**T.C.**

**TİCARET BAKANLIĞI**

**Reklam Kurulu Başkanlığı**

**BASIN BÜLTENİ**

**Toplantı Tarihi :** 08 Kasım 2022

**Toplantı Sayısı :** 327

**İLETİŞİM HİZMETLERİ**

**1)**

**Dosya No: 2022/3095**

**Şikayet Edilen: TT Mobil İletişim Hizmetleri Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** *"Pttcell Özgür 4GB Tarifesi"* başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 08.08.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** "*Pttcell Özgür 4GB Tarifesi*" başlıklı reklamlarda, "*Faturalı Pttcell Özgür 4GB Tarifesi'nin aylık ücreti KDV ve ÖİV dahil 72,99 TL'dir. Tarife kapsamında grup içi sınırsız dakika, yurt içi her yöne 1000 dakika, yurt içi her yöne 1000 SMS ve yurt içi 4GB cepten internet kullanım hakkı verilecektir (...) Tarifeye gelip belirtilen kanallar aracılığıyla taahhüt veren müşteriler 12 fatura dönemi boyunca tarifenin aylık ücreti üzerinden 25 TL indirim hakkı kazanarak, 48 TL’ye faydalanacaktır. (...)"* ifadelerine yer verildiği ancak tüketicilerin söz konusu kampanyadan yararlanamadığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; "*Pttcell Özgür 4GB Tarifesi*" başlıklı reklamlarda "*Faturalı Pttcell Özgür 4GB Tarifesi'nin aylık ücreti KDV ve ÖİV dahil 72,99 TL'dir. Tarife kapsamında grup içi sınırsız dakika, yurt içi her yöne 1000 dakika, yurt içi her yöne 1000 SMS ve yurt içi 4GB cepten internet kullanım hakkı verilecektir (...) Tarifeye gelip belirtilen kanallar aracılığıyla taahhüt veren müşteriler 12 fatura dönemi boyunca tarifenin aylık ücreti üzerinden 25 TL indirim hakkı kazanarak, 48 TL’ye faydalanacaktır. (...)"* ifadelerine yer verildiği ancak tüketicilerin söz konusu kampanyadan yararlanamadığı,

Dolayısıyla, anılan reklamlar aracılığıyla sunulan vaadin gerçeği yansıtmadığı ve tüketici mağduriyetine yol açtığı, bahsi geçen reklamların 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, 18/1, 18/2, 18/4, 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 **TT Mobil İletişim Hizmetleri Anonim Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**2)**

**Dosya No: 2022/3128**

**Şikayet Edilen: Krea İçerik Hizmetleri ve Prodüksiyon Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** *"Galatasaray Taraftarı Paketi, Sporun Yıldızı Paketi, Trabzonspor Taraftar Paketi"* başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** "*Galatasaray Taraftarı Paketi, Sporun Yıldızı Paketi, Trabzonspor Taraftar Paketi*" başlıklı reklamlarda 69 TL'den başlayan fiyatlarla satıldığı belirtilen paketlerin en düşük 139 TL'den alınabildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, "*Galatasaray Taraftarı Paketi, Sporun Yıldızı Paketi, Trabzonspor Taraftar Paketi*" başlıklı reklamlarda 69 TL'den başlayan fiyatlarla satıldığı belirtilen paketlerin en düşük 139 TL'den alınabildiği,

Dolayısıyla, anılan reklamlar aracılığıyla sunulan vaadin gerçeği yansıtmadığı, tüketici mağduriyetine yol açtığı ve bahsi geçen reklamın 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, 18/1, 18/2, 18/4, 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 **Krea İçerik Hizmetleri ve Prodüksiyon Anonim Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**3)**

**Dosya No: 2022/3357**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** *“IPhone 11 Pro Max 64GB”* başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 12.08.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** *“IPhone 11 Pro Max’in yapay öğrenme odaklı A13 Bionic çipi ile diğer akıllı telefonlarda bulunmayan deneyimler artık mümkün! iPhone 11 Pro Max 64GB Aylık Ödeme Tutarı 4.211 TL\* Taahhüt Süresi 3Ay \*Kampanya katılımı için 2.500 TL ön ödeme yapılması zorunludur. Yukarıdaki fiyat 2.500 TL ön ödeme yapıldığı durumda geçerli faturaya yansıyacak aylık tutardır. ​​​​​​​​​​​​​​ Tavsiye edilen peşin satış fiyatı 13.199 TL\* \*Tavsiye edilen peşin satış fiyatıdır. Güncel satış fiyatları Türk Telekom Grup Mağazaları tarafından bağımsızca belirlenmektedir."* ifadelerine yer verildiği, ancak tüketicilerin söz konusu ürünü bayilerden reklamlarda yer alan fiyattan temin edemediği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, *"IPhone 11 Pro Max 64GB”* başlıklı reklamlarda; “*Tavsiye edilen peşin satış fiyatı 13.199 TL\* \*Tavsiye edilen peşin satış fiyatıdır. Güncel satış fiyatları Türk Telekom Grup Mağazaları tarafından bağımsızca belirlenmektedir."* ifadelerine yer verildiği ancak tüketicilerin söz konusu ürünü bayilerden reklamlarda yer alanfiyattan ürünü temin edemediği,

Dolayısıyla, anılan reklamlar aracılığıyla sunulan vaadin gerçeği yansıtmadığı, tüketici mağduriyetine yol açtığı vebahsi geçen reklamın 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, 18/1, 18/2, 18/4, 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 Telekomünikasyon A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**4)**

**Dosya No: 2022/3574**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** *"KabloTV Tarifeleri"* başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 17.08.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.turksatkablo.com.tr/TV-Tarifeler url uzantılı adreste yer alