirmeye yardımcı olur. Dr.Clinic Egg White Yumurta Özlü Soyulabilir Maske: Sivilceleri azaltır. Sivilce izlerini azaltır. Akneleri azaltır. Sivilceleri yok eder. Dr. Clinic Çatlak Kremi: Çatlaklara meydan okuyan sıkılaştırıcı formülüyle… Çatlak görünümünü 4 haftada azaltır ve sadece 2 haftada cildinizin sıkılaştığını hissedeceksiniz. Dr.Clinic Göz Çevresi Kırışıklık Bakım Kremi: göz çevresindeki ince çizgilerin, kırışıklıkların, koyu halkaların, şişliklerin azalmasına yardımcı olur.* dr.Clinic *Göz Altı Morluk Serumu: C vitamini, Peptidler ve Hyalüronik asit ile zenginleştirilmiş göz çevresindeki koyu halka, kaz ayağı ve şişkinlikleri azaltır. Ottoman Hamam Serisi Aynısefa Sabunu: Aynısefa Bitkisi Tırnaklardaki mantar oluşumunu önler. Daha sağlıklı uzamasını sağlar… Kremi ya da yağı egzama, yanık, yara, varis ve tahriş olmuş cilt alanlarını yeniler… Keçi Sütü Sabunu: Egzama ve mantar sorunlarına karşı kullanılır. Vücudun pH seviyesini dengelemeye yardımcı olur. Ciltteki enfeksiyonların hızlıca iyileşmesini sağlar. Çay Ağacı Sabunu: Anti bakteriyel olan bu sabun doğal bir dezenfektandır. Özellikle mantar sorunlarında etkili doğal çözüm olan bu sabun, kaşıntılı ayaklarda birebir doğal tedavi olanağı sağlamaktadır. Tırnak natması gibi sorunlarda oluşan iltihapların tedavisinde yararlanılır. Cilt lekeleri veya sivilce gibi pek çok rahatsızlığın giderilmesini sağlar. Bio Energy Sihirli Parlatma Bezi: Rakiplerine göre 2-3 kat hızlı kurur. Yüksek oranda sıvı emer (%400 su, %825 yağ emer). Bio Energy Pas & Kireç Çözücü: Doğada biyolojik olarak parçalanabilen konsantre formülü sayesinde birikmiş kir, pas ve tortuların temizlenmesine yardımcı olur. Bio Energy WC Temizleyici: Doğada biyolojik olarak parçalanabilen konsatre formülü.. Yüzey Temizleyici: doğada biyolojik olarak parçalanabilen etkili formülü… Vegan – Vegan Hyaluronic Acid”*, *“Organic Argan Oil”* *“Dermatologically Tested. Ophtamologically Tested”, “Yoğun Kapatıcı Fondoten:24 saat kalıcı* “Bio Energy başlıklı muhtelif temizlik ürünlerinde*“SLS, Boya, Klor, Fitalat, Paraben, Formaldehit, Fosfat içermez”* ifadelerinin ve *“PepoleX GOO: Gluten Free, Non-GMO”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, *“Dr.Clinic Kasım- Aralık 2021”* Ürün Kataloğunda; “*dr.Clinic Prebiotic Cream/Foam/Refreshing Tonic; Cilt bariyerini güçlendiriyor… Bu sayede güçsüzleşen sistemimiz onarılmış oluyor ve artık daha dayanıklı bir yer haline geliyor. Cildi kötü bakterilerden koruyor. İyi bakteriler kötü bakterilerle savaşıyor aslında bu kadar basit. Cildimize zarar veren pH dengesini bozan ve çeşitli yollardan cildimize ulaşan bakterilerden cildimizi korumaya çalışıyor Ciltteki kolajen üretimini hızlandırıyor. pH dengesini sağlıyor. Yaşlanma göstergelerini azaltıyor. Dr. Clinic Tonic: Ciltte akne ve sivilce problemlerini ortadan kaldırır.. Ph seviyesini dengeye sokar. dr.Clinic Keçi Sütü Maske: Üst derinin yeniden canlanmasını sağlar. Küçük kırışıklıkları gözle görülür biçimde gidermeye ve cildin yaşlanmasını geciktirmeye yardımcı olur. Dr.Clinic Egg White Yumurta Özlü Soyulabilir Maske: Sivilceleri azaltır. Sivilce izlerini azaltır. Akneleri azaltır. Sivilceleri yok eder. Dr. Clinic Çatlak Kremi: Çatlaklara meydan okuyan sıkılaştırıcı formülüyle… Çatlak görünümünü 4 haftada azaltır ve sadece 2 haftada cildinizin sıkılaştığını hissedeceksiniz. Dr.Clinic Göz Çevresi Kırışıklık Bakım Kremi: göz çevresindeki ince çizgilerin, kırışıklıkların, koyu halkaların, şişliklerin azalmasına yardımcı olur.* dr.Clinic *Göz Altı Morluk Serumu: C vitamini, Peptidler ve Hyalüronik asit ile zenginleştirilmiş göz çevresindeki koyu halka, kaz ayağı ve şişkinlikleri azaltır. Ottoman Hamam Serisi Aynısefa Sabunu: Aynısefa Bitkisi Tırnaklardaki mantar oluşumunu önler. Daha sağlıklı uzamasını sağlar… Kremi ya da yağı egzama, yanık, yara, varis ve tahriş olmuş cilt alanlarını yeniler… Keçi Sütü Sabunu: Egzama ve mantar sorunlarına karşı kullanılır. Vücudun pH seviyesini dengelemeye yardımcı olur. Ciltteki enfeksiyonların hızlıca iyileşmesini sağlar. Çay Ağacı Sabunu: Anti bakteriyel olan bu sabun doğal bir dezenfektandır. Özellikle mantar sorunlarında etkili doğal çözüm olan bu sabun, kaşıntılı ayaklarda birebir doğal tedavi olanağı sağlamaktadır. Tırnak natması gibi sorunlarda oluşan iltihapların tedavisinde yararlanılır. Cilt lekeleri veya sivilce gibi pek çok rahatsızlığın giderilmesini sağlar.*” şeklinde ve burada örnek olarak verilen ürünler ile birlikte söz konusu katalogda yer alan diğer ürün tanıtımlarında benzer ifadelere yer verildiği, ancak Kozmetik Mevzuatına tabi bulunan tüm kozmetik ürünlerin, insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve etkileri geçici olan ürünler olması gerektiği; bu bağlamda inceleme konusu tanıtımlarda yer alan tedaviye yönelik ve endikasyon belirten ifadelerin ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği;

Bununla birlikte *“Bio Energy Sihirli Parlatma Bezi: Rakiplerine göre 2-3 kat hızlı kurur. Yüksek oranda sıvı emer (%400 su, %825 yağ emer). Bio Energy Pas & Kireç Çözücü: Doğada biyolojik olarak parçalanabilen konsantre formülü sayesinde birikmiş kir, pas ve tortuların temizlenmesine yardımcı olur. Bio Energy WC Temizleyici: Doğada biyolojik olarak parçalanabilen konsatre formülü.. Yüzey Temizleyici: doğada biyolojik olarak parçalanabilen etkili formülü…”* ifadelerinin, katalogda muhtelif ürünlerin tanıtımlarında yer alan *“Vegan – Vegan Hyaluronic Acid”*, *“Organic Argan Oil”* ifadelerinin, çeşitli ürün ambalajlarında yer alan *“Dermatologically Tested. Ophtamologically Tested”* ifadelerinin*, “Yoğun Kapatıcı Fondoten:24 saat kalıcı”* ifadesinin, “Bio Energy başlıklı muhtelif temizlik ürünlerinde yer alan *“SLS, Boya, Klor, Fitalat, Paraben, Formaldehit, Fosfat içermez”* ifadelerinin ve *“PepoleX GOO: Gluten Free, Non-GMO”* ifadelerinin Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin *“İspat külfeti”* başlıklı 9 uncu maddesinde yer alan esaslar çerçevesinde ispatlanamadığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Kozmetik Yönetmeliği’nin 4 üncü 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, 9, 26 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna  **,**

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

**36)**

**Dosya No: 2022/305**

**Şikayet Edilen: Eruslu Sağlık Ürünleri San. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** “*Türkiye’deki evlerde birinci Sleepy, Sıfır Karbon Misyonu ile ürünlerini yeniledi*” başlıklı reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 31.01.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler: “***Türkiye’deki evlerde birinci Sleepy, Sıfır Karbon Misyonu ile ürünlerini yeniledi*” isimli reklam filmine ilişkin olarak muhtelif televizyon kanallarında ve firmaya ait “Sleepy” isimli youtube kanalının 31.01.2022 tarihli görselinde yer alan; *“Kendi alanında hiçbir markanın yapamadığını yapan Sleepy, Türkiye’deki evlerde aynı anda dört kategoride birinci: Bebek Bezi, Külot Bez, Yenidoğan Islak Havlu, Tüm Islak Havlular. Sleepy şimdi de bebeklerimizin bugünü ve geleceği için sıfır karbon misyonuyla benzersiz ürünlerini ağacı, suyu, havayı koruyarak yeniden tasarladı. O Türkiye’deki evlerde 1. sıfır karbon misyonu”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, 31.01.2022 tarihinde muhtelif televizyon kanallarında ve “Sleepy” isimli youtube kanalında yayınlanan “*Türkiye’deki evlerde birinci Sleepy, Sıfır Karbon Misyonu ile ürünlerini yeniledi*” başlıklı reklam filmine ilişkin olarak "*Sleepy markasının Türkiye’deki evlerde birinci"* olduğuna ilişkin ifadelere yer verilmesine rağmen bu iddianın hangi bilimsel test, rapor veya belgelere dayandırıldığına ilişkin bilgiye reklam filminde yer verilmeyerek tüketicilerin eksik bilgilendirildiği,

Bununla birlikte söz konusu reklamlarda ve firmaya ait muhtelif ürünlerin tanıtımlarında yer verilen "*Sleepy şimdi de bebeklerimizin bugünü ve geleceği için sıfır karbon misyonuyla benzersiz ürünlerini ağacı, suyu, havayı koruyarak yeniden tasarladı." ve "sıfır karbon misyonu"* gibi ifadelerin ispatına yönelik sunulan belgenin geçerli akreditasyonu olmayan bir kuruluş tarafından hazırlandığı dolayısıyla söz konusu ifadelerin Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin *“İspat külfeti”* başlıklı 9 uncu maddesinde yer alan esaslar çerçevesinde ispatlanamadığı ve bu suretle kullanılan “sıfır karbon misyonu” ifadesi ile tüketicilerin çevre konusundaki duyarlılıklarının istismar edildiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/8, 9, 17 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna  **,**

Buna göre, reklam veren **Eruslu Sağlık Ürünleri 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.

**37)**

**Dosya No: 2021/3747**

**Şikayet Edilen:** **Carpediem Kozmetik Sanayi ve Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.instagram.com/licapeturkiye/ adresli internet sitesinde yer alan “Licape” markalı kozmetik ürün tanıtımları

**Reklam Yayın Tarihi:** 22.02.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.instagram.com/licapeturkiye/ adresli internet sitesinin 22.02.2022 tarihli görünümümde yer alan “Licape” markalı kozmetik ürün tanıtımlarında; *“Dr. Koziej laboratuvarında dermatolojik olarak test edilmiştir.”* şeklinde,

https://www.instagram.com/p/CQ8O9hMFruJ/ adresli internet sayfasının 22.02.2022 tarihli görünümünde; *“(…)Licape Leke Kremi ve Cilt Beyazlatıcı Krem ile güneş lekelerine, sivilce ve sivilce lekelerine veda edin…(…)#lekekremi#beyazlaticikrem(...)sivilcelekesi(...)#tedavi”* şeklinde,

https://www.instagram.com/stories/highlights/17875985854773447/ adresli internet sayfasının 22.02.2022 tarihli görünümünde yer alan videoda; *“(…)sivilceleri kurutur, lekeleri yok eder.”* şeklinde,

https://www.instagram.com/stories/highlights/17880719206648554/ adresli internet sayfasının 22.02.2022 tarihli görünümünde yer alan videoda; *“(…)Aktif sivilceleri kurutuyor”* şeklinde,

https://www.instagram.com/p/CRtNLtlFhg5/adresli internet sayfasının 22.02.2022 tarihli görünümünde; *“Licape besleyici gece maskesi ile sivilce ve siyah noktalarınızı yüzünüzden silip atın.”*şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Diğer taraftan, https://www.instagram.com/licapeturkiye/ adresli internet sitesinin 22.02.2022 tarihli görünümünde yer alan *“Dr. Koziej laboratuvarında dermatolojik olarak test edilmiştir.”* ifadelerinin ispatlanmadığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Kozmetik Yönetmeliği’nin 4 ve 10 uncu maddeleri,

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/1-b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a-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 **Carpediem Kozmetik 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.

**38)**

**Dosya No: 2021/3854**

**Şikayet Edilen:** **Sultan Gıda ve İhtiyaç Maddeleri Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait 01-13 Temmuz 2021 tarih ve 243 sayılı ürün kataloğunda yer alan “Sleepy Doğal Organik Pamuklu Temizlik Havlusu” isimli ürün tanıtımları

**Reklam Yayın Tarihi:** 01-13 Temmuz 2021

**Yayınlandığı Mecra:** Katalog

**Tespitler:** Firmaya ait 01-13 Temmuz 2021 tarih ve 243 sayılı ürün kataloğunda; “Sleepy Doğal Organik Pamuklu 50’li Temizlik Havlusu” isimli ürüne ilişkin olarak *“Sleepy Islak Havlu 50’li. ~~4.50 TL~~. 3.99 TL.”* ifadelerine yer verildiği, ancak firmaya ait mağazada anılan ürünün 6.95 TL fiyat ile satışa sunulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; söz konusu ürün kataloğunda indirime konu edilen ürünün “Sleepy Rose 50’li Islak Havlu” isimli ürün olmasına rağmen baskı hatası nedeniyle “Sleepy Doğal Organik 50’li Islak Havlu” isimli ürün görselinin yer aldığı, dolayısıyla inceleme 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, 13/1, 14/2 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna  **,**

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

**39)**

**Dosya No: 2021/5441**

**Şikayet Edilen:** **Eruslu Sağlık Ürünleri San. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Sleepy Doğal Organik Pamuklu Temizlik Cep Mendili” isimli ürün ambalajlarında yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj

**Tespitler:** “Sleepy Doğal Organik Pamuklu Temizlik Cep Mendili” isimli ürün ambalajlarında; *“Doğal organik temizleyiciler. Sirke. Kekik. Limon. Okaliptus.”* ve *“Doğal Organik Pamuklu* *Temizlik Cep Mendili”* ve *“Doğal ve organik içerikler barındırır.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; inceleme konusu ürün ambalajlarında yer alan *“Doğal organik temizleyiciler. Sirke. Kekik. Limon. Okaliptus.* *Doğal Organik Pamuklu Temizlik Cep Mendili. Doğal ve organik içerikler barındırır.”* ifadelerinin tüketicileri yanıltıcı olmadığı ve Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin “İspat külfeti” başlıklı 9 uncu maddesinde yer alan esaslar çerçevesinde ispatlandığı 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.

**40)**

**Dosya No: 2021/5442**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** “Selpak Deluxe Pamuk Katkılı Tuvalet Kağıdı” isimli ürüne ilişkin olarak muhtelif televizyon kanallarında yayınlanan ve www.instagram.com/selpak adresli internet sitesi ile anılan ürün ambalajlarında yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 16.11.2021, 29.11.2021, 31.01.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, televizyon, ambalaj

**Tespitler:** Atv logolu televizyon kanalında 16.11.2021 tarihinde yayınlanan reklamlarda; *“Bu hayatta en iyiye ihtiyaç duyduğumuz anlar var. En küçüklerin yaşadığı ah o en büyük korkular. Ama yalnız değiller, yanlarında en yumuşak dostları var. En iyiye ihtiyaç duyduğun her an en iyisi selpak kullan. 50 yıldır olduğu gibi bugün de.”* şeklinde ifadelere ve alt yazı metninde *“Bağımsız test kuruluşu testlerine göre”* açıklamasına yer verildiği,

Reklam filminin sonunda *“En iyisi Selpak kullan!”* ibaresi ile birlikte inceleme konusu ürünün yanı sıra Selpak Deluxe Bambu Katkılı Kağıt Havlu, Selpak Tuvalet Kağıdı ve Selpak Cep Mendili ürünlerine ait görsellerin yer aldığı, ayrıca reklam filminin sonunda yer alan“En iyisi Selpak kullan!” şeklindeki yazının “En iyisi Selpak” ifadeleri üst satırda, “kullan” ifadesinin ise alt satırda olacak şekilde yerleştirildiği,

Anılan reklam filminin 29.11.2021 tarihinde yayınlanan versiyonunda; *“(…)En yumuşak tuvalet kağıdına ihtiyaç duyduğun her an en iyisi Selpak kullan.”* ifadelerine yer verildiği,

Anılan ürün ambalajlarında *“Türkiye’nin en yumuşağı\*”* ibaresine yer verildiği,

www.instagram.com/selpak/ adresli internet sitesinin 31.01.2022 tarihli görünümünde yer alan paylaşımda *“En iyiye ihtiyaç duyduğun her an Selpak en yumuşak haliyle seninle!#Selpak #50Yıl#EnİyisiSelpak#TuvaletKağıdı”* ifadesinin yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; inceleme konusu tanıtımlarda yer alan “En yumuşak tuvalet kağıdı” ve “Türkiye’nin en yumuşağı” iddialarının Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin “İspat külfeti” başlıklı 9 uncu maddesinde yer alan esaslar çerçevesinde ispatlandığı ve anılan reklamlarda Reklam Mevzuatına aykırı bir husus 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.

**41)**

**Dosya No: 2021/5443**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** “Selpak Deluxe Bambu Katkılı Kağıt Havlu” isimli ürüne ilişkin olarak muhtelif televizyon kanallarında yayınlanan ve www.instagram.com/selpak adresli internet sitesi ile anılan ürün ambalajlarında yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 16.11.2021, 29.11.2021, 31.01.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, televizyon, ambalaj

**Tespitler:** Atv logolu televizyon kanalında 16.11.2021 tarihinde yayınlanan reklamlarda; *“Bu hayatta en iyiye ihtiyaç duyduğumuz anlar var. Mesela en iyi şeflerin bile yaşadığı en görülmedik kazalar. Neyse ki suya en dayanıklı yardımcıları hep ordalar. En iyiye ihtiyaç duyduğun her an en iyisi selpak kullan. 50 yıldır olduğu gibi bugün de.”* şeklinde ifadelere yer verildiği,

Reklam filminin sonunda *“En iyisi Selpak kullan!”* ibaresi ile birlikte inceleme konusu ürünün yanı sıra Selpak Deluxe Pamuk Katkılı Tuvalet Kağıdı, Selpak Tuvalet Kağıdı ve Selpak Cep Mendili ürünlerine ait görsellerin yer aldığı, ayrıca reklam filminin sonunda yer alan“En iyisi Selpak kullan!” şeklindeki yazının “En iyisi Selpak” ifadeleri üst satırda, “kullan” ifadesinin ise alt satırda olacak şekilde yerleştirildiği,

Alt yazı metninde ise *“Bağımsız test kuruluşu testlerine göre (Yüzey aktif madde içeren kağıt havlu ürünleri hariç)”* ifadelerine yer verildiği,

Anılan reklam filminin 29.11.2021 tarihinde yayınlanan versiyonunda; *“(…)Suya en dayanıklı kağıt havluya ihtiyaç duyduğun her an en iyisi Selpak kullan.”* ifadelerine yer verildiği,

Anılan ürün ambalajlarında; *“Türkiye’nin suya en dayanıklısı\*. Türkiye’nin suya en dayanıklı kağıt havlusunu denediniz mi? Selpak Deluxe Bambu Katkılı Kağıt havluyu kullanın, yıkayın, tekrar kullanın”* ibaresinin yer aldığı,

https://www.instagram.com/selpak/ adresli internet sitesinin 31.01.2022 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda *“#EnİyisiSelpakKullan”* ibaresinin yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; inceleme konusu tanıtımlarda yer alan “Türkiye’nin suya en dayanıklısı”, “suya en dayanıklı” ve “Selpak Deluxe Bambu Katkılı Kağıt havluyu kullanın, yıkayın, tekrar kullanın” iddialarının Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin “İspat külfeti” başlıklı 9 uncu maddesinde yer alan esaslar çerçevesinde ispatlandığı ve anılan reklamlarda Reklam Mevzuatına aykırı bir husus 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.

**42)**

**Dosya No: 2021/5447**

**Şikayet Edilen:** **Fater Temizlik Ürünleri Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Yeni Ace Ultra Pro Formula Köpük Çamaşır Suyu” isimli ürün ambalajlarında yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj

**Tespitler:** “Yeni Ace Ultra Pro Formula Köpük Çamaşır Suyu” isimli ürün ambalajında “%100 Hijyen” ve “Kalkan Teknolojisi ile Hijyen Bariyeri” ifadelerinin yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; “Yeni Ace Ultra Pro Formula Köpük Çamaşır Suyu” isimli ürün ambalajında yer alan “%100 Hijyen” ve “Kalkan Teknolojisi ile Hijyen Bariyeri” ifadelerinin ispatına ilişkin olarak sunulan çalışmaların, tanıtımı yapılan ürünün %100 hijyen sağladığı ve hijyen bariyeri oluşturduğu iddialarını desteklemede yetersiz kaldığı, dolayısıyla söz konusu iddiaların Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin “İspat külfeti” başlıklı 9 uncu maddesinde yer alan esaslar çerçevesinde ispatlanamadığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna  **,**

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

**43)**

**Dosya No: 2021/5451**

**Şikayet Edilen: Endorfin Güzellik Sağlık Spor Estetik Eğitim Danışmanlık Sanayi ve Ticaret Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.trendyol.com adresli internet sitesinin 22.12.2021 tarihli görünümünde “Scarfin” mağaza adı ile satışa sunulan “Scarfin Krem” isimli ürün tanıtımları

**Reklam Yayın Tarihi:** 22.12.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.trendyol.com/scarfin/iz-ve-leke-giderici-dogal-krem-onarici-ve-koruyucunemlendirici-organik-krem-40ml-p-109943423 adresli internet sitesinin 22.12.2021 tarihli görünümünde; *“Scarfin İz ve Leke Giderici Doğal Krem. (…)Scarfin cildimizdeki kollajen alt yapısını destekleyerek ve nemi koruyarak iyileşmeyi hızlandırır. İzin boyutuna ve büyüklüğüne 1 ay içerisinde gözle görülür etki göstermeye başlamaktadır. (…)Kullanım Alanları: Sezeryan sonrası oluşan iz Dermapen, dermaroller uygulamaları sonrası Altın iğne gibi uygulamaların sonrası Cilt lazerleri sonrası Estetik işlemler sonrası cilt onarımı Ameliyat izleri Dikiş izleri Tırnak izi Dövme silme işlemi sonrası oluşan izler Kaza ya da darbe sonucu oluşan izler ve deri çizikleri Kilo ya da doğum sonrası oluşan deri çatlakları Saç Ekimi sonrası greft alınan bölge için (…)İyileşme Sürecini Hızlandırır.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Kozmetik Yönetmeliği’nin 4 ve 10 uncu maddeleri,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna  **,**

Buna göre, reklam veren **Endorfin Güzellik Sağlık Spor Estetik Eğitim Danışmanlık 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.

**44)**

**Dosya No: 2021/5452**

**Şikayet Edilen: Akra Group Kozmetik ve İlaç Sanayi Ticaret Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.trendyol.com adresli internet sitesinin 23.12.2021 tarihli görünümünde “Duaderm” mağaza adı ile satışa sunulan “Duaderm Arı Sütü Peptit Krem” isimli ürün tanıtımları

**Reklam Yayın Tarihi:** 23.12.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.trendyol.com/duaderm/yara-iyilestirici-ari-sutu-peptit-krem-p-104560137?bouti queId=61&merchantId=310339 adresli internet sitesinin 23.12.2021 tarihli görünümünde;*“Duaderm YARA İYİLEŞTİRİCİ Arı Sütü Peptit Krem (…)2 aylık bir kullanımda ise cildinizdeki gençlik ve canlılık gözle görülür bir fark yaratır. (…)Sivilce ve siyah noktalarda azalma sağlar.(…)Ürünün içeriğinde 2016 Avrupa İnovasyon ödüllü epigenetik peptid bulunmaktadır. Bu ödüllü peptit, cildin hızla yenilenmesini sağlar.(…) Cildi yeniler ve kolajen üretimini arttırır”*şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Diğer taraftan, söz konusu tanıtımlarda yer alan *“Ürünün içeriğinde 2016 Avrupa İnovasyon ödüllü epigenetik peptid bulunmaktadır.”* ifadelerinin ispatlanamadığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Kozmetik Yönetmeliği’nin 4 ve 10 uncu maddeleri,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna  **,**

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

**45)**

**Dosya No: 2021/5475**

**Şikayet Edilen: Eruslu Sağlık Ürünleri San. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Sleepy Islak Bebek Havlusu - doğal zeytinyağı ve pamuksu lifler içerir” isimli ürün ambalajında yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj

**Tespitler:** “Sleepy Islak Bebek Havlusu - doğal zeytinyağı ve pamuksu lifler içerir” isimli ürün ambalajlarında; *“Zeytinyağı ve Pamuksu Lifler içerir”*, *“%0. Alkol içermez”* , *“%0. Paraben içermez”* ve *“pH. Cilde uyumlu”* ibareleri ilebirlikte pamuk bitkisi görsellerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; “Sleepy Islak Bebek Havlusu” isimli ürün ambalajlarında *“Zeytinyağı ve Pamuksu Lifler içerir”* ifadeleri ile birlikte pamuk bitkisi görsellerine yer verildiği, söz konusu ürünün içeriğinde pamuk bulunmamasına ve ürün ambalajlarında ürünün “pamuksu lifler” içerdiğinin belirtilmesine rağmen ambalaj görselinde pamuk bitkilerine yer verilmesinin tüketiciler nezdinde ürünlerin pamuk içerdiği şeklinde izlenim oluşturduğu, dolayısıyla bu durumun tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Kozmetik Yönetmeliği’nin 10 uncu 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 **Eruslu Sağlık Ürünleri 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.

**46)**

**Dosya No: 2021/5476**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** www.ciceksepeti.com adresli internet sitesinin 22.02.2022 tarihli görünümünde “Eliveone” mağaza adı ile satışa sunulan “Eliveone” markalı kozmetik ürün tanıtımları

**Reklam Yayın Tarihi:** 22.02.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.ciceksepeti.com/arindirici-kil-maskesi-kcm76478678 adresli internet sitesinin 22.02.2022 tarihli, görünümünde yer alan “Eliveone C Vitaminli Kil Maskesi” isimli ürün tanıtımlarında; *“Sivilce ve (…) giderir.”* şeklinde,

https://www.ciceksepeti.com/c-vitamin-serum-kcm504484 adresli internet sitesinin 22.02.2022 tarihli görünümünde yer alan “Eliveone vitamin C serum” isimli ürün tanıtımlarında; *“(…)Ciltte oluşan leke ve kusurları giderir. Cildin elastin üretimini hızlandırır. Yenileme özelliği ile yara, çil, güneş lekelerini yok eder.”* şeklinde,

https://www.ciceksepeti.com/collagen-kirisiklik-karsiti-serum-c-vitaminli-leke-karsiti-serum-kcm14324030 adresli internet sitesinin 22.02.2022 tarihli görünümünde yer alan “Eliveone Kolajen Serum” isimli ürün tanıtımlarında; *“Alın bölgesi ince çizgileri yok eder. Kırışıklıkları giderir. Kaz ayaklarını…giderir. Gözaltı torbalarını geçirir. Ciltte oluşan leke ve kusurları giderir. Cildin elastin üretimini hızlandırır. Yenileme özelliği ile yara, çil, güneş lekelerini yok eder. Çizgileri yok eder”* şeklinde,

https://www.ciceksepeti.com/catlak-karsiti-serum-kcm7206771 adresli internet sitesinin 22.02.2022 tarihli görünümünde yer alan “Çatlak karşıtı serum” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Basen ve kalça bölgesinde oluşan izler ve selülitler Eliveone strect marks serum sayesinde yok olur. Doğum sonrası karnın aşırı gerilmesi sebebiyle oluşan çatlakları giderir”* şeklinde,

https://www.ciceksepeti.com/kolajen-c-vitamini-sac-bakim-serum-kcm77874704 adresli internet sitesinin 22.02.2022 tarihli görünümünde yer alan “Kolajen & C vitamini & saç bakım serum” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Kırışıklıkları giderir. Alın bölgesi ince çizgileri yok eder. Kaz ayaklarını….giderir. Gözaltı torbalarını geçirir. Cildin elastin üretimini hızlandırır. Yenileme özelliği ile yara, çil, güneş lekelerini yok eder. Çizgileri yok eder. Düzenli kullanımda saçların 4-6 kat daha hızlı uzattığı gözlemlenmiştir*” şeklinde,

https://www.ciceksepeti.com/sac-bakim-serum-kcm6581538 adresli internet sitesinin 22.02.2022 tarihli görünümünde yer alan *“Eliveone dökülme karşıtı& saç uzatıcı serum” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda “Düzenli kullanımda saçların 4-6 kat daha hızlı uzattığı gözlemlenmiştir. Saç dökülmesini %97 oranında durduran”* şeklinde,

https://www.ciceksepeti.com/yaslanma-karsiti-kolajen-serum-kcm15012015 adresli internet sitesinin 22.02.2022 tarihli görünümünde yer alan “Yaşlanma karşıtı kolajen serum” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Kırışıklıkları giderir. Alın bölgesi ince çizgileri yok eder. Kaz ayaklarını...giderir. Gözaltı torbalarını geçirir”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Kozmetik Yönetmeliği’nin 4 ve 10 uncu maddeleri,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna  **,**

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

**47)**

**Dosya No: 2022/636**

**Şikayet Edilen: Naos İstanbul Kozmetik Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Bioderma Laboratoire Dermatologique” markalı ürünlere yönelik “*Dermatolog ve Eczacıların 1 Numaralı Markası”* ibareli tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 11.01.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.instagram.com/biodermaturkiye/ adresli internet sitesinin 11.01.2022 tarihli görünümünde; *“#Bioderma, #dermatolog ve eczacıların 1 numaralı markası.\* \*Ipsos tarafından Haziran 2021-Ağustos 2021 tarihleri arasında gerçekleştirilen bağımsız araştırma sonuçları ve FutureBright tarafından Ocak-Şubat 2020 tarihlerinde yapılan Eczacılar Söylem Araştırması esas alınmıştır.*” şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; https://www.instagram.com/ biodermaturkiye/ adresli internet sitesinin 11.01.2022 tarihli görünümünde; *“#Bioderma, #dermatolog ve eczacıların 1 numaralı markası.\* \*Ipsos tarafından Haziran 2021-Ağustos 2021 tarihleri arasında gerçekleştirilen bağımsız araştırma sonuçları ve FutureBright tarafından Ocak-Şubat 2020 tarihlerinde yapılan Eczacılar Söylem Araştırması esas alınmıştır.*” şeklinde ifadelere yer verildiği,

Ancak, *“Dermatogların 1 numaralı markası”* iddiası ile ilgili olarak aynı araştırma şirketi tarafından Ekim-Kasım 2021 tarihleri arasında gerçekleştirilen araştırma sonuçlarına göre söz konusu iddianın geçerli olmadığı, dolayısıyla aynı araştırma şirketinin aksi yönde bir bağımsız araştırma raporu bulunmasına rağmen tanıtımlarda Haziran 2021-Ağustos 2021 tarihleri arasında yapılan IPSOS araştırma şirketi sonuçlarına yer verilmesinin tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu ve Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin “İspat külfeti” başlıklı 9 uncu maddesinde yer alan *“(…)raporların, reklamda yer alan iddiaları reklamın yayınlandığı dönemde kanıtlar nitelikte olması esastır.”* hükmüne aykırılık teşkil ettiği,

Diğer taraftan, *“Eczacıların 1 numaralı markası”* iddiasının Ocak-Şubat 2020 tarihlerinde gerçekleştirilen Eczacılar Söylem Araştırması raporuna dayandığı, dolayısıyla 2020 yılı için geçerli olduğu belirtilen söz konusu iddianın 2022 yılında yayınlanan tanıtımlarda kullanılmasının tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu ve Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin “İspat külfeti” başlıklı 9 uncu maddesinde yer alan *“(…)raporların, reklamda yer alan iddiaları reklamın yayınlandığı dönemde kanıtlar nitelikte olması esastır.”* hükmüne aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 9/1, 9/2, 9/3, 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 **Naos İstanbul Kozmetik Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca, **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**48)**

**Dosya No: 2022/719**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** “Önlem Botanika Bebek Bezi” isimli ürün tanıtımları

**Reklam Yayın Tarihi:** 16.01.2022, 11.11.2021, 21.12.2021, 04.02.2022

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon, İnternet

**Tespitler:** Show Tv logolu televizyon kanalında 16.01.2022 tarihinde yayınlanan televizyon reklamlarında; *“Annelikte o bütün doğallığıyla uyuyabilsin diye uykusuz geceler geçirmek, rahat bir nefes alabilsin diye nefes almadan çabalamak var. Anneliğin doğası bu. Ben de çocuğumun iyiliği için önlem alıyorum. Önlem Botanika kullanıyorum. Bebeğinizin hassas cildi için botanik özlerden üretilen, zararlı madde içermediği kanıtlanan, Türkiye’nin ilk ve tek Oeko-Tex belgeli bebek bezi. Önlem Botanika. Çünkü önlem almak anneliğin doğasında var.”* ifadeleri ile birlikte *“5 Botanik Özden Üretildi.”*, *“Cildine Nefes Aldıran Breathable Technology”*, *“Aloe Vera, Zeytinyağı, Papatya, E Vitamini, İpek Proteini”,* “*Oeko-Tex Standard 100”* ve *“Deneyen 10 Anneden 9’u Öneriyor.”* ibarelerine ve altyazı metninde *“YouGov Araştırma’nın 2020’de yaptığı test sonuçlarına göre”* ifadelerine yer verildiği,

Fox Tv logolu televizyon kanalında 11.11.2021 tarihinde yayınlanan bant reklamda; “*Oeko-Tex Belgeli. 5 Botanik Özden üretilen Aloe Vera, Zeytinyağı, Papatya, E Vitamini, İpek Proteini. Önlem Botanika Bebek Bezi. Çünkü önlem almak anneliğin doğasında var.”* ifadelerine yer verildiği,

Atv logolu televizyon kanalında 21.12.2021 tarihinde yayınlanan tanıtıcı reklamlarda; *“Şimdiki anneler çok şanslı. İlhamını doğadan alan bir bebek bezi var. Bakın anlatacağım şimdi. Önlem Botanika’yı diğer bezlerden ayıran iki önemli özelliği var. Oeko-Tex sertifikası ve Türkiye’de ilk ve tek beş botanik özden oluşması. Bağımsız laboratuvarlarda yapılan yüzlerce test sonucunda zararlı maddeler içermediği kanıtlanan Önlem Botanika Bebek Bezi Türkiye’de üretim yapan markalar arasında Oeko-Tex sertifikalı ilk ve tek bebek bezi olmaya hak kazandı. İçeriğinde parfüm, klor, paraben ve nonilfenol yok. Peki ne mi var? Türkiye’de ilk ve tek bitkisel kökenli beş botanik öz tabi ki. İçeriğindeki papatya, aloe vera, zeytinyağı ve E vitamini ile bebeğinizin cildini korurken aynı zamanda nemlendirme sağlıyor.(...)”* ifadelerine yer verildiği,

https://www.instagram.com/onlembebekbezi/ adresli internet sitesinin 04.02.2022 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda; *“Deneyen 10 anneden 9’u Önlem Botanika’yı öneriyor!(…)Önlem Botanika’nın 5 botanik özden oluşan ve bebeklerinizin cildine en uygun yapısıyla bebekleriniz büyürken her zaman yanınızda!(…)Önlem Botanika’nın içindeki Zeytinyağı sayesinde bebeklerimizin popoları bütün gün hareketli olmalarına rağmen yumuşak kalır, zeytinyağının iyileştiren yapısı sayesinde Önlem Botanika bambaşka!(…) Oeko-Tex Belgesi Nedir? Bağımsız laboratuvarlarda gerçekleşen yüzlerce test sonucunda Önlem Botanika’nın zararlı madde içermediğini gösteren sertifika Oeko Tex sertifikasıdır. (…)Önlem Botanika’nın farkı neydi hep birlikte hatırlamaya ne dersiniz? İpucu veriyoruz! Oeko- Tex! Evet, bildiniz! Türkiye’nin ilk Oeko- Tex sertifikalı bebek bezi Önlem Botanika, zararlı madde içermeyen yapısıyla her bebeğin yanında!”* şeklinde,

https://onlem.com.tr/onlem-baby.php adresli internet sitesinin 04.02.2022 tarihli görünümünde; *“Önlem Botanika Bebek Bezi, Türkiye'de ilk ve tek bitkisel kökenli 5 botanik özü (Papatya, Aloe Vera, İpek Proteini, Zeytinyağı, E Vitamini) içerir. Parfüm, Klor, Paraben ve Nonilfenol gibi zararlı maddeleri içermez. Bağımsız laboratuvarlarda yapılan yüzlerce test sonucunda zararlı maddeler içermediği kanıtlanan Önlem Botanika Bebek Bezi, Türkiye'de üretim yapan markalar arasında Oeko-Tex sertifikalı ilk ve tek bebek bezidir. (…)Hipoalerjenik”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; Atv logolu televizyon kanalında 21.12.2021 tarihinde yayınlanan tanıtıcı reklamlarda; *“Şimdiki anneler çok şanslı. İlhamını doğadan alan bir bebek bezi var. Bakın anlatacağım şimdi. Önlem Botanika’yı diğer bezlerden ayıran iki önemli özelliği var. Oeko-Tex sertifikası ve Türkiye’de ilk ve tek beş botanik özden oluşması. Bağımsız laboratuvarlarda yapılan yüzlerce test sonucunda zararlı maddeler içermediği kanıtlanan Önlem Botanika Bebek Bezi Türkiye’de üretim yapan markalar arasında Oeko-Tex sertifikalı ilk ve tek bebek bezi olmaya hak kazandı. İçeriğinde parfüm, klor, paraben ve nonilfenol yok. Peki ne mi var? Türkiye’de ilk ve tek bitkisel kökenli beş botanik öz tabi ki. İçeriğindeki papatya, aloe vera, zeytinyağı ve E vitamini ile bebeğinizin cildini korurken aynı zamanda nemlendirme sağlıyor.(...)”* ifadelerine,

https://www.instagram.com/onlembebekbezi/ adresli internet sitesinin 04.02.2022 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda; *“(…)Önlem Botanika’nın içindeki Zeytinyağı sayesinde bebeklerimizin popoları bütün gün hareketli olmalarına rağmen yumuşak kalır, zeytinyağının iyileştiren yapısı sayesinde Önlem Botanika bambaşka!”* şeklinde ifadelere yer verildiği,

İnceleme konusu tanıtıcı reklamlarda yer alan *“Önlem Botanika’yı diğer bezlerden ayıran iki önemli özelliği var. Oeko-Tex sertifikası ve Türkiye’de ilk ve tek beş botanik özden oluşması. Bağımsız laboratuvarlarda yapılan yüzlerce test sonucunda zararlı maddeler içermediği kanıtlanan Önlem Botanika Bebek Bezi Türkiye’de üretim yapan markalar arasında Oeko-Tex sertifikalı ilk ve tek bebek bezi olmaya hak kazandı.”* ifadeleri ile piyasada bulunan rakip bebek bezi markalarının zararlı maddeler içerebileceği algısı yaratılarak kötülendiği,

Diğer taraftan, söz konusu tanıtımlarda *“zeytinyağının iyileştiren yapısı sayesinde Önlem Botanika bambaşka!”* şeklinde ifadeler kullanılarak anılan ürünün “cilt üzerinde iyileştirici etkisi olduğu” yönünde sağlık beyanlarına yer verilmesinin tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**49)**

**Dosya No: 2022/1317**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.kadinlarbilir.com/markalar/fixodent adresli internet sitesinin 21.03.2022 tarihli görünümünde yer alan ve muhtelif televizyon kanallarında Şubat-Mart 2022 tarihleri arasında yayınlanan “Fixodent Professional Diş Protez Yapıştırıcısı” isimli ürün tanıtımları

**Reklam Yayın Tarihi:** 21.03.2022, Şubat-Mart 2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, Televizyon

**Tespitler:** https://www.kadinlarbilir.com/markalar/fixodent adresli internet sitesinin 21.03.2022 tarihli görünümü ile muhtelif televizyon kanallarında Şubat-Mart 2022 tarihleri arasında yayınlanan reklamlarda “Anti-bakteriyel koruma”ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; “Fixodent Professional Diş Protez Yapıştırıcısı” isimli ürün tanıtımları ile ilgili olarak, “Anti-bakteriyel koruma” iddiasının ispatına ilişkin olarak sunulan çalışmanın tanıtımı yapılan ürünün antibakteriyel etki sağladığı iddiasını desteklemede yetersiz kaldığı gerekçesiyle, Reklam Kurulunun 01.11.2022 tarih ve 317 sayılı toplantısında anılan reklamları durdurma cezası verilmesine karar verildiği, söz konusu ceza kararının ardından yapılan incelemelerde;

https://www.kadinlarbilir.com/markalar/fixodent adresli internet sitesinin 21.03.2022 tarihli görünümü ile muhtelif televizyon kanallarında Şubat-Mart 2022 tarihleri arasında yayınlanan reklamlarda “Anti-bakteriyel koruma” ifadelerinin kullanılmaya devam edildiği,

Söz konusu tanıtımlarda yer alan “Anti-bakteriyel koruma” iddiasının ispatına ilişkin olarak sunulan yeni çalışmanın; ağzında kısmen dişleri olan ve bölümlü (parsiyel) protez kullanan hastalar üzerinde gerçekleştirildiği, ancak tanıtımı yapılan ürünün asıl kullanım alanının tam dişsiz bireyler olduğu ve bölümlü protez kullanımında yapıştırıcıya gereksinim duyulmayacağı, bu nedenle sunulan çalışmada tam dişsiz bireylerle ilgili herhangi bir sonuç yer almadığından söz konusu raporun tanıtımı yapılan ürünün antibakteriyel etki sağladığı iddiasını desteklemede yetersiz kaldığı, dolayısıyla söz konusu iddiaların Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin “İspat külfeti” başlıklı 9 uncu maddesinde yer alan esaslar çerçevesinde ispatlanamadığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 9/1, 9/2, 974, 9/5 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna  **,**

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

**SAĞLIK**

**50)**

**Dosya No: 2022/53**

**Şikayet Edilen: Leyla GÜNDOĞDU (Este House Güzellik Merkezi)**

**Şikayet Edilen Reklam:** İnstagram isimli sosyal medya sitesinde " ‘estehouseguzellik’" isimli hesap üzerinden yayınlanan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 14.02.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: İnstagram isimli sosyal medya mecrasında yayınlanan 14.02.2022 tarihli tanıtımlarda, tabipler tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlere yönelik, örnek olarak, *"lazer epilasyon, akne tedavisi, bölgesel zayıflama, dermapen"* gibi işlemlere yönelik tanıtımlara, bu tıbbi işlemlerin uygulandığı hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ilişkin görüntülere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, kuruluşun gerek 'sağlık kuruluşu' gerekse 'güzellik salonu' olarak faaliyet göstermek adına ilgili kurumlarca ruhsatlandırılmadığı halde, İnstagram isimli sosyal medya mecrasında yayınlanan 14.02.2022 tarihli tanıtımlarda, "lazer epilasyon, akne tedavisi, bölgesel zayıflama, dermapen" gibi tabipler tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara yer vermesinin yetkisiz sağlık hizmeti sunuma ilişkin 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 **Leyla GÜNDOĞDU (Este House Güzellik Merkezi)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**51)**

**Dosya No: 2022/250**

**Şikayet Edilen: Smiles 312 Genel Sağlık Hizm.Tic.Ltd.Şti. (Smiles Dental Clinic Çayyolu)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 21.01.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde ‘smiles.dentalclinic’ kullanıcı isimli sayfanın 21.01.2022 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda 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 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 **Smiles 312 Genel Sağlık Hizm.Tic.Ltd.Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**52)**

**Dosya No: 2022/398**

**Şikayet Edilen: Urartu Göz Merkezi Müteahhitlik İnş. Tic. ve San. Ltd. Şti. (Urartu Göz & Fizik Tedavi Merkezi)**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.instagram.com ve [www.facebook.com](http://www.facebook.com) adresli sosyal paylaşım sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 02.02.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.instagram.com](http://www.instagram.com) ve [www.facebook.com](http://www.facebook.com) adresli sosyal paylaşım sitesinde ‘Urartu Göz&Fizik Tedavi’ kullanıcı isimli sayfanın 02.02.2022 tarihli görünümünde yer alan paylaşımlarda, hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere, tıbbi işlemlerin uygulanmasına dair görüntülere, talep yaratıcı ifadelere ve övücü nitelikteki hasta yorumlarına 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 **Urartu Göz Merkezi Müteahhitlik İnş.Tic. Ve San. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**53)**

**Dosya No: 2022/432**

**Şikayet Edilen: Dr. İlhami Sancar ŞİMŞEK**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 09.02..2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde ‘‘sancarsimsektr’’ kullanıcı isimli sayfanın 09.02.2022 tarihli görünümünde yer alan paylaşımlarda hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere, tıbbi işlemlerin uygulanmasına dair görüntülere ve övücü nitelikte hasta yorumlarına 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 **Dr. İlhami Sancar ŞİMŞEK** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**54)**

**Dosya No: 2022/476**

**Şikayet Edilen: Köksal KAPLAN (Köksal Kaplan Beauty Center)**

**Şikayet Edilen Reklam:** İnstagram isimli sosyal medya sitesinde ‘koksalkaplanbeautycenter’ isimli hesap üzerinden yayınlanan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 14.02.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: İnstagram isimli sosyal medya mecrasında yayınlanan 14.02.2022 tarihli tanıtımlarda, tabipler tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlere yönelik, örnek olarak, *"lazer epilasyon, diod lazer, dövme silme, leke tedavisi, karbon peeling, dudak dolgusu, siğil tedavisi, siğil silme, dermapen, kaş silme, hydrafacial"* gibi işlemlere yönelik tanıtımlara, bu tıbbi işlemlerin uygulandığı hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ilişkin görüntülere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, kuruluşun gerek 'sağlık kuruluşu' gerekse 'güzellik salonu' olarak faaliyet göstermek adına ilgili kurumlarca ruhsatlandırılmadığı halde, inceleme konusu www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde yer alan ‘koksalkaplanbeautycenter’ kullanıcı isimli sayfanın 14.02.2022 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda, bir güzellik salonu olarak faaliyet gösterildiği algısı oluşturularak "Beauty Center" ismiyle tanıtım yapıldığı, buna ek olarak söz konusu tanıtımlarda, tabipler tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlere yönelik, örnek olarak, *"lazer epilasyon, diod lazer, dövme silme, leke tedavisi, karbon peeling, dudak dolgusu, siğil tedavisi, siğil silme, dermapen, kaş silme, hydrafacial"* gibi tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara, bu tıbbi işlemlerin uygulandığı hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ilişkin görüntülere yer verildiği, tüm bu durumların tüketicileri yanıltıcı, kamu sağlığını bozucu ve ilgili mevzuata aykırı 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,

- 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 **Köksal KAPLAN (Köksal Kaplan Beauty Center)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **155.712-TL (YüzellibeşbinyediyüzonikiTürk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**55)**

**Dosya No: 2022/587**

**Şikayet Edilen: Dr. Elnara MAMMADOVA**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde ‘op.dr.elnara\_mammadova’ hesap adıyla yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 02.02.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Başvuruya konu edilen doktorun adına kayıtlı bir muayenehanenin bulunmadığı ve hâlihazırda adınıza düzenlenmiş çalışma belgesi ile herhangi bir sağlık kuruluşu bünyesinde çalışılmadığının tespit edildiği; bununla birlikte İnstagram isimli sosyal medya mecrasında yayınlanan 14.02.2022 tarihli tanıtımlarda, *‘kalça estetiği, meme estetiği’* gibi tıbbi işlemlerin uygulandığı hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ilişkin görüntülere ve "...*sabah aynanın karşısına geçip yüzüme baktım. Yüzümde yorgunluk ifadesi gitmiş, daha canlı gözler olmuş, yüzüme de canlılık gelmiş, ben de hemen size yazmak istedim. İyi ki sizinle karşılaştım, ellerinize sağlık hocam..."* gibi övücü nitelikte hasta yorumlarına yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, İnstagram isimli sosyal medya mecrasında yayınlanan 14.02.2022 tarihli tanıtımlarda*, ‘kalça estetiği, meme estetiği’* gibi tıbbi işlemlerin uygulandığı hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ilişkin görüntülere ve *"...sabah aynanın karşısına geçip yüzüme baktım. Yüzümde yorgunluk ifadesi gitmiş, daha canlı gözler olmuş, yüzüme de canlılık gelmiş, ben de hemen size yazmak istedim. İyi ki sizinle karşılaştım, ellerinize sağlık hocam..."* gibi övücü nitelikte 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. Elnara MAMMADOVA** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**56)**

**Dosya No: 2021/3762**

**Şikayet Edilen: Devazade Gıda İlaç Sağlık Pazarlama Sanayi ve Ticaret Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://hekimzade.com/ adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 20.08.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://hekimzade.com/ adresli internet sitesinin 08.06.2021 ve 20.08.2021 tarihli görünümlerinde yer alan tanıtımlarda örnek olarak; ‘‘Etkinlikler Bitkisel Tedavi (Fitoterapi Eğitimi) İlim ve Hikmet Eğitimi Hekimname 2 İstanbul Titanic Downtown OtelBeyoğlu'nda 8-9 MART 2019'da Dr. Muammer Yıldız'ın Katılımları ile gerçekleştirilecektir. (...) Fitoterapi Eğitimleri Fitoterapi Avrupa’da en etkili alternatif tıp yöntemi olarak kabul edilmiştir. Tamamen doğal tedaviye yönelik olan fitoterapi hakkında bilgi sahibi olmak istiyorsanız tam olarak doğru yerdesiniz. (...) Hacamat Tedavisi Hacamat günümüzde Alternatif Tıp şeklinde adlandırılan, Peygamber Efendimiz (sav)'in sünneti olarak bizlere kalan bir tedavi şeklidir. Özel vakumlu kupalarile kan alma yöntemi olan hacamat, vücut içerisinde olan ve vücudun atamadığı toksinleri vakum yolu ile kandan temizlemesidir. Hacamat, çok eski yıllardan günümüze gelmiş kıymetli nimetlerden biridir. Tüm bedenin zinde olabilmesi ve sağlıklı kalması için uygulanan nadir biruygulamadır. Modern tıp tarafından da desteklenen hacamat, Peygamber Efendimiz (sav)'in kendi sağlığı için kullandığı ve ümmetine de tavsiye ettiği birtedavi şeklidir. (...) Sülük Tedavisi (...) Hipnoz Uygulamaları’’ gibi ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; Geleneksel ve Tamamlayıcı Tıp Uygulamaları Yönetmeliğinde, geleneksel ve tamamlatıcı tıp uygulamaları ile ilgili verilecek eğitimlerin; yalnızca Sağlık Bakanlığı Sertifikalı Eğitim Yönetmeliği kapsamında Bakanlıkça eğitim vermek üzere yetkilendirilmiş merkezler tarafından verilebileceğinin düzenlendiği,

Yine hacamat, sülük uygulaması ile ilgili uygulamaların yalnızca Sağlık Bakanlığı'nca tescil edilmiş sertifikaya sahip tabip, diş tabibi ve tabip gözetiminde sertifikalı sağlık meslek mensubu tarafından yapılabileceği,

Bu bağlamda, kuruluşun fitoterapi eğitimi düzenleyebilmek adına Sağlık Bakanlığınca yetkilendirilmiş merkezler arasında bulunmamasına rağmen, inceleme konusu internet sitesinde geleneksel ve tamamlatıcı tıp uygulamaları ile ilgili olarak eğitimler düzenlemesinin ve tıbbi konulara ilişkin bilgilendirmelerde bulunmasının mevzuata aykırı olduğu; dolayısıyla söz konusu tanıtımların tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu ve benzer alanda faaliyet gösteren kuruluşlar arasında haksız rekabete yol açtığı;

Ayrıca inceleme konusu internet sitesinde, sağlık alanında hizmet vermeye yetkili olmayan kuruluşun tabip tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlere yönelik tanıtım yapmasının ilgili mevzuata aykırılık teşkil ettiği; ayrıca, sağlık meslek mensupları tarafından dahi talep artırıcı ve tedavi yöntemlerini övücü tanıtım yapılamaz iken, kuruluşun çeşitli rahatsızlıkların tedavisine ilişkin talep yaratmaya yönelik tanıtım yapmasının ilgili mevzuata aykırı olduğu;

Öte yandan Muammer YILDIZ”ın yurtdışından alınan doktor olduğuna dair mezuniyet belgesinin YÖK tarafından onaylı denklik belgesinin bulunmamasına rağmen "Doktor/Dr." unvanını kullanmasının ve www.hekimzade.com adresli internet sitesinde ve alan adında "HEKİMZADE" ismine yer vermesinin mevzuata uygun olmadığı,

Tüm bunlarla birlikte "(...) Peygamber Efendimiz (sav)'in sünneti olarak bizlere kalan bir tedavi şeklidir. (...) Peygamber Efendimiz (sav)'in kendi sağlığı için kullandığı ve ümmetine de tavsiye ettiği birtedavi şeklidir." şeklindeki ifadelerin dini duyguları istismar edici 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 maddeleri,

- Geleneksel ve Tamamlayıcı Tıp Uygulamaları Yönetmeliği’nin 4/1-ğ, 9/1, 12/1, 12/2, 13, Ünite ve Uygulama Merkezlerinde Yapılabilecek Uygulamalar Listesi" başlıklı Yönetmelik Ekinin 6 ncı 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-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 **Devazade Gıda İlaç Sağlık Pazarlama Sanayi Ve Ticaret Anonim Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **114.326,00-TL(Yüzondörtbinüçyüzyirmialtı Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**57)**

**Dosya No: 2021/2041**

**Şikayet Edilen: Mehmet ÖZTÜRK-(KONEF ve Gecikmiş Konuşma Merkezi ve GKM)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 22.06.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.konef.org adresli internet sitesinin 22.06.2021 tarihli görünümünde örnek olarak; *"...Dil ve konuşma bozuklukları Diksiyon ve Hitabet Eğitimleri ve kişisel gelişim programları ile 11 yıllık tecrübe ve deneyimi ve uzman kadrosu ile kendini sürekli yenileyen, çağa ayak uyduran, bilimsel metotlarla ve birey memnuniyetini ön plana alarak hizmet vermeyi kendine amaç edinen ve aynı zamanda kendi alanında başarısını kanıtlamış İstanbul ve Güneydoğu Anadolu Bölgesinde halen büyümekte olan bir kuruluştur. Bizi tercih eden sayısız mutlu Öğrenci ve Velilere sahibiz...Pelteklik :Bu tür vakaları genellikle 15 ya da 30 günlük seanslara alıyoruz. Sorun kolaylıkla gideriliyor..."* gibi ifadeler ile,

www.facebook.com, www.instagram.com ve www.twitter.com adresli sosyal paylaşım sitelerinin 22.06.2021 tarihli görünümlerinde kuruluşa ait *"Konef Kekemelik Pelteklik", "gaziantep\_kekemelik\_konef"* ile *"KONEF GAZİANTEP"* kullanıcı isimli sayfalarda yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak;*"...1 YILLIK KONUŞMA TERAPİSİ UZAKTAN EĞİTİM YÜKSEK LİSANS PROGRAMI CORONODAN DOLAYI UZAKTAN EĞİTİMLE YAPILMAKTADIR. EĞİTİMLER HEMEN BAŞLIYOR. İLGİLİ BRANŞLARDAN BAŞVURU KABUL EDİLMEKTEDİR. KONTENJAN 10...TECRÜBELİ KADROMUZ İLE HİZMETLERİMİZE DEVAM EDİYORUZ...SİZLER İÇİN HER ZAMAN BURADAYIZ...BU YAZ KONUŞMA KUSURLARINDAN KURTULMANIN ZAMANI GELMEDİ Mİ...KONEF GAZİANTEP temsilciliğinin de katılacağı bu kamp size çok iyi gelecek şimdi konuşma zamanı...KEKEMELİĞE SON!...25 mart cumartesi [15.30-17.00] de düzenlenecek olan/+ ÜCRETSİZ/+seminerimiz için sertifikalarımız hazırlandı. Siz de seminerimize gelerek sertifikamızı alabilir ve konuşma bozuklukları ile ilgili bilgiler alabilirsiniz. KONEF GAZİANTEP dil ve konuşma bozuklukları merkezi 05467856633//03422154260...KONEF Seminerimize olan ilgiden dolayı tüm katılımcılarımıza teşekkür ediyoruz. "KONEF Gaziantep"...YENİ kurumumuzda profesyonel eğitmenlerimizle eğitime devam etmekteyiz. Bekliyoruz :)...GÜZEL ÜLKEMDE HALA KEKEMELİĞİ KONUŞMA YASAĞI İLE DÜZELTTİKLERİNİ İDDİA EDENLER VARYAZIKLAR OLSUN...KEKEMELİK PELTEKLİK ARTİKÜLASYON BAŞTA OLMAK ÜZERE TÜM DİL VE KONUŞMA BOZUKLUKLARI MİKROFONLU EĞİTİM SİSTEMİ İLE KESİN OLARAK SON BULUYOR SİZDEKİ VEYA ÇOCUĞUNUZDAKİ KONUŞMA PROBLEMLERİ BİLGİSAYAR DESTEKLİ PROGRAMLARLA KESİN OLARAK BİTİYOR DİKSİYON VE HİTABET EĞİTİMLERİ KAYITLARI DAVAM ETMEKTE OLUP EĞİTİM SONUNDA SERTİFİKA VERİLECEKTİR ..."* gibi ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu internet sitelerinde yer alan tanıtımların sağlık mevzuatında izin verilen bilgilendirme sınırını aşarak “reklam’’ niteliğinde olduğu dolayısıyla kuruluş tarafından sunulan hizmetlere yönelik talep oluşturulduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

- 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 **Mehmet ÖZTÜRK-(KONEF ve Gecikmiş Konuşma Merkezi ve GKM)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**58)**

**Dosya No: 2021/4477**

**Şikayet Edilen: STR GÖZ**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 08.11.2021,22.11.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** http://www.strsaglikgrubu.com/ adresli internet adresinin 22.11.2021 tarihli görünümünde örnek olarak; *"SAĞLĞINIZ BİZİM İÇİN DEĞERLİ...Göz sağlığı, yaşam kalitesi açısından oldukça büyük öneme sahiptir. Bazı göz hastalıkları erken dönemde tedavi edilmediklerinde ilerleyerek görme kaybına varan kalıcı hasarlara neden olabilir. Bu nedenle düzenli göz muayenesi yaptırmak ve gözlerdeki olası hastalıkları ilerlemeden tespit etmek büyük önem taşır...Uzman hekimler, göz hastalıklarının teşhisinde ve tedavisinde güncel teknolojilerden faydalanır...Blefaroplasti olarak da adlandırılan bu uygulamalar gözlerde daha hoş ve genç bir görünüm elde edilmesini sağlar...VİZYON Uzman kadro ile geniş kitlelere ulaşabilecek bir hizmet sunmak ve kişi memnuniyetini en üst düzeyde tutmak. MİSYON Sağlıklı ve huzurlu bir yaşam sunmaya çalışıyoruz. DEĞERLERİMİZ Hasta haklarına saygılı olmak, Tıbbi etik kurallara bağlı olmak, Bilgili, şeffaf ve güvenilir olmak, Araştırmacı, özverili, sorumluluk sahibi ve toplum yararını gözetiyor olmak, Yeniliklere açık olmak, Değişime uyum sağlamak, Katılımcı olmak, Ekip ruhu ile işbirliği içinde olmak, Dayanışma ve paylaşma ruhuna sahip olmak, Kaliteyi bütüncül yaklaşımla yönetmek ve hep birlikte, her an kaliteli hizmet sunmaktır...İnsan Kaynakları Politikamız Personelin verimliliğini ve etkinliğini en üst düzeyde tutmak, Etkin bir eğitim planı ve programı ile tüm personele kişisel gelişim (kariyer yapma) imkanı sağlamak, Her kademedeki personelin moral ve motivasyonunu en üst düzeyde tutmak, Personelin maddi ve manevi haklarını korumak ve geliştirmek, Açık iletişim ortamı sağlamak, Çalışanların şirket değerlerini benimseyip yaşatabilecekleri istikrarlı ve huzur veren bir çalışma ortamı yaratabilmektir..."* gibi ifadeler ile,

www.facebook.com ve www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitelerinin 08.11.2021 ve 22.11.2021 tarihli görünümlerinde kuruluşa ait *“strgoz*" kullanıcı isimli sayfalarda yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda ve videolarda örnek olarak; *"...STR GÖZ; Seçkin kadrosu ve memnuniyet odaklı uluslararası kalite standartlarında hizmet anlayışı ile etik ilkeler ışığında, sektörde öncü uygulamalarla fark yaratarak, sağlıkta dünya markası olmak misyonu ile kurulmuştur...STR GÖZ uzman doktorları, bilgi ve birikimlerini yakın ilgi ile birleştiren sağlık personeli, hasta odaklı hizmet anlayışı, kalite politikası, ileri tıp teknolojisi ile donatılan tanı-tedavi üniteleri, modern mekanları ve konforlu hasta odaları ile sağlıkta güvenin adresidir...Dünyanın 28 ülkesinden hasta kabul eden STR GÖZ, her yıl daha fazla sayıda insana güvenli bir ortamda tedavi olmanın rahatlığını yaşatan, bir dünya hastanesidir...Katarakt Tedavisi Azami süre: 10 / 15 Dakika Acı seviyesi: Minimum..EXCIMER LAZER ile Gözlüksüz Sporun Tadını Çıkarın...Fako (dikişsiz katarakt ameliyatı) yöntemiyle tedavisi başarıyla yapılmaktadır..."* gibi ifadelere ve olumlu hasta değerlendirmelerine 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 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 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 **STR GÖZ** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**59)**

**Dosya No: 2021/4478**

**Şikayet Edilen: Dr. Ahmet SATICI**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 04.11.2021,05.11.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.estegozsaglik.com adresli internet sitesinin 05.11.2021 tarihli görünümünde örnek olarak; *"...Prof. Dr. Ahmet Satıcı önderliğinde kurulan tecrübeli, dinamik, güler yüzlü ve işinde iyi olan ekibiyle Este Göz değerli hastalarımıza hizmet vermektedir. Göz sağlığı alanında 30 yıllık tecrübeye sahip Prof. Dr. Ahmet Satıcı yılda 1000'in üzerinde gerçekleştirdiği başarılı göz ameliyatlarına 3 şubemizde devam etmektedir. Öncelik hasta sağlığı ve memnuniyeti diyerek sağlık sektöründe yer alan Este Göz, bu ilke doğrusunda yolunda emin adımlarla ilerlemektedir. Misyonumuz: Toplumun her kesimine yüksek standartlarda göz sağlığı hizmeti sunmak için son teknoloji ve güncel teşhis tedavi yöntemlerini alanında uzman doktor ve sağlık çalışanı kadromuzla yurt içi ve yurt dışı bütün hastalarımızı tedavi edip sağlıklarına kavuşturmak. Vizyonumuz :Türkiye’de ve yurt dışında, kalitemizi yükselterek; göz sağlığı alanında uzmanlığımızı ve memnuniyet odaklı olma özelliğimizi korumak, EsteGöz bilinirliğimizi arttırmak ve yapacağımız tedavi ve operasyonlarla hasta memnuniyeti en yüksek düzeyde tutmak. Değerlerimiz: Duyarlılık: EsteGöz olarak hasta ve hasta yakınlarına duyarlılık ve empati ile yaklaşarak, en iyi hizmeti sunmak. Saygı: EsteGöz olarak toplumun farklı kesimlerinden olan tüm hastalarımıza saygılı bir şekilde ve eşit standartta hizmet vermek. Ekip Çalışması: Tüm çalışanların EsteGöz e katkılarını ve yarattıkları değeri önemsemek. Güven: EsteGöz olarak profesyonellik, etik anlayışı ve bireysel sorumlulukların getirdiği yüksek standartlara bağlı kalarak, hastalarımızın bize duydukları güvene her zaman layık olmak. Yenilik: Kurumumuzdan hizmet alan tüm bireylerin yaşam kalitelerini, ekibimizin yaratıcı fikirleri ve yetenekleriyle daha üst düzeye taşıyarak, yenilikçi anlayışımızın devamlılığını sağlamak...Prof. Dr. Ahmet SATICI önderliğinde 2020 yılında kurulan tecrübeli, dinamik ve işinde iyi olan ekibiyle EsteGöz değerli hastalarımıza hizmet vermeye başlamıştır. Göz sağlığı alanında 30 yıllık tecrübeye sahip Prof. Dr. Ahmet SATICI yılda 1000 ‘in üzerinde yaptığı başarılı göz operasyonlarına 4 farklı şubede devam etmektedir. EsteGöz ameliyatlarını tecrübeli doktor ve sağlık çalışanları eşliğinde hijyenik ve steril ameliyathanelerde gerçekleştirmektedir. Este Göz Güler yüzlü Hizmet Vermektedir. Este Göz Kaliteli ve Güvenli Hizmet Vermektedir. Este Göz Hijyenik Ortamda Hizmet Vermektedir. Este Göz Modern Cihazlarla Hizmet Vermektedir. Eğer sizde veya çocuğunuzda şaşılık hastalığı ya da şüphesi var ise Özel Bağcılar Şafak Hastanesi bünyesinde bulunan Este Göz Sağlık Kliniğine başvurarak göz taraması yaptırmalısınız...Göz çevresi yaşlılık etkilerinin en belirgin olduğu alanların başında geliyor. Yoğun iş temposu ve gıdalardaki değişimler gibi pek çok nedene bağlı olarak fiziksel yıpranmalara daha genç yaşlarda maruz kalabiliyoruz. Göz kapağı düşüklüğü, göz altlarındaki torbalanmalar, göz çevresi kırışıklıkları, kaz ayakları deformasyonlar arasında sayılabilir...Ameliyatsız göz kapağı tedavisinde hastanede kalma gereksinimi bulunmamakta, dikiş izi ya da kanama olasılığı mümkün olmamaktadır. Bu nedenle hastalar tarafından yoğun olarak tercih edilmekte ve güvenle uygulanmaktadır. Ameliyatsız Göz Kapağı Cerrahisinin Avantajları: Genel anestezi uygulanmaz. Tedavi sırasında ağrı-acı hissedilmez. Kesi yapılmaz, dikiş atılmaz. Pansuman gerektirmez. İyileşme süreci kısadır. Gündelik hayatın devamına engel değildir. Sarkan deri nedeniyle oluşan görme kaybını ortadan kaldırır. Tedavinin nasıl uygulandığını videomuzdan izleyebilirsiniz..."* gibi ifadelere yer verildiği;

www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinin 04.11.2021 tarihli görünümünde şahsa ait "prof.dr.ahmetsatici" kullanıcı isimli sayfada yer alan muhtelif tarihli paylaşımlardaörnek olarak; *"...Mutlu Pazarlar Excimer Laser ile gözlüksüz bir yaşam mümkün! Hayat Görünce Güzel...Göz Problemleriniz İŞİNİZE ENGEL OLMASIN! Yeni teknoloji kullanılan LAZER YÖNTEMLERİ ile tüm kırma kusurlarınızdan kısa sürede kurtulabilirsiniz...Göz Kapağı Estetiği Göz doktorunuz Prof. Dr. Ahmet Satıcı, Göz Kapağı Estetiği Cerrahisini (Blefaroplasti) kişiye özel planlar. Hastamızın ihtiyacına göre yapılacak işlemler belirlenir...Hobilerinizi Kaçırmayın! Trifokal Akıllı Mercek ile Her Mesafede Net Görüş!...Manzarayı Kaçırmayın! ... No Touch Lazer ile Gözünüze Dokunulmadan Ameliyat Olun... Hayata Sınırsız Bak. Akıllı Mercek tedavisi ile işlem sonrasında kontakt lens veya gözlük kullanımına gerek olmadan net görmek mümkün!... Akıllı Lens Yakın, Orta ve Uzak Mesafede Engelsiz Net Görüş... Miyop ve Astigmat tedavisinde kişiye özel ileri lazer teknolojisi SMILE... kişiye Özel LAZER TEDAVİSİ ile Gözlük ve Lensten Kurtulun!..."* gibi ifadelere 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 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. Ahmet SATICI** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**60)**

**Dosya No: 2021/4479**

**Şikayet Edilen: Dr. Gökşen BEKİŞ**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 20.12.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.facebook.com adresli sosyal paylaşım sitesinin 20.12.2021 tarihli görünümünde şahsa ait *"Gökşen Bekiş"* kullanıcı isimli sayfada yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *"...Engin beyin hipermetrop, astigmatı vardı kendisine #lasik yaptık 1. Ay kontrollerinde görmelerimiz gayet iyi ve yüzler gülüyor...Ayşe hanımın kontrollerini yaptık. Görmelerimiz oldukça iyi No Touch Laser mutluluğu ile güne devam ediyoruz..Sevgili Gülçin hanım miyop ve astigmat şikayetiyle bize başvurdu. No Touch Laser ile gözlüklerine veda etti Kontrollerinde her şey yolunda görmeler kusursuz...İmdat bey Dalgıçlık yapıyor ve suyun altında her türlü ayrıntıyı net görmek istiyordu. No Touch Laser ile gözlüklerden kurtulalı 3 ay olmuş. Kontrollerini yaptık her şey yolunda hayatta başarılar diliyoruz kendisine..Müstakbel polis adayı sevgili Gamze polis olabilmek için önündeki göz numarası engelini kaldırdı. #notouchlaser #miyop#astigmat #op.dr.goksenbekis #venividigöz...Adem de notouch laser sonrası kontrolünde gözlüksüz tam gören mutlu hasta grubunda yerini aldı...Akıllı Lens Teknolojisi ile Gözlüklerinizden Kurtulun!...No Touch Laser Mutluluğu Serenay hanım ve eşi Furkan beye No Touch Laser yaptık. Görmelerimiz gayet güzel kontrollerimizden sonra kendilerini mutlu bir şekilde yolcu ettik...No Touch Laser ile haftaya devam ediyoruz. Lazer sırasında ağrı hissedilmez. Göze dokunmadan yapılır. İnce kornealı hastalar için idealdir. Sosyal hayatınıza hızlıca dönersiniz…Merhabalar Bugün size erken yaş Katarakt hastamdan bahsetmek istedim. Fatma hanım erken yaşlarda görülen katarakt sebebiyle görme kayıpları yaşıyordu kendisine Akıllı Lens operasyonu yaptık. 15.gün kontrollerinde görmelerimiz mükemmel seviyede...Biz Pendik Veni Vidi Hastanesi doktoru Sibel Gökşen Bekiş hanımdan çok çok memnunuz 4 sene abimi 3 sene önce amcamı ve bugün kardeşimi ameliyat yaptırdık çok iyi geçti...tüm dünyaya seslenirim tavsiyede bulunurum Gökşen hanım...Doktorum Gökşen Hanımla muayene sonucunda No Touch Laser tedavisi uygun bulundu. Aynı gün operasyon oldum. Bu ilk ayım ve görmelerim çok iyi düzeyde ve %100. Teşekkür ederim ve herkese tavsiye ederim..."* gibi ifadeler ile olumlu hasta yorumlarına 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 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. Gökşen BEKİŞ** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**61)**

**Dosya No: 2021/4488**

**Şikayet Edilen: Dr. Remzi KARADAĞ**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 22.12.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinin 22.12.2021 tarihli görünümünde şahsa ait *"doc.dr.remzikaradag"* kullanıcı isimli sayfada yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *"...Nurullah @nurullahdogan\_d beye yaklaşık -5 numara olan göz numaraları İçin 1 ay önce notouch lazer yapmıştık. 1. ay kontrolünde artık göz numaraları sıfırlamış durumda ve kendisi çok mutlu. Biz de bu mutluluğu paylaşalım istedik...Selin hanım @selinakbulut94 3 ay önce notouch lazer yaptığımız hastamız. Artık gözlüksüz net olarak görüyor. (Hastamızın izniyle) ...Notouch lazer (transPRK) ile saniyeler içinden miyop, astigmat ve hipermetrop numaralarından kurtuluyorsunuz. Notouch lazer işlemi göze dokunulmadan, hiçbir kesi yapmadan, hiçbir alet yerleştirmeden ve hiçbir kimyasal uygulamadan yapılır. Yağmurlu Günleri No Touch Laser'le GÖZLÜKSÜZ karşılayın...Etrafınızdaki güzelliklerle aranızdaki perdeyi ortadan kaldırın. Görmek mutluluktur. Premium Akıllı Lens...No Touch Laser ile sadece birkaç dakikada gözlüksüz bir yaşam #notouchlaser #akıllılens #görmekmutluluktur...HASTAMIZIN GÖZÜNDEN Londra’da yaşayan Armina hanıma İngiltere’de katarakt ameliyatı önerilmiş. Fakat hastamız bir türlü ameliyat olmaya karar verememiş. İstanbul’a ziyarete geldiğinde muayene için bize başvurdu. Muayene sonucunda kendisine katarakt ve aynı anda premium akıllı lens (akıllı lens) takılması ameliyatı önerdik. Kendisi de bize güvenerek aynı gün ameliyat olmaya karar verdi. Ameliyat sonrası artık hastamız hem kataraktından hem de yakın uzak gözlüklerinden kurtulmuş oldu. Artık gözlüksüz olarak yakın ve uzağı görebiliyor. Kendisi ameliyatından son derece memnun....Bazı hastalarımız lazerle göz numarası sıfırlama işlemine tereddütle bakıyorlar. Hele yüksek numarası olanların aklında ‘’ acaba numaram sıfırlanır mı?’’ ‘’ acaba net görebilirmiyim?’’ soruları vardır. Yüksek göz numaraları nedeniyle notouch lazer yaptığımız Beyza hanımın yorumu bu kişiler için bir cevaptır. @beyzaozpinar\_ hanıma paylaşımından dolayı teşekkür ederim...YouTube kanalımda paylaştığım ameliyat videoma bir hastamın yorumu. Kendisine düşüncelerinden dolayı çok teşekkür ederim..Melek Şeyma hanıma düşüncelerinden dolayı çok teşekkür ederim. Uygun olan hastalarımızda notouch lazer mükemmel sonuçlar vermektedir...Blefaroplasti kişiye özel bir ameliyattır. Hastamızın izniyle....lefaroplasti kişiye özel yapılır. Yaklaşık 1 ay önce blefaroplasti ameliyatı yaptığımız İlkay hanımın kontrolünü yaptık. Hastamız gayet mutlu. Hastamızın izniyle...Remzi Bey çok teşekkür ederim, ellerinize sağlık. Göz numarası yüksek olan herkese bu ameliyatı olmalarını tavsiye ediyorum. Gün geçtikçe görme netliğiniz artıyor, ikinci haftanın sonunda %100 tam görmeye başlamıştım....Remzi Hoca gerçekten işinin ehli bir hekim. Kensiai beni şalazyon ameliyatı yaptı. Her şey mükemmeldi, iyi ki böyle gurur duyacağımız hekimlere sahibiz. Ne kadar övsem az. Yolu kesişen herkese geçmiş olsun...Gözlük-lens kullanan herkese yaptırdığım gdnden beri öneriyorum hayatım kolaylaştı notouch lazer ile. Her aşamasından çok memnunum. Remzi Bey ilginiz, emekleriniz için çok teşekkür ederim..."* gibi ifadeler ile olumlu hasta yorumlarına ve hasta öncesi ile sonrası görsellerine yer verildiği tespit edilmiştir.

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

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

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanun’un 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. Remzi KARADAĞ** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**62)**

**Dosya No: 2021/5902**

**Şikayet Edilen: Arenmed Cnr Özel Sağlık Turizm San. Tic. A.Ş.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 27.08.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.evdepcrtesti.com/ adresli internet sitesinin 27.08.2021 tarihli görünümünde örnek olarak; *"...Nasıl PCR Testi Yaptırabilirim? Sizler evlerinizde kalın, bizler sizlerin evine gelelim.Hemşirelerimiz Covid-19 PCR Testiniz için evinize gelerek testlerinizi alır ve Sağlık Bakanlığı onaylı laboratuvarlarımızda hassas ölçüm metotları kullanılarak test sonuçlarınız 12 saat içinde sonuçlanır...HIZLI SONUÇ Laboratuvarlarımız, 24 saat kesintisiz hizmet vermekte ve sonuçların hızlı raporlanması sağlanmaktadır. PCR testlerinin sonuçları, İstanbulda 12-18 saat içinde teslim edilmektedir...HASTA BİLGİLERİ GİZLİLİĞİ Test sonuçlarınız, uzman doktor ve raporlama ekiplerimiz sayesinde, eksiksiz bir biçimde, hasta bilgilerinin gizliliği ve KVKK veri işleme kuralları çerçevesinde sadece tarafınıza teslim edilmektedir...TESCİLLİ STANDARTLAR Laboratuvarlarımız, COVID-19 testleri için Sağlık Bakanlığı tarafından yetkilendirilmiştir ve Avrupa standartlarına uygunluk (CE) belgesi bulunan Max-sure antikor testleri ile hizmet verilmektedir...Neden PCR Testi Yaptırmalıyım? PCR testi, herhangi bir semptomu olmasa bile COVID-19 virüsünü taşıyan kişilerin en erken evrede belirlenmesini sağlamaktadır. PCR testi ile hastalığın tanısının erken evrede konulması; sizin ve sevdiklerinizin tedavi, izolasyon ve önlem sürecinin erken başlamasına yardımcı olmaktadır. Cerrahi bir operasyon ya da girişimsel bir işlem öncesi hem kendinizin hem de sağlık ekiplerinin güvenliği açısından PCR testi yaptırmalısınız. Yurt dışına çıkmayı planlıyorsanız bazı ülkelere giriş için zorunlu olan PCR testlerinizin sonuçlarını en kısa sürede alabilirsiniz...Bireysel PCR Testi 200₺ Mesafeye göre bilginiz dahilinde fiyat farkı oluşabilir. T.C Sağlık Bakanlığı’nın belirlemiş olduğu PCR test ücreti 170 TL’dir. Ayrıca hizmet bedeli uygulanmaktadır. RANDEVU İÇİN TIKLAYIN...İletişim Formunu Doldurun ve Randevu alın. Test yaptırmak için randevu formunu doldurabilir, telefonla arayabilir veya whatsapp ile iletişime geçebilirsiniz...Evde Test Hizmetlerimizden Yararlanın CNR MEDICARE Evde Test Hizmetleri kapsamında, evinizde ya da iş yerinizde test için örnek alınabilmektedir... İletişim Formunu Doldurun ve Randevu alın. Test yaptırmak için randevu formunu doldurabilir, telefonla arayabilir veya whatsapp ile iletişime geçebilirsiniz... .Sonuçlarınız Bir SMS Uzağınızda Test sonuçlarınız belli olduğunda tarafınıza SMS ile bilgilendirme yapılmaktadır..."* gibi ifadeler ile PCR testine ilişkin fiyat bilgilerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, sağlık alanında hizmet sunmaya yetkili olmayan kuruluşun inceleme konusu internet sitesinde yalnızca Sağlık Bakanlığı tarafından yetkilendirilmiş sağlık kuruluşları tarafından sunulabilen PCR testi hizmetine yönelik tanıtımlarda bulunmasının 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 kuruluşun 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, 12/2-a ve 12/2-ç 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 **Arenmed Cnr Özel Sağlık Turizm San. Tic. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **114.326-TL (Yüzondörtbinüçyüzyirmialtı Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**63)**

**Dosya No: 2021/5903**

**Şikayet Edilen: Mas Clinic**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 13.08.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.clinicmas.com adresli internet sitesinin 13.08.2021 tarihli görünümünde örnek olarak; *"...Kendini Yenile...Medikal Estetik & Diş Estetiği Nişantaşı merkezli kliniğimiz kişiye özel, sonuç odaklı güzellik tedavileri konusunda uzmanlaşmıştır. Doktorumuz Ferhat Özpınar her hastası için özel sonuç odaklı takip sağlamaktadır. Mas Clinic, her zaman genç, enerjik ve çekici hissetmenizi sağlayacak çeşitli hizmetler ve ürünler sunmaktadır. Bizim için güvenlik önce gelir. Bu amaçla en iyi teknikler ve en son tedavi gelişmelerinden her zaman haberdar oluruz. Yeni bir başlangıç için hazırsanız bizi hemen arayın, hizmetlerimiz ve özel tekliflerimiz hakkında daha fazla bilgi edinin...Büyüleyici Sonuçlar Estetik ve Estetisyenlerimiz siz değerli hastalarında mükemmel sonuçlar elde etmek için gereken tüm yöntemleri sunmaktadır. Dr. Ferhat Özpınar en az 10 yaş gençleşmeyi garanti etmektedir...Zevk Alınan Yolculuk...Prosedürlerden Önce ve Sonrası...BOTOKS / DOLGU İP ASKI & CİLT GENÇLEŞTİRME Porselen Lamina Dişlerin Avantajları Nelerdir?...Implant tedavisi nasıl yapılır?...Medikal Estetik & Diş Sağlığı Kliniği Nişantaşı merkezli kliniğimiz kişiye özel, sonuç odaklı güzellik tedavileri konusunda uzmanlaşmıştır. Doktorumuz Ferhat Özpınar her hastası için özel sonuç odaklı takip sağlamaktadır. Mas Clinic, her zaman genç, enerjik ve çekici hissetmenizi sağlayacak çeşitli hizmetler ve ürünler sunmaktadır. Bizim için güvenlik önce gelir. Bu amaçla en iyi teknikler ve en son tedavi gelişmelerinden her zaman haberdar oluruz. Yeni bir başlangıç için hazırsanız bizi hemen arayın, hizmetlerimiz ve özel tekliflerimiz hakkında daha fazla bilgi edinin...MEDİKAL ESTETİK VE DİŞ DOKTORUMUZ Türkiye’de ilk kez uygulanan uluslararası tedavi yöntemleri, güncel metodlar ve hasta yaklaşımı! Hastalıklarınıza profesyonel destek, kesin ve kalıcı çözümler sağlayan hastaları tarafından %100 memnuniyet garantisi vermektedir...*" gibi tıbbi işlemler hakkında tanıtımlar ile hasta öncesi ve sonrası görsellerine yer verildiği;

www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinin 13.08.2021 tarihli görünümünde kuruluşa ait "masclinicmas*"* kullanıcı isimli sayfalarda yer alan paylaşımlarda örnek olarak; *"...Müşteri Memnuniyeti Mutluluk Mas Clinic’te gizli. Geldiğiniz için teşekkür ederiz. Tekrar bekliyoruz!..Güzellik için botoks kırışıklıklara elveda! Tedavi:Botoks Uygulaması Ağrı: Minimum. Süre: 20 Dakika Muayene: Ücretsiz...Tedavi: Emax Kron Kaplama Ağrı: Minimum. Süre: 20 Dakika Muayene: Ücretsiz Klinik: Mas Klinik E Max Kaplama: Diş hekimliğinde hastalara gerçekçi, doğal görünümlü gülümsemeler vermek için özel seramikler kullanılmaktadır...Dudak dolgusu işlemi; dudakların dolgunluğunu artırmak, şeklini düzeltmek, konturunu belirlemek için uygulanan estetik bir prosedürüdür. Günümüzde enjekte edilebilir dermal dolguların en yaygın uygulanan yeri dudak bölgesidir...Ameliyatsız Çene Estetiği...Estetikte ünlülerin tercihi MAS CLINIC...Mas Clinic de kampanyamız devam ediyor...daha genç ve sağlıklı bir görünüme kavuşmanın sırrı...Dr. Eleonora’nın tecrübesi Mas Kalitesi ile sizlere daha iyi hizmet vermek için birleşti...ÇENE & ELMACIK KEMİĞİ DOLGUSU BEFORE&AFTER...Yoğun talep üzerine kampanyamızı uzattık 1cc dolgu + botoks 1499 TL Gençlik aşısı hediyemizdir..."* gibi tıbbi işlemler hakkında tanıtımlar ile olumlu hasta yorumlarına ve hasta öncesi ve sonrası görsellerine 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 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 **Mas Clinic** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**64)**

**Dosya No: 2021/5904**

**Şikayet Edilen: Medipolitan Sağlık ve Eğitim Hizmetleri A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://medipol.com.tr/ adresli internet sitesi ile www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 28.07.2021,08.09.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://medipol.com.tr/ adresli internet adresinin 08.09.2021 tarihli görünümünde örnek olarak; *"...Evinizdeyiz Medipol Hizmetiyle evinizde de sağlığınızın yanınızdayız...Kişiye Özel Doğum Ünitesi (LDRP Doğum Salonu) ile anne adaylarının doğum süreçleri ev ortamı rahatlığında geçiyor... Vakıf Üniversitesi Özel Hastane afiliasyon modeli ile Sağlık sektörüne dev bir adım atıldı: Medipol Üniversitesi Hastanesi...Medipol'e "Yılın Sağlık Turizmi Projesi" Ödülü Dünya standartlarında hizmet sunan Medipol Eğitim ve Sağlık Grubu, "Türkiye'nin Yükselen Değeri" projesi ile "Yılın Sağlık Turizmi Projesi" ödülüne layık görüldü... Hamilelik Takvimi Size Özel Hamilelik Takvimi...Medipol Teknolojisiyle Beyin ve Omurilik Tümörleri Tedavisinde Cyber Knife...Acil Servisi'nde bulunan Doktorunuz Zehra Yeşim YÜCEL'in tedavi ve güler yüzlü yaklaşımından dolayı memnuniyetimizi belirtmek istiyorum…Göz Hastalıkları bölümünü herkese tavsiye ederim..."* gibi ifadelere ve olumlu hasta yorumlarına yer verildiği;

www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait *"medipolsaglik"* adlı sayfanın 28.07.2021 ve 08.09.2021 görünümlerinde örnek olarak; *"...Ev Ortamı Rahatlığında Doğum Anne adayları ileri teknolojiden ödün vermeden konforun ön planda tutulduğu LDRP odalarında yakınlarıyla birlikte kalarak, tüm doğum süreçlerini bulundukları odadan ayrılmadan ev ortamı rahatlığında tamamlayabiliyor...Diş çapraşıklıklarının tedavisi için üretilen ve neredeyse görünmeyen şeffaf plak yardımıyla diş teli kullanmadan düzgün dişlere sahip olmak mümkün. Uzman hekimlerimiz tarafından 3 boyutlu görüntüleme yöntemiyle yapılacak ücretsiz muayeneye katılarak şeffaf diş plakları hakkında detaylı bilgi sahibi olabilirsiniz...Doğduktan hemen sonra geçirdiği menenjit nedeniyle işitme yetisini kaybeden 2 yaşındaki Majra'nın sessizliği Medipol'de Doç. Dr. Muhammed Fatih Evcimik tarafından yapılan biyonik kulak operasyonuyla son buldu...Çocuklara özel check-up paketleri Medipol Pendik'te...Ülkesinde Hastalığına Çare Bulunamayan Minik Amir'in Hikayesi Beyin sapına yakın bölgedeki tümörün alınması için yapılan riskli bir ameliyat sonrası solunum ve beslenme fonksiyonlarını kaybeden minik Amir,ailesiyle birlikte geldiği Medipol'de uygulanan multidisipliner (çok branşlı) tedaviyle sağlığına kavuştu...Annelere Özel Check Up Paketi Hastalıklara karşı önlem alarak sevdiklerinizle geçireceğiniz her günün daha sağlıklı olmasını sağlayabilirsiniz...İstanbul'un önde gelen özel sağlık kuruluşları arasında yer alan hastanemiz, ileri tıp teknolojisi ve deneyimli kadrosuyla sağlığınızın en büyük destekçilerinden biri olmaya olmaya devam ediyor...Maksim Bilotkach, Hodgkin Lenfoma İçin Çareyi Medipol'de Buldu Boynundaki şişliklerin Hodgkin lenfomaya bağlı oluştuğu anlaşılan Maksim Bilotkach, Medipol'de gerçekleşen başarılı bir tedavi sürecinin ardından ülkesine döndü...Dünyanın farklı birçok ülkesinden doktorlar eğitim almak için Medipol'ü seçiyor. Irak'tan hastanemize gelen Dr. Salwan Kawkab Ali Aljameel, fleboloji eğitimini başarıyla tamamlayarak sertifikasını Dr. Öğr. Üyesi Mustafa Özer Ulukan'dan...Medipol Sağlık Grubu Üroloji Ana Bilim Dalı Uluslararası başarılara imza atmış akademik kadrosu ile mükemmeliyet merkezi Medipol'de...Deneyimli ellerde özenle uygulanan meme protezi ile meme büyütme veya yeni meme oluşturma ameliyatları özgüveni artırır, beden memnuniyeti ve yaşam kalitesini yükseltir. Prof. Dr. Ayşin Karasoy Yeşilada Plastik ve Rekonstrüktif Cerrahi Uzmanı Medipol Üniversitesi Çamlıca Hastanesi...Medipol Eğitim ve Sağlık Grubu olarak el birliğiyle iyileştireceğimiz ormanlarımıza 10.000 adet fidanla katkıda bulunuyoruz...Dijital Gülüş Tasarımı %25 İndirim…"* gibi ifadeler ile kampanya ve fiyat bilgilerine 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 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 olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanun’un 24 ve 40 ıncı maddeleri,

- 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 **Medipolitan Sağlık ve Eğitim Hizmetleri A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**65)**

**Dosya No: 2021/65**

**Şikayet Edilen: Op. Dr. Burcu HARÇ KAYA**

**Şikayet Edilen Reklam:** İnstagram isimli sosyal medya mecrasında şahsa ait "op.dr.burcuharckaya" isimli hesap adıyla yayınlanan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 28.12.2021 ve 28.03.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu tanıtımların 28.12.2021 tarihli görünümünde hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere; 28.03.2022 taihli görünümünde ise *"Sağ pitoz nedeniyle opere ettiğimiz hastamızı 2 yıl sonra yine mutlu görmek beni de mutlu etti.", "Kısa sürede bambaşka bir görünüşe kavuşmak mümkün Blefaroplasti sonrası Botox uygulaması fazlalıklardan kurtulduktan sonra çizgi ve kırışıklıkları azaltarak tamamlayıcı bir etki sağlar.", "Uzak orta yakın mesafede net görüş için Hi tech akıllı mercekler ile hem kataraktınızdan hem gözlüklerinizden kurtulabilirsiniz."* gibi tıbbi işlemlere yönelik ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu tanıtımların 28.12.2021 tarihli görünümünde hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere ve 28.03.2022 taihli görünümünde ise *"Sağ pitoz nedeniyle opere ettiğimiz hastamızı 2 yıl sonra yine mutlu görmek beni de mutlu etti.", "Kısa sürede bambaşka bir görünüşe kavuşmak mümkün Blefaroplasti sonrası Botox uygulaması fazlalıklardan kurtulduktan sonra çizgi ve kırışıklıkları azaltarak tamamlayıcı bir etki sağlar.", "Uzak orta yakın mesafede net görüş için Hi tech akıllı mercekler ile hem kataraktınızdan hem gözlüklerinizden kurtulabilirsiniz."* gibi tıbbi işlemlere yönelik talep yaratıcı ifadelere 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. Burcu HARÇ KAYA** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**66)**

**Dosya No: 2021/4614**

**Şikayet Edilen: Prof. Dr. Koray COŞKUNFIRAT**

**Şikayet Edilen Reklam:** İnstagram isimli sosyal medya mecrasında şahsa ait "prof.dr.koray.coskunfirat" isimli hesap adıyla yayınlanan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 26.10.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu tanıtımların 26.10.2021 tarihli görünümünde, *"Daha dik daha dolgun. Özellikle bulunduğumuz yaz aylarında kıyafetlerimizle ön plana çıkan memelerin, sarkık ve düşük görünümü her kadını mutsuz edecektir. Meme başının meme altı kıvrımı hizasında ve aşağısında yer aldığı (sarkık) ve meme dokusunun fazla olmadığı durumlarda meme dikleştirme işlemi uygulanır. Yer çekimine karşı koy! Alın Germe İle Diri Bakışlar! Saçlar Kulak Arkasına Alınsın! Liposucton fazla yağlardan kurtulmak istediğiniz her bölgeye uygulanabilir. Vücudu şekle sokmanın en iyi yolu liposakşındır."* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu tanıtımların 26.10.2021 tarihli görünümünde, *"Daha dik daha dolgun. Özellikle bulunduğumuz yaz aylarında kıyafetlerimizle ön plana çıkan memelerin, sarkık ve düşük görünümü her kadını mutsuz edecektir. Meme başının meme altı kıvrımı hizasında ve aşağısında yer aldığı (sarkık) ve meme dokusunun fazla olmadığı durumlarda meme dikleştirme işlemi uygulanır. Yer çekimine karşı koy! Alın Germe İle Diri Bakışlar! Saçlar Kulak Arkasına Alınsın! Liposucton fazla yağlardan kurtulmak istediğiniz her bölgeye uygulanabilir. Vücudu şekle sokmanın en iyi yolu liposakşındır."* şeklinde ifadelere 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 **Prof. Dr. Koray COŞKUNFIRAT** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**67)**

**Dosya No: 2021/5070**

**Şikayet Edilen: Op. Dr. Ahmet Selçuk HALICIOĞLU**

**Şikayet Edilen Reklam:** İnstagram isimli sosyal medya mecrasında şahsa ait "a\_selcuk\_halicioglu" isimli hesap adıyla yayınlanan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 26.10.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu internet sitesinin 06.12.2021 tarihli görünümünde, çeşitli tıbbi işlemlere yönelik olarak hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu internet sitesinin 06.12.2021 tarihli görünümünde, çeşitli tıbbi işlemlere yönelik olarak 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. Ahmet Selçuk HALICIOĞLU** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**68)**

**Dosya No: 2021/5092**

**Şikayet Edilen: Doç. Dr. Aykut Erdem DİNÇ**

**Şikayet Edilen Reklam:** İnstagram isimli sosyal medya mecrasında şahsa ait "doc.dr.aykuterdemdinc" isimli hesap adıyla yayınlanan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 06.12.2021, 29.03.2022, 16.08.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu www.instagram.com/doc.dr.aykuterdemdnc adresli internet sitesinin 06.12.2021 tarihli görünümünde, çeşitli tıbbi işlemlere yönelik olarak hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ilişkin görüntülere, 29.03.2022 tarihinde elde edilen 16.08.2021 tarihli paylaşımda ise *"Kapalı rinoplasti, hastamızın yüzü ile uyumlu doğal., 2.ay. Hastamıza aynı seansta iki taraflı otoplasti de yaptık."* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu www.instagram.com/doc.dr.aykuterdemdnc adresli internet sitesinin 06.12.2021 tarihli görünümünde, çeşitli tıbbi işlemlere yönelik olarak hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ilişkin görüntülere, 29.03.2022 tarihinde elde edilen 16.08.2021 tarihli paylaşımda ise *"Kapalı rinoplasti, hastamızın yüzü ile uyumlu doğal., 2.ay. Hastamıza aynı seansta iki taraflı otoplasti de yaptık."* şeklinde ifadelere 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 **Doç. Dr. Aykut Erdem DİNÇ** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**69)**

**Dosya No: 2021/5130**

**Şikayet Edilen: Op. Dr. Muhittin DADAŞ**

**Şikayet Edilen Reklam:** İnstagram isimli sosyal medya mecrasında şahsa ait "op.dr.muhittin\_dadas" isimli hesap adıyla yayınlanan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 29.03.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu tanıtımların 06.12.2021 tarihli görünümünde çeşitli tıbbi işlemlere yönelik olarak hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ilişkin görüntülere, 29.03.2022 tarihinde elde edilen 30.10.2021 tarihli paylaşımda ise *"Hastamızın yüzüne uygun doğal, havalı ve nefes alan bir burun estetiği ameliyatı daha..."* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu tanıtımların 06.12.2021 tarihli görünümünde çeşitli tıbbi işlemlere yönelik olarak hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ilişkin görüntülere, 29.03.2022 tarihinde elde edilen 30.10.2021 tarihli paylaşımda ise *"Hastamızın yüzüne uygun doğal, havalı ve nefes alan bir burun estetiği ameliyatı daha..."* şeklinde ifadelere 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. Muhittin DADAŞ** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**70)**

**Dosya No: 2021/5159**

**Şikayet Edilen: Prof. Dr. Tamer ERDEM**

**Şikayet Edilen Reklam:** İnstagram isimli sosyal medya mecrasında şahsa ait "dr.tamererdem" isimli hesap adıyla yayınlanan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 20.12.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu tanıtımların 20.12.2021 tarihli görünümünde, çeşitli tıbbi işlemlere yönelik olarak hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ilişkin görüntülere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu tanıtımların 20.12.2021 tarihli görünümünde, çeşitli tıbbi işlemlere yönelik olarak hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ilişkin 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 **Prof. Dr. Tamer ERDEM** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**71)**

**Dosya No: 2021/5160**

**Şikayet Edilen: Dr. Tuncay KODAŞ**

**Şikayet Edilen Reklam:** İnstagram isimli sosyal medya mecrasında şahsa ait https://www.facebook.com/opdrtuncaykodas adlı URL adresinde yayınlanan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 22.11.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu https://www.facebook.com/opdrtuncaykodas adlı internet adresinin 22.11.2021 tarihli görünümünde, hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu https://www.facebook.com/opdrtuncaykodas adlı internet adresinin 22.11.2021 tarihli görünümünde, 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 **Dr. Tuncay KODAŞ** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**72)**

**Dosya No: 2021/5162**

**Şikayet Edilen: Op. Dr. Utku KUBİLAY**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.facebook.com/utku.kubilay.946 ve https://z-p15.www.instagram.com/drutkukubilay/ adresli internet sitelerinde yayınlanan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 22.11.2021, 20.12.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu https://www.facebook.com/utku.kubilay.946 adresli internet sitesinin 22.11.2021 tarihli görünümünde ve https://z-p15.www.instagram.com/drutkukubilay/ adresli internet sitesinin 20.12.2021 tarihli görünümünde çeşitli tıbbi işlemlere yönelik olarak hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ilişkin görüntülere ve *"Utku Hocam selam iki kızımı siz burun ameliyat yaptınız, çok memnun kaldı kızlarım da bende elinize sağlık sağ olun (...)."* şeklinde hasta yorumlarına yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu https://www.facebook.com/utku.kubilay.946 adresli internet sitesinin 22.11.2021 tarihli görünümünde ve https://z-p15.www.instagram.com/drutkukubilay/ adresli internet sitesinin 20.12.2021 tarihli görünümünde çeşitli tıbbi işlemlere yönelik olarak hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ilişkin görüntülere ve *"Utku Hocam selam iki kızımı siz burun ameliyat yaptınız, çok memnun kaldı kızlarım da bende elinize sağlık sağ olun (...)."* şeklinde 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 **Op. Dr. Utku KUBİLAY** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**73)**

**Dosya No: 2021/5165**

**Şikayet Edilen: Op. Dr. Can ERCAN**

**Şikayet Edilen Reklam:** İnstagram isimli sosyal paylaşım sitesinde "dr.canercan" hesap adıyla yayınlanan şahsa ait tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 03.12.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu tanıtımların 03.12.2021 tarihli görünümünde çeşitli tıbbi işlemlere yönelik olarak hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ilişkin görüntülere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu 03.12.2021 tarihli görünümünde çeşitli tıbbi işlemlere yönelik olarak hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ilişkin 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. Can ERCAN** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**74)**

**Dosya No: 2021/5167**

**Şikayet Edilen: Prof. Dr. Ercan PINAR**

**Şikayet Edilen Reklam:** İnstagram isimli sosyal paylaşım sitesinde "drercanpinar" hesap adıyla yayınlanan şahsa ait tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 03.12.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu tanıtımların 03.12.2021 tarihli görünümünde çeşitli tıbbi işlemlere yönelik olarak hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ilişkin görüntülere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu 03.12.2021 tarihli görünümünde çeşitli tıbbi işlemlere yönelik olarak hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ilişkin 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 **Prof. Dr. Ercan PINAR** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**75)**

**Dosya No: 2021/5387**

**Şikayet Edilen: Op. Dr. Hasan YILDIZ**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.kadinsagligimerkezi.com, www.kadinsagligidoktoru.com, www.izmirkurtajmerkezi.org ve www.drhasanyildiz.net adresli internet sitelerinde ve Google arama motorunda yayınlanan şahsa yönelik tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 25.01.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu;

- www.kadinsagligimerkezi.com adresli internet sitesinin 25.01.2022 tarihli görünümünde, *"Maya Kadın Doğum"* ve *"Maya Kadın Hastalıkları ve Doğum Merkezi*” şeklinde ifadelere,

- www.kadinsagligidoktoru.com adresli internet sitesinin 25.01.2022 tarihli görünümünde, *“Kadın Sağlığı ve Estetik Merkezi, Maya Kadın Sağlığı ve Estetiği”* ifadelerine,

- www.izmirkurtajmerkezi.org adresli internet sitesinin 25.01.2022 tarihli görünümünde, “*Kürtaj Merkezi İzmir, Kürtaj Fiyatları, Maya Kadın Hastalıkları ve Doğum”* ifadeleri ile *“Herhangi bir bilginizi vermeden randevu alabilir, tüm sorularınızı sorabilir, kürtaj yaptırabilirsiniz. Kürtaj işlemi öncesinde ve sonrasında 0(232) 343 0 100 iletişim numaramızdan tüm sorularınız ya da randevu isteklerinizi bize iletebilirsiniz. Dilerseniz web sitemizde bulunan online bölümlerimizden fiyat bilgisi, randevu talebi ve merak ettiğiniz tüm sorularınızı çekinmeden online olarak bize gönderebilirsiniz.”* ifadelerine,

- www.drhasanyildiz.net adresli internet sitesinin 25.01.2022 tarihli görünümünde ise, *“%100 Memnuniyet & Başarı, 30 Yıllık Tecrübe, Köklü Klinik, Uzman Ekip, Sayısız Başarılı Operasyon”* şeklinde ifadelere,

yer verildiği, ayrıca, Google arama motorunda şahsın ismiyle yapılan arama sonucunda çıkan sonuç sayfasında, *"Doktor Hasan Yıldız**- %100 Memnuniyet - Ücretsiz Ön Görüşme - 7/24 Arayabilirsiniz. En Çok Operasyon Yapan Doktor - Tecrübe & Deneyim - En İyi Klinik - Hy Klinik - En Uygun Fiyat"* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu;

- www.kadinsagligimerkezi.com adresli internet sitesinin 25.01.2022 tarihli görünümünde, *"Maya Kadın Doğum"* ve *"Maya Kadın Hastalıkları ve Doğum Merkezi*” şeklinde ifadelere,

- www.kadinsagligidoktoru.com adresli internet sitesinin 25.01.2022 tarihli görünümünde, *“Kadın Sağlığı ve Estetik Merkezi, Maya Kadın Sağlığı ve Estetiği”* ifadelerine,

- www.izmirkurtajmerkezi.org adresli internet sitesinin 25.01.2022 tarihli görünümünde, “*Kürtaj Merkezi İzmir, Kürtaj Fiyatları, Maya Kadın Hastalıkları ve Doğum”* ifadeleri ile *“Herhangi bir bilginizi vermeden randevu alabilir, tüm sorularınızı sorabilir, kürtaj yaptırabilirsiniz. Kürtaj işlemi öncesinde ve sonrasında 0(232) 343 0 100 iletişim numaramızdan tüm sorularınız ya da randevu isteklerinizi bize iletebilirsiniz. Dilerseniz web sitemizde bulunan online bölümlerimizden fiyat bilgisi, randevu talebi ve merak ettiğiniz tüm sorularınızı çekinmeden online olarak bize gönderebilirsiniz.”* ifadelerine,

- www.drhasanyildiz.net adresli internet sitesinin 25.01.2022 tarihli görünümünde ise, *“%100 Memnuniyet & Başarı, 30 Yıllık Tecrübe, Köklü Klinik, Uzman Ekip, Sayısız Başarılı Operasyon”* şeklinde ifadelere yer verildiği, ayrıca, Google arama motorunda şahsın ismiyle yapılan arama sonucunda çıkan sonuç sayfasında, *"Doktor Hasan Yıldız**- %100 Memnuniyet - Ücretsiz Ön Görüşme - 7/24 Arayabilirsiniz. En Çok Operasyon Yapan Doktor - Tecrübe & Deneyim - En İyi Klinik - Hy Klinik - En Uygun Fiyat"* şeklinde ifadelere 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, ayrıca, özel muayenehane olarak ruhsatlandırılan kuruluşun ruhsatında belirtilen isim dışında isimlerle tanıtılmasının insanları yanlış yönlendiren, yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

**-** Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmelik’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. Hasan YILDIZ** 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** verilmesinekarar verilmiştir.

**76)**

**Dosya No: 2021/5391**

**Şikayet Edilen: Semra ALTUNKAYA**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.semraaltunkaya.com adresli internet sitesinde yayımlanan tanıtımlar ile İnstagram isimli sosyal paylaşım sitesinde "@semraaltunkayaguzellik" hesap adıyla yayınlanan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 05.11.2021, 28.12.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu www.semraaltunkaya.com adresli sitesinin 05/11/2021 tarihli görünümünde örnek olarak, *"hydrafacial, dermapen, altın iğne, plasmapen, çatlak tedavisi, botoks, gençlik aşısı, baby face beauty"* gibi tabipler tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara;

- İnstagram isimli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait "@semraaltunkayaguzellik" hesap adıyla yayınlanan tanıtımların 28.12.2021 tarihli görünümünde, benzer şekilde, "*kaş ve dövme silme, plazmapen"* gibi tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara ve bu işlemlerin uygulandığı hastaların görsellerine yer verildiği,

Kuruluşun güzellik salonu olarak faaliyet göstermek düzenlenmiş ruhsatının bulunmadığı görülmüştür.

**Değerlendirme/Karar:** Kuruluşun bir sağlık kuruluşu olmadığı halde, inceleme konusu www.semraaltunkaya.com adresli sitesinin 05/11/2021 tarihli görünümünde örnek olarak, *"hydrafacial, dermapen, altın iğne, plasmapen, çatlak tedavisi, botoks, gençlik aşısı, baby face beauty"* gibi tabipler tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara;

- İnstagram isimli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait "@semraaltunkayaguzellik" hesap adıyla yayınlanan tanıtımların 28.12.2021 tarihli görünümünde, benzer şekilde, "*kaş ve dövme silme, plazmapen"* gibi tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara ve bu işlemlerin uygulandığı hastaların görsellerine yer verilerek bu alanlarda hizmet sunulduğuna dair tanıtım yapıldığı,

Bu bağlamda; 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’un 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 **Semra ALTUNKAYA** 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.

**77)**

**Dosya No: 2021/5392**

**Şikayet Edilen: Filiz TÜFEK**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.doktortakvimi.com, https://gulumsetendegisim.com/blog/, https://facebook.com, www.instagram.com adresli internet sitelerinde yayınlanan şahsa ait tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 11.11.2021 ve 25.01.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.doktortakvimi.com/filiz-tufek/aile-danismani/istanbul adlı internet sitesinin 12.11.2021 ve 26.01.2022 tarihli görünümlerinde, *"Filiz Tüfek; Klinik Psikoloji Bilim Uzmanı & Aile Danışmanı'dır. Bireysel danışmanlık, çift danışmanlığı ve cinsel danışmanlık yapmaktadır*. *İlgi alanları: Sınav kaygısı, Travma, Stres",*

https://gulumsetendegisim.com/hakkimda/ adlı internet sitesinin 11.11.2021 tarihli görünümünde,  *"Filiz Tüfek;“Klinik Psikoloji Uzmanı & Evlilik Danışmanı & Cinsel Danışman & Kadın Girişimcidir.”,*

https://facebook.com//FilizTUFEKaileDANISMANI, adlı internet sitesinin 25.01.2022 tarihli görünümünde, *"Filiz TÜFEK; Klinik Psikoloji Bilim Uzmanı & Aile Danışmanıdır. Klinik Psikoloji Yüksek Lisans" ,*

https://www.instagram.com/filiztufek/ adlı internet sitesinin 11.11.2021 ve 25.01.2022 tarihli görünümlerinde, *"YDU-Klinik Psikoloji YL Cinsel Terapi, Pozitif Psikoterapi, Çift Terapi, Virginia Satir...”* şeklinde ifadelerle tanıtım yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, incelemeye konu olan;

-https://www.doktortakvimi.com/filiz-tufek/aile-danismani/istanbul adlı internet sitesinin 12.11.2021 ve 26.01.2022 tarihli görünümlerinde, *"Filiz Tüfek; Klinik Psikoloji Bilim Uzmanı & Aile Danışmanı'dır. Bireysel danışmanlık, çift danışmanlığı ve cinsel danışmanlık yapmaktadır*. *İlgi alanları: Sınav kaygısı, Travma, Stres",*

-https://gulumsetendegisim.com/hakkimda/ adlı internet sitesinin 11.11.2021 tarihli görünümünde,  *"Filiz Tüfek;“Klinik Psikoloji Uzmanı & Evlilik Danışmanı & Cinsel Danışman & Kadın Girişimcidir.”,*

-https://facebook.com//FilizTUFEKaileDANISMANI, adlı internet sitesinin 25.01.2022 tarihli görünümünde, *"Filiz TÜFEK; Klinik Psikoloji Bilim Uzmanı**& Aile Danışmanıdır. Klinik Psikoloji Yüksek Lisans" ,*

-https://www.instagram.com/filiztufek/ adlı internet sitesinin 11.11.2021 ve 25.01.2022 tarihli görünümlerinde, *"YDU-Klinik Psikoloji YL Cinsel Terapi, Pozitif Psikoterapi, Çift Terapi, Virginia Satir...”* gibi ifadelerle tanıtım yapıldığı,

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 ve tabipler ve diş tabipleri dışındaki hiçbir sağlık meslek mensubunun hastalıklarla ilgili doğrudan teşhiste bulunarak tedavi planlayabilmesinin mümkün bulunmadığı,

Diğer taraftan, inceleme konusu internet sitesinde ismi geçen "sınav kaygısı, aile içi iletişim sorunları, travma, stres" gibi sorunların Uluslararası Hastalık Sınıflandırma (ICD – 10) listesinde F00 ile F99 kodları arasında "hastalık" olarak nitelendirildiği ve söz konusu hastalıkların tedavisinin ilgili alanda uzman tabiplerin yönlendirmesiyle klinik psikologlarca yapılması gerektiği, bu kapsamda, Sağlık Meslek Mensupları ile Sağlık Hizmetlerinde Çalışan Diğer Meslek Mensuplarının İş ve Görev Tanımlarına Dair Yönetmelik kapsamında, “klinik psikolog” ve “psikolog” olan meslek mensuplarının görev alanlarının tanımlandığı ve klinik psikologların ilgili uzman tabibin teşhisine ve tedavi için yönlendirmesine bağlı olmadan psikoterapi yapabilecekleri hastalık olmayan durumların ise aynı Yönetmeliğin Ek-1/A kısmında belirtildiği,

Tüm bunlara karşın, "klinik psikoloji" alanında faaliyet gösterebilmek için, anılan şahıs tarafından tamamlanan hemşirelik lisans ve klinik psikoloji yüksek lisans eğitimlerinin ilgili mevzuat gereği yeterli sayılmadığı, şahsın klinik psikoloji alanında hizmet sunmak açısından ilgili mevzuatta belirlenen kriterleri taşımadığı ve bu alanda faaliyet göstermeye yetkisinin ve ilgili Kurumlarca düzenlenen ruhsatının bulunmadığı halde, psikiyatrist ve/veya uzman tabibin teşhisi ve tedavi için yönlendirmesine bağlı olarak klinik psikologların yapabilecekleri terapi ve psikoterapi uygulamalarına yönelik söz konusu tanıtımların her halükarda yetkisiz sağlık hizmeti sunumuna yönelik, halk sağlığını olumsuz etkileyebilecek nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

-1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanun'un 1, 8, 25 ve Ek-13 üncü 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 **Filiz TÜFEK** 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** verilmesinekarar verilmiştir.

**78)**

**Dosya No: 2021/4635**

**Şikayet Edilen: Ege Ali AKYOL**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.cinsyetdegisimameliyatlari.com adresli internet sitesi ile www.youtube.com adresli video paylaşım sitesinde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 24.12.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.cinsiyetdegisimameliyatlari.com adresli internet sitesinin 24.12.2021 tarihli görünümünde örnek olarak; *'Mastektomi, Jinekomasti, Vajinoplasti, Penis Ameliyatı, Meme Büyütme, Laparoskopik Histerektomi, Hormon Süreci, Ameliyat Süreci, Çocuk Sahibi Olmanın Yolları'* gibi başlıklar altında tıbbi işlemlere ilişkin bilgilere yer verildiği,

www.youtube.com adresli video paylaşım sitesinde 'trans ameliyatları' kullanıcı isimli sayfanın 24.12.2021 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda; tıbbi işlemlerin uygulandığı video görüntülerine 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, sağlık alanında faaliyet göstermeye yetkili olmayan şahsın, inceleme konusu internet sitelerinde tabip tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlere yönelik tanıtım yapmasının ilgili mevzuata aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

- Özel Hastaneler Yönetmeliği'nin 60 ıncı maddesi,

- Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmelik’in 29/5 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 **Ege Ali AKYOL** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **114.326-TL (Yüzondörtbinüçyüzyirmialtı Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**79)**

**Dosya No: 2022/329**

**Şikayet Edilen: Esma SEKMAN**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 29.12.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.esmasekman.com adresli internet sitesinin 29.12.2021 tarihli görünümündeki tanıtımlarda örnek olarak; *‘Depresyon, Sosyal Fobi, Kaygı Bozuklukları, Sınav Kaygısı, Fobiler’* gibi hastalık isimlerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, Sağlık Meslek Mensupları ile Sağlık Hizmetlerinde Çalışan Diğer Meslek Mensuplarının İş ve Görev Tanımlarına Dair Yönetmelik kapsamında, “klinik psikolog” olan meslek mensuplarının görev alanlarının tanımlandığı, klinik psikologların ilgili uzman tabibin teşhisine ve tedavi için yönlendirmesine bağlı olmadan psikoterapi yapabilecekleri hastalık olmayan durumların ise aynı Yönetmeliğin Ek-1/A kısmında belirtildiği,

Yine anılan Yönetmeliğin “Sağlık Meslek Mensuplarının İş ve Görev Tanımları” başlıklı ek listesinde; *“Klinik psikolog; a)Uluslararası Hastalık Sınıflandırma (ICD – 10) listesinde F00 ile F99 kodları arasında yer alan hastalıklarda ilgili uzman tabibin teşhisine ve tedavi için yönlendirmesine bağlı olarak, hastalara eğitimini aldığı terapive psikolojik destek hizmetlerini verir…”* maddesi yer almakta olup, anılan kodlar arasında çeşitli fobiler (okul fobisi), depresyon, kaygı (anksiyete) gibi hastalıkların da yer aldığı dolayısıyla anılan hastalıkların tedavisinin ilgili alanda uzman tabiplerin yönlendirmesiyle klinik psikologlarca yapılması gerektiği,

Ayrıca; klinik psikologların İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmelik kapsamında sağlık beyanı dışında olmak kaydıyla, tanı ve tedaviye yönelik işlem yapılmayan kuruluşlarda, klinik psikolog unvanını kullanarak çalışabileceklerinin düzenlendiği,

Bu bağlamda; inceleme konusu internet sitesinde yer alan tanıtımlardaki hastalıkların yalnızca uzman tabiplerin yönlendirmesiyle klinik psikologlar tarafından tedavi edilmesi gereken hastalıklar olması sebebiyle şahıs tarafından bu hastalıkların tanıtımlarının yapılmasının ilgili mevzuata aykırılık oluşturduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

- Sağlık Meslek Mensupları ile Sağlık Hizmetlerinde Çalışan Diğer Meslek Mensuplarının İş ve Görev Tanımlarına Dair Yönetmelik’in 5/c ve Ek/1-Klinik Psikolog 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 **Esma SEKMAN** 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: 2022/659**

**Şikayet Edilen: Hilal USTA**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 24.02.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde ‘hillsbeautycenter’ kullanıcı isimli sayfanın 24.02.2022 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘Mezoterapi, Hydrafacial, Dermapen Microblading, Lazer Epilasyon’* gibi tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara, bu işlemlerle ilgili çekiliş, kampanya ve fiyat bilgilerine, bu işlemlerin uygulandığı hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere yer verildiği; ayrıca inceleme konusu tanıtımlarda “güzellik salonu” olarak faaliyet gösteren kuruluşun isminin “Hill’s Beauty Center”olarak nitelendirildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde ‘hillsbeautycenter’ kullanıcı isimli sayfanın 24.02.2022 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘Mezoterapi, Hydrafacial, Dermapen Microblading, Lazer Epilasyon’* gibi güzellik salonlarında uygulanması mevzuat gereği yasak olan ve tabip tarafından uygulanması gerektiğinden tanıtımının da yapılmasına izin verilmeyen tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara, bu işlemlerle ilgili çekiliş, kampanya ve fiyat bilgilerine, bu işlemlerin uygulandığı hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere yer verildiği; ayrıca inceleme konusu tanıtımlarda “güzellik salonu” olarak faaliyet gösteren kuruluşun isminin “Hill’s Beauty Center” 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 **Hilal USTA** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**81)**

**Dosya No: 2022/394**

**Şikayet Edilen:** **Op. Dr. Atilla YAZICIOĞLU**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.facebook.com adresli sosyal medya mecrasında ait “drayazicioglu” kullanıcı isimli hesap adıyla yapılan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 01.02.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.facebook.com adresli sosyal paylaşım sitesinde ‘drayazicioglu’ isimli hesap adıyla yayınlanan 01.02.2022 tarihli paylaşımlarda örnek olarak; "*Excimer Lazer ile gözlüklere veda edebilirsiniz. Excimer Lazer ile sınıfında en iyi cihazlarla, en güvenli şekilde, dokunmadan, birkaç dakika içerisinde gözlüklerden kurtulabilirsiniz, 22 yıllık deneyim."* şeklinde ifadelere, tıbbi işlemlere ilişkin görüntülere ve hasta yorumlarına 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 kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırıldığı, bu nedenle 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 **Op. Dr. Atilla YAZICIOĞLU** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**82)**

**Dosya No: 2022/577**

**Şikayet Edilen: Sevgimedlife2 Kozmetik Güzellik Merkezi Medikal Dan. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://sevgimedlife.com adresli internet sitesinde ve www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde "@sevgimedlifeistanbul", "@sevgimedlifeankara", "@ sevgimedlifekonya" kullanıcı isimli hesap adıyla yapılan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 03.03.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Kuruluşa ait,

**-** https://sevgimedlife.com adresli internet sitesinin 03.03.2022 tarihli görünümünde yer alan tanıtımlarda örnek olarak; ‘*Buz Epilasyon, Lenf Drenaj, Hydrafacial, Kalıcı Makyaj, Kalıcı Eyeliner, Kalıcı Dipliner, Mikropigmentasyon, Kaş Pudralama, Dudak Kontürü, Ameliyatsız Yüz Germe (Facethin)*,’ gibi tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara,

-www.instagram.com adresli internet sitesinde kuruluşa ait "@sevgimedlifeistanbul", "@sevgimedlifeankara", "@ sevgimedlifekonya" hesapları üzerinden yayınlanan tanıtımların 03.03.2022 tarihli görünümünde örnek olarak, '*Buz Lazer, Microblading, Hydrafacial, G5 Masajı,'* gibi tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara yer verildiği tespit edilmiştir.

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

- www.sevgimedlife.com adresli internet sitesinin 03.03.2022 tarihli görünümünde yer alan tanıtımlarda örnek olarak, *Buz Epilasyon, Lenf Drenaj, Hydrafacial, Kalıcı Makyaj, Kalıcı Eyeliner, Kalıcı Dipliner, Mikropigmentasyon, Kaş Pudralama, Dudak Kontürü, Ameliyatsız Yüz Germe (Facethin)*,

-www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde @sevgimedlifeistanbul, @sevgimedlifeankara, @ sevgimedlifekonya kullanıcı isimli sayfaların 03.03.2022 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘Buz Lazer, Microblading, Hydrafacial, G5 Masajı,’* 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 *“Sevgimedlife2 Kozmetik Güzellik Merkezi”*olarak kullanıldığı,

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 inci fıkrasında yer alan; “*Güzellik salonunda tıp fakültesi diploması olan biri çalışsa bile, tabip yetkisinde olan tıbbi işlemler**güzellik salonunda yapılamaz. Bu hususa uymadığı tespit edilen kişiler hakkında ilgili mevzuat hükümleri uygulanır*.” hükmü ile de her ne şekilde olursa olsun, tabip tarafından yapılması gereken tıbbi işlemlerin güzellik salonlarında gerçekleştirilmesinin yasaklandığı,

Bu bağlamda; sağlık alanında faaliyet göstermeye yetkili olmayan söz konusu kuruluşun, inceleme konusu tanıtımlarda, tabipler tarafından uygulanması gereken çeşitli tıbbi tedavi yöntemlerinin isimlerini sayarak bu alanda hizmet verdiği ve sağlık alanında faaliyet gösterdiği yönünde izlenim uyandırdığı, söz konusu tıbbi işlemlerin doktor kontrolünde ve sağlık kuruluşları bünyesinde uygulanması gerektiği, söz konusu tıbbi işlemlerin yetkili kişilerce dahi tanıtımının yapılmasının mevzuat gereği yasak olduğu, dolayısıyla söz konusu tanıtımların;

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,

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 31/1-a ve 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 **Sevgimedlife2 Kozmetik Güzellik Merkezi Medikal Dan. 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.

**83)**

**Dosya No: 2022/669**

**Şikayet Edilen: Lotus Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği Medikal Hastane Hizmetleri Ticaret Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** İnstagram isimli sosyal medya mecrasında anılan firmaya ait "lotus.dis" isimli hesap adıyla yayınlanan tanıtımlar.

**Reklam Tarihi:** 23.02.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde "lotus.dis" kullanıcı isimli sayfanın 23.02.2022 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli gönderi ve video paylaşımlarında örnek olarak; “*(…) Sizlerin Gülümsemesi İçin Her şeyi Düşündük (…) Çocuklarınızın sağlığı için! Çocuklarımızın renkli dünyalarına hitap eden tedavi yaklaşımlarımızla küçük yaşlardan itibaren kendimizi sevdiriyoruz (…) Gülümsemenizle fark yaratmanız için buradayız (…) Son teknoloji ile sterilize edilmiş ekipmanlarımızla hizmetindeyiz. (…) Hekimlerimizin tecrübesi ve ileri teknoloji sayesinde zirkonyum altyapılı porselen kaplamalarla doğal ve estetik gülüşler elde etmek çok daha kolay (…).*" gibi ifadelere ve hasta yorumlarına, ayrıca muhtelif tarihlerde paylaşılan videolarda söz konusu kuruluştan hizmet alan kişilerin kuruluşa ve kuruluş bünyesinde çalışan personele yönelik teşekkür, tavsiye ve onay içeren ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu tanıtımlarda yer verilen ifadelerin sağlık alanında izin verilen bilgilendirme ve tanıtım faaliyetleri sınırını aşan, talep yaratıcı nitelikte olduğu ve sağlık alanında faaliyet gösteren kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm yükleyen nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna  **,**

Buna göre, reklam veren **Lotus Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği Medikal Hastane Hizmetleri Ticaret Limited Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**84)**

**Dosya No: 2022/857**

**Şikayet Edilen: Eylül Sağlık ve Estetik Eğitim Hizmetleri Turizm İthalat İhracat Sanayi ve Ticaret Limited Şirketi (Özel Defne Aydın Polikliniği)**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.instagram.com adresli sosyal medya mecrasında anılan firmaya ait “defneaydinpoliklinigi” kullanıcı isimli hesap adıyla yapılan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 09.03.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu tanıtımların 09.03.2022 tarihli görünümünde *“(…) Kliniğimizde uygulanan dudak renklendirme, solgun ve cansız gözüken dudakların tamamen organik içerikli makyaj boyaları ile yeniden canlı ve bakımlı görünmesini sağlamak için yapılan bir işlemdir. Kişiye daha dolgun daha canlı ve daha genç görünüm sağlayan dudak renklendirme işlemi dudaklara doğal bir hacim kazandırır. Dudak renklendirme işleminden sonra dudaklarda hafif şişlik olabilir. 1-2 saat içerisinde şişlik kaybolur ve gündelik yaşantınıza devam edebilirsiniz. (…) Altın iğne radyofrekans yöntemi ameliyatsız yüz gençleştirme uygulamaları arasında başarılı sonuçlar alınan bir yöntemdir. Özellikler kırışıklıkların sivilce izlerinin ve yara izlerinin giderilmesinde gözaltı morluklarının tedavisinde oldukça başarılı sonuçlar vermektedir. (…) Dört mevsim uygulama tüm cilt ve kıl tiplerinde etki buz lazer epilasyon. İstenmeyen tüylere sağlıklı ve kalıcı çözüm. (…) Buz lazer masaj konforunda epilasyon rahatlığı ile lazer epilasyon cihazları arasında gelinen son teknoloji olarak görülmektedir. İşlem sırasında kişi acı ya da ağrıya maruz kalmaz. Her mevsim uygulanabilir olmasına ve kısa seans aralığına sahiptir. Koyu ve açık tenli kişilerde de etkili sonuçlar verebilmektedir. (…) Işıltılı dudakların sırrı dudak renklendirme (…) Cildinize doğal bir dokunuş Green Peeling (…) Bakışlarınıza yeni bir canlılık katın Kirpik Lifing. (…) Kirpik Lifting seyrek ve hacimsiz kirpikleri kökten uca güçlendirerek kirpiklerin daha uzun ve daha dolgun görünmesini sağlayan bir işlemdir. Tamamen doğal bir yöntem olduğu için risksiz bir işlem olmakla birlikte kirpik lifting uzun süre kalıcılığa sahiptir. (…) Şimdi kliniğimizde bütün teknikler yapılıyor biliyorsunuz. Benim fikrimi sorarsınız tabiki kadife kaş. Neden? Çünkü daha az travmatik. İyileştiğinde müthiş doğal duruyor. Kaşınızın arasına hafif bir far sürmüşçesine. Peki, size sormak isterim. Sizce kıl tekniği mi? Pudralama (kadife kaş) mı? (…) Aşırı doğal ve dağınık sanki hiç işlem yapılmamış gibi öyle değil mi? Halbuki bir milyon kıl atışları var. (…) Bazen bir kaş her şeyi değiştirir Daha önce arkadaşına yaptığım kaşı gördüğü için çok rahattı tabiki bu işlem yaparken benim motivasyonu yükseltiyor. İşimden aldığım zevk bine katlanıyor diyebilirim. Seninle çalışmak çok güzeldi çok teşekkür ederim beni ve ekibimi tercih ettiğin için Güzel günlerde zevkle kullan. (…) Merhaba Buradaki işlem dolgulu dudak pigmentasyonu. Sizin de dudaklarınız solgun renksiz yada koyu ve lekeli ise sizi daha fresh gösterebilecek en kullanışlı uygulamalardan biri. İşlem sonrası maksimum bir hafta kadar ruj sürmüş gibi görünen bu işlem sonrasında sizin dudak pigmentinizle birlikte birleşerek çok doğal sınırları belli olan adeta bir gül goncası gibi görünen dudaklara sahip oluyorsunuz. Kullanım ömrü cildin yapısına bağlı olarak minimum 3 yıl ve fazlası (…) En doğalını hakkettiğini düşünenlere en doğalından mikro çizgilerle yapılan bir kaş çalışması Birbirinden farklı onlarca çizgi iç içe girip kendi kaşınızla tamamen bütünleşiyor ve doğal görünüm ortaya çıkıyor. (…)”* gibi ifadeler ile tıbbi işlemlerin uygulanmasına ilişkin görüntülere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

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

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanun’un 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 **Eylül Sağlık ve Estetik Eğitim Hizmetleri Turizm İthalat İhracat Sanayi ve Ticaret Limited Şirketi (Özel Defne Aydın Polikliniği)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**85)**

**Dosya No: 2021/5874**

**Şikayet Edilen: Esmer Travel Turizm İç ve Dış Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Kuruluşa ait iş yeri önünde bulunan tabelada yer alan Covid-19 PCR Testi tanıtımları

**Reklam Yayın Tarihi:** 09.09.2021

**Yayınlandığı Mecra:** Tabela

**Tespitler:** İnceleme konusu seyahat acentesi olarak faaliyet gösteren kuruluşa ait iş yeri önünde bulunan tabelada yer alan tanıtımlarda; *“COVİD-19 PCR TEST 150 TL”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; seyahat acentesi olarak faaliyet gösteren kuruluşun sağlık alanında hizmet sunmaya yetkili olmamasına rağmen 09.09.2021 tarihinde yayımlandığı tespit edilen kuruluşa ait iş yeri önünde bulunan tabelada yer alan tanıtımlarda; *“COVİD-19 PCR TEST 150 TL”* 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 kuruluşun 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 Kanunu’nun 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 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 **Esmer Travel Turizm İç ve Dış Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **11.429-TL (Onbirbindörtyüzyirmidokuz Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine  karar verilmiştir.

**86)**

**Dosya No: 2021/5876**

**Şikayet Edilen: Este Clinique**

**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 Este Clinique (@esteclinique) hesabının 30.12.2021 tarihli görünümlerinde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *“Lazer Epilasyon, Leke Tedavisi, Dolgu, PRP”* gibi tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara, tıbbi yöntemlerin uygulandığı hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ilişkin görüntülere ve bu işlemlerle ilgili kampanya ve fiyat bilgilerine yer verildiği; ayrıca söz konusu tanıtımlarda kuruluşun isminin “Este Clinique” olarak nitelendirildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; inceleme konusu Instagram sosyal medya platformunun Este Clinique (@esteclinique) hesabının 30.12.2021 tarihli görünümlerinde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *“Lazer Epilasyon, Leke Tedavisi, Dolgu, PRP”* gibi güzellik salonlarında uygulanması mevzuat gereği yasak olan ve tabip tarafından uygulanması gerektiğinden tanıtımının da yapılmasına izin verilmeyen tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara, tıbbi yöntemlerin uygulandığı hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ilişkin görüntülerine ve bu işlemlerle ilgili kampanya ve fiyat bilgilerine yer verildiği; ayrıca söz konusu sosyal medya hesabında kuruluşun isminin “Este Clinique” ismiyle nitelendirildiği,

15.2.2008 tarih ve 26788 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin 39 uncu maddesi ile Güzellik ve Estetik Amaçlı Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin yürürlükten kaldırıldığı ve aynı Yönetmeliğin Geçici 5 inci maddesi ile de güzellik salonlarının sağlık kuruluşu statüsünden çıkarıldığı;

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

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

Bu bağlamda; 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 **Este Clinique** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**87)**

**Dosya No: 2021/5877**

**Şikayet Edilen: Central Güzellik Hizmetleri Medikal İth. İhr. San. Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Kuruluşa ait https://centrallife.com.tr adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 31.12.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu https://centrallife.com.tr adresli internet sitesinin 31.12.2021 tarihli görünümlerinde örnek olarak; *“Lazer Epilasyon, Hydrafacial, Dermapen, Çatlak Tedavisi, Saç* *Mezoterapisi, Dövme Silme, Kalıcı Makyaj, Soğuk Lipoliz”* gibitıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara, bu işlemlerle ilgili kampanya ve fiyat bilgilerine yer verildiği; ayrıca söz konusu internet sitesinde kuruluşun isminin *"Central Life Güzellik Merkezi"* olarak nitelendirildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; inceleme konusu https://centrallife.com.tr adresli internet sitesinin 31.12.2021 tarihli görünümlerinde örnek olarak; *“Lazer Epilasyon, Hydrafacial, Dermapen, Çatlak Tedavisi, Saç* *Mezoterapisi, Dövme Silme, Kalıcı Makyaj, Soğuk Lipoliz”* 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 yer verildiği; ayrıca söz konusu internet sitesinde kuruluşun isminin *"Central Life Güzellik Merkezi"* olarak nitelendirildiği,

15.2.2008 tarih ve 26788 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin 39 uncu maddesi ile Güzellik ve Estetik Amaçlı Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin yürürlükten kaldırıldığı ve aynı Yönetmeliğin Geçici 5 inci maddesi ile de güzellik salonlarının sağlık kuruluşu statüsünden çıkarıldığı;

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

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

Bu bağlamda; 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 **Central Güzellik Hizmetleri Medikal İth. İhr. San. Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**88)**

**Dosya No: 2021/5878**

**Şikayet Edilen: Erdinç BATAL (Kadıköy Royal Güzellik Salonu)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 31.12.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu Instagram sosyal medya platformunun; “Kadıköy Royal Güzellik

(@kadikoyroyalguzellik)” hesabının 31.12.2021 tarihli görünümlerinde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *“Lazer Epilasyon, Buz Lazer Epilasyon, Hydrafacial, Leke Tedavisi”* gibi, “Kadıköy Royal Güzellik (@kadikoyroyalguzellikmerkezi)” hesabının 31.12.2021 tarihli görünümlerinde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *“Hydrafacial, Leke Tedavisi, Buz Lazer Epilasyon”* gibi tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara, bu işlemlerle ilgili kampanya ve fiyat bilgilerine yer verildiği,

İnceleme konusu Facebook sosyal medya platformunun; “Kadıköy Royal Güzellik” hesabının

31.12.2021 tarihli görünümlerinde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *“Hydrafacial, Leke Tedavisi, Mikroblading”* gibi,“Kadiköy Royal Güzellik Merkezi” hesabının 31.12.2021 tarihligörünümlerinde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *“Buz Epilasyon, Hydrafacial, Leke Tedavisi,”* gibi tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlarayer verildiği,

Diğer taraftan, söz konusu mecralarda yer alan tanıtımlarda kuruluşun isminin *“Kadıköy Royal Güzellik, “Kadıköy Royal Güzellik Merkezi”* gibi isimlerle nitelendirildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; inceleme konusu Instagram sosyal medya platformunun; “Kadıköy Royal Güzellik (@kadikoyroyalguzellik)” hesabının 31.12.2021 tarihli görünümlerinde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *“Lazer Epilasyon, Buz Lazer Epilasyon, Hydrafacial, Leke Tedavisi”* gibi, “Kadıköy Royal Güzellik (@kadikoyroyalguzellikmerkezi)” hesabının 31.12.2021 tarihli görünümlerinde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *“Hydrafacial, Leke Tedavisi, Buz Lazer Epilasyon”* gibigüzellik 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 yer verildiği,

İnceleme konusu Facebook sosyal medya platformunun; “Kadıköy Royal Güzellik” hesabının

31.12.2021 tarihli görünümlerinde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *“Hydrafacial, Leke Tedavisi, Mikroblading”* gibi,“Kadiköy Royal Güzellik Merkezi” hesabının 31.12.2021 tarihli görünümlerinde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *“Buz Epilasyon, Hydrafacial, Leke Tedavisi,”* gibi güzellik salonlarında uygulanması mevzuat gereği yasak olan ve tabip tarafından uygulanması gerektiğinden tanıtımının da yapılmasına izin verilmeyen tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara yer verildiği,

Diğer taraftan, söz konusu mecralarda yer alan tanıtımlarda kuruluşun isminin *“Kadıköy Royal Güzellik”, “Kadıköy Royal Güzellik Merkezi”* gibi isimlerle nitelendirildiği,

15.2.2008 tarih ve 26788 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin 39 uncu maddesi ile Güzellik ve Estetik Amaçlı Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin yürürlükten kaldırıldığı ve aynı Yönetmeliğin Geçici 5 inci maddesi ile de güzellik salonlarının sağlık kuruluşu statüsünden çıkarıldığı;

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

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

Bu bağlamda; 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 **Erdinç BATAL (Kadıköy Royal Güzellik Salonu)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**GIDA**

**89)**

**Dosya No: 2021/4257**

**Şikayet Edilen: Ecz. Pınar EREL (Pınar Kaynar Eczanesi)**

**Şikayet Edilen Reklam:** Instagram üzerinden yapılan “Phytorelief Pastil” adlı takviye edici gıdaya ilişkin reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 26.03.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.instagram.com/p/CM36lusgXgs/?utm\_medium=copy\_link URL adresinde 26.03.2021 tarihinde “pinarkaynareczaneci” kullanıcı adıyla yapılan paylaşımda Phytorelief pastil adlı ürünün “Türkiye'nin saygın kurumunda yapılan laboratuvar analizine göre nar kabuğu içeren pastilin koronavirüsü öldürdüğü ispatlandı.” şeklinde ifadeler ve "#alchemlifetürkiye #ilaç #besindestek #phytorelief #bağışıklık #covid\_19 #sağlık #sağlıklıyaşam" etiketleri kullanılarak tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, bahse konu tanıtımlarda yer alan “*...nar kabuğu içeren pastilin korona virüsü öldürdüğü*” şeklindeki beyanın sağlık beyanı olduğu, bu tür beyanlarla takviye edici bir gıda niteliğinde olan söz konusu ürünün sanki ilaç veya beşeri tıbbi ürün gibi tanıtıldığı, yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre takviye edici gıdalar için bu tür sağlık beyanlarının kullanılmasının kesinlikle yasak olduğu, bir ürüne ilişkin olarak herhangi bir sağlık beyanında bulunabilmesi için ilgili idari otoriteden izin alınması gerektiği, kullanılan bu beyanlar için ilgili otoriteden izin alınmadığından söz konusu beyanların doğruluğunun bilimsel olarak ispat edilmiş sayılamayacağından gerçeği yansıtmadığı ve dolayısıyla doğruluğu bilimsel olarak ispat edilmemiş bu beyanlarla tüketicilerin aldatılıp yanıltıldığı, bu hususların paylaşım altında yer alan etiketlerde de tekrar edildiği; koronavirüs adlı hastalığın ülkemizde ve dünyada salgın halinde seyrettiği bir dönemde yayınlanması suretiyle insanların bilgi ve tecrübe eksikliği ile korku ve endişelerinin istismar edilerek ticari fayda elde edilmeye çalışıldığı,

Öte yandan, “Türkiye'nin saygın kurumunda yapılan laboratuvar analizine göre...” ifadesine yer verilmek suretiyle bir araştırma sonucuna atıfta bulunulduğu ancak hangi kurumda yapılan hangi analize dayanılarak bilgi paylaşımın yapıldığının belirtilmediği,

Ayrıca, sosyal medya hesabında yayınlanan bu tanıtımın, açıkça reklam olduğu hususunun da belirtilmemesi nedeniyle Reklam Mevzuatında yer alan “Reklamların ayırt edilmesi” ve “Örtülü reklam”a ilişkin hükümlerin de ihlal edildiği,

Bununla birlikte, Eczacılık mesleğine ilişkin yasal düzenleme kapsamında “Eczane eczacıları ve eczaneler adına internet sitesi açılamaz” hükmü yer almasına karşın anılan Instagram sayfasını şahsın sahibi olduğu eczane adına kullanmakta olduğu anlaşıldığından yapılan tanıtımların mevzuata aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/1-b,g, 6/1, 6/2, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/8/a, c, ç, 9/1, 9/5, 22/1, 23/1 ve 26/1 inci maddeleri,

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

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

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

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

- Eczacılar ve Eczaneler Hakkında Yönetmelik’in 43/2 maddesi,

- 6197 sayılı Eczacılar ve Eczaneler Hakkında Kanun’un 19/1 inci maddesi,

- 6643 sayılı Türk Eczacıları Birliği Kanunu’nun 20/1-b ve 24/1 inci maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

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

**90)**

**Dosya No: 2021/4258**

**Şikayet Edilen: Ecz. Bengü YİĞİT (Tonba Eczanesi)**

**Şikayet Edilen Reklam:** Instagram üzerinden yapılan Phytorelief Pastil adlı takviye edici gıdaya ilişkin reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 25.03.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.instagram.com/p/CM2OfgLJOpV/?utm\_medium=copy\_link URL adresinde 25.03.2021 tarihinde yapılan paylaşımda adı geçen ürünün “Phytorelief etkisi kanıtlanmış pastil.” ve “Tüm kalabalık ortamlarda yanınızda mutlaka Phytorelief bulundurun. Phytorelief koruma kalkanından daha uzun süre faydalanmak için pastili emdikten sonra en az bir saat boyunca birşey yiyip içmeyiniz.” şeklinde ifadeler ve “#alchemlife #pastil #virus #corona #virüstenkorunma #covid\_19” etiketleri kullanılarak tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, söz konusu tanıtımda yer alan ifadelerin birer sağlık beyanı olduğu, “...etkisi kanıtlanmış pastil” ifadesi ve “#virus #corona #virüstenkorunma #covid\_19” etiketlerinin birlikte değerlendirildiğinde anılan ürünün koronavirüsten koruduğuna yönelik ima içerdiği, takviye edici bir gıda niteliğinde olan söz konusu ürünün sanki ilaç veya beşeri tıbbi ürün gibi tanıtıldığı, yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre takviye edici gıdalar için sağlık beyanı 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 sayılamayacağından gerçeği yansıtmadığı ve dolayısıyla doğruluğu bilimsel olarak ispat edilmemiş bu beyanlarla tüketicilerin aldatılıp yanıltıldığı, bu hususların paylaşım altında yer alan etiketlerde de tekrar edildiği; koronavirüs adlı hastalığın ülkemizde ve dünyada salgın halinde seyrettiği bir dönemde yayınlanması suretiyle insanların bilgi ve tecrübe eksikliği ile korku ve endişelerinin istismar edilerek ticari fayda elde edilmeye çalışıldığı,

Ayrıca, sosyal medya hesabın yayınlanan bu tanıtımın, açıkça reklam olduğu hususunun da belirtilmemesi nedeniyle Reklam Mevzuatında yer alan “Reklamların ayırt edilmesi” ve “Örtülü reklam”a ilişkin hükümlerin de ihlal edildiği,

Bununla birlikte, Eczacılık mesleğine ilişkin yasal düzenleme kapsamında “Eczane eczacıları ve eczaneler adına internet sitesi açılamaz” hükmü yer almasına karşın anılan Instagram sayfasını “eczbengutonba” ve “Eczane Tonba” ifadelerine yer verilmek suretiyle şahsın sahibi olduğu eczane adına kullanmakta olduğu anlaşıldığından yapılan tanıtımların ilgili mevzuatına aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/1-b,g, 6/1, 6/2, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/8/a, c, ç, 9/1, 9/5, 22/1, 23/1 ve 26/1 inci maddeleri,

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

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

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

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

- Eczacılar ve Eczaneler Hakkında Yönetmelik’in 43/2 maddesi,

- 6197 sayılı Eczacılar ve Eczaneler Hakkında Kanun’un 19/1 inci maddesi,

- 6643 sayılı Türk Eczacıları Birliği Kanunu’nun 20/1-b ve 24/1 inci maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

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

**91)**

**Dosya No: 2021/4259**

**Şikayet Edilen: Ecz. Derya KAYA (Derya Kaya Eczanesi)**

**Şikayet Edilen Reklam:** Instagram üzerinden yapılan Phytorelief Pastil adlı takviye edici gıdaya ilişkin reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 24.03.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.instagram.com/p/CMzUkdBp3SA/?utm\_medium=copy\_link URL adresinde 24.03.2021 tarihinde yapılan paylaşımda adı geçen ürünün “Virüse karşı kanıtlanmış etkinlik. Klinik sonucu %91 etki Mart 2020, Laboratuvar sonucu 1 saatte yok ediyor Şubat 2021” şeklinde ifadeler ve “#Phytorelief pastil her zaman yanınızda! %100 doğal içeriği ile bağışıklığınız emin ellerde @alchemlifeturkiye” etiket ve yönlendirmeler kullanılarak tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, söz konusu tanıtımda yer alan “Virüse karşı kanıtlanmış etkinlik” ve “%100 doğal içeriği ile bağışıklığınız emin ellerde” şeklindeki beyanın sağlık beyanı olduğu, bu tür beyanlarla takviye edici bir gıda niteliğinde olan söz konusu ürünün sanki ilaç veya beşeri tıbbi ürün gibi tanıtıldığı, yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre takviye edici gıdalar için bu tür sağlık beyanlarının kullanılmasının kesinlikle yasak olduğu, bir ürüne ilişkin olarak herhangi bir sağlık beyanında bulunabilmesi için ilgili idari otoriteden izin alınması gerektiği, kullanılan bu beyanlar için ilgili otoriteden izin alınmadığından söz konusu beyanların doğruluğunun bilimsel olarak ispat edilmiş sayılamayacağından gerçeği yansıtmadığı ve dolayısıyla doğruluğu bilimsel olarak ispat edilmemiş bu beyanlarla tüketicilerin aldatılıp yanıltıldığı, bu hususların paylaşım altında yer alan etiketlerde de tekrar edildiği; koronavirüs adlı hastalığın ülkemizde ve dünyada salgın halinde seyrettiği bir dönemde yayınlanması suretiyle insanların bilgi ve tecrübe eksikliği ile korku ve endişelerinin istismar edilerek ticari fayda elde edilmeye çalışıldığı,

Öte yandan, “Klinik sonucu %91 etki Mart 2020, Laboratuvar sonucu 1 saatte yok ediyor Şubat 2021” ifadesine yer verilmek suretiyle bir araştırma sonucuna atıfta bulunulduğu ancak hangi kurumda yapılan hangi analize dayanılarak bilgi paylaşımın yapıldığının belirtilmediği,

Ayrıca, sosyal medya hesabında yayınlanan bu tanıtımın, açıkça reklam olduğu hususunun da belirtilmemesi nedeniyle Reklam Mevzuatında yer alan “Reklamların ayırt edilmesi” ve “Örtülü reklam”a ilişkin hükümlerin de ihlal edildiği,

Bununla birlikte, Eczacılık mesleğine ilişkin yasal düzenleme kapsamında “Eczane eczacıları ve eczaneler adına internet sitesi açılamaz” hükmü yer almasına karşın anılan Instagram sayfasını şahsın sahibi olduğu eczane adına kullanmakta olduğu anlaşıldığından yapılan tanıtımların ilgili mevzuatına aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/1-b,g, 6/1, 6/2, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/8/a, c, ç, 9/1, 9/5, 22/1, 23/1 ve 26/1 inci maddeleri,

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

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

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

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

- Eczacılar ve Eczaneler Hakkında Yönetmelik’in 43/2 maddesi,

- 6197 sayılı Eczacılar ve Eczaneler Hakkında Kanun’un 19/1 inci maddesi,

- 6643 sayılı Türk Eczacıları Birliği Kanunu’nun 20/1-b ve 24/1 inci maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

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

**92)**

**Dosya No: 2021/4263**

**Şikayet Edilen: Ecz. Fulya GEZGİNCİ**

**Şikayet Edilen Reklam:** Instagram üzerinden yapılan Phytorelief Pastil adlı takviye edici gıdaya ilişkin reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 17.12.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.nstagram.com/p/CI5G2HLMcF/?utm\_medum=copy\_lnk URL adresinde 17.12.2020 tarihinde yapılan paylaşımda adı geçen ürünün “ECZACI PROF. DR.ERDEM YEŞİLADA’dan önemli bilgilendirme” başlığı altında “Virüsün ilk kuluçka merkezinin tükürük ve boğaz hattı olduğunu söyleyebiliriz. İşte bu hat üzerinden gerçekleştirilecek bir müdahale ile virüs yayılmadan önünü kesmek mümkün. Nar kabuğu özütü içeren pastil 3. günde virüsü %91 oranında öldürüyor. İtalya'da yapılan son araştırma gösteriyor ki bitki özütlerinin standardize PASTİL formunda kullanılması vücuda yeni giren virüs üzerinde daha fazla etki gösteriyor. Virüs hücrelere yerleşemeden pastil ağızda bir bariyer oluşturarak virüsün hücrelere girişini engelliyor. Böylece boğaz bölgesine bir set oluşturarak, virüsün akciğere ulaşmasını engelliyor. NAR KABUĞU özütünün, hücre içi antiviral etkileri için doğru pastil kullanımı ile hem virüsten korunabilir hem iyileşmeyi hızlandırabilir hem de başkalarına bulaştırma riskini minimuma indirebiliriz. Karantinanın aşamalı olarak kaldırıldığı ve normal düzene geçmeye çalıştığımız bu dönemde toplu taşıma, AVM, market gibi yerlere giderken ağzınıza bu pastillerden birer tane atarak hem kendinizi koruyabilir hem de virüsün bulaşmasını engelleyebilirsiniz. Bu tür pastilleri, günde 3 kez emerek kullanınız. Kullandıktan sonra bir saat kadar hiçbir şey yiyip içmeyin.” şeklinde ifadeler ve "#Alchemlifetürkiye #Pastil #Narkabuğu #Karantina #Sağlıklıyaşam #VirüstenKorunma #söke #TuruncuEczane" etiketleri kullanılarak tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, bahse konu tanıtımda yer alan ifadelerin birer sağlık beyanı olduğu, bu tür beyanlarla takviye edici bir gıda niteliğinde olan söz konusu ürünün sanki ilaç veya beşeri tıbbi ürün gibi tanıtıldığı, yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre takviye edici gıdalar için bu tür sağlık beyanlarının kullanılmasının kesinlikle yasak olduğu, bir ürüne ilişkin olarak herhangi bir sağlık beyanında bulunabilmesi için ilgili idari otoriteden izin alınması gerektiği, kullanılan bu beyanlar için ilgili otoriteden izin alınmadığından söz konusu beyanların doğruluğunun bilimsel olarak ispat edilmiş sayılamayacağından gerçeği yansıtmadığı ve dolayısıyla doğruluğu bilimsel olarak ispat edilmemiş bu beyanlarla tüketicilerin aldatılıp yanıltıldığı, bu hususların paylaşım altında yer alan etiketlerde de tekrar edildiği; koronavirüs adlı hastalığın ülkemizde ve dünyada salgın halinde seyrettiği bir dönemde yayınlanması suretiyle insanların bilgi ve tecrübe eksikliği ile korku ve endişelerinin istismar edilerek ticari fayda elde edilmeye çalışıldığı,

Öte yandan, " İtalya'da yapılan son araştırma gösteriyor ki bitki özütlerinin standardize PASTİL formunda kullanılması vücuda yeni giren virüs üzerinde daha fazla etki gösteriyor." ifadesine yer verilmek suretiyle bir araştırma sonucuna atıfta bulunulduğu ancak hangi kurumda yapılan hangi analize dayanılarak bilgi paylaşımın yapıldığının belirtilmediği,

Ayrıca, sosyal medya hesabında yayınlanan bu tanıtımın, açıkça reklam olduğu hususunun da belirtilmemesi nedeniyle Reklam Mevzuatında yer alan “Reklamların ayırt edilmesi” ve “Örtülü reklam”a ilişkin hükümlerin de ihlal edildiği,

Bununla birlikte, Eczacılık mesleğine ilişkin yasal düzenleme kapsamında "Eczane eczacıları ve eczaneler adına internet sitesi açılamaz" hükmü yer almasına karşın anılan Instagram sayfasını şahsın sahibi olduğu eczane adına kullanmakta olduğu anlaşıldığından yapılan tanıtımların ilgili mevzuatına aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/1-b,g, 6/1, 6/2, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/8/a, c, ç, 9/1, 9/5, 22/1, 23/1 ve 26/1 inci maddeleri,

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

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

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

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

- Eczacılar ve Eczaneler Hakkında Yönetmelik’in 43/2 maddesi,

- 6197 sayılı Eczacılar ve Eczaneler Hakkında Kanun’un 19/1 inci maddesi,

- 6643 sayılı Türk Eczacıları Birliği Kanunu’nun 20/1-b ve 24/1 inci maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

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

**93)**

**Dosya No: 2021/4265**

**Şikayet Edilen: Alchem Europe İlaç Kozmetik Gıda A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** “alchemlifeturkey” kullanıcı adıyla Instagram üzerinden yapılan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 19.06.2020 ve 17.10.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.instagram.com/p/CBn4DGRgm9e/?utm\_medium=copy\_link URL adresinde 19.06.2020 tarihinde yapılan paylaşımda adı geçen ürünün “LGS sınavına giderken yanınıza Phytorelief alın, kendinizi koruyun, sorulara daha iyi odaklanın” şeklinde, https://www.instagram.com/p/CGb83XAAx9/?utm\_medium=copy\_link URL adresinde 17.10.2020 tarihinde yapılan paylaşımda adı geçen ürünün “Mevsim geçişlerinde Phytorelief pastilden destek alın. Phytorelief koruma kalkanından daha uzun süre faydalanmak için 1 saat boyunca su içmeyin, yemek yemeyin” şeklinde ifadeler kullanılarak tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/1-b,g, 6/1, 6/2, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/8/a, c, ç, 9/1, 9/5, 22/1, 23/1 ve 26/1 inci maddeleri,

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

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre, reklam veren **Alchem Europe İlaç Kozmetik Gıda A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **104.781,00-TL (Yüzdörtbinyediyüzseksenbir Türk Lirası) idari para ve** **anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine  karar verilmiştir.

**94)**

**Dosya No: 2022/268**

**Şikayet Edilen: C P C Medya Radyo Televizyon ve Yayıncılık Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** Yerel düzeyde yayın yapan GALA logolu televizyon kanalında Anadolu Yöresel Doğal Antibiyotix adlı ürüne yönelik tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 09.07.2021

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** GALA logolu televizyon kanalında, 09.07.2021 tarihinde saat 14:02:40'da “Anadolu Yöresel Doğal Antibiyotix” adlı ürüne yönelik olarak yayınlanan tele alışveriş reklamında “(...) evet çok önemli bir karışım; bağışıklık sisteminizi güçlendirecek, astım, alerji bakın alerji artı koah diyorlar ben öyle isimlere. Hekimler öyle söylüyor. Yine nefes darlığı, akciğer rahatsızlıkları, mide rahatsızlıkları, böbrek rahatsızlıkları, eklem rahatsızlıkları, bir de bağışıklık sistemi. Çocuklarınıza her sabah akşam, gençlerinize okula giden herkese birer kaşık bunlardan yedirin bakın o çocuğunuz hastalanmayacak. Neden, çünkü immün sistemi güçlenecek. Onun için bu karışımı ben hepinize öneriyorum...; koahınız, kanseriniz, efendime söyleyeyim eklem rahatsızlıklarınız, çocuklarınızın uyuyamaması, geceleri işeme problemi yaşayanlar, nefes darlığı çekenler, bakın çocuklarda büyüme problemi yaşayanlar…Mide bağırsak sıkıntısı olanlar muhakkak kullansınlar, çocuk gelişimi için...Virüslerden kurtulmak için parazitlerden kurtulmak için muhakkak ama muhakkak kullanın...alzheimerı artık tarihe gömmek istiyorsanız yine hocamızın özel olarak yapmış olduğu bu karışımdan sizler de destek alabilirsiniz. Vücut ağrılarınız varsa şeker kolesterol tansiyon gibi sıkıntılarınız var ise böbrek rahatsızlıkları yaşıyorsanız böbrek taşınız var ise bağışıklık sisteminizde bir sorun var ise idrar yolu enfeksiyonu yaşıyorsanız kalp damar rahatsızlığınız varsa...”, “kalp-damar, prostat, cinsel, bağışıklık sistemi, koah-astım, reflü-ülser, eklem rahatsızlıkları, bel ağrısı, kireçlenme, tansiyon, kolesterol, akciğer temizleyici” vb. şeklinde sözlü ve yazılı beyanlarla tanıtım ve satışına ilişkin yayın yapıldığı ve Ahmet Maranki adlı şahıs tarafından yapılan açıklamalara yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Öte yandan, inceleme konusu reklamlarda Ahmet Maranki adlı şahıs tarafından yapılan açıklamalara yer verilmek suretiyle tanıtımı yapılan ürünün anılan şahıs tarafından tavsiye edildiği, şahıs tarafından yapılan açıklamalarda sağlık beyanı mevzuatına aykırı biçimde ürünün tıbbi ürün gibi tanıtıldığı, adı geçen şahsın uzmanlığına ait olmayan ve gerçekleri yansıtmayan tanıklık ve tavsiye niteliğinde ifadelere yer verilmesinin mevzuata aykırı, tüketicileri aldatıcı, tüketici güveni ile tüketicilerin tecrübe ve bilgi noksanlıklarını istismar edici nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

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

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/1-b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 9/1, 9/2, 9/5, 16/1, 26/1 ve 27/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

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

**95)**

**Dosya No: 2022/270**

**Şikayet Edilen: İstanbul 34 Televizyon Yayıncılık A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Yerel düzeyde yayın yapan 363 TV logolu televizyon kanalında Anadolu Yöresel Doğal Antibiyotix adlı ürüne yönelik tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 10.08.2021

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** 10.08.2021 tarihinde saat 09:29’da “Anadolu Yöresel Doğal Antibiyotix” adlı ürüne yönelik olarak yayınlanan tele alışveriş reklamında; “(...) evet çok önemli bir karışım; bağışıklık sisteminizi güçlendirecek, astım, alerji bakın alerji artı koah diyorlar ben öyle isimlere. Hekimler öyle söylüyor. Yine nefes darlığı, akciğer rahatsızlıkları, mide rahatsızlıkları, böbrek rahatsızlıkları, eklem rahatsızlıkları, bir de bağışıklık sistemi. Çocuklarınıza her sabah akşam, gençlerinize okula giden herkese birer kaşık bunlardan yedirin bakın o çocuğunuz hastalanmayacak. Neden, çünkü immün sistemi güçlenecek. Onun için bu karışımı ben hepinize öneriyorum...; koahınız, kanseriniz, efendime söyleyeyim eklem rahatsızlıklarınız, çocuklarınızın uyuyamaması, geceleri işeme problemi yaşayanlar, nefes darlığı çekenler, bakın çocuklarda büyüme problemi yaşayanlar…Mide bağırsak sıkıntısı olanlar muhakkak kullansınlar, çocuk gelişimi için...Virüslerden kurtulmak için parazitlerden kurtulmak için muhakkak ama muhakkak kullanın...alzheimerı artık tarihe gömmek istiyorsanız yine hocamızın özel olarak yapmış olduğu bu karışımdan sizler de destek alabilirsiniz. Vücut ağrılarınız varsa şeker kolesterol tansiyon gibi sıkıntılarınız var ise böbrek rahatsızlıkları yaşıyorsanız böbrek taşınız var ise bağışıklık sisteminizde bir sorun var ise idrar yolu enfeksiyonu yaşıyorsanız kalp damar rahatsızlığınız varsa...”, "kalp-damar, prostat, cinsel, bağışıklık sistemi, koah-astım, reflü-ülser, eklem rahatsızlıkları, bel ağrısı, kireçlenme, tansiyon, kolesterol, akciğer temizleyici” vb. şeklinde sözlü ve yazılı beyanlarla tanıtım ve satışına ilişkin yayın yapıldığı tespit edilmiştir.

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

Öte yandan, inceleme konusu reklamlarda Ahmet Maranki adlı şahıs tarafından yapılan açıklamalara yer verilmek suretiyle tanıtımı yapılan ürünün anılan şahıs tarafından tavsiye edildiği, şahıs tarafından yapılan açıklamalarda sağlık beyanı mevzuatına aykırı biçimde ürünün tıbbi ürün gibi tanıtıldığı, adı geçen şahsın uzmanlığına ait olmayan ve gerçekleri yansıtmayan tanıklık ve tavsiye niteliğinde ifadelere yer verilmesinin mevzuata aykırı, tüketicileri aldatıcı, tüketici güveni ile tüketicilerin tecrübe ve bilgi noksanlıklarını istismar edici nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

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

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/1-b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 9/1, 9/2, 9/5, 16/1, 26/1 ve 27/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre, reklam veren **İstanbul 34 Televizyon Yayıncılık A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddesi uyarınca **22.861,00-TL (Yirmiikibinsekizyüzaltmışbir Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine  karar verilmiştir.

**96)**

**Dosya No: 2022/272**

**Şikayet Edilen: Fil Televizyon Yayıncılık Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** Yerel düzeyde yayın yapan MMCTURK logolu televizyon kanalında yayınlanan Anadolu Yöresel Doğal Antibiyotix adlı ürüne yönelik tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 02.09.2021

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** MMCTURK logolu televizyon kanalında, 02.09.2021 tarihinde saat 09:02’de "Anadolu Yöresel Doğal Antibiyotix" adlı ürüne yönelik olarak yayınlanan tele alışveriş reklamında, “(...) evet çok önemli bir karışım; bağışıklık sisteminizi güçlendirecek, astım, alerji bakın alerji artı koah diyorlar ben öyle isimlere. Hekimler öyle söylüyor. Yine nefes darlığı, akciğer rahatsızlıkları, mide rahatsızlıkları, böbrek rahatsızlıkları, eklem rahatsızlıkları, bir de bağışıklık sistemi. Çocuklarınıza her sabah akşam, gençlerinize okula giden herkese birer kaşık bunlardan yedirin bakın o çocuğunuz hastalanmayacak. Neden, çünkü immün sistemi güçlenecek. Onun için bu karışımı ben hepinize öneriyorum...; koahınız, kanseriniz, efendime söyleyeyim eklem rahatsızlıklarınız, çocuklarınızın uyuyamaması, geceleri işeme problemi yaşayanlar, nefes darlığı çekenler, bakın çocuklarda büyüme problemi yaşayanlar…Mide bağırsak sıkıntısı olanlar muhakkak kullansınlar, çocuk gelişimi için...Virüslerden kurtulmak için parazitlerden kurtulmak için muhakkak ama muhakkak kullanın...alzheimerı artık tarihe gömmek istiyorsanız yine hocamızın özel olarak yapmış olduğu bu karışımdan sizler de destek alabilirsiniz. Vücut ağrılarınız varsa şeker kolesterol tansiyon gibi sıkıntılarınız var ise böbrek rahatsızlıkları yaşıyorsanız böbrek taşınız var ise bağışıklık sisteminizde bir sorun var ise idrar yolu enfeksiyonu yaşıyorsanız kalp damar rahatsızlığınız varsa...”, "kalp-damar, prostat, cinsel, bağışıklık sistemi, koah-astım, reflü-ülser, eklem rahatsızlıkları, bel ağrısı, kireçlenme, tansiyon, kolesterol, akciğer temizleyici" vb. şeklinde sözlü ve yazılı beyanlarla tanıtım ve satışına ilişkin yayın yapıldığı tespit edilmiştir.

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

Öte yandan, inceleme konusu reklamlarda Ahmet Maranki adlı şahıs tarafından yapılan açıklamalara yer verilmek suretiyle tanıtımı yapılan ürünün anılan şahıs tarafından tavsiye edildiği, şahıs tarafından yapılan açıklamalarda sağlık beyanı mevzuatına aykırı biçimde ürünün tıbbi ürün gibi tanıtıldığı, adı geçen şahsın uzmanlığına ait olmayan ve gerçekleri yansıtmayan tanıklık ve tavsiye niteliğinde ifadelere yer verilmesinin mevzuata aykırı, tüketicileri aldatıcı, tüketici güveni ile tüketicilerin tecrübe ve bilgi noksanlıklarını istismar edici nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/1-b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 9/1, 9/2, 9/5, 16/1, 26/1 ve 27/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

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

**97)**

**Dosya No: 2022/273**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** Yerel düzeyde yayın yapan YILDIZ TOPRAK logolu televizyon kanalında Anadolu Yöresel Doğal Antibiyotix adlı ürüne yönelik tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 28.10.2021, 29.10.2021, 31.10.2021, 01.11.2021, 02.11.2021, 03.11.2021, 04.11.2021, 11.11.2021, 12.11.2021, 13.11.2021, 30.11.2021, 14.11.2021, 15.11.2021, 16.11.2021, 17.11.2021, 18.11.2021, 19.11.2021, 29.11.2021, 30.11.2021, 01.12.2021, 01.12.2021, 02.12.2021 ve 03.12.2021

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

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

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

Öte yandan, inceleme konusu reklamlarda Ahmet Maranki adlı şahıs tarafından yapılan açıklamalara yer verilmek suretiyle tanıtımı yapılan ürünün anılan şahıs tarafından tavsiye edildiği, şahıs tarafından yapılan açıklamalarda sağlık beyanı mevzuatına aykırı biçimde ürünün tıbbi ürün gibi tanıtıldığı, adı geçen şahsın uzmanlığına ait olmayan ve gerçekleri yansıtmayan tanıklık ve tavsiye niteliğinde ifadelere yer verilmesinin mevzuata aykırı, tüketicileri aldatıcı, tüketici güveni ile tüketicilerin tecrübe ve bilgi noksanlıklarını istismar edici nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/1-b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 9/1, 9/2, 9/5, 16/1, 26/1 ve 27/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

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

**98)**

**Dosya No: 2022/291**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** Yerel düzeyde yayın yapan YILDIZ TOPRAK ve MMCTURK logolu televizyon kanallarında Anadolu Yöresel Doğal Antibiyotix adlı ürüne yönelik tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 02.09.2021 ve13.10.2021

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** YILDIZ TOPRAK logolu televizyon kanalında 13.10.2021 tarihinde saat 22:07’de ve MMCTURK logolu televizyon kanalında, 02.09.2021 tarihinde saat 09:02’de Anadolu Yöresel Doğal Antibiyotix adlı ürüne yönelik reklamlarda *“.*..*evet çok önemli bir karışım; bağışıklık sisteminizi güçlendirecek, astım, alerji bakın alerji artı koah diyorlar ben öyle isimlere. Hekimler öyle söylüyor. Yine nefes darlığı, akciğer rahatsızlıkları, mide rahatsızlıkları, böbrek rahatsızlıkları, eklem rahatsızlıkları, bir de bağışıklık sistemi. Çocuklarınıza her sabah akşam, gençlerinize okula giden herkese birer kaşık bunlardan yedirin bakın o çocuğunuz hastalanmayacak. Neden, çünkü immün sistemi güçlenecek. Onun için bu karışımı ben hepinize öneriyorum...; koahınız, kanseriniz, efendime söyleyeyim eklem rahatsızlıklarınız, çocuklarınızın uyuyamaması, geceleri işeme problemi yaşayanlar, nefes darlığı çekenler, bakın çocuklarda büyüme problemi yaşayanlar al bu macunu ye kardeşim... Doğal bir antibiyotik olarak bunu yediğinizde 21 gün devam edin bu anlattığım karışımı kullanmaya her öksürdüğünüzde kapkara böyle balgam atacaklar bu akciğerleri temizlenecek ve inanın sağlığına kavuşacaklardır...Bunun karışımını kullanın müthiş bir şifa bulacaksınız. Mide bağırsak sıkıntısı olanlar muhakkak kullansınlar, çocuk gelişimi için ... Virüslerden kurtulmak için, parazitlerden kurtulmak için muhakkak ama muhakkak kullanın ... alzheimer için muhakkak ama muhakkak tüketilsin diyor... alzheimerı artık tarihe gömmek istiyorsanız yine hocamızın özel olarak yapmış olduğu bu karışımdan sizler de destek alabilirsiniz. Vücut ağrılarınız varsa şeker, kolesterol, tansiyon gibi sıkıntılarınız var ise böbrek rahatsızlıkları yaşıyorsanız böbrek taşınız var ise bağışıklık sisteminizde bir sorun var ise idrar yolu enfeksiyonu yaşıyorsanız kalp damar rahatsızlığınız varsa*...*”* şeklinde beyanlara ve Ahmet Maranki adlı şahıs tarafından yapılan açıklamalara yer verildiğitespit edilmiştir.

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

Öte yandan, inceleme konusu reklamlarda Ahmet Maranki adlı şahıs tarafından yapılan açıklamalara yer verilmek suretiyle tanıtımı yapılan ürünün anılan şahıs tarafından tavsiye edildiği, şahıs tarafından yapılan açıklamalarda sağlık beyanı mevzuatına aykırı biçimde ürünün tıbbi ürün gibi tanıtıldığı, adı geçen şahsın uzmanlığına ait olmayan ve gerçekleri yansıtmayan tanıklık ve tavsiye niteliğinde ifadelere yer verilmesinin mevzuata aykırı, tüketicileri aldatıcı, tüketici güveni ile tüketicilerin tecrübe ve bilgi noksanlıklarını istismar edici nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/1-b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 9/1, 9/2, 9/5, 16/1, 26/1 ve 27/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

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

**99)**

**Dosya No: 2022/351**

**Şikayet Edilen: Lions Reklam Güvenlik Malzemeleri Temizlik Kozmetik İnşaat Malzemeleri Organizasyon Sanayi Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Yerel düzeyde yayın yapan GALA ve 363 TV logolu televizyon kanallarında Anadolu Yöresel Doğal Antibiyotix adlı ürüne yönelik tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 09.07.2021 ve10.08.2021

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** 363 TV logolu televizyon kanalında 10.08.2021 tarihinde saat 09:29’da ve "GALA" logolu televizyon kanalında, 09.07.2021 tarihinde saat 14:02:40'da Anadolu Yöresel Doğal Antibiyotix adlı ürüne yönelik reklamlarda *“.*..*evet çok önemli bir karışım; bağışıklık sisteminizi güçlendirecek, astım, alerji bakın alerji artı koah diyorlar ben öyle isimlere. Hekimler öyle söylüyor. Yine nefes darlığı, akciğer rahatsızlıkları, mide rahatsızlıkları, böbrek rahatsızlıkları, eklem rahatsızlıkları, bir de bağışıklık sistemi. Çocuklarınıza her sabah akşam, gençlerinize okula giden herkese birer kaşık bunlardan yedirin bakın o çocuğunuz hastalanmayacak. Neden, çünkü immün sistemi güçlenecek. Onun için bu karışımı ben hepinize öneriyorum...; koahınız, kanseriniz, efendime söyleyeyim eklem rahatsızlıklarınız, çocuklarınızın uyuyamaması, geceleri işeme problemi yaşayanlar, nefes darlığı çekenler, bakın çocuklarda büyüme problemi yaşayanlar al bu macunu ye kardeşim... Doğal bir antibiyotik olarak bunu yediğinizde 21 gün devam edin bu anlattığım karışımı kullanmaya her öksürdüğünüzde kapkara böyle balgam atacaklar bu akciğerleri temizlenecek ve inanın sağlığına kavuşacaklardır...Bunun karışımını kullanın müthiş bir şifa bulacaksınız. Mide bağırsak sıkıntısı olanlar muhakkak kullansınlar, çocuk gelişimi için ... Virüslerden kurtulmak için, parazitlerden kurtulmak için muhakkak ama muhakkak kullanın ... alzheimer için muhakkak ama muhakkak tüketilsin diyor... alzheimerı artık tarihe gömmek istiyorsanız yine hocamızın özel olarak yapmış olduğu bu karışımdan sizler de destek alabilirsiniz. Vücut ağrılarınız varsa şeker, kolesterol, tansiyon gibi sıkıntılarınız var ise böbrek rahatsızlıkları yaşıyorsanız böbrek taşınız var ise bağışıklık sisteminizde bir sorun var ise idrar yolu enfeksiyonu yaşıyorsanız kalp damar rahatsızlığınız varsa*...*”* şeklinde beyanlara ve Ahmet Maranki adlı şahıs tarafından yapılan açıklamalara yer verildiğitespit edilmiştir.

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

Öte yandan, inceleme konusu reklamlarda Ahmet Maranki adlı şahıs tarafından yapılan açıklamalara yer verilmek suretiyle tanıtımı yapılan ürünün anılan şahıs tarafından tavsiye edildiği, şahıs tarafından yapılan açıklamalarda sağlık beyanı mevzuatına aykırı biçimde ürünün tıbbi ürün gibi tanıtıldığı, adı geçen şahsın uzmanlığına ait olmayan ve gerçekleri yansıtmayan tanıklık ve tavsiye niteliğinde ifadelere yer verilmesinin mevzuata aykırı, tüketicileri aldatıcı, tüketici güveni ile tüketicilerin tecrübe ve bilgi noksanlıklarını istismar edici nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/1-b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 9/1, 9/2, 9/5, 16/1, 26/1 ve 27/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre, reklam veren **Lions Reklam Güvenlik Malzemeleri Temizlik Kozmetik İnşaat Malzemeleri Organizasyon Sanayi Ticaret Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddesi uyarınca **22.861,00-TL (Yirmiikibinsekizyüzaltmışbir Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine  karar verilmiştir.

**100)**

**Dosya No: 2022/400**

**Şikayet Edilen: Neolife İthalat İhracat A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Sovital Vitamins kullanıcı adıyla YouTube adlı sosyal medya platformundan ve https://sovitalvitamins.com/ adlı internet sitesi üzerinden “Sovital Hair Vitamins” adlı takviye edici gıdaya yönelik tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 10.03.2021 ve01.09.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** “SOVITAL Vitamins” isimli Youtube kanalında “Sovital Hair Saç Vitamini adlı ürüne ilişkin olarak yayınlanan reklamlarda; 01.09.2021 tarihinde https://www.youtube.com/watch?v=PJHk\_U2Kphk URL adresinde yayınlanan “SOVITAL Hair Saç Vitamini Instagram Story / HAYAT SIKICI SAÇLAR İÇİN ÇOK KISA!” başlıklı tanıtım filminde durağan yazı olarak “Eczanelerde” ibaresine ve 01.09.2021 tarihinde https://www.youtube.com/watch?v=oS-YuPuh-7M URL adresinde yayınlanan “SOVITAL Hair Saç Vitamini / HAYAT SIKICI SAÇLAR İÇİN ÇOK KISA!” başlıklı tanıtım filminde; dış ses olarak, “İsviçre patentli Sovital Hair Vitamin 1 ayda daha uzun saçlar. Sovital, Eczanelerde” ifadelerine, durağan yazı olarak “Eczanelerde” ibaresine yer verildiği; öte yandan, https://www.sovitalvitamins.com/hair-vitamins URL adresinin 10.03.2021 tarihli görünümde “SOVITAL Hair Saç Vitamin, ahududu aromalı, süper lezzetli, Vegan Gummy formatında, yeni nesil vitaminlerdir. İsviçre patentli formülü, güzel, uzun, parlak ve sağlıklı saçlar için özel olarak tasarlanmıştır. İSVİÇRE PATENTLI FORMÜL - Saçın ihtiyacı olan 11 bileşen. SOVITAL Hair Saç Vitamin, güvenlik sınırlarını aşmadan, saçınızın ihtiyacı olan tüm vitamin ve mineralleri sunacak şekilde formülüze edilmiştir.Ayrıca, vitaminlerimiz GDO, glüten, jelatin içermez, helaldir ve şeker ilavesizdir. SOVITAL Hair Vitamin sabah kahvenizin yanında, hareket halindeyken veya gece geç saatte kendinizi şımartın, ağzınızın tadı için alın! Büyük ve yutması zor diğer vitaminlerin tabletlerin aksine, nefis bir alternatif, Vegan Gummies. Sovital Hair Saç Vitamin Vegan Gummileri, özellikle büyük tabletleri yutmakta zorlananlar için formüle ettik. YALNIZCA %100 DOĞAL İÇERİKLER - İsviçre patentli formülümüz sayesinde jelatin ve pektin kullanan diğer markalara kıyasla Sovital Hair Saç Vitamin daha lezzetli, daha güzel görünür ve dişlerinize yapışmaz. Saç Vitaminlerimiz tamamen vegan, helal ve şeker ilavesizdir. %100 doğal malzemelerden üretilmiştir ve elbette GDO içermez. Vitaminlerimiz hormon içermez, bu nedenle yüz ve vücut kıllarınızı etkilemez. Siparişinizle birlikte bir şişe SOVITAL Hair Saç Vitamin alacaksınız. Her bir şişede 30 günlük kullanım, 60 gummy vardır. Günde 2 tane gummy almanızı öneririz. 3 aylık kür saçlarınızda harikalar yaratacaktır. Dünya çapında gönderiyoruz - Tüm ülkeler! Nakliye ağırlığı 8 oz'dur. Saçlarınızdaki sonuçları görmek için minimum 3 ay, ancak en iyi sonuçlar için 6 aylık kullanımı öneriyoruz. Sonuçlar kişiden kişiye değişecektir. 11 yaş ve üstü için önerilir. 11 yaşın altındaki kişiler doktor izni almalıdır. Bu ürün herhangi bir hastalığı teşhis etmek, tedavi etmek, iyileştirmek veya önlemek için tasarlanmamıştır. SOVITAL Hair Saç Vitamin tarafından ifade edilen görüşler ve beslenme önerileri, geleneksel tıbbi hizmetin yerini alma amacını taşımaz. Şiddetli bir tıbbi durumunuz varsa, tercih ettiğiniz doktorla görüşün. Bireysel sonuçlar değişebilir.” ifadelerine, ayrıca yine belirtilen URL adresinde, Sovital Hair Vitamins adlı ürüne ilişkin olarak, “# 1 Best Seller” ibaresi ile “Kullananların % 85’i 3 ay sonra saç, kirpik ve kaşlarının daha güçlü olduğunu ve daha hızlı uzadığını bildirdi. Sovital Hair Vitamini kullananlarla yapılan bir ankete dayanmaktadır.” şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, mevzuatta yer verilen ispat yükümlülüğü doğrultusunda ticari reklamlarda yer alan iddiaların doğruluğunun ispatlanması gerektiğinden reklamlarda yer alan doğrulanabilir olgularla ilgili tanımlamalar, iddialar ya da örnekli anlatımlar bilimsel geçerliliği olan bilgi ve belgelerle kanıtlanmak zorunda olup inceleme konusu reklamlarda yer aldığı tespit edilen "İsviçre patentli formül, # 1 Best Seller, GDO, glüten, jelatin içermez, helaldir ve şeker ilavesizdir, %100 DOĞAL İÇERİKLER, Sovital Hair Vitamin 1 ayda daha uzun saçlar" şeklindeki somut iddiaların, reklam veren firma tarafından bilimsel çalışmalara dayanan verilerle ispatlanmadığı,

Öte yandan, “Kullananların % 85’i 3 ay sonra saç, kirpik ve kaşlarının daha güçlü olduğunu ve daha hızlı uzadığını bildirdi. Sovital Hair Vitamini kullananlarla yapılan bir ankete dayanmaktadır.” şeklindeki tanıtımda yer verilen “Sovital Hair Vitamini kullananlarla yapılan bir ankete dayanmaktadır.” açıklamasına dayandırılmakla birlikte, belirtilen anketin hangi ülkede, hangi anket yöntemiyle, hangi tarihlerde, kaç kişi üzerinde, hangi yaş grubu ve cinsiyete ait şahıslarla yapıldığı hususunda bir bilgiye yer verilmemesinin reklam mevzuatı hükümlerini ihlal ettiği,

Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin “Karşılaştırmalı reklamlar” başlıklı 8/3 maddesinde yer alan, “(3) Gıda reklamlarında, ilgili mevzuata göre sağlık beyanı kapsamına giren hususlar karşılaştırmaya konu edilemez. Beslenme beyanı kapsamındaki hususların reklamlarda karşılaştırma unsuru olarak kullanılması ilgili mevzuat hükümlerine göre yapılır. Takviye edici gıdaların karşılaştırmalı reklamı ise hiçbir şekilde yapılamaz.” hükmü kapsamında takviye edici gıdaların karşılaştırmalı reklamı kesin olarak yasaklanmış olup inceleme konusu reklamlarda yer alan, “Büyük ve yutması zor diğer vitaminlerin tabletlerin aksine, nefis bir alternatif, Vegan Gummies. Sovital Hair Saç Vitamin Vegan Gummileri, özellikle büyük tabletleri yutmakta zorlananlar için formüle ettik… İsviçre patentli formülümüz sayesinde jelatin ve pektin kullanan diğer markalara kıyasla Sovital Hair Saç Vitamin daha lezzetli, daha güzel görünür ve dişlerinize yapışmaz.” şeklindeki ifadeler, tanıtımı yapılan Sovital Hair Vitamins adlı ürünle multivitamin içeren benzer takviye edici gıdalar arasında karşılaştırma içermekte, buna göre, Sovital Hair Vitamins adlı ürünün büyük ve yutması zor tablet formundaki diğer takviye edici gıdalara kıyasla yutma kolaylığı sağladığı, ayrıca jelatin ve pektin içeren diğer takviye edici gıdaların aksine Sovital Hair Vitamins’in İsviçre patentli formülüyle daha lezzetli olduğu yönündeki ifade ve iddiaların anılan mevzuat hükmüne aykırılık teşkil ettiği,

Diğer yandan, bahse konu Yönetmeliğin “Kötüleme” başlıklı 10 uncu maddesinde, “Reklamlar; hiçbir kişi, kurum veya kuruluşu, ticari ya da mesleki faaliyeti, malı ya da hizmeti, reklamı veya markayı aşağılayamaz, açıkça alay konusu edemez ve benzeri bir biçimde kötüleyemez.” hükmü yer almakta olup Sovital Hair Vitamins’e kıyasla diğer takviye edici gıdaların yutma zorluğu yaşattığı yönündeki tanıtımların piyasada satışı yapılan diğer ürünlere yönelik kötüleme içerdiği ve ayrıca “İsviçre patentli formülümüz sayesinde jelatin ve pektin kullanan diğer markalara kıyasla Sovital Hair Saç Vitamin daha lezzetli, daha güzel görünür ve dişlerinize yapışmaz.” şeklindeki ifadelerin, diğer marka multivitamin içeren besin takviyelerinin aynı zamanda jelatin ve pektin de içerdiği iddiasıyla tüketiciler nezdinde diğer gıdaların beslenme ve sağlık yönünden yeterliliği veya güvenilirliği konusunda şüpheye neden olduğu,

Ayrıca "YouTube" isimli sosyal medya mecrası üzerinden yayımlanan reklamlarda "Eczanelerde" ifadesine yer verildiği ve bu suretle ortalama tüketici nezdinde ürünle ilgili ilaç algısı oluşturulduğu ve diğer takviye edici gıdalardan üstün özelliklere ve faydalara sahip olduğu imajı oluşturulduğu, bunun yanı sıra söz konusu ürün firmaya ait internet sitesi de dahil diğer e-ticaret sitelerinde de satışa sunulduğundan ürünün tüm satış kanallarını içermeyecek şekilde "Eczanelerde" ifadesi tercih edilerek tanıtılmasının haksız rekabete yol açtığı 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 maddeleri,

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

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

**101)**

**Dosya No: 2022/893**

**Şikayet Edilen: PMC Radyo ve Televizyon Yayıncılık A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Yerel düzeyde yayın yapan PLUS MUSIC logolu televizyon kanalında Anadolu Yöresel Doğal Antibiyotix adlı ürüne yönelik tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 07.11.2021, 09.11.2021, 10.11.2021, 11.11.2021, 13.11.2021, 14.11.2021, 15.11.2021, 16.11.2021, 17.11.2021, 18.11.2021, 19.11.2021, 22.11.2021, 21.11.2021, 20.11.2021, 24.11.2021, 23.11.2021, 25.11.2021, 28.11.2021, 26.11.2021, 27.11.2021, 30.11.2021 ve 29.11.2021

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

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

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

Öte yandan, inceleme konusu reklamlarda Ahmet Maranki adlı şahıs tarafından yapılan açıklamalara yer verilmek suretiyle tanıtımı yapılan ürünün anılan şahıs tarafından tavsiye edildiği, şahıs tarafından yapılan açıklamalarda sağlık beyanı mevzuatına aykırı biçimde ürünün tıbbi ürün gibi tanıtıldığı, adı geçen şahsın uzmanlığına ait olmayan ve gerçekleri yansıtmayan tanıklık ve tavsiye niteliğinde ifadelere yer verilmesinin mevzuata aykırı, tüketicileri aldatıcı, tüketici güveni ile tüketicilerin tecrübe ve bilgi noksanlıklarını istismar edici nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/1-b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 9/1, 9/2, 9/5, 16/1, 26/1 ve 27/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

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

**102)**

**Dosya No: 2022/894**

**Şikayet Edilen: Topkapı Yayıncılık Prodüksiyon Pazarlama ve Reklam Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Yerel düzeyde yayın yapan KARADENİZ TURK logolu televizyon kanalında Anadolu Yöresel Doğal Antibiyotix adlı ürüne yönelik tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 19.12.2021, 20.12.2021, 22.12.2021, 23.12.2021 ve 24.12.2021

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

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

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

Öte yandan, inceleme konusu reklamlarda Ahmet Maranki adlı şahıs tarafından yapılan açıklamalara yer verilmek suretiyle tanıtımı yapılan ürünün anılan şahıs tarafından tavsiye edildiği, şahıs tarafından yapılan açıklamalarda sağlık beyanı mevzuatına aykırı biçimde ürünün tıbbi ürün gibi tanıtıldığı, adı geçen şahsın uzmanlığına ait olmayan ve gerçekleri yansıtmayan tanıklık ve tavsiye niteliğinde ifadelere yer verilmesinin mevzuata aykırı, tüketicileri aldatıcı, tüketici güveni ile tüketicilerin tecrübe ve bilgi noksanlıklarını istismar edici nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/1-b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 9/1, 9/2, 9/5, 16/1, 26/1 ve 27/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

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

**103)**

**Dosya No: 2022/680**

**Şikayet Edilen: Farmavita İlaç Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** Kuruluşa ait "Möllers Omega 3" isimli ürüne ilişkin sosyal medyada ve açık havada yayınlanan reklamlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 23.12.2021, 19.01.2022

**Yayınlandığı Mecra:** Açık hava, İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com adresli sosyal medya sitesinde "mollersomega3" isimli hesap ile yayınlanan Instagram reklamlarında ve açık hava reklamlarında; "Möllers Omega-3 Ailenizin Bağışıklık Kalkanı", “"Möllers'te bulunan A ve D vitaminleri bağışıklık sisteminin normal fonksiyonuna katkıda bulunur..." ifadelerine ve kalkan görseline yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu "Möllers Omega-3 Ailenizin Bağışıklık Kalkanı" ifadesinin ve bu ifadeyle birlikte yer verilen kalkan görselinin 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,

Diğer taraftan görselde yer verilen 4 adet üründen birinin kapsül formunda olduğu ve A ve D vitaminlerini ihtiva etmediği ancak ürünlerin altında bulunan; "*Möllers'te bulunan A ve D vitaminleri bağışıklık sisteminin normal fonksiyonuna katkıda bulunur..."* açıklaması ile görseldeki tüm ürünlerin A ve D vitaminleri ihtiva ettiği algısı yaratıldığı, bu durumun tüketicileri yanıltıcı, aldatıcı ve bilgi eksikliklerini istismar edici nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- 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,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**104)**

**Dosya No: 2021/5219**

**Şikayet Edilen: Altınkılıçlar Kahve Kakao Ürünleri Ticaret ve Sanayi A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.trendyol.com adresli e-ticaret sitesinde "Kahve Dünyası" mağaza adıyla yapılan “1 Kg Çekirdek Kahve” ürününe ilişkin tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 06.11.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.trendyol.com adresli e-ticaret sitesinde "Kahve Dünyası" mağaza adıyla yapılan tanıtımlarda “1 Kg Çekirdek Kahve” ürününe ilişkin fiyatın 3 TL olduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; 06.11.2021 tarihinde www.trendyol.com adresli e-ticaret sitesinde "Kahve Dünyası" mağaza adıyla yapılan “1 Kg Çekirdek Kahve Fiyatı 3 TL” kampanyasında, ürünü satın alan tüketicinin 878662237 numaralı siparişinin iptal edildiği, söz konusu tanıtımların tüketicileri eksik bilgilendirdiği ve yanıltıcı nitelikte olduğu; firmanın, makul sayılabilecek bir süre ve miktarda söz konusu ürünü belirtilen fiyattan sunulamayacağına veya tedarik edilemeyeceğine ilişkin yeterli bilgi sahibi olmasına rağmen, tüketiciyi bu konuda uyarmaksızın ürünleri satışa sunarak ve edinmeye davet ederek haksız ticari uygulamada bulunduğu değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla inceleme konusu ticari reklam ve uygulamanın;

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

-“Haksız Ticari Uygulama Olarak Kabul Edilen Örnek Uygulamalar” Ekinde yer alan “A - Aldatıcı Ticari Uygulamalar” maddesinin 5. Fıkrası,

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

hükümlerine aykırı olduğuna  **,**

Buna göre, reklam veren **Altınkılıçlar Kahve Kakao Ürünleri Ticaret ve Sanayi A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü, 77/12 nci ve 77/13 üncü maddeleri uyarınca **anılan reklamları ve haksız ticari uygulamayı durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**105)**

**Dosya No: 2021/5474**

**Şikayet Edilen: Altınkılıçlar Kahve Kakao Ürünleri Ticaret ve Sanayi A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam: “**Kahve Dünyası Salepli İçecek Tozu” ürünü ambalajında yapılan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:**2021

**Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj

**Tespitler:** “Kahve Dünyası SalepLi İçecek Tozu” ürün ambalajının üzerinde “salep” ifadesinin yanında daha küçük puntolarla Li ifadesinin yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; söz konusu tanıtımın 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.

**106)**

**Dosya No: 2022/315**

**Şikayet Edilen: Nestle Türkiye Gıda San. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam: “**Nestle Damak Baklava” ürününün ambalajında yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2022

**Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj

**Tespitler:** “Nestle Damak Baklava” ürününün ambalajında “baklava” ifadesine, baklava görseline ve ürün kesitine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; ürünün beyaz çikolata olduğu, ürün kesitinin ambalajda yer aldığı ve ortalama tüketicinin ürünün çikolata olduğunu anlayabileceği 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.

**107)**

**Dosya No: 2022/365**

**Şikayet Edilen: Shaya Kahve Sanayi ve Ticaret A. Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Yemeksepeti mobil uygulamasında firma tarafından düzenlenen "Dünya Kruvasan Gününe Özel Starbucks Refresha Alana Kruvasan Hediye" kampanyası.

**Reklam Yayın Tarihi:** 30.01.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yemeksepeti uygulamasında 30.01.2022 tarihinde "Dünya Kruvasan Gününe Özel Starbucks Refresha Alana Kruvasan Hediye" kampanyasının düzenlendiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; Dünya Kruvasan Günü Kampanyasında vaat edilen Refresha içeceği ile birlikte kruvasan ürününün birlikte sunulduğu “Lezzetli İkili” menüsünü ekleyen tüketicilere “Kruvasan” ürününün ücretsiz olduğu hususunun ispatlandığı, başvurunun münferit bir tüketici mağduriyeti olduğu 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.

**108)**

**Dosya No: 2022/450**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait 28-30 Eylül 2021 tarihli insert ürünlerinde yer alan “Doğuş 5 kg Toz Şeker” ürünü tanıtımları.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** Afiş

**Tespitler:** Yeni Mağazacılık A. Ş. ye ait 28-30 Eylül 2021 tarihli afişte “Doğuş 5 kg Toz Şeker” ürününün satış fiyatının 22,95 TL olduğu, Kütahya Belediyesi Zabıta personelince tutulan tutanakta kasa fiyatının 27,95 TL olduğunun belirtildiği ve tutanak ekinde yer alan fişte ürünün fiyatının 27,95 TL olduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, 28-30 Eylül 2021 tarihleri arasında geçerli indirim afişinde yer alan “Doğuş 5 Kg Toz Şeker” ürününün satış fiyatının 22,95 TL olarak ilan edilmesine rağmen Kütahya ili Fatih Mah. Fevzi Çakmak Cad. No:55 A adresindeki firmaya ait şubede, denetim ekiplerince yapılan denetim tutanağında kasa fiyatının 27,95 TL olduğunun tespit edildiği, ilan edilen fiyat ile kasa fiyatı arasında fark olmasının tüketicileri yanıltıcı olduğu değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-ç, 9/1, 13 üncü maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre, reklam veren **Yeni Mağazacılık A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **11.429-TL (Onbirbindörtyüzyirmidokuz Türk Lirası) idari para cezası ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine  karar verilmiştir.

**109)**

**Dosya No: 2022/524**

**Şikayet Edilen: Metro Grosmarket Bakırköy Alışveriş Hizmetleri Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** 16 Aralık-5 Ocak tarihleri arasında geçerli indirim broşüründe yer alan “Orkide Natürel Sızma Zeytinyağı 2 L” ürünü tanıtımları.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** 16 Aralık-5 Ocak tarihleri arasında geçerli indirim broşüründe Orkide Natürel Sızma Zeytinyağı 2 L ürününün 104,68 TL satış fiyatından indirim yapılarak 68,90 TL satışa sunulduğu, Fiyat Değişim Tarihi 30.12.2021 olan fiyat etiketinde satış fiyatının 120,72 TL tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; tüketicinin başvuruya eklediği reklam örneğinin firmanın internet sitesinden alınmadığı, firmanın cevabında sunduğu broşür görsellerinden inceleme konusu ürünü içeren kampanyanın “16-29 Aralık Özel Fırsatlar” başlıklı bölümde olduğu, tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı bir durum olmadığı değerlendirilmiş olup,

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

**110)**

**Dosya No: 2022/921**

**Şikayet Edilen: Yahya ÇİFTÇİ**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.trendyol.com adresli e-ticaret sitesinde "İndirimli Market" mağaza adıyla yapılan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 01.03.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.trendyol.com adresli e-ticaret sitesinde "İndirimli Market" mağaza adıyla yapılan tanıtımların 01.03.2022 tarihli görünümünde;

Forx5 Lepidiumlu Detox Forx5 Detox isimli ürün ile ilgili olarak *"İçeriğindeki bitki ekstraktları sayesinde gün içerisinde ağız kuruluğu yaparak ve tokluk hissi vererek kilo vermenize yardımcı olur."* şeklinde,

FORX5 Coffee isimli ürün ile ilgili olarak *"İçeriğindeki bitki ekstraktları sayesinde gün içerisinde ağız kuruluğu yaparak ve tokluk hissi vererek kilo vermenize yardımcı olur."* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

- Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği’nin 5/1, 5/2, 7/1, 8/1, 8/2, 9/1, 9/2, 13/1, 13/2, 13/3, 15/1-b maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna  **,**

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

**111)**

**Dosya No: 2022/922**

**Şikayet Edilen: Abad Bilişim Teknoloji Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.trendyol.com adresli e-ticaret sitesinde "Venux" mağaza adıyla yapılan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 01.03.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.trendyol.com adresli e-ticaret sitesinde "Venux" mağaza adıyla yapılan tanıtımların 01.03.2022 tarihli görünümünde;

FORX5 Iron Tea isimli ürün ile ilgili olarak “*Forx5 çayı içerisinde yer alan biberiye, iştahı kesip, kişiyi daha uzun bir süre tok tutarken, funda bitkisi yağ yakmaya yardımcı oluyor. Yine çay içerisinde bulunan bir diğer bitki olan sinameki tozu şişliği alarak, bağırsakları düzenlerken, lohusa şerbeti, bağışıklığı güçlendiriyor.”* şeklinde,

FORX5 Irontea Çay isimli ürün ile ilgili olarak *“Ortalama 4-10 kilo verimi olur en büyük özelliği besinden ve kastan değil yağdan yakmasıdır. Gün içerisinde acıktırmıyor tok tutuyor.”* 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, 9/1, 9/2, 13/1, 13/2, 13/3, 15/1-b maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna  **,**

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

**112)**

**Dosya No: 2022/923**

**Şikayet Edilen: İbrahim GÜLTEKİN**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.trendyol.com adresli e-ticaret sitesinde "Ne Ararsan" mağaza adıyla yapılan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 01.03.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.trendyol.com adresli e-ticaret sitesinde "NE ARARSAN" mağaza adıyla yapılan tanıtımların 01.03.2022 tarihli görünümünde;

Jönx13 Brown tea Macha'lı Karışık Bitkisel Çay isimli ürün ile ilgili olarak *"Ayda 3-10 kg arası kilo verdirir."* şeklinde,

Jönx13 Brown Brown Kapsül Çay isimli ürün ile ilgili olarak *"Zayıflamaya yardımcı (...) Ayda 3-10 kg arası kilo verdirir."* 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, 9/1, 9/2, 13/1, 13/2, 13/3, 15/1-b maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna  **,**

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

**113)**

**Dosya No: 2022/924**

**Şikayet Edilen: Rc Kozmetik İnteraktif Sanayi ve Ticaret Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.trendyol.com adresli e-ticaret sitesinde "RC Cosmetics" mağaza adıyla yapılan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 01.03.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.trendyol.com adresli e-ticaret sitesinde "RC Cosmetics" mağaza adıyla yapılan tanıtımların 01.03.2022 tarihli görünümünde;

RC Cosmetics Valide Sultan Zeytin Yaprağı Detoks Çayı isimli ürün ile ilgili olarak "Zeytin yaprağı yani Oleuropein etken maddesinin metabolizma sistemini hızlandırmak ve bağışıklık sistemini güçlendirmek için faydalı olduğu dünya çapında kanıtlanmıştır. Bu etken maddenin, yani zeytin yaprağının anti-viral, anti-bakteriyel, anti-kanserojen ve anti-fungal etkisi olduğu." 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, 9/1, 9/2, 13/1, 13/2, 13/3 maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna  **,**

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

**114)**

**Dosya No: 2022/925**

**Şikayet Edilen: 3N Natura Bitkisel Ürünler Ve Organik Gıda San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.trendyol.com adresli e-ticaret sitesinde "Wiltlife" mağaza adıyla yapılan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 01.03.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.trendyol.com adresli e-ticaret sitesinde "Wiltlife" mağaza adıyla yapılan tanıtımların 01.03.2022 tarihli görünümünde;

Wiltlife Sindirimi Kolaylaştırıcı Hibisküslü Karışık Bitki Çayı isimli ürün tanıtımlarında *"Wiltlife Sindirimi Kolaylaştırıcı Hibisküslü Karışık Bitki Çayı Başlıca görevi sindirimi iyileştirmek ve kolaylaştırmaktır. Kabızlığa karşı etkili olup, krampların çözülmesine yardımcı olur. Bağırsak florasının korunmasına olumlu katkı sağlar. Sindirimi kolaylaştırmasına bağlı olarak kilo vermeyi destekler. İdrar söktürücü özelliğe sahiptir."* 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, 9/1, 9/2, 13/1, 13/2, 13/3, 15/1-b maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna  **,**

Buna göre, reklam veren **3N Natura Bitkisel Ürünler Ve Organik Gıda 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.

**115)**

**Dosya No: 2022/926**

**Şikayet Edilen: Morizer Gıda İç Ve Dış Ticaret Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.trendyol.com adresli e-ticaret sitesinde "Morizer Shop" mağaza adıyla yapılan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 01.03.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.trendyol.com adresli e-ticaret sitesinde "Morizer Shop" mağaza adıyla yapılan tanıtımların 01.03.2022 tarihli görünümünde;

Jönx13 Brown Brown Tea Macha'lı Karışık Bitki Çay 300 gr isimli ürün ile ilgili olarak *"Ayda 3-10 kg arası kilo verdirir."* 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, 9/1, 9/2, 13/1, 13/2, 13/3, 15/1-b maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna  **,**

Buna göre, reklam veren **Morizer Gıda İç Ve Dış 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: 2022/929**

**Şikayet Edilen: Elif Nur DOLU**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.trendyol.com adresli e-ticaret sitesinde "yes start" mağaza adıyla yapılan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 01.03.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.trendyol.com adresli e-ticaret sitesinde "YES START" mağaza adıyla yapılan tanıtımların 01.03.2022 tarihli görünümünde;

Yes Start Detox Çayı isimli ürün ile ilgili olarak *"Zayıflamaya yardımcı. Tansiyon, şeker ve kolesterol dengesi. Metabolizma hızlandırmaya yardımcı."* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

- Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği’nin 5/1, 5/2, 7/1, 8/1, 8/2, 9/1, 9/2, 13/1, 13/2, 13/3, 15/1-b maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna  **,**

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

**117)**

**Dosya No: 2022/930**

**Şikayet Edilen: Lütfi AMANVERMEZ**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.trendyol.com adresli e-ticaret sitesinde " Yes start detoxx" mağaza adıyla yapılan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 01.03.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.trendyol.com adresli e-ticaret sitesinde "YES START DETOXX" mağaza adıyla yapılan tanıtımların 01.03.2022 tarihli görünümünde;

Yes Start Detox isimli ürün ile ilgili olarak *"30 günde 4 ile 12 kilo arası kilo."* 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, 9/1, 9/2, 13/1, 13/2, 13/3, 15/1-b maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna  **,**

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

**118)**

**Dosya No: 2022/931**

**Şikayet Edilen: Abdülkadir ÖZDEMİR**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.trendyol.com adresli e-ticaret sitesinde "snow natural" mağaza adıyla yapılan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 01.03.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.trendyol.com adresli e-ticaret sitesinde "Snow Natural" mağaza adıyla yapılan tanıtımların 01.03.2022 tarihli görünümünde;

Yes Start Detox Çayı isimli ürün ile ilgili olarak *"30 günde 4 ile 12 kilo arası kilo verdirip vucudu sıkılaştırır."* 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, 9/1, 9/2, 13/1, 13/2, 13/3, 15/1-b maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna  **,**

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

**119)**

**Dosya No: 2021/5820**

**Şikayet Edilen: Trachten Point Tekstil Sanayi ve Ticaret Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** Trendyol ve Amazon isimli internet sitelerinde satışı yapılan “Rowatinex 100 Kapsül” isimli takviye edici gıda ürününe ilişkin tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 07.12.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.trendyol.com ve www.amazon.com.tr adresli internet sitelerinde satışı yapılan “Rowatinex 100 Kapsül” isimli takviye edici gıda ürününe ilişkin 07.12.2021 tarihli tanıtımlarda; *“Böbrek taşı ağrısı geçirmede 1 numara”* ve *“böbrek ve idrar yolları rahatsızlıklarında ve özellikle böbrek taşı oluşumunun engellenmesinde ve daha önemlisi varolan taşın erimesinde kullanılan tamamıyla doğal yollardan üretilmiş bitkisel ürün.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, www.trendyol.com ve www.amazon.com.tr adresli internet sitelerinde satışı yapılan “Rowatinex 100 Kapsül” isimli takviye edici gıda ürününe ilişkin 07.12.2021 tarihli tanıtımlarda; *“Böbrek taşı ağrısı geçirmede 1 numara”* ve *“böbrek ve idrar yolları rahatsızlıklarında ve özellikle böbrek taşı oluşumunun engellenmesinde ve daha önemlisi varolan taşın erimesinde kullanılan tamamıyla doğal yollardan üretilmiş bitkisel ürün.”* şeklinde ifadelere yer verildiği, söz konusu ifadelerin tanıtımı yapılan ürünü sağlıkla ilişkilendiren sağlık beyanları olduğu, böylelikle söz konusu ürünün sanki bir ilaç veya beşeri tıbbi ürün gibi tanıtıldığı, yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre takviye edici gıdalar için bu tür sağlık beyanlarının kullanılmasının kesinlikle yasak olduğu, bir ürüne ilişkin olarak her hangi bir sağlık beyanında bulunabilmesi için ilgili idari otoriteden (Sağlık Bakanlığı Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Kurumu) izin alınması gerektiği, kullanılan bu beyanlar için ilgili otoriteden izin alınmadığından söz konusu beyanların doğruluğunun bilimsel olarak ispat edilmiş sayılamayacağı, dolayısıyla doğruluğu bilimsel olarak ispat edilmemiş bu beyanlarla tüketicilerin aldatılıp yanıltıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

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

**120)**

**Dosya No: 2021/5821**

**Şikayet Edilen: Nilgün KARASU**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.hepsiburada.com adresli internet sitesinde satışı yapılan “Assos Rowatinex” isimli takviye edici gıda ürününe ilişkin tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 07.12.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.hepsiburada.com adresli internet sitesinde satışı yapılan “Assos Rowatinex” isimli takviye edici gıda ürününe ilişkin 07.12.2021 tanıtımlarda; *“…böbrek taşlarının düşürülmesine”* ifadesine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, www.hepsiburada.com adresli internet sitesinde satışı yapılan “Assos Rowatinex” isimli takviye edici gıda ürününe ilişkin 07.12.2021 tanıtımlarda; *“…böbrek taşlarının düşürülmesine”* ifadesine yer verildiği, söz konusu ifadelerin tanıtımı yapılan ürünü sağlıkla ilişkilendiren sağlık beyanları olduğu, böylelikle söz konusu ürünün sanki bir ilaç veya beşeri tıbbi ürün gibi tanıtıldığı, yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre takviye edici gıdalar için bu tür sağlık beyanlarının kullanılmasının kesinlikle yasak olduğu, bir ürüne ilişkin olarak her hangi bir sağlık beyanında bulunabilmesi için ilgili idari otoriteden (Sağlık Bakanlığı Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Kurumu) izin alınması gerektiği, kullanılan bu beyanlar için ilgili otoriteden izin alınmadığından söz konusu beyanların doğruluğunun bilimsel olarak ispat edilmiş sayılamayacağı, dolayısıyla doğruluğu bilimsel olarak ispat edilmemiş bu beyanlarla tüketicilerin aldatılıp yanıltıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

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

**121)**

**Dosya No: 2021/5883**

**Şikayet Edilen: Fizyoprof Sağlıklı Yaşam Merkezi Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.trendyol.com adresli internet sitesinde satışı yapılan “Rowatinex Herbal Supplement 100 Kapsül” isimli takviye edici gıda ürününe ilişkin tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 07.12.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.trendyol.com adresli internet sitesinde satışı yapılan “Rowatinex Herbal Supplement 100 Kapsül” isimli takviye edici gıda ürününe ilişkin 07.12.2021 tarihli tanıtımlarda; *“Böbrek taşı oluşumunu engeller, taş oluşmuşsa kanalları genişleterek taşın kolayca düşürülmesini sağlar… Böbrek, safra kesesi veya safra kanalı Sorunlarından şikayetçi insanlar için günlük takviyelerin çoğundan daha faydalıdır. Rowatinex kapsül, sağlık fonksiyonunu desteklemeye yardımcı olmak için doğal bir yol sunmaktadır.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, www.trendyol.com adresli internet sitesinde satışı yapılan “Rowatinex Herbal Supplement 100 Kapsül” isimli takviye edici gıda ürününe ilişkin 07.12.2021 tarihli tanıtımlarda; *“Böbrek taşı oluşumunu engeller, taş oluşmuşsa kanalları genişleterek taşın kolayca düşürülmesini sağlar… Böbrek, safra kesesi veya safra kanalı Sorunlarından şikayetçi insanlar için günlük takviyelerin çoğundan daha faydalıdır. Rowatinex kapsül, sağlık fonksiyonunu desteklemeye yardımcı olmak için doğal bir yol sunmaktadır.”* ifadelerine yer verildiği, söz konusu ifadelerin tanıtımı yapılan ürünü sağlıkla ilişkilendiren sağlık beyanları olduğu, böylelikle söz konusu ürün sanki bir ilaç veya beşeri tıbbi ürün gibi tanıtıldığı, yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre takviye edici gıdalar için bu tür sağlık beyanlarının kullanılmasının kesinlikle yasak olduğu, bir ürüne ilişkin olarak her hangi bir sağlık beyanında bulunabilmesi için ilgili idari otoriteden (Sağlık Bakanlığı Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Kurumu) izin alınması gerektiği, kullanılan bu beyanlar için ilgili otoriteden izin alınmadığından söz konusu beyanların doğruluğunun bilimsel olarak ispat edilmiş sayılamayacağı, dolayısıyla doğruluğu bilimsel olarak ispat edilmemiş bu beyanlarla tüketicilerin aldatılıp yanıltıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre, reklam veren **Fizyoprof Sağlıklı Yaşam Merkezi Limited Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine  karar verilmiştir.

**122)**

**Dosya No: 2022/308**

**Şikayet Edilen: Melike BAKIR**

**Şikayet Edilen Reklam:** Instagram isimli sosyal paylaşım sitesinde “forx\_melike” isimli kullanıcı hesabında satışı yapılan “ForX5” isimli takviye edici gıda ürününe ilişkin tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 14.01.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Instagram isimli sosyal paylaşım sitesinde “forx\_melike” isimli kullanıcı hesabında satışı yapılan “ForX5” isimli takviye edici gıda ürününe ilişkin 14.01.2022 tarihli tanıtımlarda; “Forx5 Detox” isimli ürünün; *“Tok Tutar. Metabolizma Hızlandırır. Vücutta ki İltihap ve Ödemi atar. Yağ̆ Yakımı Sağlar ve Kilo Verimi Sağlanır.”*,“Forx5 Kahve” isimli ürünün *“Harika bir yağ yakıcı. Hem iştah kesiyor, hem ağız kuruluğu yapıyor. Hem de metabolizmayı çalıştırıyor normalde de yağ yakma etkisine sahip olan kahve bitkilerle birleşince harika bir sonuç çıktı. Kahvemiz iştahınızı keser gün boyu tok tutar abur cubur, tatlı krizleri, geç saatte yenilen yemekler hepsinin önüne geçer. Yağ yakımı sağlar ve bölgesel olarak kilo verimi gerçekleşir. Bir ayda 4-12 kg kilo verimi olur.”*, “For-x5 Karışık Bitki Yağı” isimli ürünün *“Metabolizma hızlandırır. Mideyi rahatlatır. Mide ve bağırsak parazitlerini giderir. Hazmı kolaylaştırır. Bağırsakları çalıştırır.”*, “Irontea Çayı” isimli ürünün *“İrontea çayımız metabolizmayı hızlandırıyor. Tokluk hissi veriyor ağız kuruluğu yapıyor. Kabızlık problemi olanlar için öneriyoruz.”,* “Forx5 Kapsul” isimli ürünün *“İştahınızı keser. Ağızda kuruluk yapar ve su içme isteği uyandırır. Sabahları erken ve dinç uyandırır. Rahat tuvalete çıkmanızı sağlar. Vücutta ki ödemi komple attırır. Sadece yağdan kilo kaybı sağlar. Uzun süre tokluk hissi yaratır. Stresinizi önler. Enerji ve güç verir. 45 günde 4 ile 12 kilo arası zayıflatır.”*, “Forx5 Coffee & Biberiye Suyu” isimli ürünün *“İştah Keser. Yağ yakar. Bol su içmenizi sağlar. Bölgesel kilo vermenizi sağlar. Bir ayda 4/12 kilo vererek hedefe ulaşmak istemez misin? Biberiye suyu ve kahve birlikte kullanım da ise; İki kat etki eder, daha hızlı yağ yakımı olur ve kilo verimin de duraksama dönemini kırar.”* şeklinde ifadelerle tanıtım ve/veya satışının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, Instagram isimli sosyal paylaşım sitesinde “forx\_melike” isimli kullanıcı hesabında satışı yapılan “ForX5” isimli takviye edici gıda ürününe ilişkin 14.01.2022 tarihli tanıtımlarda; “Forx5 Detox” isimli ürünün; *“Tok Tutar. Metabolizma Hızlandırır. Vücutta ki İltihap ve Ödemi atar. Yağ̆ Yakımı Sağlar ve Kilo Verimi Sağlanır.”*,“Forx5 Kahve” isimli ürünün *“Harika bir yağ yakıcı. Hem iştah kesiyor, hem ağız kuruluğu yapıyor. Hem de metabolizmayı çalıştırıyor normalde de yağ yakma etkisine sahip olan kahve bitkilerle birleşince harika bir sonuç çıktı. Kahvemiz iştahınızı keser gün boyu tok tutar abur cubur, tatlı krizleri, geç saatte yenilen yemekler hepsinin önüne geçer. Yağ yakımı sağlar ve bölgesel olarak kilo verimi gerçekleşir. Bir ayda 4-12 kg kilo verimi olur.”*, “For-x5 Karışık Bitki Yağı” isimli ürünün *“Metabolizma hızlandırır. Mideyi rahatlatır. Mide ve bağırsak parazitlerini giderir. Hazmı kolaylaştırır. Bağırsakları çalıştırır.”*, “Irontea Çayı” isimli ürünün *“İrontea çayımız metabolizmayı hızlandırıyor. Tokluk hissi veriyor ağız kuruluğu yapıyor. Kabızlık problemi olanlar için öneriyoruz.”,* “Forx5 Kapsul” isimli ürünün *“İştahınızı keser. Ağızda kuruluk yapar ve su içme isteği uyandırır. Sabahları erken ve dinç uyandırır. Rahat tuvalete çıkmanızı sağlar. Vücutta ki ödemi komple attırır. Sadece yağdan kilo kaybı sağlar. Uzun süre tokluk hissi yaratır. Stresinizi önler. Enerji ve güç verir. 45 günde 4 ile 12 kilo arası zayıflatır.”*, “Forx5 Coffee & Biberiye Suyu” isimli ürünün *“İştah Keser. Yağ yakar. Bol su içmenizi sağlar. Bölgesel kilo vermenizi sağlar. Bir ayda 4/12 kilo vererek hedefe ulaşmak istemez misin? Biberiye suyu ve kahve birlikte kullanım da ise; İki kat etki eder, daha hızlı yağ yakımı olur ve kilo verimin de duraksama dönemini kırar.”* şeklinde ifadelerle tanıtım ve/veya satışının 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 ve 13/1 ve 13/2 maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

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

**123)**

**Dosya No: 2022/457**

**Şikayet Edilen: Hüseyin ÇETİNER**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://eczacihuseyincetiner.com adresli internet sitesinde yer alan “Bromelain Forte” isimli gıda takviyesine ilişkin tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 22.02.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://eczacihuseyincetiner.com adresli internet sitesinin 22.02.2022 tarihli görünümünde yer alan “Bromelain Forte” isimli gıda takviyesine ilişkin tanıtımlarda,

“Bromelaın + Quercetın + Q10 3’lüsü Kullanan İstanbul Pendik’ten Şükran Hanımın Başarı Öyküsü” başlığı altında *“…2 ayda 21 kilo ile rekora koşmuş…Orijinal Ürünleri Kullanmak Çok Önemli. Ya Eczaneden alın ya da kendi resmi sitesinden. Ben resmi sitesinin linkini paylaşıyorum…”* ifadeleri,

“Ödem Atmadan Yağ Yakamazsınız. Hem Ödem Atın Hem Yağ Yakın. Soru / Cevap” başlığı altında *“…Ödem atmak ve yağ yakmak için Bromelain yeterli mi? Hayır. Tek başına bromelain yeterli olmaz. Fakat Bromelain ile birlikte Quercetin ve Q10 da almanız gerekir. Bu 3’ünün birlikte olduğu bir formül ancak hem ödem atar hemde yağ yakmanızı kolaylaştırır. Hangi sorunlar için kullanılabilir? Vücudun fazla su tutması (Ödem). Ödeme bağlı ayaklarda ve bacaklarda kalınlaşma, şişkinlik. Aşırı yeme hissi. Sırt ve beldeki sert yağlar. Kalça ve kalın bacaklar. Aşırı yağlanma. Göbekte ve farklı yerlerde kiloya bağlı sarkmalar. Selülitler… Hangi Ürünü Öneriyorsunuz? Bromelain, Quercetin ve Q10’unda bulunduğu şimdilik tek bir tablet var. Efervesan olarak kullanılabilen Bromelain Forte‘yi öneriyorum...Önceden Kullanan ve Zayıflamış İnsanlar Var mı? Kesinlikle. Size bu yazımda Sinan beyi anlatabilirim. Kilosu obezite sınırlarını dahi aşmış durumdaydı. Toplamda 5 ayda 65 kilo verdi. Peki nasıl ilerledi? Günlük Sağlıklı Beslenme + Bol Su + Bromelain Forte. Sadece Bromelain Forte ile 65 kiloyu ne 2 ayda nede 3 ayda verebilirsiniz. Ama sağlıklı (az demiyorum) yemek yer, bol su içerek kullanırsanız o zaman hedefinize ulaşabilirsiniz…”* ifadeleri ve

“Ödem Atıcı Ve Yağ Yakıcı 2 Farklı Ürün İçin Önerim” başlığı altında *“…1: Ödemi atmak için bromelain enzimi. Bromelain enzimleri hücrelerin su tutmasını engelleyen yapısı ile hücre genişliği varolan normal hacmine doğru küçülür. Bu da fazla suyun birikimini engelleyerek aşırı kilolu görünmesini engellediği gibi kilo verme sürecinde vazgeçilmez ilk seçenektir. Unutmayın, sadece ananas yiyerek “Bromelain” almanız güçtür. Bu nedenle Bromelain içeren suda eriyen tabletleri denemeniz daha iyi bir seçenek olacaktır. 2: Ödemi atmaya başladık sıra yağları yakmada. Bromelain enzimleri ödem atmada dünyadaki en iyi enzim olduğu gibi metabolizmanın da hızlı çalışmasını sağlar. Fakat bunun için bromelain ile birlikte quercetin ve q10 proteinleri de alınmalı. Dikkat: Aynı anda alınmalı: Bromelain, quercetin ve q10 enzimleri aynı anda alınmazsa “Bromelain” tek başına sadece ödem atmada çok iyi yol alır. Yağ yakımında bu üç enzim birleşince maksimum bir yağ yakımı elde eder ve çok hızlı sürede “Sağlıklı” kilo verilmeye başlarsınız. Varolan ödem ve şişkinliği yok eder. Sarkmaları toparlar. Sırt, bel ve göbekteki inatçı yağları yakar. Metabolizma çok hızlı çalışır. Şeker hastaları için uyku gibi sorunları ortadan kaldırır.” şeklinde, https://bromelain-store.shop/ isimli internet sitesinde “Yağ yakımında ve ödem atımında devrim. Günde 200-250 gram yağ kaybı garantisi ile eczane destekli. Ödem atıcı bromelain enzimi. Yağ yakıcı quercetin ve q10 proteini. İnsanlar diyete bağlı kilo verdiğinde çoğunlukla kas ve az miktarda yağ kaybederler. Ancak yeniden kazanılan kilo çoğunlukla yağdır. Be nedenle yaş geçtikçe sarkmalar daha fazlalaşır. Bromelain Forte işte bu döngüyü kırarak vücudun su depolamasını engeller ve sert yağlara müdahale ederek yağları parçalar. Ödem atmak için sabah aç karnına uyandığınızda bir bardak suya efervesanı atın ve için. Gerisini Bromelain Forte’a bırakın. Vücudunuzdaki ödemi ve şişkinliği çok hızlı bir sürede atacaktır. Gerçek ve eczane destekli yağ yakıcı ve ödem atıcı ile tanışın. Patentli içeriği sayesinde yemeklerdeki yağ ve şeker ile birlikte vücutta biriken sert yağları parçalamaya başlar. Parçalanan yağ hücreleri tekrar emilemez ve dışarı atılır.”* ifadeleri ile beraber “Bromelain Forte” isimli gıda takviyesi görseline yer verildiği ve söz konusu ürünün satışının yapıldığı https://bromelain-turkey.shop/?ref=cetiner bağlantısına yönlendirme yapıldığı,

“Ödem Atmadan Yağ Yakamazsınız. Hem Ödem Atın Hem Yağ Yakın. Soru / Cevap” başlığı altında *“Diğer Bromelain Takviyelerini Önermiyor musunuz? Amacınız ödem atmak ve yağ yakmak ise önermiyorum. Diğer markaların Bromelain takviyeleri ile birlikte ayrıca Quercetin ve Q10 alıp kullanırsanız olabilir. 3 farklı takviye kullanmak yerine tek bir takviye kullanmak daha mantıklı değil mi?”* ifadeleri ve “Hangi Bromelain Satın Alınmalı, Nelere Dikkat Edilmeli? / Kısa Ve Öz Yazı” başlığı altında *“Neden Bromelaın Forte Markasını Öneriyorsunuz? Çünkü içinde Bromelain oranı çok fazla (her bir tablette 3000 Mg.) Ayrıca içinde Quercetin ve Q10’da bulunuyor. Diğer Ürünlerinde Özelliklerini Yazar mısınız? Tabi. Aşağıda tablo da şu an en çok satılan ürünleri ve özelliklerini de belirtiyorum. Nutraxin Bromelain 500 Mg. Günlük dozaj düşük (500 mg.) Bu nedenle günde 10 adet hap yutma şansınız malesef yok. İçinde Quercetin ve Q10 bulunmuyor. Ayrıca satın almak gerekir bu da + masraf. Fiyatı 115 TL .Solgar Bromelain 150 Mg. Günlük dozaj çok düşük (150 mg.) Günde 30 hap içmenin mümkünü yok. Hayati riski doğurur. Bu gramajda da vücut için avantajı yok. İçinde Quercetin ve Q10 bulunmuyor. Ayrıca satın almak gerekir bu da + masraf Fiyatı 189 TL Canfeza Bromelain Plus 1000Mg. Günlük dozaj 1000 Mg. ve günde 5 defa kullanım ile ancak tamamlanabilir. İçinde Quercetin ve Q10 bulunmuyor. Ayrıca satın almak gerekir bu da + masraf. Fiyatı sitesinde 289 TL. Bromelain Forte 3500 Mg. Günlük dozaj sadece Bromelain 3000 Mg. ve günde 2 defa kullanım için çok ideal bir takviye.İçinde Quercetin, Q10 ve C Vitamini bulunuyor. İşte hızlıca yağ yakacak olan süreç için önerim. Fiyatı sitesinde 79 TL Trendyol’da 105 TL”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, https://eczacihuseyincetiner.com adresli internet sitesinin 22.02.2022 tarihli görünümünde yer alan “Bromelain Forte” isimli gıda takviyesine ilişkin tanıtımlarda,

“Bromelaın + Quercetın + Q10 3’lüsü Kullanan İstanbul Pendik’ten Şükran Hanımın Başarı Öyküsü” başlığı altında *“…2 ayda 21 kilo ile rekora koşmuş…Orijinal Ürünleri Kullanmak Çok Önemli. Ya Eczaneden alın ya da kendi resmi sitesinden. Ben resmi sitesinin linkini paylaşıyorum…”* ifadeleri,

“Ödem Atmadan Yağ Yakamazsınız. Hem Ödem Atın Hem Yağ Yakın. Soru / Cevap” başlığı altında *“…Ödem atmak ve yağ yakmak için Bromelain yeterli mi? Hayır. Tek başına bromelain yeterli olmaz. Fakat Bromelain ile birlikte Quercetin ve Q10 da almanız gerekir. Bu 3’ünün birlikte olduğu bir formül ancak hem ödem atar hemde yağ yakmanızı kolaylaştırır. Hangi sorunlar için kullanılabilir? Vücudun fazla su tutması (Ödem). Ödeme bağlı ayaklarda ve bacaklarda kalınlaşma, şişkinlik. Aşırı yeme hissi. Sırt ve beldeki sert yağlar. Kalça ve kalın bacaklar. Aşırı yağlanma. Göbekte ve farklı yerlerde kiloya bağlı sarkmalar. Selülitler… Hangi Ürünü Öneriyorsunuz? Bromelain, Quercetin ve Q10’unda bulunduğu şimdilik tek bir tablet var. Efervesan olarak kullanılabilen Bromelain Forte‘yi öneriyorum...Önceden Kullanan ve Zayıflamış İnsanlar Var mı? Kesinlikle. Size bu yazımda Sinan beyi anlatabilirim. Kilosu obezite sınırlarını dahi aşmış durumdaydı. Toplamda 5 ayda 65 kilo verdi. Peki nasıl ilerledi? Günlük Sağlıklı Beslenme + Bol Su + Bromelain Forte. Sadece Bromelain Forte ile 65 kiloyu ne 2 ayda nede 3 ayda verebilirsiniz. Ama sağlıklı (az demiyorum) yemek yer, bol su içerek kullanırsanız o zaman hedefinize ulaşabilirsiniz…”* ifadeleri ve

“Ödem Atıcı Ve Yağ Yakıcı 2 Farklı Ürün İçin Önerim” başlığı altında *“…1: Ödemi atmak için bromelain enzimi. Bromelain enzimleri hücrelerin su tutmasını engelleyen yapısı ile hücre genişliği varolan normal hacmine doğru küçülür. Bu da fazla suyun birikimini engelleyerek aşırı kilolu görünmesini engellediği gibi kilo verme sürecinde vazgeçilmez ilk seçenektir. Unutmayın, sadece ananas yiyerek “Bromelain” almanız güçtür. Bu nedenle Bromelain içeren suda eriyen tabletleri denemeniz daha iyi bir seçenek olacaktır. 2: Ödemi atmaya başladık sıra yağları yakmada. Bromelain enzimleri ödem atmada dünyadaki en iyi enzim olduğu gibi metabolizmanın da hızlı çalışmasını sağlar. Fakat bunun için bromelain ile birlikte quercetin ve q10 proteinleri de alınmalı. Dikkat: Aynı anda alınmalı: Bromelain, quercetin ve q10 enzimleri aynı anda alınmazsa “Bromelain” tek başına sadece ödem atmada çok iyi yol alır. Yağ yakımında bu üç enzim birleşince maksimum bir yağ yakımı elde eder ve çok hızlı sürede “Sağlıklı” kilo verilmeye başlarsınız. Varolan ödem ve şişkinliği yok eder. Sarkmaları toparlar. Sırt, bel ve göbekteki inatçı yağları yakar. Metabolizma çok hızlı çalışır. Şeker hastaları için uyku gibi sorunları ortadan kaldırır.” şeklinde, https://bromelain-store.shop/ isimli internet sitesinde “Yağ yakımında ve ödem atımında devrim. Günde 200-250 gram yağ kaybı garantisi ile eczane destekli. Ödem atıcı bromelain enzimi. Yağ yakıcı quercetin ve q10 proteini. İnsanlar diyete bağlı kilo verdiğinde çoğunlukla kas ve az miktarda yağ kaybederler. Ancak yeniden kazanılan kilo çoğunlukla yağdır. Be nedenle yaş geçtikçe sarkmalar daha fazlalaşır. Bromelain Forte işte bu döngüyü kırarak vücudun su depolamasını engeller ve sert yağlara müdahale ederek yağları parçalar. Ödem atmak için sabah aç karnına uyandığınızda bir bardak suya efervesanı atın ve için. Gerisini Bromelain Forte’a bırakın. Vücudunuzdaki ödemi ve şişkinliği çok hızlı bir sürede atacaktır. Gerçek ve eczane destekli yağ yakıcı ve ödem atıcı ile tanışın. Patentli içeriği sayesinde yemeklerdeki yağ ve şeker ile birlikte vücutta biriken sert yağları parçalamaya başlar. Parçalanan yağ hücreleri tekrar emilemez ve dışarı atılır.”* ifadeleri ile beraber “Bromelain Forte” isimli gıda takviyesi görseline yer verildiği ve söz konusu ürünün satışının yapıldığı https://bromelain-turkey.shop/?ref=cetiner bağlantısına yönlendirme yapıldığı,

Ancak, söz konusu ifadelerin tanıtımı yapılan ürünü sağlıkla ilişkilendiren sağlık beyanları olduğu, böylelikle söz konusu ürün 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,

Diğer taraftan, “Ödem Atmadan Yağ Yakamazsınız. Hem Ödem Atın Hem Yağ Yakın. Soru / Cevap” başlığı altında yer verilen *“Diğer Bromelain Takviyelerini Önermiyor musunuz? Amacınız ödem atmak ve yağ yakmak ise önermiyorum. Diğer markaların Bromelain takviyeleri ile birlikte ayrıca Quercetin ve Q10 alıp kullanırsanız olabilir. 3 farklı takviye kullanmak yerine tek bir takviye kullanmak daha mantıklı değil mi?”* ifadeleri ve “Hangi Bromelain Satın Alınmalı, Nelere Dikkat Edilmeli? / Kısa Ve Öz Yazı” başlığı altında yer verilen *“Neden Bromelaın Forte Markasını Öneriyorsunuz? Çünkü içinde Bromelain oranı çok fazla (her bir tablette 3000 Mg.) Ayrıca içinde Quercetin ve Q10’da bulunuyor. Diğer Ürünlerinde Özelliklerini Yazar mısınız? Tabi. Aşağıda tablo da şu an en çok satılan ürünleri ve özelliklerini de belirtiyorum. Nutraxin Bromelain 500 Mg. Günlük dozaj düşük (500 mg.) Bu nedenle günde 10 adet hap yutma şansınız malesef yok. İçinde Quercetin ve Q10 bulunmuyor. Ayrıca satın almak gerekir bu da + masraf. Fiyatı 115 TL .Solgar Bromelain 150 Mg. Günlük dozaj çok düşük (150 mg.) Günde 30 hap içmenin mümkünü yok. Hayati riski doğurur. Bu gramajda da vücut için avantajı yok. İçinde Quercetin ve Q10 bulunmuyor. Ayrıca satın almak gerekir bu da + masraf Fiyatı 189 TL Canfeza Bromelain Plus 1000Mg. Günlük dozaj 1000 Mg. ve günde 5 defa kullanım ile ancak tamamlanabilir. İçinde Quercetin ve Q10 bulunmuyor. Ayrıca satın almak gerekir bu da + masraf. Fiyatı sitesinde 289 TL. Bromelain Forte 3500 Mg. Günlük dozaj sadece Bromelain 3000 Mg. ve günde 2 defa kullanım için çok ideal bir takviye.İçinde Quercetin, Q10 ve C Vitamini bulunuyor. İşte hızlıca yağ yakacak olan süreç için önerim. Fiyatı sitesinde 79 TL Trendyol’da 105 TL”* ifadeleri ile piyasada bulunan diğer benzer gıda takviyelerinin kötülendiği, diğer taraftan Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin “Karşılaştırmalı Reklamlar” 8 inci maddesine göre takviye edici gıdaların karşılaştırmalı reklamının hiçbir şekilde yapılamayacağı,

Son olarak, ilgili mevzuat gereği, eczacılar ve eczaneler adına internet sitesi açılması yasak iken https://eczacihuseyincetiner.com alan adı ile tanıtım yapılmasının mevzuata aykırı olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- 1262 sayılı İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanunu’nun 13 üncü maddesi,

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

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

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

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

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

- Eczacılar ve Eczaneler Hakkında Yönetmelik’in 42 nci maddesi,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/1-b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/8-ç, 8/3, 10/1, 11/1, 9/1, 9/2, 9/4, 9/5, 26 ncı ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

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

**124)**

**Dosya No: 2022/467**

**Şikayet Edilen: Denge Center Teknoloji İletişim Bilgisayar Gıda İnş. San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Instagram isimli sosyal paylaşım sitesinde “baltonik\_sifa” isimli kullanıcı hesabında yer alan muhtelif takviye edici gıda ürünlerine ilişkin tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 22.02.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Instagram isimli sosyal paylaşım sitesinde “baltonik\_sifa” isimli kullanıcı hesabının 22.02.2022 tarihli görünümünde yer alan muhtelif takviye edici gıda ürünlerine ilişkin tanıtımlarda; “Baltonik Bal Şifa Karışım”isimli ürünün *“Şifa karışımı ile menopoza dur. Menopoz geciktirici. #hormondüzenleyici #yumurtakalitesi #erkenmenopoz #menopoz tedavisi”,* “Mucize Karışım”isimli ürünün *“Hamile kalmak isteyen bayanların dikkatine Mucize Karışımla artık bu mümkün. #hormondüzenleyici #yumurtakalitesi #erkenmenopoz #menopoz tedavisi”,* “Atom”isimli ürünün *“Erkeklerde sperm düşüklüğüne son. Cinsel performans arttırıcı. Sperm sayısı arttırmaya yardımcı. Vücuttaki ödemi atmaya yardımcıdır. Vücut hormon dengesini düzene sokacaktır.”,* “Baltonik Enerji”adlı ürünün *“Bağışıklık sisteminizi güçlendirecektir. Bu şekilde vücudunuz daha dinç ve hastalıklara karşı daha dirençli olacaktır. Vücuttaki ödemi atacaktır. Hücre yenilemesinde, vücut hormon dengesini düzene sokacaktır. Erken yaşlanmayı önler genç kalmanızı destekler.”* ve“Bebe Bal”isimli ürünün *“Artık bu kış çocuklarımız hasta olmayacak. Bağışıklık sistemini güçlendiren iştah açan Bebe Bal. #iştahsızbebek #iştahaçıcı”* ifadeleri ile tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, Instagram isimli sosyal paylaşım sitesinde “baltonik\_sifa” isimli kullanıcı hesabının 22.02.2022 tarihli görünümünde yer alan muhtelif takviye edici gıda ürünlerine ilişkin tanıtımlarda; “Baltonik Bal Şifa Karışım”isimli ürünün *“Şifa karışımı ile menopoza dur. Menopoz geciktirici. #hormondüzenleyici #yumurtakalitesi #erkenmenopoz #menopoz tedavisi”,* “Mucize Karışım”isimli ürünün *“Hamile kalmak isteyen bayanların dikkatine Mucize Karışımla artık bu mümkün. #hormondüzenleyici #yumurtakalitesi #erkenmenopoz #menopoz tedavisi”,* “Atom”isimli ürünün *“Erkeklerde sperm düşüklüğüne son. Cinsel performans arttırıcı. Sperm sayısı arttırmaya yardımcı. Vücuttaki ödemi atmaya yardımcıdır. Vücut hormon dengesini düzene sokacaktır.”,* “Baltonik Enerji”adlı ürünün *“Bağışıklık sisteminizi güçlendirecektir. Bu şekilde vücudunuz daha dinç ve hastalıklara karşı daha dirençli olacaktır. Vücuttaki ödemi atacaktır. Hücre yenilemesinde, vücut hormon dengesini düzene sokacaktır. Erken yaşlanmayı önler genç kalmanızı destekler.”* ve“Bebe Bal”isimli ürünün *“Artık bu kış çocuklarımız hasta olmayacak. Bağışıklık sistemini güçlendiren iştah açan Bebe Bal. #iştahsızbebek #iştahaçıcı”* ifadeleri ile tanıtımının 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 ve 13/1 ve 13/2 maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre, reklam veren **Denge Center Teknoloji İletişim Bilgisayar Gıda İnş. San. ve Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine  karar verilmiştir.

**125)**

**Dosya No: 2022/522**

**Şikayet Edilen: Sait AKA**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://magazaorganik.com adresli internet sitesinde yer alan muhtelif gıda takviyesi ürünlerine ilişkin tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 08.02.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://magazaorganik.com adresli internet sitesinde yer alan muhtelif gıda takviyesi ürünlerine ilişkin 08.02.2022 tarihli tanıtımlarda; ;“Biber Zayıflama Hapı 30 Kapsül” isimli ürünün *“Zayıflama.” Lida Zayıflama Hapı 30 Kapsül isimli ürünün “Zayıflama.”,*  “Matcha Zayıflama Çayı” isimli ürünün *“Zayıflama. Detox, diyet yok, Diyetsiz zayiflama.”,* “Kekreyemiş” isimli ürünün *“Yağ yakımı sağlayarak kilo vermenize yardımcı olur. Metabolizmayı hızlandırır. Kabızlık sorununu ortadan kaldırır. Kilo alımını azaltır. İdrar yolu enfeksiyonları. Böbrek sorunları ve böbrek taşları. Kan basıncını düşürür. Kan Şekerini Düzenler. Kalp krizi riskini azaltır. Kanser gelişme riskini en aza indirir.”*, “Pepper Time Soft 36 Kapsül” isimli ürünün *“24 Saat tokluk hissi. Sağlıklı zayiflama. Yeni pepper time, Zayiflama, Zayiflama biberi.”*, “Slim Tea Zayiflama Çayı 30 Süzme Poşet” isimli ürünün *“İştah kesme, yağ yakma ve ödem attırma özellikleri sayesinde kısa süre icerisinde kilo verimi konusunda etki göstermeye başlar. Metabolizma hızlandırır, kan şekeri ve kolesterolü düzenler.”,* “FX15 Zayıflama Hapı 60 Kapsül” isimli ürünün *“İştah kaybı, İştahı ne keser, Kilo vermek istiyorum.”* şeklinde ifadelerle tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar**: Yapılan incelemeler sonucunda,https://magazaorganik.com adresli internet sitesinde yer alan muhtelif gıda takviyesi ürünlerine ilişkin 08.02.2022 tarihli tanıtımlarda; ;“Biber Zayıflama Hapı 30 Kapsül” isimli ürünün *“Zayıflama.” Lida Zayıflama Hapı 30 Kapsül isimli ürünün “Zayıflama.”,*  “Matcha Zayıflama Çayı” isimli ürünün *“Zayıflama. Detox, diyet yok, Diyetsiz zayiflama.”,* “Kekreyemiş” isimli ürünün *“Yağ yakımı sağlayarak kilo vermenize yardımcı olur. Metabolizmayı hızlandırır. Kabızlık sorununu ortadan kaldırır. Kilo alımını azaltır. İdrar yolu enfeksiyonları. Böbrek sorunları ve böbrek taşları. Kan basıncını düşürür. Kan Şekerini Düzenler. Kalp krizi riskini azaltır. Kanser gelişme riskini en aza indirir.”*, “Pepper Time Soft 36 Kapsül” isimli ürünün *“24 Saat tokluk hissi. Sağlıklı zayiflama. Yeni pepper time, Zayiflama, Zayiflama biberi.”*, “Slim Tea Zayiflama Çayı 30 Süzme Poşet” isimli ürünün *“İştah kesme, yağ yakma ve ödem attırma özellikleri sayesinde kısa süre icerisinde kilo verimi konusunda etki göstermeye başlar. Metabolizma hızlandırır, kan şekeri ve kolesterolü düzenler.”,* “FX15 Zayıflama Hapı 60 Kapsül” isimli ürünün *“İştah kaybı, İştahı ne keser, Kilo vermek istiyorum.”* şeklinde ifadelerle tanıtımının 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 ve 13/1 ve 13/2 maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

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

**126)**

**Dosya No: 2022/619**

**Şikayet Edilen: Murat YARDIMCI**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.sifamecza.com adlı internet sitesinde yer alan “Dr. Shiffa” markalı muhtelif gıda takviyelerine ilişkin tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 11.02.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.sifamecza.com adlı internet sitesinin 11.02.2022 tarihli görünümünde “Adet Düzensizliği, Bel Soğukluğu, Alzheimer, Astım, Egzama vb.” başlıklı kategoriler altında “Dr.Shiffa Depresyon Seti (1 Aylık Kür)” adlı ürüne ilişkin olarak; “*Bipolar bozukluk tedavisinde kullanılır. Unutkanlığı giderir. Günlük aktivitelerinizden zevk almanızı sağlar. Herşeyi Olumsuz olarak algılamanızı engeller. Depresyona bağlı diğer sıkıntıları ortadan kaldırır. Uykusuzluk yada aşırı uyku halini giderir. Halsizlik yorgunluk gibi sıkıntılarınızı giderir.”*, “Dr.Shiffa Akdeniz Ateşi Seti (1 Aylık kür)” adlı ürüne ilişkin olarak; *“İltahabi atakları engellemeye, Ataklar sırasında meydana gelen karın ağrısını durdurmaya, Akciğer zarlarındaki iltahaplanmayı engelleyerek göğüs ağrılarını hafifletmeye, Eklem ağrılarını ve şişkinliklerini engellemeye, Deri döküntülerini gidermeye, Kas ağrılarını hafifletmeye yardımcı olur.”*, “Dr.Shiffa Damar Tıkanıklığı Seti (1 Aylık kür)” adlı ürüne ilişkin olarak; *“Tıkanık damarları açmaya yardımcı olur. Kan basıncını düzenlemeye yardımcı olur. Bağışıklık sistemini kuvvetlendirmeye yardımcı olur. Cinsel fonksiyon bozukluğunu gidermeye yardımcı olur. Yüksek tansiyonu engellemeye yardımcı olur. Kalp çarpıntılarını gidermeye yardımcı olur. Kolestrolü düzenlemeye yardımcı olur. Tıkanık damarları açarak dolaşımı düzenlemeye yardımcı olur. Yüksek şekeri düşürmeye yardımcı bitkisel destek ürünüdür.”*, “Dr.Shiffa Alzheimer Seti” adlı ürüne ilişkin olarak; *“Unutkanlık sorunlarının giderir. Hafıza kayıplıklarının giderir. Parkinson rahatsızlığı tedavisinde kullanılır. Alzheimer hastalığı tedavisine kullanılır. Bağışıklık sistemini güçlendirir. Vücuda zindelik kazandırır.”* ifadelerine ve benzer ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, www.sifamecza.com adlı internet sitesinin 11.02.2022 tarihli görünümünde “Adet Düzensizliği, Bel Soğukluğu, Alzheimer, Astım, Egzama vb.” başlıklı kategoriler altında “Dr.Shiffa Depresyon Seti (1 Aylık Kür)” adlı ürüne ilişkin olarak; “*Bipolar bozukluk tedavisinde kullanılır. Unutkanlığı giderir. Günlük aktivitelerinizden zevk almanızı sağlar. Herşeyi Olumsuz olarak algılamanızı engeller. Depresyona bağlı diğer sıkıntıları ortadan kaldırır. Uykusuzluk yada aşırı uyku halini giderir. Halsizlik yorgunluk gibi sıkıntılarınızı giderir.”*, “Dr.Shiffa Akdeniz Ateşi Seti (1 Aylık kür)” adlı ürüne ilişkin olarak; *“İltahabi atakları engellemeye, Ataklar sırasında meydana gelen karın ağrısını durdurmaya, Akciğer zarlarındaki iltahaplanmayı engelleyerek göğüs ağrılarını hafifletmeye, Eklem ağrılarını ve şişkinliklerini engellemeye, Deri döküntülerini gidermeye, Kas ağrılarını hafifletmeye yardımcı olur.”*, “Dr.Shiffa Damar Tıkanıklığı Seti (1 Aylık kür)” adlı ürüne ilişkin olarak; *“Tıkanık damarları açmaya yardımcı olur. Kan basıncını düzenlemeye yardımcı olur. Bağışıklık sistemini kuvvetlendirmeye yardımcı olur. Cinsel fonksiyon bozukluğunu gidermeye yardımcı olur. Yüksek tansiyonu engellemeye yardımcı olur. Kalp çarpıntılarını gidermeye yardımcı olur. Kolestrolü düzenlemeye yardımcı olur. Tıkanık damarları açarak dolaşımı düzenlemeye yardımcı olur. Yüksek şekeri düşürmeye yardımcı bitkisel destek ürünüdür.”*, “Dr.Shiffa Alzheimer Seti” adlı ürüne ilişkin olarak; *“Unutkanlık sorunlarının giderir. Hafıza kayıplıklarının giderir. Parkinson rahatsızlığı tedavisinde kullanılır. Alzheimer hastalığı tedavisine kullanılır. Bağışıklık sistemini güçlendirir. Vücuda zindelik kazandırır.”* ifadelerine ve benzer ifadelere 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;

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

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre, reklam veren **Murat YARDIMCI** 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.

**127)**

**Dosya No: 2022/864**

**Şikayet Edilen: Hakan YILDIRIM**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://prostavec-ep.com/ adresli internet sitesinde yer alan “Prostavec Complex” adlı takviye edici gıda niteliğindeki ürüne ilişkin tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 28.02.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://prostavec-ep.com/ adresli internet sitesinin 28.02.2022 tarihli görünümünde yer alan “Prostavec Complex” adlı takviye edici gıda niteliğindeki ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Prostat rahatsızlığınız mı var? Prostat tedavisine yardımcı. İdrar kanallarında iyileşme, sertleşme sorununa gözle görülür etki. İdrar kanallarında %85 sertleşme sorununa %85 damar baskıyı azaltma %90. Diğer belirtileri ortadan kaldırdığı gibi, Psa değerlerini normal seviyelere ulaşmasını sağlar. İdrar frekansını azaltın ve banyo ziyaretlerini durdurun. Büyütülmüş prostat shrink & fonksiyonu optimize. Cinsel işlevinizi geliştirin ve erkekliğinizi koruyun. Prostat bakımı ve idrar sağlığını koruyun. Rahatsız edici gezileri geceleri sık idarara çıkmayı bırakın ve tam bir gece uykusu alın! Sık idrara çıkma, prostat sağlığının ilk belirtisidir. Prostavec EP prostat sağlığını desteklemek için özenle seçilmiş bitki özleri içerir. Prostavec içinde bulunan Epilobium kontrollü bir çalışmada inanılmaz sonuçlar ortaya çıkardıktan sonra prostat sağlığı için büyük bir ilgi oluşturuyor: Üç ay boyunca epilobium kullananlarda, gün içi idrar sıklığında % 15lik bir düşüş ve bazılarında ise %39’luk bir düşüş yaşandı. Prostavec Complex ile prostat dur deyin!”* şeklinde ifadeler ile tanıtım yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, https://prostavec-ep.com/ adresli internet sitesinin 28.02.2022 tarihli görünümünde yer alan “Prostavec Complex” adlı takviye edici gıda niteliğindeki ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Prostat rahatsızlığınız mı var? Prostat tedavisine yardımcı. İdrar kanallarında iyileşme, sertleşme sorununa gözle görülür etki. İdrar kanallarında %85 sertleşme sorununa %85 damar baskıyı azaltma %90. Diğer belirtileri ortadan kaldırdığı gibi, Psa değerlerini normal seviyelere ulaşmasını sağlar. İdrar frekansını azaltın ve banyo ziyaretlerini durdurun. Büyütülmüş prostat shrink & fonksiyonu optimize. Cinsel işlevinizi geliştirin ve erkekliğinizi koruyun. Prostat bakımı ve idrar sağlığını koruyun. Rahatsız edici gezileri geceleri sık idarara çıkmayı bırakın ve tam bir gece uykusu alın! Sık idrara çıkma, prostat sağlığının ilk belirtisidir. Prostavec EP prostat sağlığını desteklemek için özenle seçilmiş bitki özleri içerir. Prostavec içinde bulunan Epilobium kontrollü bir çalışmada inanılmaz sonuçlar ortaya çıkardıktan sonra prostat sağlığı için büyük bir ilgi oluşturuyor: Üç ay boyunca epilobium kullananlarda, gün içi idrar sıklığında % 15lik bir düşüş ve bazılarında ise %39’luk bir düşüş yaşandı. Prostavec Complex ile prostat dur deyin!”* şeklinde ifadeler ile tanıtım 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 ve 13/1 ve 13/2 maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

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

**128)**

**Dosya No: 2021/5295**

**Şikayet Edilen: Özge BAŞOĞLU**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.instagram.com/detoxonshop/ ve https://www.instagram.com/dyt.ozgebasoglu/ adresli sosyal medya hesaplarında "Detoxon" adlı ürüne yönelik mevzuata aykırı sağlık beyanlarıyla gerçekleştirilen reklamlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 11.12.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.instagram.com/p/CaaHrs5obdT/ adresli sosyal medya hesabının 25.02.2022 tarihli görünümünde; "Herkese merhaba. Sevgili danışanım Arda Kural ile birlikteyiz. Şimdi biz 1 aydır diyet yapıyoruz ve bugün tam 4.haftamızın sonuna geldik. Kaç kilo verdik? -14. -113'le başladık 99 kilodayız. İlk başladığımızda çok yüksek karaciğer yağlanmamız vardı. 13'le başladık 6'ya düşürdük." şeklinde, https://www.instagram.com/dyt.ozgebasoglu/ adresli sosyal medya hesabının 25.02.2022 tarihli görünümünde; "Hepinizin çok sevdiği@ardakuralonline1 ayda tam 14 kg verdi hem de yorulmadan, sıkılmadan. Süreçle alakalı çok mesaj aldım, sizleri de bu güzel fotoğrafla aydınlatmış olayım. Arda’yla 113 kiloyla başladık yolculuğumuza şu an 99 kilodayız verecek 9 kilomuz daha kaldı. Başlangıçta yoğun bir ödem şikayeti ve karaciğer yağlanması vardı. 1 ay gibi kısa bir sürede hem ödem problemini@detoxonshopyardımı ile çözdük hem de uyguladığımız birbirinden renkli beslenme programlarıyla karaciğer yağlanmasını 13’ten 6’ya düşürdük." şeklinde, https://www.instagram.com/p/CaKw5xnqRTd/ adresli sosyal medya hesabının 25.02.2022 tarihli görünümünde; "Ve beklenen gün geldiii. 3 günde 3 kilo vermeye hazır mısınız?? Hadi detaylara geçelim. Bu 3 günde sizlerle hem aralıklı orucu hem de sağlıklı detoksu deneyimleneceğiz. Uyandıktan sonra 1 saat içinde tüketilecek: 1 litre su içine yarım salatalık, 1 çubuk tarçın, 1 avuç nane, yarım limon, 1 avuç maydonoz eklenir. (Geceden veya sabah hazırlanabilir) İLK ÖĞÜN: Açlık tamamen hissedildiğinde tüketilecek: -8 kaşık light yoğurt içine yarım avuç kuru üzüm, 1 çay kaşığı tarçın, serçe parmak kalınlığında 1 dilim ananas, 2 tam ceviz içi eklenir. -1 fincan sade Türk kahvesi veya 1 kupa bardak filtre kahve. ARA ÖĞÜN: 15.00-16.00 -1 kupa bardak Detoxon Fit /Fit Plus (yeşil çay da kullanılabilir) -2 kuru kayısı ve 6 adet badem" şeklinde ifadeleri içeren tanıtımlara yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, bahse konu tanıtımlarda bilimsel olarak ispata muhtaç ifadeler kullanılarak mevzuatta izin verilen sağlık beyanlarının dışına çıkan tüketicileri yanıltıcı beyanlara yer verildiği, bu doğrultuda kilo alma miktarına veya oranına atıfta bulunan ifadelerle söz konusu ürünün metabolik yapıda değişiklik meydana getirerek insan sağlığına doğrudan veya dolaylı olarak fayda sağlayan bir “tıbbi ürün” gibi tanıtıldığı, bu kapsamda bir bütün olarak değerlendirildiğinde, tanıtımlarda yer alan ifadelerin "sağlık beyanı" niteliğinde olduğu ve yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre herhangi bir ürüne ilişkin olarak sağlık beyanında bulunabilmesi için ilgili idari otoriteden (Sağlık Bakanlığı Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Kurumu) izin alınması gerekirken, kullanılan bu beyanlar için ilgili otoriteden izin alınmadığından söz konusu beyanların doğruluğunun ispat edilmiş sayılamayacağı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

- Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği’nin 15/b maddesi,

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna  **,**

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

**129)**

**Dosya No: 2021/5884**

**Şikayet Edilen: Altıparmak Gıda San. Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Tuğba PARILTI isimli gıda mühendisi ve sosyal medya etkileyicisine ait https://www.instagram.com/gidamuhendisianlatiyor/ adresli sosyal medya hesabında, https://www.instagram.com/p/CXsyBWzNwOO/ uzantılı adreste "Apitera Propolis" markalı ürüne yönelik gerçekleştirilen tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 22.12.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Tuğba PARILTI isimli gıda mühendisi ve sosyal medya etkileyicisine ait https://www.instagram.com/gidamuhendisianlatiyor/ adresli sosyal medya hesabında, https://www.instagram.com/p/CXsyBWzNwOO/ uzantılı adreste yer alan paylaşımın 14.01.2022 tarihli görünümünde; “Propolis Deyip Geçmeyin! Propolis günlük beslenmemde takviye olarak kullandığım bir ürün. Sizlerle yeni öğrendiğim bazı bilgileri toparlayıp paylaşacağımı söylemiştim. Hem bilgileri özetledim, hem de sizlere @apitera\_tr işbirliği ile Apitera Propolis Plus ürününü anlattım, sondaki videoyu izlemeyi unutmayın. Öğrendiğimde şaşırdığım bazı bilgiler ve hayran kaldığım ürünler oldu, bunlardan biri de Apitera Propolis Plus. Çünkü tam 250 mg saf propolis içeriyor. Özel bir teknolojiyle suda çözdürülerek propolisi elde ediliyor. Tadı haliyle keskin, ben balla karıştırarak tüketiyorum. İçeceğinize, yoğurda vb ekleyebilirsiniz tüketirken. Hava, ışık geçirmeyen tek kullanımlık ambalaj bu ürünü seçmemdeki en önemli etmenlerden biri. Bu ürünü eczanelerde bulabilirsiniz. \*Avrupa Bilim ve Teknoloji Dergisi’nde yayınlanan, ‘Piyasada Satılan Ticari Propolis Örneklerinin Biyoaktif Bileşenlerinin Belirlenmesi’ başlıklı araştırma. Yayın tarihi: 19-31, Ağustos 2020 #işbirliği #arılarınsırrı #apiterapi #propolis. (…)Propolis genel olarak alkol veya su ya da propilen glikol gibi bir çözücü kullanılarak ekstrakte edilir. Ve ülkemizde de ticari olarak üretilen propolisler damlalıklı şişede, kavanozda ballı karışım halinde ya da tek kullanımlık çıtlatılan ambalajlarda satışa sunulmaktadır. Yapılan “Piyasada Satılan Ticari Propolis Örneklerinin Biyoaktif Bileşenlerinin Belirlenmesi” isimli çalışmada yerli ve yabancı markalardan toplam 14 farklı ticari propolis örneği temin edilmiştir. Farklı çözücü maddeler (alkol, su, propilen glikol vb.) içeren, damlalıklı saşe ve tek kullanımlık saşe ambalajdaki bu propolis örneklerinde toplam fenolik ve toplam flavonoid madde miktarı ile fenolik bileşen kompozisyonu analizi yapılmıştır. En yüksek toplam fenolik ve toplam flavonoid madde miktarı su bazlı olarak beyan edilen tek kullanımlık saşe üründe tespit edilmiştir. Yine su bazlı olarak beyan edilen tek kullanımlık saşe üründe analiz edilen 43 farklı fenolik bileşenden 42 tanesi tespit edilerek fenolik madde çeşitliliği bakımından da en üst sırada yer almıştır. Su bazlı, tek kullanımlık ambalajı ile satışa sunulan Apitera Propolis Plus ürünü bir paketinde içerdiği 250 mg saf propolis ile piyasadaki en yüksek etken maddeye sahip propolis özelliği taşımaktadır.” şeklinde ifadeleri içeren tanıtımlara yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu reklamda yer alan ifadelerin takviye edici gıda ürünlerinin karşılaştırmalı reklamı olarak nitelendirilemeyeceği, yapılan analiz neticesinde ürünün bileşiminde bulunan besin öğelerinin miktarına ilişkin sonuçlara yer verildiği, piyasada satışa sunulan diğer herhangi bir markanın zikredilmediği ya da kötülenmediği, bir bütün olarak değerlendirildiğinde reklamda yer alan ifadelerin mevzuat sınırları içerisinde kaldığı, bu itibarla anılan tanıtımın tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı bir nitelik teşkil etmediği 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.

**130)**

**Dosya No: 2022/7**

**Şikayet Edilen: Sanofi Sağlık Ürünleri Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.instagram.com/pharmatontr/ adresli sosyal medya hesabında "Pharmaton" markalı gıda takviyesi ürünlerine yönelik tanıtımlarda yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 27.09.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.instagram.com/pharmatontr/ adresli ve "Pharmaton Türkiye" isimli sosyal medya hesabının 28.10.2021 tarihli görünümünde "Pharmaton" markalı gıda takviyesinin “Pharmaton Vitality Kapsül”, “Pharmaton Vitality Efervesan Tablet”, “Pharmaton Essential Daily”, “Pharmaton Essential Women”, “Pharmaton Essential Men”, “Pharmaton 50+” adlı çeşitlerine yönelik olarak; https://www.instagram.com/p/CQgE0TYKb1G/ uzantılı url adresinde; "İş öncesi sabah koşusu yaparak güne enerjik başlamak mı yoksa uykusuzluktan gözler şiş bilgisayar başına oturmak mı? Günde 1 Pharmaton #DahaFazlaSen. Pharmaton Essential Men (...)Yorgunluğun ve bitkinliğin azalmasına destek olur. (...)Normal kas fonksiyonlarının korunmasına katkıda bulunur. (...)Bağışıklık sisteminin normal fonksiyonuna katkıda bulunur." şeklinde, https://www.instagram.com/p/CQQ2w1zL-oV/ uzantılı url adresinde; "Zorlu sınav maratonunda Pharmaton Vitality yanında! Günde 1 Pharmaton. #DahaFazlaSen" şeklinde, https://www.instagram.com/p/CPX22Z-qsLV/ uzantılı url adresinde; "Üst üste gelen sınavların konsantrasyonunun azalmasına, yorgunluğa neden olabilir ama üzülme! Pharmaton Vitality Vitamin C, vitamin B3, B6, B2, B1, B12, vitamin D, mineraller ve Ginseng G115 içerir. Vitamin C, vitamin B3, B6, B2, B1, B12, normal enerji oluşum metabolizmasına katkıda bulunur. Günde 1 Pharmaton #DahaFazlaSen #PharmatonVitality" şeklinde, https://www.instagram.com/p/CMrW7PkCb2s/ uzantılı url adresinde; "Mevsim geçişlerinde sen de kendini yorgun hissediyor musun? Vitamin C, vitamin B3, B6, B2, B1, B12 normal enerji oluşum metabolizmasına katkıda bulunur. En zorlu zamanlarda bile #DahaFazlaSen #PharmatonVitality" şeklinde, https://www.instagram.com/p/CLWaelJCA4O/ uzantılı url adresinde; "Soğuk havalar hastalığa davetiye çıkarmasın. Pharmaton, Ginseng G115’in yanında vitamin C, vitamin B6, vitamin B12, vitamin D ve mineral içeriyor. Vitamin C, vitamin B6, vitamin B12, vitamin D bağışıklık sisteminin normal fonksiyonuna katkıda bulunur. #DahaFazlaSen" şeklinde, https://www.instagram.com/p/B\_eqQ3zjo9n/ uzantılı url adresinde; "Pharmaton Vitality, etkinliği klinik olarak kanıtlanmış Ginseng G115 ile ihtiyaç duyulan normal enerji oluşum metabolizmasına, yorgunluk ve bitkinliğin azalmasına, bağışıklık sisteminin normal fonksiyonuna katkıda bulunur. Günde 1 Pharmaton, #DahaFazlaSen" şeklinde, https://www.instagram.com/p/CNuhAyWCsip/ uzantılı url adresinde, "Mevsim geçişlerinin yaşandığı bu aylarda bağışıklık sisteminin normal fonksiyonuna, yorgunluğun ve bitkinliğin azalmasına katkıda bulun! Günde 1 Pharmaton #DahaFazlaSen" şeklinde, https://www.instagram.com/p/CVdJir1ofte/ uzantılı url adresinde; "Bağışıklık" şeklinde ifadeleri içeren tanıtımlara 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 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, 9/1, 26/1’inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

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

**131)**

**Dosya No: 2022/103**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.instagram.com/detoxonshop adresli sosyal medya hesabında ve muhtelif anonim sosyal medya hesaplarında sağlık beyanıyla ve örtülü biçimde gerçekleştirilen reklamlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 08.01.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.instagram.com/detoxonshop/ adresli sosyal medya hesabının 12.01.2022 tarihli görünümünde "Detoxon" adlı ürüne yönelik olarak; "*Detoxon'da Ne Var? Mayıs Papatyası. Mayıs papatyası kas gerginliklerimiz ve anksiyete tedavisinde ilk aradığımız bitkilerden biri. Aynı zamanda sindirim sistemi rahatsızlıkları etkilerini azaltmak için yemeklerden sonra tüketilmesi önerilmekte. Spazm ve gaz şikayetlerimizin çözümünde ve bebeklerde gaz ve ağrılarda kurtarıcımız oluyor. (…)Canım danışanlarım Şu mesajları okurken nasıl mutlu oluyorum, nasıl duygulanıyorum anlatamam. (…)Nisa Hanım bize annesi için ulaşmıştı. İkna etme kısmı da bana kaldı. Çok zorlanmadan ikna ettik başladık. Kolesterolü yüksekti karaciğer yağlanması vardı ve rahat nefes alamıyordu. Yürüme konusunda da malesef zorluk çekiyordu. Sadece 1 ayda neler mi oldu? Kolesterolümüzü normal seviyelere indirdik, artık yürüyüşler yapabiliyor hem de 6 kg ağırlık kaybı yaşadık. Şimdi her konuşmamız bol kahkahalı çok mutlu, karşılıklı güvenimiz de sonsuz. Siz de yolculuğunuzun bu kadar keyifli geçmesini istiyorsanız sizleri de aramızda görmek çok isteriz. Detoxon fit kalmanın ennn kolay yolu! (…)Detoxon'da Ne Var? Kekik. Tansiyon dostu kekik. Kekik, kan basıncınızı düşürerek yüksek tansiyonu önler. Ateş düşürücü özelliğe sahiptir. Göğüs ağrılarınızın azalmasına yardımcı olur. Regl sancılarınızı azaltır. Uykusuzluk sorununuzu giderir, beyin hücrelerinizin sağlığını korur. Şifa deposu kekik içeren Detoxon Fit Plus ile daha güzel günler diliyoruz. (…)Listelerimizle danışanlarımızın sağlık ve beslenme sorunlarına çözüm getirirken Detoxon Fit de takviye edici kullandığımız en özel gıda takviyelerinden. Siz de bedeninize ve ruhunuza en uygun süreci bulmak için bize ulaşın. (…)Detoxon’da Ne Var? Hibiskus. Kan basıncını düşürür, vücuttaki serbest radikallerle savaşır. Yüksek C vitamini miktarı ile bağışıklık sisteminizi güçlendirir. Bağırsak hareketlerini artırır, sindirim sisteminizin çalışmasına yardımcı olur. (…)Antioksidan nedir? Antioksidanlar, hücrelerimizdeki serbest radikal olarak adlandırılan hasar verici molekülleri temizleyerek hücre hasarını önler. Kırmızı meyvelerde ve sebzelerde bol miktarda bulunur. Detoxon da geniş antioksidan içeriğiyle hücrelerinizin hasar görmemesine yardımcı olur. Bilgi ve sipariş için hemen bize yazın." şeklinde, https://www.instagram.com/detoxonfit/ adresli sosyal medya hesabının 08.04.2022 tarihli görünümünde "Detoxon" adlı ürüne yönelik olarak; "Potasyum kaynağı: Mısır Püskülü. İçerdiği posa miktarıyla tokluk sağlar, kan şekerini dengelerken kan basıncını da düzenler. Detoxon, en sağlıklı bitkileri birleştirerek size en güzel formülü hazırladı. (…)Pek çoğumuz bence ismini duymadık, bugün sizi yeni bir isimle tanıştıracağım: Piren Otu. Piren otu; en etkili yağ yakıcı olarak bilinmektedir. Yağların vücuda girişini bloke ederek karın ve basen bölgesindeki yağların yakımında etkilidir. Kolesterolü düşürmeye yardımcı olur. İdrar söktürücü ve ödem atıcı özellikleri bulunmaktadır. (…)Kaçamak yaparak da istediğimiz beden formuna kavuşmak mümkün mü? İşte cevabı… Sevgili danışanım Ebru’yla 2 haftanın sonunda 5 kiloya veda ettik, artık daha hafifiz ve kendimizden daha eminiz. Yüksek beden ağırlığı maalesef uyku düzenini olumsuz etkiliyor, iyi dinlenemeyen bir beden de güne mutlu başlayamıyor. Biz hem uykumuzu düzene soktuk hem de güne artık daha mutlu uyanıyoruz. Siz de benzer sorunlar yaşıyorsanız, daha fit bir bedene kavuşmak istiyorsanız tanışmak için sabırsızlanıyorum!"* şeklinde ifadeleri içeren tanıtımlara yer verildiği,

Diğer taraftan, www.instagram.com adresli sosyal medya platformunda faaliyet gösteren muhtelif popüler ve anonim hesaplardan paylaşılan görseller ve videoların içerisine reklam olduğu açıkça belirtilmeksizin yahut "sponsor, işbirliği" vb. gibi herhangi bir açıklayıcı ifade kullanmaksızın "Detoxon" markalı ürüne ait logonun yerleştirildiği; bazı paylaşımlarda çeşitli kurgusal diyaloglar hazırlanarak yazışmaların içerisinde "Detoxon" markalı ürüne ilişkin talep yaratıcı ifadeler kullanıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu ürüne ilişkin birçok popüler sosyal medya hesabında örtülü reklam faaliyeti gerçekleştirildiği, bu itibarla anılan reklam faaliyetinin Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin “Örtülü reklam yasağı” başlıklı 22'nci maddesinin; "(1) Her türlü iletişim aracında sesli, yazılı ve görsel olarak örtülü reklam yapılması yasaktır." hükmü uyarınca mevzuata aykırılık teşkil ettiği,

Bununla beraber, bahse konu tanıtımlarda bilimsel olarak ispata muhtaç ifadeler kullanılarak mevzuatta izin verilen sağlık beyanlarının dışına çıkan tüketicileri yanıltıcı beyanlara yer verildiği, bu doğrultuda kilo alma miktarına veya oranına atıfta bulunan ifadelerle söz konusu ürünün metabolik yapıda değişiklik meydana getirerek insan sağlığına doğrudan veya dolaylı olarak fayda sağlayan bir “tıbbi ürün” gibi tanıtıldığı, bu kapsamda bir bütün olarak değerlendirildiğinde, tanıtımlarda yer alan ifadelerin "sağlık beyanı" niteliğinde olduğu ve yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre herhangi bir ürüne ilişkin olarak sağlık beyanında bulunabilmesi için ilgili idari otoriteden (Sağlık Bakanlığı Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Kurumu) izin alınması gerekirken, kullanılan bu beyanlar için ilgili otoriteden izin alınmadığından söz konusu beyanların doğruluğunun ispat edilmiş sayılamayacağı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmelik’in 5/a, 5/b, 5/ç 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, 7/4’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, 22, 23/1, 26/1’inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

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

**132)**

**Dosya No: 2022/328**

**Şikayet Edilen: Keskinoğlu Tavukçuluk ve Damızlık İşletmeleri San. Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Türk Gıda Kodeksi Yumurta Tebliği uyarınca kümeste yetiştiricilik yöntemiyle üretilen 2.kategoride olan yumurtaların ambalaj üzerindeki tanıtım ifadelerinde "Gezgin tavuk yumurtası" şeklinde tüketiciye beyan edilmesi.

**Reklam Yayın Tarihi:** 26.01.2022

**Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj

**Tespitler:** Muhtelif marketlerde satışa sunulan "Keskinoğlu Gezgin Tavuk Yumurtası" isimli ürünün ambalajı üzerine "Keskinoğlu Gezgin Tavuk Yumurtası. Cage Free-Kafessiz Yaşam." olduğu yazılarak tanıtımının yapıldığı; buna karşın gezgin tavuk yumurtası olarak tüketicilere beyan edilen bahse konu yumurtaların yine Türk Gıda Kodeksi Yumurta Tebliği'nin 12'nci maddesinin birinci fıkrasının (a) bendinde yer alan "Yetiştirme metodu kodu" düzenlemesi uyarınca 2 numaralı "Kümeste Kafessiz Yetiştiricilik" kategorisine dahil olduğu ve ambalaj üzerinde zorunlu bilgilendirme olarak “2:Kümeste Kafessiz Yetiştiricilik” yazıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, "Kümeste Kafessiz Yetiştiricilik" kategorisine dahil olan ve ambalaj üzerinde de mevzuat gereği zorunluluk olan "2: Kümeste kafessiz yetiştiricilik" şeklinde beyana yer verilen bahse konu ürünlerin ambalajı üzerinde ve internet sitesinde "Gezgin Tavuk Yumurtası" şeklinde ifadelere yer verilmesi sebebiyle inceleme konusu tanıtımların tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı nitelik teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Türk Gıda Kodeksi Yumurta Tebliği'nin (2014/55) 12/1 maddesi,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

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

**133)**

**Dosya No: 2022/451**

**Şikayet Edilen: NBT İlaç A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından piyasaya arz edilen "NBTlife Lipozomal Kuersetin" markalı takviye edici gıdanın tanıtımlarında yer verilen “Lipozomal Quercetin” üretim metodu ifadeleri.

**Reklam Yayın Tarihi:** 03.02.2022

**Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj, Etiket

**Tespitler:** Firma tarafından satışa sunulan şikayet konusu ürünün ambalajı üzerinde "NBTlife Lipozomal Kuersetin" yazdığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, firma tarafından piyasaya sunulan inceleme konusu ürünün lipozomal üretim tekniğiyle üretildiği, bu doğrultuda yerli ve yabancı firmalardan ilgili ham maddelerin tedarik edildiğine ilişkin faturaların da bu hususu ispatlar nitelikte olduğu, söz konusu ürünün üretimi ve takviye edici gıda onayı işlemleri bakımından Tarım ve Orman Bakanlığı tarafından incelenerek uygun bulunduğu, bu itibarla anılan reklam görsellerinin tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı bir nitelik teşkil etmediği 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: 2022/484**

**Şikayet Edilen: Emircan Türkoğlu Doğa Baharat**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.thinypremium.com/ adlı internet sitesinde ve https://www.instagram.com/premiumtea\_genelmerkez/ adresli sosyal medya hesabında “Thiny Premium Tea” markalı ürüne yönelik reklamlarda yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 03.02.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.thinypremium.com/ adresli internet sitesinin 14.02.2022 tarihli görünümünde "Thiny Premium Tea" isimli ürünün tüketicilere satışa sunulan ambalajı üzerinde "Premium Quality" şeklinde ifadelere yer vererek tanıtımlar yapıldığı, https://www.instagram.com/premiumtea\_genelmerkez/ adresli sosyal medya hesabının 14.02.2022 tarihli görünümünde; "PREMİUMTEA ile sonuç… -36 kg @baharumar Hanımefendiyi tebrik ederiz (…)PREMİUMTEA MEMNUNİYETİ… Sonuç -39 kg. @gulay\_yndr Hanımefendiyi tebrik ediyorum. (…)PREMİUMTEA çay ile 7 ayda giden 25 kg @nurdan2861 Hanımefendiyi tebrik ederiz. (…)PREMİUMTEA çay kapsül ile toplamda giden 6 kg @familebkr0101 Hanımefendiyi tebrik ederiz. (…)KISA SÜREDE FORMA KAVUŞMAK SENİN ELİNDE. Bağırsakları çalıştırır Tokluk hissi verir Bol su içirir Aburcubur tatlı krizlerini keser 45 günlük 6-8 kilo etkili Bitkisel Bakanlık onaylı." şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, bahse konu tanıtımlarda bilimsel olarak ispata muhtaç ifadeler kullanılarak mevzuatta izin verilen sağlık beyanlarının dışına çıkan tüketicileri yanıltıcı beyanlara yer verildiği, bu doğrultuda kilo alma miktarına veya oranına atıfta bulunan ifadelerle söz konusu ürünün metabolik yapıda değişiklik meydana getirerek insan sağlığına doğrudan veya dolaylı olarak fayda sağlayan bir “tıbbi ürün” gibi tanıtıldığı, bu kapsamda bir bütün olarak değerlendirildiğinde, tanıtımlarda yer alan ifadelerin "sağlık beyanı" niteliğinde olduğu ve yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre herhangi bir ürüne ilişkin olarak sağlık beyanında bulunabilmesi için ilgili idari otoriteden (Sağlık Bakanlığı Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Kurumu) izin alınması gerekirken, kullanılan bu beyanlar için ilgili otoriteden izin alınmadığından söz konusu beyanların doğruluğunun ispat edilmiş sayılamayacağı,

Diğer taraftan, yapılan araştırmalar neticesinde reklamlarda bahsi geçen "Premium Quality" ifadesine yönelik olarak; inceleme konusu ürünlerin fayda, özellik, nitelik yahut lezzet yönünden benzerlerinden ve diğer takviye edici gıdalardan ayrışarak üstün kalitede olduğuna ilişkin herhangi bir bilgiye rastlanmadığı, dolayısıyla söz konusu ifadenin tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelik teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu reklamların;

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

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

- Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği’nin 15/b maddesi,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

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

**135)**

**Dosya No: 2022/569**

**Şikayet Edilen: Rıfat OKUYANLAR**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.kanserotu.org/ http://www.andizcayi.com/ https://www.instagram.com/yapiskanandizotu/ adresli internet sitelerinde “Andız Otu (Kanser Otu)” adlı ürüne yönelik reklamlarda yer alan ifadeler.

**Reklam Yayın Tarihi:** 13.02.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.kanserotu.org/, www.instagram.com/yapiskanandizotu ve www.andizcayi.com adresli internet sitelerinin 10.02.2022 tarihli görünümünde "Andız Çayı-Kanser Otu" isimli ürünün; "ANDIZ ÇAYI, halk tabiri ile "kanser otu" içeriğindeki İNULİN etken maddesi sayesinde, dünyada yaklaşık 2000 yıldır ve şekerden tansiyona 40'a yakın hastalıkla ilgili şifa için kullanılan yabani bir bitkidir. Kanser otu. Kanser Otu Resmi Web Sitesi; Andız Otu; Yapışkan Andız Otu; Kansere İyi Gelen Ot. ANDIZ OTU – ANDIZ ÇAYI (yapışkan andız otu), dünyada 2000 yıldır yaklaşık 40 farklı hastalıkla ilgili beden sağlığını desteklemek ve vücudu zehirli atıklardan temizlemek maksadı ile şifa için ve çay olarak kullanılmaktadır. Acı Ot; Andız Otu; Yapışkan Andız Otu; Bademcik Otu; Kanser Otu; Kist Otu; Lenf Otu; Migren Otu; Miyom Otu. Andız Otu halkımız tarafından, acı ot yapışkan andız otu kanser otu kist otu lenf otu bademcik otu migren otu miyom otu gibi adlarla da anılmakta; İbranice kaynaklarda 40 farklı hastalık için kullanıldığı bilgisinden hareketle, dünyada 2000 yıldır insanlar tarafından çay olarak kullanıldığı bilinmektedir. diyor. İçerik Miktar : 60 Tablet. (...) Inula Viscosa bitkisinden yani andız çayından sıvı ekstre elde edilmiş ve bu sıvının kolon kanserine ve rektum kanserine karşı tedaviye destek olduğu aşağıda görüldüğü üzere kanıtlanmıştır." şeklinde ifadelerle reklam ve tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, bahse konu tanıtımlarda söz konusu ürünün, tıp literatüründe hastalık olarak tanımlanan sağlık problemlerine karşı olumlu etkilerinin olduğu veya bu hastalıkların anılan ürünle tedavi edildiği veya önlendiği izleniminin oluşturulduğu, böylece birçok endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç iddialara yer verilerek söz konusu ürünlerin bir ilaç veya beşeri tıbbi ürün gibi tanıtıldığı,

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

Dolayısıyla inceleme konusu reklamların;

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

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

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

**136)**

**Dosya No: 2022/1306**

**Şikayet Edilen: Orzaks İlaç ve Kimya San. Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından piyasaya arz edilen "Ocean Lipozomal Quercetin" markalı takviye edici gıdanın tanıtımlarında yer verilen “Lipozomal Quercetin” üretim metodu ifadeleri.

**Reklam Yayın Tarihi:** 03.02.2022

**Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj, Etiket

**Tespitler:** Firma tarafından satışa sunulan şikayet konusu ürünün ambalajı üzerinde "Ocean Lipozomal Quercetin" yazdığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, firma tarafından piyasaya sunulan inceleme konusu ürünün lipozomal üretim tekniğiyle üretildiği, bu doğrultuda yerli ve yabancı firmalardan ilgili ham maddelerin tedarik edildiğine ilişkin faturaların da bu hususu ispatlar nitelikte olduğu, söz konusu ürünün üretimi ve takviye edici gıda onayı işlemleri bakımından Tarım ve Orman Bakanlığı tarafından incelenerek uygun bulunduğu, bu itibarla anılan reklam görsellerinin tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı bir nitelik teşkil etmediği 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.

**137)**

**Dosya No: 2021/5885**

**Şikayet Edilen: Palmiye İlaç Kimya ve Gıda San. Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait “palmiyeilaç” isimli instagram hesabında yer alan ürün tanıtımları.

**Reklam Yayın Tarihi:** 04.04.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** “palmiyeilaç” isimli instagram hesabında “Sunlife Vitamin C Extra” isimli ürün reklamında yer alan *"Bağışıklığa extra destek"*, Samberry Kara Mürver Ekstresi + Vitamin C + Çinko 20 Efervesan Tablet isimli ürünün tanıtımında yer alan *"Direncini arttırır"*, Nasosprey isimli ürünün tanıtımında *"Burun tıkanıklığına doğal çözüm"* ifadelerinin yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar**: Yapılan incelemeler sonucunda, palmiyeilaç isimli instagram hesabında “Sunlife Vitamin C Extra” isimli ürün reklamında yer alan *"Bağışıklığa extra destek"*, Samberry Kara Mürver Ekstresi + Vitamin C + Çinko 20 Efervesan Tablet isimli ürünün tanıtımında yer alan *"Direncini arttırır"*, Nasosprey isimli ürünün tanıtımında *"Burun tıkanıklığına doğal çözüm"* yer alan *"Türkiye'de Omega-3 EFA'dır."*  ifadesi ile mevzuatta izin verilen sağlık beyanlarının dışına çıkan tüketicileri yanıltıcısağlık beyanlarına yer verildiği,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların,

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

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna  **,**

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

**138)**

**Dosya No: 2021/5886**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** *https://www.trendyol.com/nursima/aci-cehreli-bitkisel-karisimli-cay-bagirsak-duzenleyici-40-adet-p-88894797, https://www.trendyol.com/nursima/civan-percemli-kadin-hastaliklari-cayi-40-adet-p-65521455* adresli internet sitelerinde yer alan ürün tanıtımları.

**Reklam Yayın Tarihi:** 02.03.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** *https://www.trendyol.com/nursima/aci-cehreli-bitkisel-karisimli-cay-bagirsak-duzenleyici-40-adet-p-88894797, https://www.trendyol.com/nursima/civan-percemli-kadin-hastaliklari-cayi-40-adet-p-65521455* adresli internet sitelerinde Nursima Acı Çehreli Bitkisel Karışımlı Çay ( Bağırsak Düzenleyici )- 40 Adet isimli ürünün "*Bağırsak Düzenleyici. Faydaları: Bağırsak çalışmasını hızlandırır ve düzenlenmesinde yardımcı olur. Bağırsakları temizler, cildi sıkılaştırır, hücreleri yeniler. İdrar söktürücü özelliği vardır. Gaz oluşumunu ve buna bağlı şişkinliği de azaltmada etkilidir."* Nursima Civan Perçemli ( Kadın Hastalıkları Çayı )- 40 Adet isimli ürünün "*Adet düzensizliğinde, menopoz dönemi rahatsızlıklarında, rahim ve idrar yolu iltihaplarında, miyom ve kistik durumlarında, kemik erimelerinde, hormon bozukluklarının giderilmesinde, vücut direncinin arttırılmasında, mide ve bağırsak gazlarının giderilmesinde etkilidir."* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar**: Yapılan incelemeler sonucunda *https://www.trendyol.com/nursima/aci-cehreli-bitkisel-karisimli-cay-bagirsak-duzenleyici-40-adet-p-88894797, https://www.trendyol.com/nursima/civan-percemli-kadin-hastaliklari-cayi-40-adet-p-65521455* adresli internet sitelerinde Nursima Acı Çehreli Bitkisel Karışımlı Çay ( Bağırsak Düzenleyici )- 40 Adet isimli ürünün "*Bağırsak Düzenleyici. Faydaları: Bağırsak çalışmasını hızlandırır ve düzenlenmesinde yardımcı olur. Bağırsakları temizler, cildi sıkılaştırır, hücreleri yeniler. İdrar söktürücü özelliği vardır. Gaz oluşumunu ve buna bağlı şişkinliği de azaltmada etkilidir."* Nursima Civan Perçemli ( Kadın Hastalıkları Çayı )- 40 Adet isimli ürünün "*Adet düzensizliğinde, menopoz dönemi rahatsızlıklarında, rahim ve idrar yolu iltihaplarında, miyom ve kistik durumlarında, kemik erimelerinde, hormon bozukluklarının giderilmesinde, vücut direncinin arttırılmasında, mide ve bağırsak gazlarının giderilmesinde etkilidir."* şeklinde ürün tanıtımlarında bilimsel olarak ispata muhtaç ifadeler kullanılarak mevzuatta izin verilen sağlık beyanlarının dışına çıkan tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği,

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, 5-d maddeleri,

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna  **,**

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

**TEKNOLOJİ**

**139)**

**Dosya No:2021/5234**

**Şikayet Edilen: Media Markt Turkey Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait internet sitesinde yer alan "Beats Studio Buds Gürültü Önleme Özellikli Gerçek Kablosuz Kulak İçi Kulaklık Kırmızı" adlı ürüne ilişkin reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Tüketicinin göndermiş olduğu reklam örneği incelendiğinde, "Beats Studio Buds Gürültü Önleme Özellikli Gerçek Kablosuz Kulak İçi Kulaklık Kırmızı" adlı ürünün 1499 TL olan fiyatının mobil uygulamaya özel sepette 1.349 TL bedel ile satılacağına ilişkin bilgilendirmelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firma tarafından gönderilen kampanya esnasındaki satış faturaları incelendiğinde "Beats Studio Buds Gürültü Önleme Özellikli Gerçek Kablosuz Kulak İçi Kulaklık Kırmızı" adlı ürünün 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.

**140)**

**Dosya No: 2021/5327**

**Şikayet Edilen: Media Markt Turkey Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait internet sitesinde yer alan “HP 4H1UOEA Pavillon Laptop” adlı ürüne ilişkin reklamlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Tüketicinin göndermiş olduğu reklam örneği incelendiğinde, “HP 4H1UOEA Pavillon Laptop” adlı ürünün 9.208 TL olan fiyatının o güne ve internete özel sepette 8.747,6 TL bedel ile satılacağına ilişkin bilgilendirmelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firma tarafından gönderilen kampanya esnasındaki satış faturaları incelendiğinde “HP 4H1UOEA Pavillon Laptop” adlı ürünün 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.

**141)**

**Dosya No: 2021/5339**

**Şikayet Edilen: Media Markt Turkey Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam: “**Beinsports TR” adlı televizyon kanalında yayımlanan “Apple Iphone 11 64 GB” adlı ürüne ilişkin reklamlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Tüketicinin göndermiş olduğu Beinsports TR adlı televizyon kanalında yapılan reklam örneği incelendiğinde, 20 Aralık 2021 tarihine kadar 1.000 adet stokla sınırlı olmak üzere Apple Iphone 11 G4 GB adlı cep telefonunun Mediamarkt'ta 10.799 TL ile bedelle satılacağına ilişkin bilgilendirmelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firma tarafından gönderilen kampanya esnasındaki satış faturaları incelendiğinde Apple Iphone 11 G4 GB adlı ürünün 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.

**142)**

**Dosya No: 2020/3120**

**Şikayet Edilen: Samsung Electronics İstanbul Pazarlama ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam**: https://www.samsung.com/tr/ adresli internet sitesinde yayınlanan "Yeni Galaxy Note20 Ultra" model cihaza yönelik tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi**: 23.09.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.samsung.com/tr/smartphones/galaxy-note20/performance/ adresli internet sitesinde yayınlanan "Galaxy Note20 Ultra" model cihaza yönelik tanıtımlarda; "*Galaxy'nin sevilen diğer tüm özellikleri: RAM Güçlü teknoloji 12GB'a varan RAM ile hızlarda yayın yapın, oyun oynayın veya indirin."* şeklinde ifadelere yer verildiği, ancak başvuru sahibi tüketici Samsung Türkiye yardım masasına sorduğunda *"Galaxy Note 20 Ultra modelimiz Exynos 990 işlemcili, 8GB DDRS RAM, 256 GB dahili hafıza, 1TB'ye kadar arttırılabilir hafıza (...) barındırmaktadır.*" şeklinde cevap verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar**: Yapılan incelemeler sonucunda, "Galaxy Note20 Ultra" isimli ürünün 8GB RAM kapasitesi ile satışa sunulduğu, dolayısıyla 12 GB'a varan RAM kapasitesi için gerekli 5G bağlantı desteğinin halihazırda ülkemizde bulunmadığı bu sebeple https://www.samsung.com/tr/smartphones/galaxy-note20/performance/ adresli internet sitesinde yayınlanan tanıtımın gerçeği yansıtmadığı, böylece tüketicinin satın alma kararını etkileyici nitelikteki bu önemli bilgi konusunda tüketicilerin yanlış bilgilendirildiği, ve 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, 7/5-ç, 9/1, 9/2, 9/4, 9/5, 18/1, 18/2, ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

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

**143)**

**Dosya No: 2020/6263**

**Şikayet Edilen: Sarfaklar Bilişim İnşaat Turizm Elektronik San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Reklam verene ait teknik servis merkezi tabelasında yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 11.03.2020

**Yayınlandığı Mecra:** Tabela

**Tespitler:** Balıkesir Ticaret İl Müdürlüğünce şirkete ait, Balıkesir’de bulunan servis merkezinde 11.03.2020 tarihinde yapılan denetimde, teknik servis merkezinin tabelasında Apple Teknik Servis ibaresinin yanında "Apple şirketine ait logonun" kullanıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, firma tabelasında Apple şirketine ait logonun kullanılmasının tüketicilerde söz konusu servis merkezinin Apple yetkili servisi olduğu izlenimi uyandırdığı kanaatine varıldığı, dolayısıyla tabeladaki bu tanıtımın 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-b, 7/5-c, 7/5-f, 7/5-g, 32/1 maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna  **,**

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

**144)**

**Dosya No: 2022/226**

**Şikayet Edilen: D-Market Elekt. Hizm. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Kanal D isimli televizyon kanalında yayınlanan “Xiaomi Mi tv stick” reklamları.

**Reklam Yayın Tarihi:**18.01.2022

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** Kanal D’de yayınlanan “Xiaomi Mi tv stick” reklamlarında, söz konusu ürünün 899 TL olan fiyatının üzeri çizilerek 499 TL’ye satın alınabileceği belirtildiği, kampanya bitiş tarihine ve 500 adet stokla sınırlı olduğu bilgisine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; Kanal D’de yayınlanan reklamlarda yer alan “Xiaomi Mi tv stick” isimli ürünün kampanya döneminde indirimli fiyat olan 499 TL’den pek çok tüketiciye satışının yapıldığı, yapılan indirimli satışların Bakanlığa gönderilen yazı ekinde yer alan faturalarla ispatlandığı, söz konusu reklamlarda stok miktarına ve kampanya geçerlilik tarihlerine yer verildiği, 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.

**DAYANIKLI TÜKETİM MALLARI**

**145)**

**Dosya No: 2021/5009**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait internet sitesinde yer alan Karaca Hatır Hüps Sütlü Kahve Makinası-Krem Rengi adlı ürüne ilişkin reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** Etiket-İnternet-Diğer/Çeşitli

**Tespitler:** Tüketici tarafından gönderilen ve sipariş detayını gösteren reklam örneği incelendiğinde, 279 TL bedel ile alınan şikayete konu ürüne ilişkin siparişin iptal edildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; tüketicinin firmaya ait www.hepsiburada.com adlı internet sitesi üzerinden 279 TL bedelle vermiş olduğu Karaca Hatır Hüps Sütlü Kahve Makinası-Krem Rengi siparişinin fiyat bilgisinin yanlış girilmesi gerekçe gösterilerek iptal edildiği ve ardından fiyatının yükseltildiği, tüketicilerin fiyat konusunda aldatıldığı ve bu durumun yanıltıcı ve yanlış bilgilendirmeye neden olduğu, 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, 14/4, 29/1, 29/2, 29/3 ve 32/1 maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna  **,**

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

**146)**

**Dosya No: 2021/5459**

**Şikayet Edilen: Samsung Electronics Istanbul Pazarlama ve Ticaret Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** Aralık 2021 tarihli reklam kataloglarında yayımlanan Samsung markalı buzdolaplarına ilişkin reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** Aralık2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet-Katalog

**Tespitler:** Şikayetçi tarafından gönderilen reklam örneği incelendiğinde, "Dünyada 1 Numara" başlığı altında "Samsung Buzdolaplarının yenilikçi teknolojileri ve dünyada en çok tercih edilen buzdolabı modelleriyle mutfağınızın keyfini sürün" ve "Kaynak: Haziran 2021'de Omdia tarafından gerçekleştirilen ve Çin'in hariç tutulduğu 2020 Global Pazar Payı araştırmasına dayanır." ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firma tarafından hazırlanan Aralık 2021 tarihli reklam kataloglarında yayımlanan reklamlarda, "Dünyada 1 Numara" başlığı altında "Samsung Buzdolaplarının yenilikçi teknolojileri ve dünyada en çok tercih edilen buzdolabı modelleriyle mutfağınızın keyfini sürün" ibaresine yer veridiği; reklam görselinde yer alan "Dünyanın No:1 Buzdolabı markası" ibaresinin altında "Kaynak: Haziran 2021'de Omdia tarafından gerçekleştirilen ve Çin'in hariç tutulduğu 2020 Global Pazar Payı araştırmasına dayanır." ifadesinin bulunduğu ancak Çin gibi büyük bir pazarın dahil edilmediği bir araştırmanın pazar payı liderliğine ilişkin doğru ve güvenilir bir kaynak olamayacağı, ayrıca araştırmanın kaynağını belirten ifadelerin puntolarının ve metinlerinin Yönetmeliğe uygun olmadığı, tüketicilerin fiyat konusunda aldatıldığı ve bu durumun yanıltıcı ve yanlış bilgilendirmeye neden olduğu, 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, 8, 9/1, 9/2, 9/3, 9/4, 9/5, 21/1, 28/1, 28/2, 28/4, 29/1, 29/2, 29/3 ve 32/1 maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna  **,**

Buna göre, reklam veren **Samsung Electronics Istanbul Pazarlama ve Ticaret Limited Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63, 77/12 ve 77/13 üncü maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**147)**

**Dosya No: 2020/4347**

**Şikayet Edilen: Tek Garanti Servis ve Dayanıklı Tüketim Malları Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam**: Firma tarafından Google arama motoru üzerinden yayınlanan "*Vestel yetkili servisi"* başlıklı reklamlar.

**Reklam Yayın Tarihi**: 2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.google.com.tr adresli arama motorunda "Vestel yetkili servis" yazınca firmanın ilk sırada yer aldığı, *"Vestelin Destek Merkezi-Çağrı Merkezi-yetkiliservisdestekmerkez.net"* şeklinde firma tarafından Google'a reklam verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar**: Yapılan incelemeler sonucunda, www.google.com.tr adresli arama motorunda "Vestel yetkili servis" yazınca firmanın ilk sırada yer aldığı, *"Vestelin Destek Merkezi-Çağrı Merkezi-yetkiliservisdestekmerkez.net"* şeklinde firmaca Google'a reklam verildiği, böylece "*Vestel Yetkili Servis"* ismini kullanarak, söz konusu markaya ait ürünlerin satış sonrası servis hizmetlerini gerçekleştirmek üzere faaliyette bulunduğu yönünde ibarelere yer verildiği;

Ancak "Vestel" markasının Türk Patent ve Marka Kurumu nezdinde tescil edilmiş bir marka olduğu; tescil sahibi veya onun münhasıran yetkilendirdiği şirket ile aralarında yapılmış yetkili servis, bayilik, marka kullanma veya lisans sözleşmesi vb. herhangi bir yetkilendirme sözleşmesi olmadan tanıtım yapılmasının hukuka aykırı olduğu;

Diğer taraftan, Google'a verilen reklam neticesinde yetkili servis olunduğu düşüncesiyle tüketicilerin firmayı aradığı ve ürünlerini firmaya teslim ettiği halde ürünlerin tamir edilmediği, geri gönderilmediği böylece tüketicilerin mağdur edildiği değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1,7/2, 7/3, 7/4, 7/5, 7/5-b, 7/5-e, 7/5-f, 9/1, 9/2, 9/5, 11/1, 12/2, 28/1,28/2, 28/4 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre, reklam veren **Tek Garanti Servis ve Dayanıklı Tüketim Malları Ticaret Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine  karar verilmiştir.

**148)**

**Dosya No: 2021/1225**

**Şikayet Edilen: Philips Ev Aletleri Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *"Philips SpeedProMax*" isimli ürüne ilişkin “en hızlı kablosuz süpürge” şeklinde yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi**: 2021

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon, diğer (vitrin)

**Tespitler:** Firma tarafından yayınlanan reklam filminde ve 2021 yılında mağaza önlerinde yer alan reklam panolarında; *" Philips SpeedProMax en hızlı kablosuz süpürge\* 360 derece çekim gücü ile. Rakipsiz hız, güçlü hava akışı, kesintisiz temizlik. \*2017 yılında geliştirilen Almanya’da fiyatı 300 Avronun üzerinde olan 10 kablosuz dikey süpürgeye karşı uluslararası IEC60312-1 standartlarında, Philips tarafından geliştirilen sert zemin temizliği test sonucuna göre"* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar**: Yapılan incelemeler sonucunda, 2017 yılına ait veriler doğrultusunda 2020 yılında yapılan bir reklamda "en hızlı" ifadesinin kullanılmasının tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu, reklamın yayınlandığı dönem itibariyle "en hızlı kablosuz süpürge" iddiasının üniversitelerin ilgili bölümlerinden veya akredite ya da bağımsız araştırma, test ve değerlendirme kuruluşlarından alınmış bilgi ve belgelerle kanıtlanması gerektiği halde herhangi bir belge sunulamadığı değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

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

**149)**

**Dosya No: 2021/1616**

**Şikayet Edilen: Türk Philips Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam**: "*Philips MG7720/15 Erkek Bakım Seti"* isimli ürüne ilişkin muhtelif sitelerde yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi**: 2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ait https://www.philips.com.tr/c-p/MG7720\_15/erkek-bakim-seti-7000-serisi adresli internet sitesinde ve internet ortamındaki pazaryerlerinde satışa sunulan "*Philips MG7720/15 Erkek Bakım Seti*" ürününe ilişkin tanıtımlarda; *"%100 su geçirmez"* ibaresine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar**: Yapılan incelemeler sonucunda, *Philips MG7720/15 Erkek Bakım Seti*" ürününe ilişkin tanıtımlarda; *"%100 su geçirmez"* ibaresine yer verildiği, ancak bu ifadenin gerçeği yansıtmadığı, suya dayanıklılık ile su geçirmezlik durumlarının birbirinden farklı olduğu ve anılan ürünün "duşta kullanılabilir" olduğunun anlaşıldığı, "su geçirmez" denebilmesi için makinenin su almaması gerektiği halde başvuru sahibi tüketici tarafından söz konusu cihazın içerisine su aldığının deneyimlendiği, bu durum ürün kullanıldıktan sonra anlaşıldığı için tüketicinin cayma hakkını da kullanamadığı, ürünün iade edilemediği, böylece tüketicinin satın alma kararının etkileyecek nitelikte bu önemli bilgi konusunda tüketicilerin yanlış bilgilendirildiği, dolayısıyla söz konusu tanıtımların tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1,7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/5-a, 9/1, 9/2, 9/3, 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 **Türk Philips Ticaret A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine  karar verilmiştir.

**150)**

**Dosya No: 2021/1708**

**Şikayet Edilen: Deima Elektromekanik Ürünler Sanayi İnşaat Spor Malzemeleri İmalat Sanayi ve Ticaret A. Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** "*Sinbo SHB 3117 Blender Seti*" isimli ürüne ilişkin yayınlanan reklamlar.

**Reklam Yayın Tarihi**: 2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.sinbo.com.tr/urun/shb-3117-blender-set adresli internet sitesinde "Sinbo SHB 3117 Blender Seti" isimli ürüne ilişkin, "*Yüksek Performans İçin Yüksek Motor Yüksek performans sağlayan dc motoru ürünün karıştırma işlemi için gerektiği gücü vermektedir. Sert ve kırılması zor besinleri karıştırmak zordur. Bu sebeple çoğu mikserin motoru dayanamamakta ve bozulmaktadır. Bu sorunu çözmek için Sinbo, 1000 W gücünde motor kullanmıştır*." ifadesine, satışa sunulan diğer tüm e-ticaret sitelerinde (trendyol, n11, gittigidiyor vb.) ürün isminde " *Sinbo SHB 3117 1000 W Mikser& Blender Seti*" ibaresine, ürün ambalajında "*Power Locked/ Kilitli Güç* *1000 watt gücünde/ w:1000*" ibaresine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar**: Yapılan incelemeler sonucunda, ürün tanıtımlarında 1000 watt değerinde yüksek motor gücüne vurgu yapılarak tüketicilerin satın alma kararının etkilenmek istediği, ancak anılan ürünün tüketiciler tarafından 300 watt gücünde çalıştırıldığı, bu bilgiye ürün tanıtım etiketinde ve kullanım kılavuzunda "*220-240VAC, 50/60Hz, 300 W" , "AC220-240V,50/60Hz, 300W, Class II*" şeklinde yer verildiği, böylece ortalama tüketici nezdinde ürünün kaç watt gücünde çalıştırıldığı konusunda anlam karışıklığına yol açmak suretiyle tüketicilerin eksik/yanlış bilgilendirildiği, dolayısıyla söz konusu tanıtımların tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre, reklam veren **Deima Elektromekanik Ürünler Sanayi İnşaat Spor Malzemeleri İmalat 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.

**151)**

**Dosya No: 2021/1143**

**Şikayet Edilen: Tofaş Türk Otomobil Fabrikaları A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** "LPG li Fiorino Eko 109.900 TL den başlayan fiyatlarla" başlıklı kampanya reklamları.

**Reklam Yayın Tarihi:** Mart 2021

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon, radyo, internet, outdoor

**Tespitler:** *“Fiorino Eko 109.900 TL’den başlayan fiyatlarla”* başlıklı kampanya reklamlarına ilişkin televizyon mecrasında yayınlanan reklamlarında yer alan dış seste, *“Sizin için her kuruşu hesapladık. Fabrika çıkışlı LPG Fiat Fiorino Eko’yu yaptık. Şimdi Fiorino Eko 109.900 TL’den başlayan avantajlı fiyatıyla sizi bekliyor.”* şeklinde ana vaade ve *“109.900 TL, 2021 model Fiorino Combi Pop 1.4 Eko versiyonunda geçerlidir.”* şeklinde alt yazı metnine yer verildiği,

Radyo mecrasında yayınlanan reklamlarda, *“Sizin için her kuruşu hesapladık. Fabrika çıkışlı LPG Fiat Fiorino Eko’yu yaptık. Şimdi Fiorino Eko 109.900 TL’den başlayan avantajlı fiyatıyla sizi bekliyor Kadıoğlu Balıkesir 02667145600”* şeklinde,

Söz konusu kampanyaya ilişkin yayınlanan outdoor reklamlarında dipnot metninde *“109.900 TL, 2021 model Fiorino Combi Pop 1.4 Eko 77 HP versiyonu için tavsiye edilen kampanyalı satış fiyatıdır. 15.000 TL nakit indirim kampanyası, 2021 model yılı Fiorino Eko versiyonlarında 2 Mart-1 Nisan tarihleri arasında geçerlidir. Kredi kampanyası ile birlikte kullanılamaz.”* şeklinde ifadelerin yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:**Yapılan incelemeler sonucunda, *“Fiorino Eko 109.900 TL’den başlayan fiyatlarla”* başlıklı kampanya kapsamında muhtelif mecralarda yayınlanan reklamlarda, fabrika çıkışlı LPG Fiat Fiorino Eko model ürünün 109.900-TL’den başlayan fiyatlarla satışa sunulduğu; inceleme konusu reklamlarda, aracın başlangıç fiyatının en alt donanımı olan Pop versiyonuna ait olduğu bilgisine yer verildiği; bununla birlikte, şikayet edilen firmaya ait cevabi yazı ekinde, Mart ayı içerisinde, bahsi geçen ürünün reklamlarda vaat edilen satış fiyatı üzerinden tüketicilere satışının yapıldığına ilişkin satış rakamlarının ve fatura örneklerinin sunulduğu 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.

**152)**

**Dosya No: 2020/6257**

**Şikayet Edilen: Şok Marketler Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Alpina 3'lü Cam Ankastre Set isimli ürünün enerji sınıfına ilişkin tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 08.07.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Reklam verene ait "sokmarketler" isimli İnstagram hesabında 08-14 Temmuz 2020 tarihleri arasında yayınlanan "Alpina 3'lü Cam Ankastre Set" isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda, ürünün enerji verimlilik sınıfının "A" olarak belirtildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, tanıtımı yapılan ürünün "fırın, ocak ve davlumbaz" ürünlerinden oluşan üçlü ankastre set şeklinde olduğunun görüldüğü, ancak tanıtımda yer verilen "A" enerji sınıfının yalnızca fırını kapsadığı, üçlü set içerisindeki davlumbaz ürününün enerji sınıfının gerçekte "E" olduğunun anlaşıldığı, bu hususa reklamda yer verilmediği ve tüketicilerin doğru bilgilendirilmediği, 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, 17/1, 17/2, 17/4 maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna  **,**

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

**153)**

**Dosya No: 2020/6369**

**Şikayet Edilen: Dekopasaj Teknoloji Hiz. ve Tic. A.Ş.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 07.10.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Ticaret Bakanlığı müfettişlerince 2020 yılı içerisinde reklam veren şirket nezdinde yapılan denetimde ve reklam verene ait www.dekopasaj.com adresli internet sitesinde halen yer alan tanıtımlarda, *"Sattığın ürünün teslimatından 48 saat sonra ödemen DekoCüzdan hesabında!"* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, tanıtımlarda bahsi geçen ödemelerde sık sık gecikmeler yaşandığının görüldüğü, raporda yer alan tespite göre 5.233 adet işlemde ödemelerin alıcının onay verdiği tarihten itibaren on günü geçtikten sonra, 1.248 adet işlemde ise 30 gün geçtikten sonra yapılabildiğinin anlaşıldığı, ayrıca halihazırda da ödemelerin çeşitli nedenlerle geciktiği ve reklamda vaat edilen 48 saatlik sürenin aşıldığı, ödemelerin teslimattan 48 saat sonra satıcının hesabında olacağına dair vaadin kesinlik içeren bir taahhüt olduğu göz önüne alındığında söz konusu tanıtımın tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 9/1, 29/1, 29/2-b, 29/2-ç, 30/1 maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna  **,**

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

**154)**

**Dosya No: 2021/2308**

**Şikayet Edilen:** **Stellantis Otomotiv Paz. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait www.opel.com.tr adresli internet sitesinde yayınlanan “Büyüklerimize tatil hediyemiz” başlıklı reklamlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 15.07.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ait söz konusu reklamlarda, *“Büyüklerimize tatil hediyemiz. 7 yaş üzeri Opel’inize Eurorepar Bakım Paketi. Her bakımdan iyi bakım, Astra Sedan, Corsa Combo, Crossland X 999 Tl, Astra HB, Mokka X 1149 TL, Grandland X, İnsignia 1299 TL”* şeklinde bilgilere yer verildiği, ayrıca daha fazla bilgi için bir yönlendirme linki bulunduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; kampanya dahilinde Combo araçların bakım ücretinin ek hizmet alınmaması durumunda 999 TL olduğu, reklamda bahsedilen servis fiyatları hakkında bayilere gerekli bilgilendirmelerin yapıldığı, söz konusu reklamda yer alan Combo araçlar için 999 TL olan fiyattan pek çok tüketicinin yararlandığı, söz konusu fiyata ilişkin ispatlayıcı nitelikte faturaların Bakanlığa gönderilen yazı ekinde yer aldığı, 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.

**155)**

**Dosya No: 2022/206**

**Şikayet Edilen:** **Stellantis Otomotiv Paz. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait www.opel.com.tr adresli internet sitesinde yayınlanan “Her yaşta ona iyi bakım” başlıklı reklamlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 14.01.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ait söz konusu reklamlarda, *“Her yaşta ona iyi bakım. 3 yaş üzeri profesyonel bakım paketi 1299 TL’den başlayan fiyatlarla. 3 yaş ve üzeri Opel’inizi yetkili servislere getirin, 1.299 TL’den başlayan fiyatlara sahip Profesyonel Bakım Paketi ile ona iyi bakmaya devam edin. Bakım sonrası araç dezenfeksiyonu ve 1 yıl boyunca Opel Assistance hizmetlerinden de ücretsiz faydalanma fırsatlarını yakalayın. Opel servislerinde aracınız ve sağlığınız güvende! Bakım sonrası dezenfeksiyon ve 1 yıl yol yardımı ücretsiz.”* ve

*“Insignia, Mokka, Grandland, Astra K modelleri için bakım fiyatı 1.699 TL’dir. Bakım fiyatlarımıza yağ, polen, hava filtresi ile yağ değişimi ve işçilik dahildir. Mevcut kampanya diğer kampanya ve indirimlerle birleştirilemez ve kampanyaya katılan yetkili servislerde geçerlidir. Araç yaşı hesabında, trafiğe çıkış tarihi esastır. Kampanya sadece katılan yetkili servislerde geçerlidir. Groupe PSA Otomotiv Pazarlama A.Ş. kampanya koşullarında değişiklik yapma hakkını saklı tutar.”* şeklinde bilgilere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; reklamda bahsedilen servis fiyatları hakkında bayilere gerekli bilgilendirmelerin yapıldığı ve pek çok tüketicinin kampanyadan yararlandığı, kampanya dahilinde Astra K model için bakım ücretinin 1.699 TL olduğu, bu fiyata reklamlarda yer verildiği, bakım ücretine yağ değişimi, yağ filtresi değişimi, hava filtresi değişimi, polen filtresi değişimi ve bakım işçilik hizmetinin dahil olduğu, şikayette bulunan tüketicinin Astra K model aracı için 2.800 TL’lik bakım masrafı çıkarıldığı, ancak söz konusu araç için reklamlarda belirtilen 1.699 TL değerindeki bakıma ek olarak, tüketicinin aracında yakıt filtresi, fren hidroliği ve V kayışının değiştirildiği, bu parçaların bedellerinin ve işçilik hizmetinin de faturaya dahil edildiği ve faturanın KDV hariç 2.746 TL olduğu, ancak müşteri memnuniyeti için 947 TL indirim yapıldığı ve tüketiciden KDV dahil 2.123 TL ücret alındığı, kampanyadan pek çok tüketicinin yaralandığı, söz konusu fiyata ilişkin ispatlayıcı nitelikte başka tüketicilere ait faturaların ve şikayette bulunan tüketiciye ait iş emri ve faturanın Bakanlığa gönderilen yazı ekinde yer aldığı, 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.

**156)**

**Dosya No: 2022/441**

**Şikayet Edilen: Doğansan Bilişim Tekn. San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafındanwww.hepsiburada.com adresli internet sitesinde satışı yapılan *“*Xiaomi Mi Pro 2 marka model elektrikli scooter” isimli ürüne ait reklamlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 03.02.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ait *“*Xiaomi Mi Pro 2 marka model elektrikli scooter” isimli ürün reklamlarında, ürünün ilk fiyatı olan 7.525 TL’nin üzerinin çizildiği, 7.525 TL üzerinden %10 indirim yapılarak 6.772’ye satıldığı bilgisine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:**Yapılan incelemeler sonucunda; firma tarafından www.hepsiburada.com adresli internet sitesinde satışı yapılan *“*Xiaomi Mi Pro 2 marka model elektrikli scooter” isimli ürüne ait reklamlarda, ürünün ilk fiyatı olan 7.525 TL’nin üzerinin çizildiği, 7.525 TL üzerinden %10 indirim yapılarak 6.772 TL’ye satıldığı bilgisine yer verildiği, ancak söz konusu ürünün indirimden hemen önce indirimsiz olarak 7.525 TL’ye ve indirimli olarak 6.772 TL’ye satıldığının ispatlanamadığı ve yapılan indirimin gerçeği yansıtmadığı, 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-ç, 9/1, 9/5, 14/1, 14/2, 14/3, 14/4, 32/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**157)**

**Dosya No: 2022/489**

**Şikayet Edilen: Vestel Beyaz Eşya San. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait www.vestel.com.tr adresli internet sitesinde yayınlanan “Vestel ESPR8019 tam otomatik espresso makinesi yanında Vestel köpük 5000 süt ısıtıcı” reklamları.

**Reklam Yayın Tarihi:** 08.02.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ait www.vestel.com.tr adresli internet sitesinde yayınlanan “Vestel ESPR8019 tam otomatik espresso makinesi yanında Vestel köpük 5000 süt ısıtıcı” reklamlarında, *“Vestel’den seçili küçük ev aletlerinde Sevgililer Gününde kaçırılmayacak fırsatlar”* ifadelerine yer verildiği, Vestel ESPR 8019 tam otomatik Espresso makinesi yanında Vestel köpük 5000 süt ısıtıcı ~~939 TL~~ 349 TL” şeklinde bilgiye yer verildiği, espresso makinesinin fiyatının 5.399 TL olduğu ve reklamda espresso makinesi ile süt ısıtıcının yan yana görseline yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; Vestel ESPR8019 tam otomatik espresso makinesinin kampanya dönemindeki tekil tavsiye edilen perakende satış fiyatının 5.399TL ve Vestel köpük 5000 süt ısıtıcının tekil tavsiye edilen perakende satış fiyatının 939 olduğu, Vestel ESPR8019 tam otomatik espresso makinesi yanında Vestel köpük 5000 süt ısıtıcısı alınması durumunda, Vestel köpük 5000 süt ısıtıcısının fiyatının 349 TL’ye indiğinin reklamda yer alan ifadelerden açıkça anlaşıldığı, kampanya döneminde herhangi bir satış yapılmadığı, her iki ürün için kampanya öncesi indirimsiz fiyatlara ilişkin ispatlayıcı nitelikte faturaların Bakanlığa gönderilen yazı ekinde yer aldığı, 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.

**158)**

**Dosya No: 2022/628**

**Şikayet Edilen: Kuba Motor Elektronik Tekstil İth. İhr. San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından, www.instagram.com üzerinden “@kubamotor” kullanıcı adı ile yapılan “Türkiye satış lideri” başlıklı reklamlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 21.02.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firma tarafından,www.instagram.com üzerinden “@kubamotor” kullanıcı adı ile yapılan “Türkiye satış lideri” başlıklı reklamlarda *“2021 yılı TÜİK verilerine göre bizi zirveye taşıyan tüm motosiklet kullanıcılarına teşekkür ederiz. 2021 Ocak-Aralık TÜİK verilerine göre değerlendirilmiştir. Kuba/RKS Motor”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; Kuba ve RKS markalarının Kuba Oto. İnş. San. ve Tic. A.Ş. unvanlı şirket adına tescilli olduğu, ilgili paylaşımının yapıldığı sosyal medya hesabının da söz konusu firmaya ait olduğu, Kuba Oto. İnş. San. ve Tic. A.Ş. Kuba Motor Elekt. Teks. İth. İhr. San. ve Tic. Ltd. Şti. ve RKS Oto. San. ve Tic. A.Ş. unvanlı firmalar arasında organik bağ olduğu, söz konusu şirketlerin “MJ Group” olarak ticari faaliyetlerine davam ettiği, MJ Group unvanının Türk Patent ve Marka Kurumunun 2015 36450 numarası ile Bekir MÜJDECİ adına tescilli olduğu, Kuba markasının 2016 07147 Türk Patent ve Marka Kurumunun 2016 07147 numarası ve RKS markasının Türk Patent ve Marka Kurumunun 2017 62870 numarası ile Kuba Oto. İnş. San. ve Tic. A.Ş. adına tescilli olduğu, söz konusu markaların aralarında organik ve hukuki bağ olduğu, ispatlayıcı nitelikte marka tescil belgelerinin Bakanlığa gönderilen yazı ekinde yer aldığı, 2021 TÜİK verileri incelendiği zaman Kuba ve RKS markaları ile satışa konu olan araçların toplam sayılarının, diğer markaların satış adetlerinden fazla olduğu, 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**

**159)**

**Dosya No: 2021/5835**

**Şikayet Edilen: Urla Şarapçılık Gıda Turizm San. Tic. A.Ş.**

**Şikâyet Edilen Reklam:** http://www.urlasarapcilik.com.tr/baglarimiz www.haberler.com ve www.yeniasir.com.tr adresli internet sitelerinde şarap ürünlerine yönelik tanıtımlar yapıldığı iddiaları.

**Reklam Yayın Tarihi:** 13.12.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** http://www.urlasarapcilik.com.tr/baglarimiz www.haberler.com ve www.yeniasir.com.tr adresli internet sitelerinde; "*Ayrıca, ülkü edinilen amaca uygun olarak bölgenin kaybolan çeşitleri olan Urla Karası ve Gaydura’nın da Sabancı Üniversitesi ile Tübitak beraberliğinde genetik ve ampelografik karşılaştırmaları yapılarak yeniden kazanım çalışmaları etkin bir şekilde tamamlanmış ve Nero d'Avola&Urla Karası blendi ile bize çok büyük ödüller getirmiştir."* şeklinde ifadeleri içeren tanıtımlara yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, şirkete ait internet sitesinde ve şikayet edilen internet sitelerinde yer alan ifadelerde herhangi bir alkollü içecek ismine ya da markasına yer verilmediği, TÜBİTAK ve Sabancı Üniversitesi işbirliğinde yürütülen proje kapsamındaki araştırmalar sonucunda uzun yıllardır kayıp olan “Urla Karası” adlı üzüm türüne ait eski bir üzüm asmasının kırsal alanda keşfedilerek ıslah edilip fidesinin çoğaltıldığının sunulan belgelerden tespit edildiği; şikayet konusu internet sitelerinde yer alan açıklamaların anılan sürece ilişkin bilgilere yer verilmesinden ibaret olduğu 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.

**160)**

**Dosya No: 2022/214**

**Şikayet Edilen: Anason Deposu Mehmet Anıl Göbel**

**Şikâyet 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://anasondeposu.com/ URL uzantılı internet sitesinde “Votka Kiti”, “Hazır Viski Kiti”, "Viski Kiti Gentlemen Jack", “Trakya Serisi Rakı Kiti”, "Ala Rakı Kiti", “Altın Seri Rakı Kiti” vb. ifadelerle aroma verici mahiyetindeki “kit” olarak isimlendirilen ve alkollü içecek üretiminde kullanılan ürünlere yönelik tanıtımların yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu internet sitesinde aroma verici mahiyetindeki ürünlere “Votka Kiti”, “Viski Kiti”, “Rakı 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 61/2, 61/3, 61/6 ve 61/7 maddeleri,

hükümlerine aykırı olduğuna  **,**

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

**161)**

**Dosya No: 2022/817**

**Şikayet Edilen: Gözde Tekel Kuruyemiş**

**Şikayet Edilen Reklam:** m.facebook.com/yesilova.elektrik, www.instagram.com/gozdetekelbayii/ ve www.instagram.com/yesilovaelektirik/ URL adreslerinde alkollü içecek tanıtımlarına yönelik yapılan paylaşımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 03.03.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com/gozdetekelbayii/ www.instagram.com/yesilovaelektirik/ adresli sosyal medya hesaplarında muhtelif markalardaki alkol ürünlerinin görselleri ile fiyatlarının bulunduğu paylaşımlar yapıldığı, şikayet edilen ticari işletmeye ait unvan, iletişim numarası, adres bilgileri ile mağaza içerisinden fotoğraflara yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, yürürlükteki mevzuat hükümleri uyarınca alkollü içeceklerin herhangi bir mecrada reklam ve tanıtımının yapılmasının yasak olduğu ve söz konusu sosyal medya hesaplarında muhtelif alkollü içeceklere yönelik fotoğrafların yer almasının ve çeşitli markalara ait indirimli satış kampanyasına yönelik paylaşımların ilgili mevzuatı ihlal ettiği, bu itibarla anılan paylaşımların 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, 26/1’inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

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

**TURİZM**

**162)**

**Dosya No: 2021/648**

**Şikayet Edilen: Delight Otelcilik A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait “Delight Deluxe Hotel” isimli tesise yönelik reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021-2022

**Yayınlandığı Mecra:** Tabela, İnternet

**Tespitler:** Yapılan incelemede, “Delight Deluxe Hotel” adlı tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığından “Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi” bulunmamasına karşın tesis tabelasında ve www.tatilbudur.com, www.trivago.com.tr ve www.neredekal.com adresli internet sitelerinde yayınlanan reklamlarda “Butik Otel / Boutique Hotel” ibarelerine yer verilmek suretiyle “Butik Otel” olarak tanıtıldığı, ayrıca www.google.com.tr adresli arama portalında tesis ismiyle yapılan aramalarda sayfanın sağ menüsünde “Delight Deluxe Boutique Hotel” ve “3 Yıldızlı Otel” ifadelerinin yer aldığı hususları tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, Kültür ve Turizm Bakanlığından “Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi” bulunmayan “Delight Deluxe Hotel” adlı tesise yönelik olarak yayınlanan “Butik Otel” ve “3 Yıldızlı Otel” tanıtımlarının tüketicileri 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 **Delight Otelcilik A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine  karar verilmiştir.

**163)**

**Dosya No: 2021/2259**

**Şikayet Edilen: Fırsat Bu Fırsat İnternet Hizmetleri Rek. Tur. Org. Paz. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait www.firsatbufirsat.com adresli internet sitesinde “Ağva Marina Otel” adlı tesise ilişkin olarak yayınlanan fırsat kampanyası reklamları

**Reklam Yayın Tarihi:** 07.07.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, E-posta

**Tespitler:** Yapılan incelemede, firma tarafından 07.07.2021 tarihinde e-posta yoluyla tüketicilere gönderilen fırsat kampanyası duyurusunda, *“Kaçtı Kaçacak! Marina Motel Ağva'da Çift Kişilik Konaklama Seçenekleri ve Benzer Fırsatlar - İlgilendiğiniz fırsatlar kaçmak üzere! İlgilendiğiniz fırsatları ya da benzer fırsatları şimdi satın alın, kısa süreli indirimleri kaçırmayın! İlgilendiğiniz fırsatlarla ilgili sıkça sorulanları incelemek ve iletişim formu için Bize Ulaşın sayfamızdan bizimle iletişime geçebilirsiniz. - Marina Motel Ağva'da Çift Kişilik Konaklama Seçenekleri - Marina Motel Ağva Şile Hemen Al 99.00 TL”* şeklinde ifadelere yer verildiği,

Tüketicinin tanıtımı yapılan fırsatı 07.07.2021 tarihinde 3 gece konaklamalı olacak şekilde satın aldığı, tüketicinin rezervasyon işleminin 08.07.2021 tarihinde Fırsatbufırsat çağrı merkezi tarafından yapılan bildirimle iptal edilerek yapılan ödemenin tüketiciye iade edildiği hususları tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, kampanya e-postasında yer alan gerçeği yansıtmayan gecelik konaklama fiyatının tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu, öte yandan, tüketiciler Marina Motel Ağva isimli tesise ilişkin fırsatı gecelik 99 TL fiyattan satın almaya davet edilmekle birlikte belirtilen fiyattan tesisten yer ayırtan tüketicinin rezervasyonun iptal edilmesinin mesleki özenin gereklerine ve basiretli bir tacir gibi hareket etme yükümlülüğüne uymayan, ayrıca tüketicilerin bilinçli olarak karar verme yeteneğini azaltarak normal şartlar altında taraf olmayacakları bir tüketici işlemine taraf olmalarına yol açan açık bir haksız ticari uygulama olduğu, bu çerçevede, firma tarafından, reklam mevzuatında yer verilen satıcının/sağlayıcının mal veya hizmeti makul bir sürede sunamayacağına ilişkin bilgi sahibi olmasına karşın tüketiciyi bu konuda uyarmaksızın mal veya hizmetleri o fiyattan edinmeye davet etmek şeklindeki haksız ticari uygulamanın gerçekleştirildiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtım 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 **Fırsat Bu Fırsat İnternet Hizmetleri Rek. Tur. Org. Paz. ve Tic. 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: 2021/5294**

**Şikayet Edilen: Türk Hava Yolları A.O.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Türk Hava Yolları A.O. ve Petrol Ofisi A.Ş. ortaklığıyla düzenlenen “Millerinizi Petrol Ofisi’nde Yakıta Dönüştürün!” başlıklı kampanyaya ilişkin reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021-2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, E-posta

**Tespitler:** Yapılan incelemede, Türk Hava Yolları A.O. ve Petrol Ofisi A.Ş. iş birliğiyle düzenlenen “Millerinizi Petrol Ofisi'nde Akaryakıta Dönüştürün!” başlıklı kampanyaya ilişkin olarak https://www.turkishairlines.com/tr-int/miles-and-smiles/program-ortaklari/akaryakit/petrol-ofisi/ URL adresinin 07.02.2022 tarihli görünümünde yer alan tanıtımlarda, *“Petrol Ofisi ve Türk Hava Yolları işbirliği ile fırsatlara yolculuğunuz başlasın! Türkiye akaryakıt sektörünün lideri Petrol Ofisi, Türkiye’nin bayrak taşıyıcı havayolu şirketi Türk Hava Yolları ile birlikte sizlere çok kazandıracak önemli bir işbirliğine imza atıyor. Petrol Ofisi ve THY işbirliği pek çok avantajı da beraberinde getiriyor. Bu işbirliği, 124 ülkede 300'den fazla uçuş noktası ile dünyanın en çok ülkesine uçan Türk Hava Yolları ile seyahat eden Miles&Smiles üyelerinin yüzünü yakıt alımlarında da güldürecek. Artık uçmayı sevenler, yolların lideri Petrol Ofisi ile ilerleyecek. Miles&Smiles üyeleri, hem Türkiye’nin dört bir yanında hizmet veren, kampanya dahilindeki Petrol Ofisi istasyonlarından yapacakları yakıt alımlarında 5 kata kadar daha fazla Positive Puan kazanacak, hem de biriktirdikleri miller ile araçlarına anında yakıt alabilecek. Petrol Ofisi ve THY işbirliğinin sağladığı bu avantajlardan yararlanmak isteyenlerin Positive Card ve Miles&Smiles üyeliklerini bir kez eşleştirmeleri yeterli. Bu işlemden sonra anlaşmalı Petrol Ofisi istasyonlarından eşleştirme yaptıkları Positive Card’lari ile yapacakları akaryakıt ve otogaz alışverişleri karşılığında Miles&Smiles üyelik statülerine göre kat kat Positive puan kazanıp, hediye yakıt alabilecekler.”* şeklinde ifadelere ve “Kurallar ve Koşullar” başlığı altında kampanya katılım koşullarına yer verildiği,

“Kurallar ve Koşullar” başlığı altında duyurulan kampanya katılım koşulları içerisinde,*“Mil çevrimi için Miles&Smiles kredi kartı sahipliği bulunması zorunludur. Positive Card’ınız ile eşleştirdiğiniz Miles&Smiles üyeliğinizi 1 yıl içerisinde en fazla 1 kez değiştirilebilirsiniz.”* şeklinde bir kampanya şartının yer aldığı,

Yine söz konusu kampanyaya ilişkin olarak tüketicilere e-posta yoluyla gönderilen kampanya duyurusunda, *“Millerinizi Petrol Ofisi’nde Akaryakıta Dönüştürün! Miles&Smiles üyeliğiniz ile Petrol Ofisi'ndeki yakıt alımlarınızda 5 kata varan Positive Puan kazanın. Üstelik 31 Aralık 2021 tarihine kadar 1.000 Milinizi 40TL değerinde yakıta dönüştürme fırsatını kaçırmayın!”* şeklinde ifadelere yer verildiği ve bu ifadelerin alt kısmında konumlandırılan “Detaylı Bilgi” ibareli bağlantıyla tüketicilerin kampanya hakkında ayrıntılı bilgi alabilecekleri www.turkishairlines.com adresli internet sitesinde yer alan kampanya sayfasına yönlendirildiği,

Bu hususlara ek olarak, Türk Hava Yolları A.O.’ya ait “Miles&Smiles” isimli kurumsal Facebook sayfasında 14.12.2021 tarihinde yayınlanan tanıtımda, *“Miles&Smiles üyelerine özel Petrol Ofisi’nden kaçırılmayacak ayrıcalıklar! Üyelik statünüze göre Petrol Ofisi’ndeki yakıt alımlarınızda 5 kata varan Positive Puan kazanma şansı ve ayrıca 31 Aralık 2021 tarihine kadarda 1.000 Mil’inizi 40TL değerinde yakıta dönüştürme ayrıcalığı sizi bekliyor!”* şeklinde ifadelere yer verildiği hususları tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, “Millerinizi Petrol Ofisi'nde Akaryakıta Dönüştürün!” başlığıyla tanıtılan kampanyanın ana vaadi, Miles&Smiles yolcu programı üyesi tüketicilerin Petrol Ofisi'ndeki akaryakıt alımlarında 5 kata kadar Positive Puan kazanması ve/veya isterlerse biriktirdikleri uçuş millerini Positive Puan'a dönüştürmesi olarak duyurulmakla birlikte, “Kurallar ve Koşullar” başlığı altında yer verilen ve tüketicilerin satın alma kararını doğrudan etkileyebilecek nitelikteki *“Mil çevrimi için Miles&Smiles kredi kartı sahipliği bulunması zorunludur.”* şeklindeki kampanya katılım şartının, kampanyadan faydalanabilmek için Miles&Smiles yolcu programı üyesi olmanın yeterli olmaması ve uçuş millerinin Positive Puan'a dönüştürülebilmesi için Miles&Smiles Kredi Kartı sahipliğinin zorunlu kılınması nedeniyle, ana vaadin sağladığı avantajları tamamıyla ortadan kaldıracak nitelikte olduğu ve ana vaatle açık bir şekilde uyumsuzluk içerdiği,

Öte yandan, Ortaklığın web sitesinde, e-posta yoluyla tüketicilere gönderilen kampanya duyurusunda ve Ortaklığa ait “Miles&Smiles” isimli kurumsal Facebook sayfasında “Miles&Smiles Üyelerine Özel” gibi ifadelerle yayınlanan kampanya tanıtımlarının, kampanyadan faydalanmak için Miles&Smiles üyesi olmanın yeterli olmaması göz önünde bulundurulduğunda, kampanya uygulamasına ilişkin olarak tüketicileri yanıltıcı ve eksik bilgilendirici 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, 9/2, 9/4, 9/5, 18/1, 18/2, 18/3, 18/5, 18/6, 18/7 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

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

**165)**

**Dosya No: 2021/5880**

**Şikayet Edilen: Ay Seyahat İnşaat Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait “Royal Palace Hotel” adlı tesise yönelik reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021-2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, Tabela

**Tespitler:** Yapılan incelemelerde, Ay Seyahat İnşaat Tic. Ltd. Şti. unvanlı firma sahipliğindeki “Royal Palace Hotel” adlı tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığından “Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi” bulunmamasına karşın tesis tabelasında ve tesis girişinde bulunan plaket üzerinde “4 Yıldız \*\*\*\*” görsellerine yer verilerek “4 Yıldızlı Otel” olarak tanıtıldığı, ayrıca tesise ait www.royalpalace.com.tr adresli internet sitesinin 13.08.2021 tarihli görünümünde *“Turizm Bakanlığına bağlı 4 Yıldızlı Kuşadası'nın merkezi bir noktasında bulunan Royal Palace Kuşadası misafirlerine benzersiz bir tatilin kapılarını aralıyor”* şeklinde ifadelerin yer aldığı,

Diğer yandan, 24.01.2022 tarihinde yapılan incelemelerde, “Royal Palace Hotel” adlı tesisin www.otelz.com ve www.tripadvisor.com.tr adresli internet sitelerinde “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 hususları tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, Kültür ve Turizm Bakanlığından “Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi” bulunmayan “Royal Palace 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 **Ay Seyahat İnşaat 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.

**166)**

**Dosya No: 2021/5881**

**Şikayet Edilen: Türk Hava Yolları A.O.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Türk Hava Yolları A.O. tarafından düzenlenen “Esnek Seyahat” başlıklı kampanyaya ilişkin reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021-2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan incelemelerde, tüketicinin Türk Hava Yolları’nın 17.08.2021 uçuş tarihli İstanbul-Guangzhou seferine 10.08.2021 tarihinde bir bilet satın aldığı, tüketici tarafından başvuru ekinde gönderilen reklam örneğinin tüketicinin satın aldığı uçak biletine ilişkin bilgileri içermemekle birlikte İstanbul-Guangzhou uçuş parkuruna ilişkin olarak www.turkishairlines.com.tr adresli internet sitesinde yapılan sorguya ait ekran görüntüsüne ait olduğu, buna göre, biletleme ekranında bilet sınıfının “Yarı Esnek – C Sınıfı” olarak belirtildiği, ayrıca aynı sayfada *“Yüksek Hijyen Standartları - Güvenli seyahat deneyimimiz ve hijyen tedbirlerimizle uçuş güvenliğinde en yüksek seviyeyi ifade eden Diamond statüsünü kazandık. Türk Hava Yolları ile seyahat ederken içiniz rahat olsun. Esnek Seyahat - 31 Aralık 2021 tarihine kadar yapacağınız biletlemeleriniz için 31 Mart 2022 tarihine kadar sınırsız değişiklik hakkı sağlayan Esnek Seyahat ile uçak biletleriniz her zaman güvence altında. Seyahatlerinizde Sınırsız Özgürlük - Planlarınız değiştiğinde uçuşlarınız da değişebilir. 31 Aralık 2021'e kadar alacağınız biletlerde ceza değişiklik bedeli ödemeden istediğiniz parkura değişiklik yapabilir veya biletinizi açığa aldırabilirsiniz.”* şeklinde tanıtımlara yer verildiği, diğer yandan, şikayetçi tüketicinin satın aldığı bileti uçuştan önce değiştirmek istediğinde, Türk Hava Yolları müşteri ilişkileri birimi tarafından 13.000 TL tutarında ceza değişiklik bedeli ödemesi gerektiğinin belirtildiği,

www.turkishairlines.com adresli internet sitesinde hem iç hat uçuşları hem de dış hat uçuşları için yapılan bilet sorgulamalarında, biletleme ekranında “Esnek Seyahat” isimli kampanyanın tanıtımlarına yer verildiği, buna göre kampanyanın tanıtımına ilişkin olarak, *“Esnek Seyahat - 31 Aralık 2021 tarihine kadar yapacağınız biletlemeleriniz için 31 Mart 2022 tarihine kadar sınırsız değişiklik hakkı sağlayan Esnek Seyahat ile uçak biletleriniz her zaman güvence altında. Seyahatlerinizde Sınırsız Özgürlük - Planlarınız değiştiğinde uçuşlarınız da değişebilir. 31 Aralık 2021'e kadar alacağınız biletlerde ceza değişiklik bedeli ödemeden istediğiniz parkura değişiklik yapabilir veya biletinizi açığa aldırabilirsiniz.”* şeklinde ifadelerin yer aldığı,

Türk Hava Yolları A.O. tarafından düzenlenen “Esnek Seyahat” isimli kampanyaya ilişkin olarak www.turkishairlines.com/tr-int/duyurular/coronavirus-salgini/esnek-degisiklik/ URL adresinde bulunan kampanya sayfasının 04.02.2022 tarihli görünümünde yer alan tanıtımlarda, *“Esnek seyahat ile içiniz hep rahat. İçiniz rahat olsun! 31 Mart 2022 (dahil) tarihine kadar satın aldığınız uçak biletleriniz için son uçuş tarihi 31Mayıs 2022'ye kadar (dahil) olmak şartıyla sınırsız değişiklik hakkı sağlayan Esnek Seyahat sayesinde planlarınız değişse de biletleriniz güvence altında.\* Seyahatlerinizde sınırsız özgürlüğe sahipsiniz: 21 Mart 2020 – 31 Mart 2022 (dahil) tarihlerinde biletlemesini yaptığınız seyahatlerinizde sınırsız özgürlüğe sahipsiniz. Plan değişimlerine her an hazırsınız: Planlarınız değiştiğinde biletlemesi yapılmış seyahatleriniz için başka bir uçuşa değişiklik yapabilir ya da biletinizi açığa alabilirsiniz. İstediğiniz yere dilediğiniz zaman seyahat edin: Sınırsız değişiklik hakkınızı son uçuş tarihi 31 Mayıs 2022'e kadar (dahil) olarak yeni seyahatlerinizde kullanabilirsiniz. Sevdiklerinize yakınsınız: Esnek Seyahat ile uçuşunuz hep güvence altında. Aniden değişen planlar sevdiklerinize kavuşmanıza ya da keşfetmek istediğiniz yerlere ulaşmanıza engel değil! Özgür bir uçuş deneyimi sunan Esnek Seyahat uygulamamız ile sınırsız değişiklik hakkından yararlanıp, biletlemesi yapılmış seyahatinizi güvence altına alabilirsiniz. Seyahat tarihinizi; 31 Mart 2022 (dâhil)’e kadar, son uçuş tarihi 31 Mayıs 2022 (dâhil) olacak şekilde istediğiniz bir tarihle değiştirin, dilediğiniz zaman sevdiklerinizin yanında olun. Yeni seyahatlere açıksınız: Esnek Seyahat ile istediğiniz kadar değiştirin. Keşfetme heyecanına kapıldıysanız ama planlarınızı kesinleştiremiyorsanız 31 Mart 2022 (dahil) ayına kadar biletinizi alın, son uçuş tarihi 31Mayıs 2022'e kadar (dahil) olacak şekilde sınırsız değişiklik hakkınızdan İstediğiniz an yararlanın. Biletinizi istediğiniz yere istediğiniz zaman değiştirin. Londra seyahatinden vaz mı geçtiniz? Rotanızı ister Paris’e ister Amsterdam’a çevirin.”* şeklinde ifadelere yer verildiği,

Yine aynı sayfada, “Kurallar ve koşullar” başlığı altında; *“Planlar ne kadar değişirse değişsin Esnek Seyahat ile güvendesiniz. Esnek Seyahat’in nasıl işlediğini öğrenmek için kurallar ve koşulları incelemeyi unutmayın! Hiç kullanılmamış biletler için değişiklik işlemleri istenilen parkura yapılabilir. Kısmi olarak kullanılmış biletler için parkur değişikliği yalnızca uluslararası hava taşımacılığı birliğinin (IATA) belirlediği aynı bölge grubu içerisinde yapılabilir. Değişiklik işlemlerinde ceza bedeli alınmamakla birlikte ücret farkları tahsil edilir. Değişiklik işlemleri, Türk Hava Yolları satış ofisleri, çağrı merkezi, online kanallar (sadece yurt dışı biletleri için) ve biletin satın alındığı acenteler aracılığıyla gerçekleştirilebilir. 21 Mart 2020 - 31 Mart 2022 (dahil) tarihleri arasında yapılan biletlemeler için yolcular son uçuş tarihi 31Mayıs 2022'e kadar (dahil) olacak şekilde sınırsız değişiklik yapabilir. Biletin açığa alınabilmesi için, biletteki ilk uçuş tarihinden önce rezervasyonun iptal ettirilmesi gerekmektedir. Biletin açığa alınması amacıyla yapılacak iptal işlemlerinin Türk Hava Yolları çağrı merkezi, satış ofisleri veya biletin alındığı acenteler üzerinden yapılması gerekmektedir. Vergi, kur, sınıf farklarından doğan ücret farkları tahsil edilecektir. Çin varışlı ve kalkışlı uçuşlar için geçerli değildir. \*Yurt içi seyahatler (Ercan ve Hopa dahil) için verilen cezasız değişiklik hakkı 31 Aralık 2021 tarihine kadar yapılan satış ve biletlemelerde geçerli olup 01 Ocak 2022 tarihi itibari ile tüm yurt içi seyahatler için yapılacak satışlarda orijinal ücret kuralları geçerli olacaktır. Ücret kuralları gereği yurt içi seyahatlerde; ExtraFly paket biletlerinde uçuş saatine 12 saat kala, PrimeFly paket biletlerinde ise 1 saat kalana kadar cezasız değişiklik hakkı verilmektedir. İlave haklar ve pandemi koşulları kapsamında, bilet değişiklikleri için belirlenen seyahat süreleri içerisinde (31 Mayıs 2022 tarihine kadar yapılacak seyahatlerde), ortaklığımız tarafından yolcunun biletinde bulunan seyahat noktasına uçuş planlaması yapılmaması ve sunulan alternatif seyahat noktalarının yolcumuza uygun olmaması durumlarında, herhangi bir kesinti uygulanmadan bilet iadesi yapılabilecektir. Bunun haricindeki iade ve iptal talepleri, güncel ücret kuralları doğrultusunda yapılacaktır. Bu bilgilendirme kapsamındaki iade uygulaması geçerli değildir.”* şeklindeki duyuruyla kampanya katılım koşullarının açıklandığı ve kampanya katılım koşulları doğrultusunda Çin varışlı ve kalkışlı uçuşların kampanya kapsamının dışında bırakıldığı hususları tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, Çin varışlı ve kalkışlı uçuşlar “Esnek Seyahat” isimli kampanyanın kapsamı dışında bırakılmakla birlikte İstanbul-Guangzhou biletleme ekranında “Satın alınan biletlerde ceza değişiklik bedeli ödemeden istenilen parkura değişiklik yapılabileceği” şeklinde “Esnek Seyahat” isimli kampanya duyurusu ve tanıtımlarına yer verilmesinin tüketicileri yanlış yönlendirici, aldatıcı, yanıltıcı ve tüketicilerin tecrübe ve bilgi eksikliğini istismar edici nitelikte olduğu,

Öte yandan, Türk Hava Yolları A.O. tarafından yapılan açıklamalarda, “Esnek Seyahat” isimli kampanyanın yalnızca “Esnek” ücret sınıfını kapsadığı ifade edilmekle birlikte, kampanya duyurusunda bu yönde açık bir bilgilendirmeye yer verilmemesinin tüketicilerin eksik bilgilendirilmesine yol açtığı, dış hat biletlemelerde Türk Hava Yolları A.O. tarafından “Esnek” ücret sınıfı dışında “Promosyon”, “Yarı Esnek”, “Business Promosyon”, “Business Kısıtlı” ve “Business Esnek” sınıflarında bilet satışı yapıldığı, dolayısıyla kampanya duyurusunun mevcut haliyle ortalama tüketici nezdinde kampanyanın tüm dış hat ücret sınıflarında geçerli olduğu şeklinde yanıltıcı bir izlenim oluşturduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

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

**167)**

**Dosya No: 2021/5882**

**Şikayet Edilen: MCA Otelcilik Turizm İnşaat San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait “Palmet Resort Kiriş Hotel” ve “Palmet Beach Resort Hotel” adlı tesislere yönelik reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 20.01.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, Broşür

**Tespitler:** Yapılan inceleme sonucunda, firmaya ait “Palmet Resort Kiriş Hotel” adlı tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığından “Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi” bulunmamasına karşın www.tripadvisor.com.tr adresli internet sitesinin 20.01.2022 tarihli görünümünde “5 Yıldızlı Otel” olarak, www.prontotour.com adresli internet sitesinin yine 20.01.2022 tarihli görünümünde ise “4 Yıldızlı Otel” olarak tanıtıldığı,

Yine firmaya ait “Palmet Beach Resort Hotel” adlı tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığından “Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi” bulunmamasına karşın reklam broşürleri ile tanıtım materyallerinde “5 Yıldızlı Otel” olarak, www.tripadvisor.com.tr, www.trivago.com.tr, www.prontotour.com ve www.kayak.com.tr adresli internet sitelerinin 20.01.2022 tarihli görünümlerinde ise yine “5 Yıldızlı Otel” olarak tanıtıldığı, öte yandan, tesis tanıtımına ilişkin "5 Yıldız" görsellerinin firmaya ait "palmetgrouphotels" isimli Instagram sayfasında da yayınlandığı hususları tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, “Palmet Resort Kiriş Hotel” adlı tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığından “Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi” bulunmamasına karşın www.tripadvisor.com.tr adresli internet sitesinin 20.01.2022 tarihli görünümünde “5 Yıldızlı Otel” olarak, www.prontotour.com adresli internet sitesinin yine 20.01.2022 tarihli görünümünde ise “4 Yıldızlı Otel” olarak tanıtılmasının tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı olduğu,

Benzer şekilde, firmaya ait “Palmet Beach Resort Hotel” adlı tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığından “Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi” bulunmamasına karşın reklam broşürleri ile tanıtım materyallerinde “5 Yıldızlı Otel” olarak, www.tripadvisor.com.tr, www.trivago.com.tr, www.prontotour.com ve www.kayak.com.tr adresli internet sitelerinin 20.01.2022 tarihli görünümleri ile firmaya ait “palmetgrouphotels” isimli Instagram sayfasında ise yine “5 Yıldızlı Otel” olarak tanıtılmasının tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Turizmi Teşvik Kanunu’nun 5/a maddesi,

- Turizm Tesislerinin Niteliklerine İlişkin Yönetmelik’in 16/2 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 **MCA Otelcilik Turizm İnşaat 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.

**168)**

**Dosya No: 2022/196**

**Şikayet Edilen: Barış Yakut İnşaat Turizm Otel. Akar. Teks. İth. İhr. San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait “Hotel Yakut” adlı tesise yönelik reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 17.01.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, Kartvizit, Tabela

**Tespitler:** Yapılan incelemede, Kültür ve Turizm Bakanlığından “3 Yıldızlı Otel Turizm İşletmesi Belgesi” talebinde bulunulan “Hotel Yakut” adlı tesiste Kültür ve Turizm Bakanlığı kontrolörlerince 23.12.2021 tarihinde yapılan belgelendirme denetiminde, anılan tesis belgesiz olmakla birlikte tesis mahallinde ve tesis kartvizitlerinde “3 Yıldızlı Otel” olarak tanıtıldığının belirlendiği,

Reklam Kurulu Başkanlığınca yapılan incelemelerde; firmaya ait “Hotel Yakut” adlı tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığından “Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi” bulunmamasına karşın tesis tabelasında, tesis logosunda ve tesise ait www.hotelyakut.com adresli internet sitesinin 17.01.2022 tarihli görünümünde “3 Yıldız \*\*\*” görsellerine yer verilmek suretiyle “3 Yıldızlı Otel” olarak tanıtıldığı,

Benzer şekilde, anılan tesisin www.otelz.com, www.tripadvisor.com.tr, www.trivago.com.tr, www.tr.hotels.com, www.bookinggold.com, www.hotelforex.com, www.expedia.com ve www.kayak.com adresli internet sitelerinin 17.01.2022 tarihli görünümlerinde yer alan tanıtım sayfalarında “3 Yıldız \*\*\*” görsellerine ve “3 Yıldızlı Otel” ibarelerine yer verildiği, ayrıca, tesis ismiyle www.google.com.tr arama portalında yapılan aramalarda, arama sonuç sayfasının sağ menüsünde “3 Yıldızlı Otel” ifadesinin yer aldığı hususları tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, Kültür ve Turizm Bakanlığından belgesiz olan “Hotel Yakut” 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 **Barış Yakut İnşaat Turizm Otel. Akar. Teks. 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.

**DİĞER**

**169)**

**Dosya No: 2021/4197**

**Şikayet Edilen: Flo Mağazacılık ve Pazarlama A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Flo isimli ayakkabı mağazalarında ürün reyonları üzerinde yer verilen reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 20.09.2021

**Yayınlandığı Mecra:** Afiş

**Tespitler:** Yapılan incelemede, tüketici başvurusu ekinde Flo ayakkabı mağazasında çekilmiş ve ürün reyonunu gösteren bir fotoğrafın yer aldığı, söz konusu fotoğrafta yer alan ürün reyonunun üzerinde “34,99 TL’den başlayan fiyatlarla – Peşin Fiyat” ibaresi bulunan bir reklam afişine yer verildiği, reklam afişinde “34,99 TL” ibaresinin büyük puntolarla “den başlayan fiyatlarla” ibaresinin ise çok daha küçük puntoyla yazıldığı, fotoğrafın çekim açısında bulunmakta olup reyonda satışa sunulan ayakkabıların fiyatlarının 159 TL, 149 TL, 79 TL, 119 TL ve 169 TL olduğu, aynı reyonun fotoğrafta görünmeyen arka tarafında da satışa sunulan ayakkabılar bulunmakla birlikte bu ürünlerin fiyatlarının fotoğrafta görülemediği,

Reklam veren firmadan, 20.09.2021 tarihinde 34.99 TL fiyattan satışı yapıldığı belirtilen ürünün/ürünlerin model ismi ve görseli ile söz konusu fiyattan satış yapıldığını ispatlayıcı nitelikte fiş, fatura, ödeme belgesi, vb. bilgi ve belgeler talep edildiği, reklam veren firma tarafından gönderilen cevabi yazı ekinde bir Excel tablosundan ekran alıntısı şeklinde eklenmiş satış tablolarına yer verildiği, söz konusu tablolarda ürün kodu, ürün barkodu, mal grubu tanımı, marka adı gibi bilgiler bulunmakla birlikte ürünlerin satışının yapıldığı tarihe ilişkin herhangi bir bilginin yer almadığı hususları tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, firmaya ait bir Flo mağazasında bulunan ayakkabı reyonu üzerinde yer alan tanıtımda, “34,99 TL'den başlayan fiyatlarla” ibaresine yer verilerek o reyonda satışa sunulan en düşük fiyatlı ayakkabının fiyatının 34,99 TL olduğunun duyurulduğu, söz konusu fiyat tanıtımının doğruluğunun tespiti amacıyla 20.09.2021 tarihinde 34.99 TL fiyattan satışı yapıldığı belirtilen ürünün/ürünlerin model ismi ve görseli ile söz konusu fiyattan satış yapıldığını ispatlayıcı nitelikte fiş, fatura, ödeme belgesi, vb. bilgi ve belgeler firmadan talep edilmekle birlikte firmaya ait cevabi yazı ekinde ekran alıntısı şeklinde sunulan ürün listelerinin 20.09.2021 tarihinde 34,99 TL fiyatla ayakkabı satışı yapıldığını ispatlar nitelikte olmadığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

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

**170)**

**Dosya No: 2021/4944**

**Şikayet Edilen: Migros Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait "migrossanalmarket" isimli kurumsal Instagram sayfasında “Doğuş Rize Çay 500 G” isimli ürüne yönelik olarak yayınlanan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 15.11.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan incelemede, tüketici şikayeti ekinde yer alan reklam örneğinden, reklam veren firmaya ait “migrossanalmarket” isimli kurumsal Instagram sayfası tarafından 15.11.2021 tarihinde yayınlanan sponsorlu reklamda, Doğuş Rize Çay 500 G isimli ürünün fiyatının 8 TL olduğu duyurulmakla birlikte 15.11.2021 tarihinde firmaya ait çevrimiçi satış kanallarında anılan ürünün 14 TL fiyattan satışa sunulduğu hususları tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, firmaya ait “migrossanalmarket” isimli kurumsal Instagram sayfası tarafından 15.11.2021 tarihinde yayınlanan sponsorlu reklamda, Doğuş Rize Çay 500 G isimli ürünün fiyatının 8 TL olduğu duyurulmakla birlikte 15.11.2021 tarihinde firmaya ait çevrimiçi satış kanallarında anılan ürünün 14 TL fiyattan satışa sunulmasının tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı nitelikteki 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, 9/2, 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 **Migros Ticaret A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine  karar verilmiştir.

**171)**

**Dosya No: 2021/508**

**Şikayet Edilen: Atasay Kuyumculuk San. ve Tic. A.Ş.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ait www.atasay.com adresli internet sitesinde *"JOU00667GRD, 1.7 gr, 14 ayar altın kolye 849 TL. Sevgililer Günü alışverişlerinize pırlantalı bileklik hediye"* ifadelerine yer verilerek "14 ayar altın kolye" satın alanlara pırlantalı bilekliğin hediye edileceği belirtilmesine rağmen söz konusu ürünü sepete ekleyerek satın almak isteyen tüketicinin hediye ürünün sepete eklenmediği gerekçesiyle firmayla iletişime geçtiği, firma tarafından tüketiciye satın alınmak istenen ürünün kampanyalı olduğu için hediye bilekliğin sepete eklenmediği bilgisinin verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firmaya ait www.atasay.com adresli internet sitesinde *"JOU00667GRD, 1.7 gr, 14 ayar altın kolye 849 TL. Sevgililer Günü alışverişlerinize pırlantalı bileklik hediye"* ifadelerine yer verilerek "14 ayar altın kolye" satın alanlara pırlantalı bilekliğin hediye edileceği belirtilmesine rağmen söz konusu ürünü sepete ekleyerek satın almak isteyen tüketicinin hediye ürünün sepete eklenmediği gerekçesiyle firmayla iletişime geçtiği, firma tarafından tüketiciye satın alınmak istenen ürünün kampanyalı olduğu için hediye bilekliğin sepete eklenmediği bilgisinin verildiği, bu durumunda internet sitesindeki söz konusu tanıtımların dipnotunda yer alan *"Bu kampanya, kampanyaya katılan Atasay mağazalarında ve Atasay.com'da 28.02.2021 tarihine kadar geçerlidir. Ürün fiyatı 15.01.2021 tarihli Amerikan doları ve has altın kuru baz alınarak hesaplanmıştır. Kurdaki değişiklikler ürün fiyatına yansıtılır. Kredili ve taksitli ödemelerde ilgili bankanın uyguladığı komisyon oranları eklenir. DM116YZ00674 model ürün 8 ayar altın, DWTKYZ0062 ve J0U00667GRD model ürünler 14 ayar altındır. VLRG58BL00001 model Pırlantalı Gümüş Hediye Bileklik mağaza stokları ile sınırlı olup, Kampanyalı ürün alışverişlerinde geçerli değildir. Kampanya ürünleri mağaza stokları ile sınırlı olup, başka bir kampanya ile birleştirilemez ve kullanılamaz. İlanda kullanılan ürün fotoğrafları baskı ebadıyla bağlantılı olarak büyütülmüştür. Ürün renkleri baskı kalitesine göre farklılık gösterebilir. Ürün ölçülerine göre gram değişiklik gösterebilir. Atasay kampanyalarında değişiklik yapma hakkını saklı tutar. Fiyatlara KDV dahildir. Detaylı bilgi Atasay.com’da*." ifadeleri ile belirtildiğinin ifade edildiği ancak dipnotta yer verilen ifadeler ile anılan kampanyanın kısıtlandığı ve bu durumun ana vaat ile istisnası arasında uyumsuzluğa yol açtığı,

Diğer taraftan anılan internet sitesinde yer alan "JOU00667GRD, 1.7 gr, 14 ayar altın kolye" isimli ürünün 1390 TL olan fiyatı üzerinden indirim uygulanarak 849 TL fiyat ile tüketiciye satıldığı, ancak ilgili mevzuatta yer alan “İndirimli satışa konu edilen mal veya hizmetin indirimden önceki fiyattan daha düşük fiyatla satışa sunulduğunun ispatı satıcı veya sağlayıcıya aittir.” hükmü gereği anılan ürünün indirimden önceki fiyattan satışa sunulduğunun ispatlanması gerektiği, ancak söz konusu hususun ispatlanamadığı,dolayısıyla, anılan tanıtımların; tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**172)**

**Dosya No: 2021/4888**

**Şikayet Edilen: Los Gatos Turkey Yayın Hizmetleri Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait "Netflix" platformunda yayınlanan "Kin" isimli yapım ile ilgili olarak bina giydirilerek yapılan açık hava reklamları.

**Reklam Yayın Tarihi:** 09.10.2021,01.10.2021-15.10.2021

**Yayınlandığı Mecra:** Açık Hava İlanı, Gazete

**Tespitler:** Firmaya ait "Netflix" platformunda yayınlanan "Kin" isimli yapım ile ilgili olarak açık hava reklamlarında ve gazetelerde bir insanın boynundan asıldığı görsellere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firmaya ait "Netflix" platformunda yayınlanan "Kin" isimli yapım ile ilgili olarak açık hava reklamlarında ve gazetelerde yer alan tanıtımlar ile ilgili sunulan bilgi ve belgeler kapsamında şikayet konusu hususta Reklam Mevzuatı hükümlerine aykırı bir unsura rastlanmadığı 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.

**173)**

**Dosya No: 2021/5022**

**Şikayet Edilen: Mapa Mobilya ve Aksesuar Pazarlama A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ilişkin olarak muhtelif mecralarda yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 19.11**.**2021- 23.11.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, Kısa Mesaj

**Tespitler:** Firma tarafından muhtelif mecralarda yer alan tanıtımlarda *"İnternet Mağazasına özel %50 nakliye indirimi fırsatı! 2000 TL ve üzeri alışverişlerde. Kampanya 19-30 Kasım 2021 tarihleri arasında geçerlidir. Kampanya süresince indirimli ürünler stoklarla sınırlı olup, stok durumları ve fiyatlar mağazalar arası farklılık göstermektedir. İnternet Mağazası Nakliye Kampanyası İnternet Mağazasından yapılacak olan KDV dahil 2000 TL ve üzeri ürün alışverişlerinde geçerlidir. KDV dahil 2000 TL ve üzeri ürün alışverişlerinde nakliye ücretinin %50'si kadar indirim uygulanacaktır."* şeklinde ifadelereyer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firmaya ilişkin olarak muhtelif mecralarda yer alan *"İnternet Mağazasına özel %50 nakliye indirimi fırsatı! 2000 TL ve üzeri alışverişlerde. Kampanya 19-30 Kasım 2021 tarihleri arasında geçerlidir. Kampanya süresince indirimli ürünler stoklarla sınırlı olup, stok durumları ve fiyatlar mağazalar arası farklılık göstermektedir. İnternet Mağazası Nakliye Kampanyası İnternet Mağazasından yapılacak olan KDV dahil 2000 TL ve üzeri ürün alışverişlerinde geçerlidir. KDV dahil 2000 TL ve üzeri ürün alışverişlerinde nakliye ücretinin %50'si kadar indirim uygulanacaktır."* şeklindeki ifadelere istinaden internet sitesinden 25.11.2021 tarihinde KDV dahil 2.011,98 TL alışveriş yapan tüketicinin nakliye indirimi kampanyasından faydalandırılmadığı, bu duruma gerekçe olarak firma tarafından kampanyanın belirtilen tarihten önce bitirildiği ve tanıtımlarında yayından kaldırıldığının belirtildiği ancak reklamda vaad edilen hizmetin yerine getirilmediği dolayısıyla söz konusu tanıtımların gerçeği yansıtmadığı, dolayısıyla, anılan tanıtımların; tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**174)**

**Dosya No: 2021/5266**

**Şikayet Edilen: YCC Gıda ve Unlu Mamülleri İnşaat San. Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ilişkin olarak muhtelif mecralarda yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 16.11.2021-25.12.2021

**Yayınlandığı Mecra:** Afiş, İnternet

**Tespitler:** Firmaya ilişkin olarak muhtelif mecralarda yer alan tanıtımlarda *"Sokak Hayvanlarını Düşünme Sen De Sen Olmak Kutlu Olsun"* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firmaya ilişkin olarak muhtelif mecralarda yer alan tanıtımlar ile ilgili sunulan bilgi ve belgeler kapsamında şikayet konusu hususta Reklam Mevzuatı hükümlerine aykırı bir unsura rastlanmadığı 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.

**175)**

**Dosya No: 2021/5457**

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

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ait www.idefix.com adresli internet sitesinden 31.10.2021 tarihinde WX21314757 sipariş numarası ile sipariş veren tüketicinin siparişinin 04.11.2021 tarihinde firma tarafından tedarik edilemediği gerekçesiyle iptal edildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firmaya ait www.idefix.com adresli internet sitesinden 31.10.2021 tarihinde WX21314757 sipariş numarası ile sipariş veren tüketicinin siparişinin 04.11.2021 tarihinde firma tarafından tedarik edilemediği gerekçesiyle iptal edildiği bu sebeplerle tüketicilerin yanıltıldığı,

Bununla birlikte, firmanın, makul sayılabilecek bir süre ve miktarda söz konusu ürünü belirtilen fiyattan sunamayacağına veya başka bir yerden tedarik edemeyeceğine ilişkin yeterli bilgi sahibi olmasına rağmen, tüketiciyi bu konuda uyarmaksızın www.idefix.com adresli internet sitesinde belirtilen satış fiyatları üzerinden edinmeye davet ederek haksız ticari uygulamada bulunduğu; dolayısıyla, anılan tanıtımların; tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Turkuvaz Müzik Kitap Mağazacılık Pazarlama 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: 2021/5889**

**Şikayet Edilen: Yeni Koza Tekstil A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından gönderilen kısa mesajlarda yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** Kısa Mesaj

**Tespitler:** Firma tarafından gönderilen kısa mesajlarda *"ENDER'de OUTLET Reyonumuzda Tüm Çocuk ürünleri 9.99 Erkek ve Kadın ürünleri 14.99-19.99 bu fırsat KAÇMAZ"* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firma tarafından gönderilen kısa mesajlarda yer alan tanıtımlar ile ilgili sunulan bilgi ve belgeler kapsamında şikayet konusu hususta Reklam Mevzuatı hükümlerine aykırı bir unsura rastlanmadığı 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.

**177)**

**Dosya No: 2021/5120**

**Şikayet Edilen: Koton Mağazacılık Tekstil Sanayi ve Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Koton” kullanıcı adıyla “Instagram” adlı sosyal medya mecrasında yer alan tanıtımlar ile https://www.koton.com/tr/ adresli internet sitesinde yer alan reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 1-7 Aralık 2021.

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet.

**Tespitler:** Yapılan incelemede, reklam verene ait “Koton” kullanıcı ismiyle “Instagram” adlı sosyal medya mecrasında yapılan “*Sponsorlu*” ibareli paylaşımda; “*Koton Jeans Maksimum 79,99 TL”* ifadesine yer verildiği, ilgili paylaşımın alt kısmında yer alan “*şimdi* *alışveriş yap*” sekmesi aracılığı ile https://www.koton.com/tr/ adresli reklam verene ait internet sitesine yönlendirildiği, söz konusu internet sitesinde “*Jean Maksimum 79.99 TL*” başlığı altında sıralanan ürünlerin içerisinde örneğin; “Skinny Fit Kot Pantolon-Michael Jean Siyah” isimli ürünün 90.00TL satış fiyatı ile tanıtımın yapıldığı, benzer şekilde ilgili internet sitesinin 7.12.2021 tarihli görünümünde yer alan “*Maksimum 49.99 TL*” başlıklı tanıtımlarda sıralanan ürünlerin içerisinde “Kapüşonlu Sweatshirt Gri” isimli ürünün 59,99 TL satış fiyatı ile tanıtımının yapıldığı, yine “*Maksimum 39.99 TL*” başlıklı tanıtımlarda sıralanan ürünlerde de tanıtımda belirtilen fiyattan daha yüksek olacak şekilde satış fiyatlarının yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, “Koton” kullanıcı isimli reklam verene ait Instagram hesabından yapılan “*Sponsorlu*” ibareli paylaşımda “*Koton Jeans Maksimum 79,99 TL*” ifadesine yer verildiği, ilgili paylaşımın alt kısmında yer alan “*şimdi alışveriş yap*” sekmesi aracılığı ile https://www.koton.com/tr/ 'ye yönlendirildiği, söz konusu sitede yer alan “*Jean Maksimum 79.99 TL”* başlığı altında sıralanan ürünlerin içerisinde maksimum olduğu belirtilen fiyattan daha yüksek olacak şekilde tanıtımı yapılan ürünlerin bulunduğu, benzer şekilde anılan internet sitesinde yer alan “Maksimum 49.99 TL” başlıklı tanıtımlar ve “Maksimum 39.99 TL” başlıklı tanıtımlarda da sıralanan ürünlerde maksimum olduğu belirtilen fiyattan daha yüksek olacak şekilde satış fiyatlarının yer aldığı tespit edilmiş ve söz konusu reklam ve tanıtımlarla fiyat bilgisi konusunda anlam karışıklığına yol açıldığı ve tüketicilerin yanıltıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-ç, 9/1, 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 **Koton Mağazacılık Tekstil Sanayi ve Ticaret A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine  karar verilmiştir.

**178)**

**Dosya No: 2021/5220**

**Şikayet Edilen: Akbank T.A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.axess.com.tr adresli internet sitesinde yer alan “*Hepsiburada.com'da Peşin Fiyatına 9 Taksit*!” başlıklı kampanya ilişkin reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** Aralık 2021.

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet.

**Tespitler:** Yapılan incelemede, www.axess.com.tr adresli internet sitesinde yer alan *“Hepsiburada.com'da Peşin Fiyatına 9 Taksit!”* başlıklı kampanya kapsamında kampanya şartlarına uygun olarak “Hepsiburada” isimli e-ticaret platformu üzerinden kredi kartı ile 7599 TL değerinde ürün alımında 6 taksit ile ürün satışının yapılacağının anlaşılması üzerine reklam veren bankaya ait çağrı merkezi ile görüşüldüğünde kampanya kapsamında +3 ücretsiz taksitin banka tarafından yapılacağının belirtildiği, ancak ürün satın alındığında 6 taksit ile işlemin yapıldığı ve çağrı merkezi tarafından verilen bilgide %1,80 faiz oranı ile ek 3 taksit yapabileceğinin ifade edildiği,

Diğer taraftan kampanyaya ilişkin tanıtımlarda; *“Hepsiburada.com'da Peşin Fiyatına 9 Taksit!”* ana vaadine yer verilmekle birlikte kampanya koşullarında; “*3 taksit dışındaki tüm taksitlerde vade farkı uygulanmaktadır.”* ifadesinin yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, www.axess.com.tr adresli internet sitesinde yer alan ve 1-31 Aralık 2021 tarihleri arasında geçerli olduğu belirtilen “Hepsiburada.com'da Peşin Fiyatına 9 Taksit!” başlıklı kampanyaya ilişkin reklam ve tanıtımlarda; “Hepsiburada.com'da Peşin Fiyatına 9 Taksit!” ana vaadine yer verilmekle birlikte kampanya koşullarında; *“3 taksit dışındaki tüm taksitlerde vade farkı uygulanmaktadır.”* ifadesinin yer aldığı bu kapsamda reklam ana vaadi ile kampanya koşulları arasında uyumsuzluğun söz konusu olduğu,

04.12.2021 tarihinde başvuran tüketici tarafından kampanya şartlarına uygun olarak "Hepsiburada" isimli e-ticaret platformu üzerinden yapılan alışverişte 9 taksit işleminin peşin fiyatına değil vade farkı ile gerçekleşeceğinin reklam veren müşteri temsilcisi aracılığıyla belirtildiği ve alışveriş tutarının reklam ana vaadinde yer aldığı şekilde peşin fiyatına 9 taksit olarak gerçekleştirilmediği dolayısıyla söz konusu kampanyaya ilişkin reklam ve tanıtımlarla tüketicilerin aldatılarak yanıltıldığı değerlendirilmiş olup,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre, reklam veren **Akbank T.A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 ve 77/12 üncü maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine  karar verilmiştir.

**179)**

**Dosya No: 2021/5253**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** “Trendyol” isimli e-ticaret platformundan yapılan ürün alışverişlerine yönelik olarak trendyol.com/s/kampanyalar adresli internet sitesinde yer alan reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021.

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet.

**Tespitler:** Yapılan incelemede, reklam verene ait “Trendyol” isimli e-ticaret platformuna ilişkin olarak trendyol.com/s/kampanyalar adresli internet sitesinde çeşitli bankalarla yapılan kampanyalar çerçevesinde “*Peşin fiyatına 3 taksit*” başlıklı tanıtımların yer aldığı, kampanya kapsamında kredi kartı ile 3 taksit seçeneğinin tüketicilere sunulduğu, diğer taraftan başvuran tüketicinin ilgili kampanya çerçevesinde anılan e-ticaret platformunda herhangi bir ürün siparişinin bulunmadığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, kredi kartı ile ürün alışverişlerinde taksit imkanının Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumunca çıkarılan yasal düzenlemeler kapsamında değişkenlik gösterebildiği ve anılan reklam ve tanıtımlarda söz konusu bilgiye yer verildiği, diğer taraftan başvuran tüketicinin söz konusu e-ticaret platformundan ilgili kampanya kapsamında herhangi bir ürün siparişinin bulunmaması dolayısıyla alınması düşünülen ürünün taksit yasağı kapsamında olup olmadığı hususunun anlaşılamadığı, ayrıca bahse konu kampanya çerçevesinde kredi kartı ile 3 taksit seçeneğinin tüketicilere sunulduğunu hususunda Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 9 uncu maddesi uyarınca reklam veren tarafından gerekli ispat yükünün yerine getirildiği 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.

**180)**

**Dosya No: 2021/5282**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** “Skechers 65693 Bbk Delson-Antigo Siyah Erkek Günlük Ayakkabı” isimli ürüne ilişkin www.boyner.com.tr adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 13.12.2021.

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet.

**Tespitler:** Yapılan incelemede, reklam verene ait www.boyner.com.tr adresli internet sitesinin 13.12.2021 tarihli görünümünde “Skechers 65693 Bbk Delson-Antigo Siyah Erkek Günlük Ayakkabı" isimli ürünün 929.95 TL satış bedeli üzerinden yapılan indirimle 829.00 TL bedel ile satışa sunulduğu, reklam verenden indirim uygulanan önceki fiyata ilişkin olarak kanıtlayıcı bilgi veya belge talep edilmekle birlikte sunulan faturaların çevrimiçi alışverişlere ilişkin olmadığı ve faturalarda yer alan malzeme kodu ile reklam veren tarafından ilgili ürüne ait olduğu belirtilen malzeme kodunun farklı olduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, www.boyner.com.tr adresli internet sitesinde “Skechers 65693 Bbk Delson-Antigo Siyah Erkek Günlük Ayakkabı” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda ilgili ürünün 929.95 TL satış bedeli üzerinden yapılan indirimle 829.00 TL bedel ile satışa sunulduğu ve söz konusu indirimin gerçeği yansıtmadığı iddiasına ilişkin olarak ilgili ürünün anılan internet sitesi üzerinden indirim uygulanan önceki fiyata satıldığına ilişkin reklam veren tarafından kanıtlayıcı bilgi veya belge sunulamadığı anlaşıldığından aykırılığın gerçekleştiği 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."* hükmü uyarınca indirim öncesi fiyat bilgisinin 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 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

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

**181)**

**Dosya No: 2021/5497**

**Şikayet Edilen: Aköde Elektronik Para ve Ödeme Hizmetleri A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** “*Tosla Kart ile BİSU’dan BİRİ ile vereceğin her su siparişine %50 Tosback anında hesabında*” kampanyasına ilişkin reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 15.11.2021-05.01.2022.

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet.

**Tespitler:** Yapılan incelemede, reklam verene ait https://tosla.com/kampanyalar/bisu-kampanyasi uzantılı internet sitesinin 05.01.2022 tarihli görünümünde; *“Tosla Kart ile BİSU’dan BİRİ ile vereceğin her su siparişine %50 Tosback anında hesabında!”* başlıklı reklam ve tanıtımlarda; *“Tosla Kart ile BİSU’dan BİRİ ile vereceğin her su siparişine %50 Tosback anında hesabında! BİRİ siparişini Tosla Kartın ile ver, ayda toplam 15 TL’ye kadar Tosback kazan! Kampanya Tarihi: 03.11.2021-15.11.2021”* ifadelerine yer verildiği, kampanya detayları başlığında kampanya koşullarında ise; *“Kampanyadan yararlanmak için BiSU mobil uygulamasının ödeme adımında Tosla kartını seçerek su siparişi vermen gerekir. 3 Kasım - 3 Aralık arasında Tosla Kart ile BiSU uygulamasından verileceğin her BiRi siparişinin %50’si anında Tosla hesabına iade edilecek*. *Her Tosla kullanıcısı ve Tosla Kart, kampanyadan ilgili ay için toplamda maksimum 15 TL iade kazanabilir. Kampanyadan ilk 1.000 kişi yararlanabilir. BiSU ve Tosla gerekli gördüğü durumlarda kampanya koşullarını değiştirme, kampanyayı erken sonlandırma veya kampanyayı iptal etme hakkını saklı tutar.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, https://tosla.com/kampanyalar/bisu-kampanyasi uzantılı internet sitesinde “*Tosla Kart ile BİSU’dan BİRİ ile vereceğin her su siparişine %50 Tosback anında hesabında!*” başlıklı reklam ve tanıtımlarda kampanya vaadi ve kampanya koşulları bakımından tüketicileri aldatıcı veya yanıltıcı bir hususun 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.

**182)**

**Dosya No: 2021/5962**

**Şikayet Edilen: Yeni Mağazacılık Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** “A101” unvanlı zincir marketlerin 0693 nolu Şehit Sakıp şubesi sebze reyonundaki afişlerde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 30.12.2021.

**Yayınlandığı Mecra:** Afiş.

**Tespitler:** Yapılan incelemede, Kilis Ticaret İl Müdürlüğü tarafından 30.12.2021 tarihinde reklam verene ait Namık Kemal Mah. Hacarap sok. No:14 Merkez/KİLİS adresinde yer alan 9480423762 vergi numaralı A101 isimli zincir marketin 0693 nolu Şehit Sakıp şubesinde yapılan denetim çerçevesinde sebze reyonunda bulunan afişlerde; *''Büyük Olduğu İçin Ucuz Ucuz Olduğu İçin /Büyük/ Meyve Ve Sebze Alışverişlerinizde Kasada %25 İndirim Uygulanmaktadır. Keyfili Alışverişler A101*'' ifadelerine yer verildiği, aynı tarihte 16 TL tutarındaki "muz" ürünü alışverişine bahse konu afişte belirtilen indirimin uygulanmadığı, ayrıca anılan mağaza yetkilisi tarafından broşürde belirtilen %25 indirimin 20 TL üzeri alışverişler için geçerli olduğu, merkezi sistemden 20 TL ibaresi bildirimlerinin eksik yapmasından dolayısı bir sorun olduğu ve fark edilince hemen düzeltileceğinin beyan edildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, 30.12.2021 tarihinde reklam verene ait Namık Kemal Mah. Hacarap sok. No:14 Merkez/KİLİS adresinde yer alan A101 isimli zincir marketin 0693 nolu Şehit Sakıp şubesinin sebze reyonunda bulunan afişlerde; *''Büyük Olduğu İçin Ucuz Ucuz Olduğu İçin /Büyük/ Meyve Ve Sebze Alışverişlerinizde Kasada %25 İndirim Uygulanmaktadır. Keyfili Alışverişler A101''* ifadelerine yer verildiği, aynı tarihte 16 TL tutarındaki "muz" ürünü alışverişine bahse konu afişte belirtilen indirimin uygulanmadığının tespit edildiği, ilgili durumun kampanyanın 20.00 TL ve üzeri meyve ve sebze alışverişlerinde geçerli olmasından kaynaklandığının ifade edildiği, ancak bahse konu kampanya koşuluna reyonda bulunan afişte yer verilmediği tespit edilerek söz konusu tanıtımların tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-ç, 9/1, 9/5, 1471, 14/2, 18/1, 18/2 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.

**183)**

**Dosya No: 2021/5890**

**Şikayet Edilen: Melek ŞEROĞLU-MS Yazılım**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait www.senkar.net adresli internet sitesinde yayınlanan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firma tarafından; “1-5 gün içinde kargo” ifadesine söz konusu internet sitesinin “arama” satırının aşağısında belirgin/dikkat çekici ve süreklilik arz edecek bir şekilde yer verilmesine, ürün teslimine yönelik firma tarafından sunulan Excel listesinde ise, 97 adet siparişte taahhüt edilen süre için 3-6 gün ifadesinin bulunmasına ve tüketicilerle yapılan iletişimlerde ise 3-6 iş günü/1-5 gün gibi ifadeler kullanılmasına karşın tüketicilere vaat edilen sürelerde ürün tesliminin yapılmadığı, firmanın vermiş olduğu taahhütlerin gereğini yerine getiremeyeceğini öngörmesine karşın tüketicilere bu yönde taahhütte bulunmaya devam ettiği, belirtilen sitede “İndirime Girenler” başlığı altında ve “indirimde” ifadesinin yer aldığı görsellerle, indirime girdiği belirtilen bir ürün seçildiğinde ürünlerin “site fiyatı” ile birlikte “piyasa fiyatı” adı altında başka bir fiyat bilgisine de yer verildiği ve indirim yüzdesinin bu iki fiyatın kıyaslaması ile yapıldığı, indirimli satış başlangıç ve bitiş tarihleri ile ürünlere ilişkin stok bilgilerinin verilmesi şeklindeki diğer indirimli satış hükümlerinin de ihlal edildiği, söz konusu sitede, bir ürün seçildiğinde, belirgin bir şekilde “İade ve Değişim Garantisi” ifadesine yer verildiği, inceleme konusu kişinin işlem ve faaliyetlerinin incelenmesi esnasında; yasal olarak tüketicilerin sahip hakların ötesinde bir hakkın tanındığına yönelik bir bulguya rastlanılmadığı, ön bilgilendirme aşamasında kullanılan “Mesafeli Satış Sözleşmesinde” ve üye olma aşamasında “Üyelik Kurallarında” cayma hakkı süresinin yedi gün şeklinde belirtildiği, taahhüt edilen sürede ürünü alamaması nedeniyle cayma hakkını kullanan tüketicilere firmaca, ilgililerin şikayet sitesi üzerindeki şikayetini kaldırması durumunda bu hakkın kullanımının onaylanacağı yönünde bilgilendirme yapıldığı, dolayısıyla şikayetin kaldırılmasının iade yapılmasının önünde bir engel olarak öne sürüldüğü, ilgili internet sitesinde veya ön bilgilendirme formlarında satıcının adı/unvanı konusunda tüketicilerin doğru bilgilendirilemediği, ürün fiyatına ver verildiği aşamada havale/EFT fiyatı ile kredi kartı fiyatının aynı belirlenmesine rağmen, ödeme aşamasında (ödeme şeklinin belirlendiği aşamada) kredi kartı ile ödemenin seçilmesi halinde %10’luk ilave bir ücretin/bedelin, sözleşme bedeline eklendiğinin görüldüğü tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firma tarafından; Ürün teslimine ilişkin olarak tüketicilere taahhüt edilen süreler içerisinde mal tesliminin yapılmadığı, firmanın vermiş olduğu taahhütlerin gereğini yerine getiremeyeceğini öngörmesine karşın tüketicilere bu yönde taahhütte bulunmaya devam ettiği, bu çerçevede, Reklam Mevzuatında yer alan, 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 aykırılığı gerçekleştirdiği, indirimli satış uygulamalarının Reklam Mevzuatında indirimli satışlara ilişkin olarak getirilen "Yapılan indirimin miktarı veya oranı hesaplanırken, indirimli fiyattan bir önceki fiyat esas alınır" şeklindeki yükümlülüğe aykırı olduğu ayrıca indirimli satış başlangıç ve bitiş tarihleri ile ürünlere ilişkin stok bilgilerinin verilmesi şeklindeki diğer indirimli satış hükümlerinin de ihlal edildiği; söz konusu sitede, bir ürün seçildiğinde, belirgin bir şekilde “İade ve Değişim Garantisi” ifadesine yer verildiği ancak bu başlık altında yasal olarak tüketicilerin sahip oldukları hakların ötesinde bir hakkın tanındığına yönelik bir bulguya rastlanılmadığı, ön bilgilendirme aşamasında kullanılan “Mesafeli Satış Sözleşmesinde” ve üye olma aşamasında “Üyelik Kurallarında” cayma hakkı süresinin yedi gün şeklinde belirtildiği, söz konusu hususun Reklam Mevzuatında yer verilen, reklamlarda tüketicinin sahip olduğu yasal haklar, tüketicilere fazladan sunulan bir hak gibi gösterilemez hükmüne aykırılık teşkil ettiği; taahhüt edilen sürede ürünü alamaması nedeniyle cayma hakkını kullanan tüketicilere şahıs tarafından, ilgililerin şikayet sitesi üzerindeki şikayetini kaldırması durumunda bu hakkın kullanımının onaylanacağı yönünde bilgilendirme yapıldığı, dolayısıyla şikayetin kaldırılmasının iade yapılmasının önünde bir engel olarak öne sürüldüğü,

ilgili internet sitesinde veya ön bilgilendirme formlarında satıcının adı/unvanı konusunda tüketicilerin doğru bilgilendirilmediği; ürün fiyatına ver verildiği aşamada havale/EFT fiyatı ile kredi kartı fiyatının aynı belirlenmesine rağmen, ödeme aşamasında (ödeme şeklinin belirlendiği aşamada) kredi kartı ile ödemenin seçilmesi halinde %10’luk ilave bir ücretin/bedelin, sözleşme bedeline eklendiğinin görüldüğü; bu durumların da tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/5-b, 7/5-c, 7/5-ç, 7/7; 9/1, 9/5; 13/1, 13/9; 14/1, 14/2, 14/3, 14/4; 28/1, 28/4; 29/1-a, 29/1-b, 29/1-c, 29/1-ç, 29/1-e; 31/1, 31/2-ç; 32/1 maddeleri,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin Haksız Ticari Uygulama Olarak Kabul Edilen Örnek Uygulamalar Ekinin 5 ve 9 uncu maddesi,

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre,reklam veren **Melek Şeroğlu-Ms Yazılım** 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.

**184)**

**Dosya No: 2021/5891**

**Şikayet Edilen: Nisa Güneş Enerjisi Sistemleri San. Ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Vatan TV logolu televizyon kanalında yayınlanan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 08.06.2019

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** Vatan TV logolu televizyon kanalında yayınlanan tanıtımlarda, “Lazoğlu Sürmene Bıçağı” vb. ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firma tarafından Vatan TV logolu televizyon kanalı üzerinden, 2019 yılı içerisinde gerçekleştirilen tanıtımlarda “Lazoğlu Sürmene Bıçağı” ifadesine yer verildiği, firmaca tüketicilere gönderilen ürünlerin 22.02.2018 tarih ve 329 sayı ile tescil altına alınan Sürmene Bıçağı coğrafi işaret tesciline uygun nitelikte üretilmediği, bu çerçevede ürün isminde "Sürmene Bıçağı" ifadesinin bulunmasının tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/5-c; 9/1; 11/1-a/b; 12/1, 12/2; 32/1 maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre,reklam veren **Nisa Güneş Enerjisi Sistemleri San. Ve Tic. Ltd. Şti.** hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **17.094-TL (Onyedibindoksandört Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**185)**

**Dosya No: 2021/5892**

**Şikayet Edilen: Cengiz TANRIVERDİ**

**Şikayet Edilen Reklam:** Topshop TV logolu televizyon kanalında yayınlanan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 15.09.2020

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** Vatan TV logolu televizyon kanalında yayınlanan tanıtımlarda, “Tarihi El Dövmesi Laz Baba Sürmene Bıçağı” vb. ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Topshop logolu televizyon kanalı üzerinden, 2020 yılı içerisinde gerçekleştirilen tanıtımlarda “Tarihi El Dövmesi Laz Baba Sürmene Bıçağı” ifadesine yer verildiği, firmadan tüketicilere gönderilen ürünlerin üzerinde ise "Sürmene Tarihi El Dövmesi Çakır Usta" ifadelerine yer verildiği ancak söz konusu ürünün 22.02.2018 tarih ve 329 sayı ile tescil altına alınan Sürmene Bıçağı coğrafi işaret tesciline uygun nitelikte üretilmediği, bu çerçevede ürün isminde "Sürmene Bıçağı" ifadesinin bulunmasının tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/5-c; 9/1; 11/1-a/b; 12/1, 12/2; 32/1 maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

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

**186)**

**Dosya No: 2021/5893**

**Şikayet Edilen: Halit YARDIM HYD Market**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.trendyol.com adresli internet sitesinde yayınlanan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.trendyol.com adresli internet sitesinde yayınlanan tanıtımlarda, “Lastra” markalı ürünlerin görsellerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** www.trendyol.com adresli internet sitesi üzerinden "HYD Market" kullanıcı adı ile gerçekleştirilen tanıtımlarda bir başka firmaya ait "Lastra Face Mask" markalı ürün tanıtımları yapıldığı ancak tüketicilere farklı bir markada ve nitelik olarak tanıtımlarda yer verilenden çok daha kalitesiz bir ürün gönderildiği, bu durumun da tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/3, 7/4, 7/5-a; 9/1; 11/1-a/b; 12/1, 12/2; 32/1 maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

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

**187)**

**Dosya No: 2021/5894**

**Şikayet Edilen: Kaya E-İkamet Hizmetleri Danışmanlık Acente ve Turizm Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait internet sitesinde yayınlanan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ait https://eikamet.org adresli internet sitesinde Göç İdaresi Genel Müdürlüğü logosu ve söz konusu Genel Müdürlüğe ait internet sitesi görselleri ile ikamet iznine yönelik ifadelerin kullanıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemer sonucunda,6458 sayılı Yabancılar ve Uluslararası Koruma Kanunu'nun 3 üncü maddesinin (y) bendi ile 21 inci maddesi uyarınca ikamet işlemlerinin yetkili aracı kurumlar tarafından yapılabildiği ancak bu konuda herhangi bir yetkilendirmede bulunulmadığı, firmaya ait olan https://eikamet.org adresli internet sitesinin bilinçli olarak Göç İdaresi Genel Genel Müdürlüğünce oluşturulan https://e-ikamet.gov.tr adresli internet sitesine benzer bir nitelikte oluşturulduğu ve ilgili idarenin logosuna yer verildiği, bu durumların da tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/3, 7/4, 7/5-b/c/h; 9/1; 11/1-a/b; 12/1, 12/2; 32/1 maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre,reklam veren **Kaya E-İkamet Hizmetleri Danışmanlık Acente ve Turizm Ltd. Şti.** hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**188)**

**Dosya No: 2022/1312**

**Şikayet Edilen: İbrahim GÜRBÜZ-Toptan Yağ Market**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şahsa ait internet sitesinde yayınlanan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021-2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Konuyla ilgili olarak Castrol Markalı ürünlerin distribütörü Castrol Madeni Yağlar Tic. A.Ş. ile yürütülen yazışmalar ve ilgili firma tarafından yapılan inceleme neticesinde ürünün orijinal olmadığı ve ilgili tanıtımların 2022 yılı içerisinde de devam ettiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda,www.toptanyagmarket.com adresli internet sitesi üzerinden satışı yapılan "Castrol Magnatec Start Stop 5w30 A5 4 litre" adlı ürünün orijinal ürün olmadığı, diğer bir deyişle taklit ürünlerin tüketicilere gönderildiği, bu durumun da tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/3, 7/4, 7/5-a/c/f/g; 9/1; 11/1-a/b; 12/1, 12/2; 32/1 maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre,reklam veren **İbrahim GÜRBÜZ** 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.

**189)**

**Dosya No: 2022/1313**

**Şikayet Edilen: DSM Grup Danışmanlık İletişim ve Satış Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait internet sitesinde yayınlanan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 28.11.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ait www.trendyol.com adresli internet sitesinin çeşitli mecralarda yayınlanan tanıtımlarında Yudum, Komili ve Biryağ markalı Ayçiçek yağlarının tanıtımlarına yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda,Yudum, Biryağ ve Komili markalı ürünlerin uygun fiyatlarla www.trendyol.com adresli site üzerinden satışa sunulduğu yönünde tanıtımlarda bulunulmasına karşın söz konusu ürünlerin sitede ilan edilen fiyatlardan satılmadığı/ürünlerin sitede bulunmadığı, bu durumun da tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre,reklam veren **DSM Grup Danışmanlık İletişim ve Satış Tic. A.Ş.** hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**190)**

**Dosya No: 2022/1314**

**Şikayet Edilen: Murat TEMELOĞLU-Huzur Dinlenme Tesisleri**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şahsa ait dinlenme tesisinde Hızlı Geçiş Sistemi (HGS)’ye ilişkin olarak gerçekleştirilen tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 24.01.2022

**Yayınlandığı Mecra:** Afiş

**Tespitler:** Edirne Ticaret İl Müdürlüğü tarafından HGS sistemine ilişkin tanıtımların yayınlanmasına devam edildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Reklam Kurulu'nun 10.08.2021 tarihli ve 312 sayılı toplantısı ile 12.10.2021 tarihli ve 314 sayılı toplantılarında, şahsa ait Huzur Dinlenme tesisinde "Vignette, toll card, higway card satış ve dolum merkezi", "HGS, Vignette Control", "HGS" yazılarını/görsellerini içeren tabelalar vasıtasıyla, Hızlı Geçiş Sistemi'ne (HGS) ilişkin olarak yetkisiz bir biçimde işlem gerçekleştirdiği, dolayısıyla şahsın HGS sisteminin kullanılabilmesi için gerekli kartların satışının ve dolumunun yapılmasının mümkün olmadığı, bu nedenle ilgili ürünün satışının veya dolumunun yapıldığına ilişkin "higway card", "toll card" gibi İngilizce yazılan ibareler de dahil olmak üzere tüm ibareler ile bu yönde algı yaratacak şekilde "HGS" vb. görsellerin kullanılmasının tüketicileri yanıltıcı olduğu gerekçesiyle ilgili tanıtımların durdurulması yönünde karar verilmiştir.

Bakanlıkça yürütülen inceleme neticesinde, şahsın yetkisiz bir biçimde HGS sistemine ilişkin reklam ve tanıtımlarda bulunmaya devam ettiği, bu durumun da tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/3, 7/4, 7/5-b, 7/5-c; 9/1; 11/1-b; 32/1 maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre,reklam veren **Murat TEMELOĞLU** 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.

**191)**

**Dosya No: 2021/5244**

**Şikayet Edilen: Metro Grosmarket Bakırköy Alışveriş Hizmetleri Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam**: Firma tarafından düzenlenen "*Kaçırılmayacak ürünler, indirimli fiyatlar*" başlıklı kampanya tanıtımları

**Reklam Yayın Tarihi**: 02-15.12.2021

**Yayınlandığı Mecra:** Diğer (afiş)

**Tespitler:** Firma tarafından düzenlenen "*Kaçırılmayacak ürünler, indirimli fiyatlar*" başlıklı afişte; "*50TL'lik alışverişinizde kampanya dahilindeki tüm ürünlerden aynı andan faydalanabilirsiniz. 50TL'lik alışverişinize 2-8 Aralık Pınar Beyaz Krem Peyniri 350g/ Pınar Labne 400g 15.000 adet , Krem Peynir ~~20,85TL ,~~ Labne ~~21,90TL~~ 13TL KDV'li. Kampanyalı fiyat ürünlerin her biri için geçerlidir. Selpak 3 Katlı Tuvalet Kağıdı 16lı hijyen 10.000 paket paketi ~~49,90TL~~ 26TL KDV'li.*" ifadelerine ve altyazıda *"Fatura başına ürünlerde azami 10 adet satın alabilirsiniz. 50TL kampanyasından yararlanabilmek için kampanya ürünleri haricindeki alışveriş tutarını KDV hariç 50TL'yi geçmesi gerekmektedir. "* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar**: Yapılan incelemeler sonucunda, başvuru sahibi tüketici 4 Aralık 2021 günü Mersin Metro mağazasına giderek kampanya kapsamında 16'lı Selpak tuvalet kağıdından 4 adet satın almak istediğini mağaza çalışanlarına ilettiği ancak bahsi geçen ürünün mağazaya hiç gelmediği bilgisinin verildiği, böylece kampanya kapsamında 26TL'den indirimli olarak satılacağı vaat edilen "Selpak 3 Katlı Tuvalet Kağıdı 16lı hijyen paketi"nin mağazada 4 Aralık 2021 tarihinde hiç satışa sunulmadığı, anılan ürüne ilişkin "10.000 adet stok" bilgisinin gerçeği yansıtmadığı, ürünün satılmadığı, kampanya kapsamında indirimli olarak ürünlerin satışa sunulacağına ilişkin tanıtım yapılarak tüketicilerin mağazadan alışveriş yapmasının teşvik edildiği ancak vaat edilen ürünlerin tedarik edilemediği gerekçesiyle satışa sunulmadığı, böylece haksız ticari uygulamada bulunulduğu, dolayısıyla söz konusu tanıtımların tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

-“Haksız Ticari Uygulama Olarak Kabul Edilen Örnek Uygulamalar” Ekinde yer alan “A - Aldatıcı Ticari Uygulamalar” maddesinin 5. Fıkrası,

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

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

**192)**

**Dosya No: 2021/5292**

**Şikayet Edilen: Evkiba Kişisel Bakım Ürünleri Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam**: www.hepsiburada.com adresli internet sitesinde satışa sunulan *"Ariel 24 Yıkama Sıvı Çamaşır Deterjanı Mor Çiçekler*" isimli ürüne ilişkin ticari uygulama.

**Reklam Yayın Tarihi**: 21.11.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Başvuru sahibi tüketicinin 21.11.2021 tarihinde 934164126 numaralı www.hepsiburada.com adresli internet sitesinden vermiş olduğu siparişinde *"Ariel 24 Yıkama Sıvı Çamaşır Deterjanı Mor Çiçekler"* isimli ürünü “evkiba” isimli satıcıdan kampanya döneminde 63,58TL'den satın aldığı, 13.12.2021 tarihinde siparişin iptal edildiği, kampanya dönemi bittikten sonra ise 11.12.2021 tarihinde aynı satıcı tarafından ürünün 89,90TL'den yeniden satışa sunulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar**: Yapılan incelemeler sonucunda, başvuru sahibi tüketici 21.11.2021 tarihinde 934164126 numaralı siparişinde *"Ariel 24 Yıkama Sıvı Çamaşır Deterjanı Mor Çiçekler"* isimli ürünü kampanya döneminde 63,58TL'den satın aldığı, ürünün 6 Aralık günü kargoya verileceği ve 8 Aralık günü teslim edileceği firmaca vaat edilmesine rağmen 11.12.2021 tarihinde siparişin üzerinden 13 gün geçmesine rağmen ürünün halen kargolanmadığı, ardından firma tarafından 13.12.2021 tarihinde siparişin iptal edildiği, tüketiciye tedarik edilemediği gerekçesiyle iptal edildiği şeklinde bilgi verilmesine rağmen aslen ürünün stokta var olduğu, böylece 22 gün ürün stokta olduğu halde göndermekten imtina edildiği, kampanya dönemi bittikten sonra ise 11.12.2021 tarihinde "evkiba" satıcısı tarafından ürün 89,90TL'den yeniden satışa sunulduğu, dolayısıyla söz konusu ticari uygulamanın tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu ve tüketicinin mağdur edildiği,

Diğer taraftan, firmanın, makul sayılabilecek bir süre ve miktarda söz konusu ürünü belirtilen fiyattan sunamayacağına veya tedarik edilemeyeceğine ilişkin yeterli bilgi sahibi olmasına rağmen, tüketiciyi bu konuda uyarmaksızın ürünleri satışa sunarak ve edinmeye davet ederek haksız ticari uygulamada bulunduğu değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

-“Haksız Ticari Uygulama Olarak Kabul Edilen Örnek Uygulamalar” Ekinde yer alan “A - Aldatıcı Ticari Uygulamalar” maddesinin 5. Fıkrası,

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

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

**193)**

**Dosya No: 2021/5351**

**Şikayet Edilen: Gusto Giyim Sanayii ve Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam**: www.trendyol.com adresli internet sitesinde firma tarafından "Gusto" satıcı ismiyle satışa sunulan *"Gusto Kolu Kürklü Kaşe Kaban"* isimli ürüne ilişkin ticari uygulama

**Reklam Yayın Tarihi**: 20.12.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Başvuru sahibi tüketici 20.12.2021 tarihinde www.trendyol.com adresli internet sitesi üzerinden vermiş olduğu 97584078 numaralı siparişinde "*Kolu Kürklü Kaşe Kaban- Latte*" isimli ürünü ~~429,90TL~~ 214,95TL'den indirimli olarak satın aldığı, ancak siparişin 21.12.2021 tarihinde “gusto” isimli satıcı tarafından iptal edildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar**: Yapılan incelemeler sonucunda, başvuru sahibi tüketicinin 20.12.2021 tarihinde www.trendyol.com adresli internet sitesi üzerinden vermiş olduğu 97584078 numaralı siparişinde "*Kolu Kürklü Kaşe Kaban- Latte*" isimli ürünü ~~429,90TL~~ 214,95TL'den indirimli olarak satın aldığı, ancak ürünün stok hatasıyla sebebiyle satışa sunulduğu, dolayısıyla anılan siparişin 21.12.2021 tarihinde iptal edildiği, ancak ürünün firmaca yüksek fiyattan yeniden satışa sunulduğu ayrıca internet sitesinde ürünlerin stok bilgisine ilişkin herhangi bir bilgiye yer verilmediği, "stokta var" olarak göründüğü, bu sebeple yapılan bu ticari uygulamanın tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu ve tüketicinin mağdur edildiği,

Diğer taraftan, firmanın, makul sayılabilecek bir süre ve miktarda söz konusu ürünü belirtilen fiyattan sunamayacağına veya tedarik edilemeyeceğine ilişkin yeterli bilgi sahibi olmasına rağmen, tüketiciyi bu konuda uyarmaksızın ürünleri satışa sunarak ve edinmeye davet ederek haksız ticari uygulamada bulunduğu değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

-“Haksız Ticari Uygulama Olarak Kabul Edilen Örnek Uygulamalar” Ekinde yer alan “A - Aldatıcı Ticari Uygulamalar” maddesinin 5. Fıkrası,

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

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

**194)**

**Dosya No: 2021/5528**

**Şikayet Edilen: Başarı Turizm İthalat İhracat San. Ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam**: 26.09.2021 tarihinde düzenlenen "Tarihi Gelibolu Maratonu"na ilişkin https://www.gelibolumaratonu.com/Home/RulesANdRegulations adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi**: 06.10.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.gelibolumaratonu.com/Home/RulesandRegulations adresli internet sitesinde "Tarihi Gelibolu Maratonu"na ilişkin tanıtımlarda; "*Bütün yarışlar için bitiş noktasının kapanış saati 14.00’dır. Saat 14.00’ten sonra trafik açılır, halen parkurda bulunan koşucular kaldırımdan koşmaya devam edebilirler fakat tasnifleri yapılmayacaktır. Bitiş Noktası Hizmetleri Duş, meyve, içecek, tuvalet, masaj, giyinme kabinleri ve Gelibolu Maratonu çantaları teslim alma hizmetleri bitiş noktasında bulunmaktadır. Alanda tıbbi hizmet çadırı bulunmaktadır. Tasnif sonuçlarına göre ödül töreni yapılacaktır. Toplama Aracı Son koşucunun arkasından ilerler.(…) Gelibolu Maratonu, Spora gönül vermiş herkesi bu anlamlı bir coğrafyayı koşarak hissetmeye, tarihi alanları ziyaret ederek milletimizin kahramanlığını ve hiç bitmeyecek olan varoluş mücadelemizi anlamaya ve genç nesillere aktarmaya davet ediyor.02 Ekim 2004 ve öncesi doğumlu, yeterli sağlık koşullarına sahip, amatör ve profesyonel koşucular Maraton ve Yarı Maratona katılabilir.* " şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; anılan internet sitesinde "*Bütün yarışlar için bitiş noktasının kapanış saati 14:00'dır. Saat 14:00'den sonra trafik açılır."* ifadesine yer verildiği, yarış esnasında koşucuların bilahare yetkililer tarafından parkurun trafiğe açılacağı konusunda bilgilendirildiği, 8 koşucudan 5 kişinin araçla finiş noktasına bırakıldığı ancak başvuru sahibi tüketicinin koşmaya devam etmek istediğini bildirerek yarışı tamamladığı, finiş alanında vaat edilen hizmetlerin verildiği, dolayısıyla söz konusu tanıtımlarda bir aykırılık 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.

**195)**

**Dosya No: 2021/5873**

**Şikayet Edilen: Olgarlar Spor Malz. Tur. İlan Reklam Ajan. Yay. San. Ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam**: www.spx.com.tr adresli internet sitesinde satışa sunulan *"Salomon Quest 4D 3 Gore-Tex Erkek Outdoor Ayakkabı"* isimli ürüne ilişkin yapılan ticari uygulama.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ait www.spx.com.tr adresli internet sitesi üzerinden başvuru sahibi tüketici tarafından 15.12.2021 tarihinde 1843571040911265 sipariş numarası ilee "Salomon Quest 4D 3 Gore-Tex Erkek Outdoor Ayakkabı" isimli ürünü 1.349,99TL'ye satın alındığı, 17.12.2021 tarihinde ürün stokta bulunmadığı gerekçesiyle siparişin iptal edildiği, defolu/ayıplı ürün olduğu gerekçesiyle gönderimi yapılamadığı belirtilen "Salomon Quest 4D 3 Gore-Tex Erkek Outdoor Ayakkabı" isimli ürünü 18.12.2021 tarihinde www.spx.com.tr adresli internet sitesinde 2 katı fiyata 3.119,99TL'den tekrar satışa sunulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar**: Yapılan incelemeler sonucunda; www.spx.com.tr adresli internet sitesi üzerinden başvuru sahibi tüketici tarafından 15.12.2021 tarihinde 1843571040911265 sipariş numarası ilee "Salomon Quest 4D 3 Gore-Tex Erkek Outdoor Ayakkabı" isimli ürünü 1.349,99TL'ye satın alındığı, 17.12.2021 tarihinde ürün stokta bulunmadığı gerekçesiyle siparişin iptal edildiği, tüketici müşteri hizmetlerini aradığında önce stok olmadığının ifade edildiği, ancak stokta 42.5 numarasından 1 adet gözüktüğü için alabildiğini belirtmesi üzerine ürünün defolu olduğu gerekçesiyle siparişin iptal edildiği bilgisinin verildiği,

Böylece, defolu/ayıplı ürün olduğu gerekçesiyle gönderimi yapılamadığı belirtilen "Salomon Quest 4D 3 Gore-Tex Erkek Outdoor Ayakkabı" isimli ürünü 18.12.2021 tarihinde www.spx.com.tr adresli internet sitesinde 2 katı fiyata 3.119,99TL'den tekrar satışa sunulduğu, tüm numaraların stokta var olduğu ve sepete eklenebildiği, böylece firma tarafından girilen stok bilgilerinin yanıltıcı olduğu, tüketicilerin eksik bilgilendirildiği, üstelik aynı ürünün yeniden satışa sunulması ile fahiş fiyat artışı yapmak ve fiyat konusunda anlam karışıklığına yol açmak suretiyle tüketicilerin yanıltıldığı,

Diğer taraftan, firmanın, makul sayılabilecek bir süre ve miktarda söz konusu ürünü belirtilen fiyattan sunamayacağına veya tedarik edilemeyeceğine ilişkin yeterli bilgi sahibi olmasına rağmen, tüketiciyi bu konuda uyarmaksızın ürünleri satışa sunarak ve edinmeye davet ederek haksız ticari uygulamada bulunduğu değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

-Deterjanlar Hakkında Yönetmelik’in 5 inci maddesi,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1,7/2, 7/3, 7/4, 7/5-ç, 13/1, 13/9, 28/1, 28/4 ve32 nci maddeleri,

-“Haksız Ticari Uygulama Olarak Kabul Edilen Örnek Uygulamalar” Ekinde yer alan “A - Aldatıcı Ticari Uygulamalar” maddesinin 5. Fıkrası,

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre, reklam veren **Olgarlar Spor Malz. Tur. İlan Reklam Ajan. Yay. 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.

**196)**

**Dosya No: 2022/29**

**Şikayet Edilen: LC Waikiki Mağazacılık Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam**:"*100TL ve üzeri alışverişlerde tüm yetişkin parfümlerinde %50 indirim"* başlıklı kampanya tanıtımları

**Reklam Yayın Tarihi:** Aralık 2021

**Yayınlandığı Mecra:** Diğer (vitrin, afiş)

**Tespitler:** Firmaya ait mağaza içi reklam panolarında"*100TL ve üzeri alışverişlerde tüm yetişkin parfümlerinde %50 indirim"* şeklinde kampanya tanıtımlarına yer verildiği, başvuru sahibi tüketicinin Şanlıurfa Novada LC Waikiki mağazasında 39,99TLden satışa sunulan "LCW Vision Pink" isimli ürünü kampanya kapsamında 01.12.2021 tarihinde 20TL’ye satın aldığı, aynı ürünü Şanlıurfa Piazza Avm içerisinde yer alan mağazasından ise 02.12.2021 tarihinde %50 indirimle 25TL’ye satın aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; "*100TL ve üzeri alışverişlerde tüm yetişkin parfümlerinde %50 indirim"* başlıklı kampanya tanıtımlarına istinaden başvuru sahibi tüketicinin Şanlıurfa Novada LC Waikiki mağazasından %50 indirimle 20TL'ye "LCW Vision Pink" isimli ürünü satın aldığı, aynı ürünü Piazza AVM içerisindeki mağazada ise %50 indirimli haliyle 25TL'ye satın aldığı, bu durumun inlet ve outlet mağazalar arasındaki fiyat farklılıklarından kaynaklandığı, Urfa Novada AVM içerisindeki mağazanın outlet mağaza olması sebebiyle daha uygun fiyattan satışa sunulduğu ancak gönderilen faturalar incelendiğinde her iki mağazada da kampanya kapsamında %50 indirimin uygulandığı, dolayısıyla söz konusu tanıtımlarda bir aykırılık 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.

**197)**

**Dosya No: 2022/649**

**Şikayet Edilen: Letgo Mobil İnternet Servisleri ve Ticaret A. Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam**: "*2. el araba alırken aksiyon yaşamayın*" başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 25.01.2022

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon,İnternet

**Tespitler:** Muhtelif televizyon kanallarında yayınlanan ""2. el araba alırken aksiyon yaşamayın" başlıklı reklam filminde diyalog halinde *"- Çabuk ortak!!! Öndeki arabayı takip et. Hadi, hadi, hadi. -Abi, valla çalışmıyor! - Geri geliyor. -Ne? - Geri geliyor. - Ne yapıyoruz? -Çaktırma, çaktırma. -Camı aç, camı aç.. -Hayır ya niye takip etmiyorsunuz? Araba nereden? -İnternetten bulduk... -letgonun oto plusından alsaydınız ya... TSE onaylı ekspertiz, 20.000 kmye kadar 1 yıl garanti. Ee süprzi masraf da yok. 20 gün içinde iade de alıyorlar. 2. el arabada otoplusa güvenilir*. " ifadelerine, dış ses olarak " *2. el arabada aksiyon yaşamayın, otoplus’a gelin, istediğiniz arabayı letgo güvencesiyle alın.* " ifadelerine, ayrıca sabit yazı olarak "*letgo güvencesiyle*" ifadesine ve altyazı metninde; "*Garanti ve iade otoplus.com web sitesindeki koşullara bağlıdır. letgo koşulları değiştirme hakkını saklı tutar. TSE onaylı ekspertiz raporu anlaşmalı iş ortağı tarafından sağlanmaktadır."* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar**: Yapılan inceleme sonucunda; söz konusu reklamda "TSE onaylı ekspertiz" ifadesine yer vermek suretiyle "Letgo Otoplus" üzerinden satışa sunulan tüm araçların ekspertizlerinin TSE onaylı ekspertiz firmaları tarafından yapıldığı izleniminin oluşturulduğu, ancak bu durumun gerçeği yansıtmadığı, dolayısıyla 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, 8/1, 9/1, 9/2, 9/3, 9/4, 9/5, 18/1, 18/2, 18/6, 18/7 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

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

**198)**

**Dosya No: 2021/5518**

**Şikayet Edilen: Takıştır (Pınar BÜYÜKENDİRCİ)**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından gerçekleştirilen "1 Alana 1 Bedava" başlıklı kampanyaya ilişkin reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 19.10.2021

**Yayınlandığı Mecra:** Afiş

**Tespitler:** Nevşehir Ticaret İl Müdürlüğü tarafından 19.10.2021 tarihinde yapılan denetimde, firmaya ait mağaza içerisinde "1 Alana 1 Bedava" görsellerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, Nevşehir Ticaret İl Müdürlüğü tarafından 19.10.2021 tarihinde yapılan denetimde, firmaya ait mağaza içerisinde "1 Alana 1 Bedava" görsellerine yer verildiği tespit edilmiş olup söz konusu kampanya mağazadaki belli ürünler için geçerli olmasına rağmen bahsi geçen görseller ile tüketiciler nezdinde tüm ürünlerde bu kampanyanın geçerli olduğu algısı yaratılarak 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, 28, 29 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna  **,**

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

**199)**

**Dosya No: 2022/1320**

**Şikayet Edilen: Bross Tekstil San. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Bross Underwear markalı külot ve atlet ürünlerinde yer alan iç çamaşırlı çocuk resimleri

**Reklam Yayın Tarihi:** Kasım 2020

**Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj

**Tespitler:** Bross Underwear markalı külot ve atlet ürünlerinde yüzleri görünen iç çamaşırlı kız ve erkek çocuk resimlerinin bulunduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, Pendik Neomarin Alışveriş Merkezi içerisinde bulunan Carrefour mağazasının tekstil bölümünde satışa sunulmuş olan "bross underwear" markalı külot ve atlet ürünlerinin üzerinde iç çamaşırlı ve yüzleri görünür şekilde yer alan erkek ve kız çocuk resimlerinin çocukları istismar edici nitelikte olduğu,

Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin "Çocuklara yönelik reklamlar" başlıklı 24 üncü maddesinde çocuklara yönelik olan veya çocukları etkileme olasılığı bulunan reklamlar ile çocukların oynadığı reklamların; çocukların fiziksel, zihinsel, ahlaki, psikolojik ve toplumsal gelişim özelliklerini olumsuz yönde etkileyebilecek hiçbir ifade ya da görüntü içeremeyeceğinin ifade edildiği ancak söz konusu reklamın anılan hükme aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 9/1, 9/5, 24/1-a, 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna  **,**

Buna göre, reklam veren **Bross Tekstil San. ve 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** verilmesine karar verilmiştir.

**HAKSIZ TİCARİ UYGULAMALAR**

**200)**

**Dosya No: 2022/820**

**Şikayet Edilen: Carrefoursa Carrefour Sabancı Tic. Mrk. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.carrefoursa.com/ sitesinde tanıtımı yapılan tekli pasta ürünlerine yönelik indirimli satış kampanyası tanıtımları yapıldığı, ancak anılan sitede şehir seçimi yapıldıktan sonra ürünün fiyatının artması.

**Reklam Yayın Tarihi:** 29.01.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.carrefoursa.com/ adresli ve “Carrefoursa Online Market” adlı sitenin 29.01.2022 tarihli görünümünde; "Tekli Pasta Adet" adlı ürünün 12,90 TL fiyatla satışa sunulduğunun belirtildiği; ancak adı geçen çevrimiçi market platformunda bölge/teslimat adresi seçimi yapıldıktan sonra İstanbul ilinde ikamet eden tüketiciye aynı ürünün 19,90 TL'ye satışa sunulduğu tüketici tarafından başvuru ekinde sunulan ürün satış sayfası ekran görüntüleri, sipariş özeti ve sepet görüntülerinden tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, şikayet konusu tanıtımlarda indirimli satış kampanyası kapsamında satışa sunulan ürünlerin fiyatının bölge ve mağazaya göre değişiklik gösterebileceğine ilişkin herhangi bir açıklayıcı bilginin bulunmadığı; bu hususta şirket tarafından iletilen cevabi yazıda belirtilen ve söz konusu internet sitesinde adres/bölge seçimine göre ürün fiyatları ve stok bilgilerinin değişiklik gösterebileceğine ilişkin uyarı mahiyetindeki bilgilendirmenin inceleme konusu tanıtımların gerçekleştiği dönemde mevcut olduğuna ilişkin şüphelerin giderilemediği, dolayısıyla söz konusu indirimli satış kampanyasının mevzuat hükümlerine aykırılık teşkil ettiği ve bu durumun tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 13/1, 13/9, 14/2, 14/4, 28/1’inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

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

**4.1) Diğer Konuların Görüşülmesi**

**1) Dosya No: 2021/4959**

**Tursoy Otelcilik ve Turizm Yatırımları A.Ş.** unvanlı firma tarafından Richmond Nua Wellness Spa Otel adlı tesisin gecelik konaklama fiyatlarına yönelik olarak yayınlanan reklam ve tanıtımlara ilişkin olarak, Reklam Kurulunun 08.03.2022 tarihli ve 319 sayılı toplantısında, anılan firma hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca uygulanan anılan reklamları durdurma cezası kararına karşı söz konusu idari yaptırım kararının kaldırılması talebiyle firma tarafından yapılan itirazın görüşülmesi sonucunda, 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: 2021/1262**

**Sanofi Sağlık Ürünleri Ltd. Şti.** isimli firma tarafından “Bisolnatur” isimli tıbbi cihazın internet üzerinden yapılan reklam ve tanıtımlarının mevzuata aykırı olması nedeniyle, Reklam Kurulu’nun 08.03.2022 tarih ve 318 sayılı toplantısında verilen anılan reklamları durdurma cezası kararına ilişkin firma tarafından yapılan **itirazın reddine** karar verilmiştir.

**3) Dosya No: 2021/5249**

**Nüde Danışmanlık Elek. Hizm. Mağ. ve Tic. AŞ.** unvanlı kuruluşa ait “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 tanıtımların mevzuata aykırı olması nedeniyle, Reklam Kurulunun 08.03.2022 tarih ve 319 sayılı toplantısında verilen idari para idari para cezasının kaldırılmasına ve 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca uygulanan anılan reklamları **durdurma cezası işleminin devamına** karar verilmiştir.

**4) Dosya No: 2020/1124**

RTÜK tarafından yapılan başvuru üzerine yapılan incelemede, Bülten Basın Yayın Reklamcılık Ticaret Limited Şirketi unvanlı firmanın, "TELE1" logolu televizyon kanalında 08.07.2020 tarihinde yayınlanan reklamlarına yönelik olarak, Reklam Kurulu’nun 08.12.2020 tarih ve 304 sayılı toplantısında yapılan görüşme ve değerlendirmeler sonucunda, anılan şirket hakkında 20.953-TL (YirmibindokuzyüzelliüçTürk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları uygulanmış olup; söz konusu kararın iptaline ilişkin olarak Bakanlık aleyhine açılan davada, Ankara 13. İdare Mahkemesinin 28/10/2021 tarihli ve E:2021/182, K:2021/1849 sayılı davanın reddi yönünde verilen kararına karşı yapılan istinaf başvuru talebinin incelenmesi neticesinde, Ankara Bölge İdare Mahkemesi 9. İdari Dava Dairesinin 16/02/2022 tarihli ve E:2022/83; K:2022/209 sayılı kararı ile; *"...Olayda, davacı sirkete dava konusu Reklam Kurulu kararı ile, 6502 sayılı Kanun'un 61 maddesine aykırı davrandıgından bahisle aynı Kanun'un 63. ve 77/13. maddeleri uyarınca 20.953,00-TL idari para cezası ve anılan reklamların durdurulması cezası verildigi anlasılmakta ise de, Kanun'un 77/13. maddesinde öngörülen yaptırımların davacının eylemi için öngörülen yaptırımları içermedigi, davacı hakkında 6502 sayılı Kanun'un 61. maddesine aykırılık nedeniyle anılan Kanun'un 77/12. Maddesi belirtilerek 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 belirtilerek yaptırım uygulanması yönünde tesis olunan dava konusu islemde bu yönüyle hukuka uyarlık bulunmadıgı sonucuna varılmıstır(...)"* gerekçesiyle dava konusu işlemin iptaline karar verilmiştir.

Bu doğrultuda, Ankara Bölge İdare Mahkemesi 9. İdari Dava Dairesinin 16/02/2022 tarihli ve E:2022/83; K:2022/209 sayılı Kararına iştirak edilerek;

Firmanın, "TELE1" logolu televizyon kanalında 08.07.2020 tarihinde yayınlanan *"Zamlar karşısında açlıkla sınanan, insanca yaşamak isteyen milyonların sesi!...*" ibareli reklamlarında; bir kız çocuğunun terör örgütünü simgeleyen bez parçasını tuttuğu görsellere yer verildiği tespit edilerek,

Bu çerçevede, tanıtımların yasadışı davranışlara göz yuman, bu davranışları özendiren ve destekleyen unsurlar içerdiği değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/c, 7/2, 7/3 ve 32 nci maddeleri,

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

Buna göre, reklam veren **Bülten Basın Yayın Reklamcılık Ticaret Limited Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **20.953-TL (Yirmibindokuzyüzelliüç Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesinekarar verilmiştir.

**5) Dosya No: 2022/254**

**Mn Yazılım Medya Bilişim Basım Yay. Rek. İç ve Dış Tic. A.Ş** unvanlı firmaya ait www.memurlar.net adresli haber sitesinde yer alan tanıtımların mevzuata aykırı olması nedeniyle Reklam Kurulu’nun 08.03.2022 tarihli ve 319 sayılı toplantısında, anılan firma hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca tesis edilen idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları kararına ilişkin olarak firma tarafından yapılan **itirazın reddine** karar verilmiştir.

**6)** Dosya No: 2020/6036

**Npgenetik Araştırmaları Limited Şirketi’ne** ait https://www.npgenetics.com.tr/ adresli internet sitesinde ve İnstagram, Facebook ve Twitter gibi sosyal medya mecralarında yayınlanan tanıtımlarla ilgili olarak 08.02.2022 tarihli ve 318 sayılı Reklam Kurulu toplantısında verilen 155.712,-TL. (Yüzellibeşbinyediyüzoniki Türk Lirası) idari para ve durdurma cezalarına ilişkin firmanın itirazının görüşülmesi sonucunda, anılan firma tarafından Bakanlığa sunulan bilgi ve belgelerin değerlendirilmesi ile birlikte, firma hakkında uygulanan "anılan reklamların durdurulması ve idari para cezası uygulanması" işlemine ilişkin idari para cezasının kaldırılmasına ve 6502 sayılı Kanunun 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca firma hakkında uygulanan anılan reklamları durdurma cezası işleminin devamına  karar verilmiştir.

**7) Dosya No: 2021/5355**

**Sense Of Beauty Güzellik ve Sağlıklı Yaşam Merkezi San. ve Tic. Ltd. Şti.** unvanlı kuruluşa ait www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde ‘sunadumankayabursa’ kullanıcı isimli sayfada yer alan tanıtımların mevzuata aykırı olması nedeniyle, Reklam Kurulunun 08.03.2022 tarih ve 319 sayılı toplantısında verilen idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları kararına ilişkin olarak firma tarafından yapılan **itirazın reddine**  karar verilmiştir.

**8) Dosya No: 2021/5527**

**Viking Temizlik ve Kozmetik Ürünleri Paz. San. Tic. A.Ş.** isimli firmaya ait “Viking Deterjan” isimli ürüne ilişkin reklam ve tanıtımlara ilişkin olarak, Reklam Kurulu’nun 08.03.2022 tarih ve 319 sayılı toplantısında alınan anılan reklamları durdurma cezası kararına ilişkin firma tarafından yapılan **itirazın reddine** karar verilmiştir.

**9) Dosya No: 2020/1169**

**İlknur Keskin – Otel Yalta** unvanlı işletmeye ait olup Rize İlinde faaliyet gösteren “Yalta Otel” isimli turizm işletmesine yönelik tesis dış cephesinde ve tesis girişinde yer verilen tanıtımlara ilişkin olarak, Reklam Kurulunun 08.03.2022 tarih ve 319 sayılı toplantısında, anılan işletme 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 uygulanması kararına karşı söz konusu idari yaptırım kararının kaldırılması talebiyle İlknur KESKİN – Otel Yalta tarafından yapılan itirazın görüşülmesi sonucunda, itiraz başvurusu ve ekinde idari yaptırım kararının geri alınmasını gerektirecek nitelikte herhangi bir bilgi/belge bulunmadığı kanaatine varıldığından **itirazın reddine**  karar verilmiştir.

**10)**

**2022/1 No’lu İlke Kararı**

Fiyat bilgisi içeren reklamlar ile indirimli satış reklamları ve ticari uygulamalar hakkında reklam veren, reklam ajansları, mecra kuruluşları satıcı, sağlayıcı, aracı hizmet sağlayıcılar ve reklamcılık ile ilgili tüm kişi, kurum ve kuruluşlara yol göstermek amacıyla 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'a ve Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’ne dayanılarak hazırlanan “Fiyat Bilgisi İçeren Reklamlar İle İndirimli Satış Reklamları ve Ticari Uygulamaları Hakkında Kılavuz” Reklam Kurulu'nun 12.04.2022 tarihli ve 320 sayılı toplantısında 2022/1 numaralı ilke kararı olarak kabul edilmiştir.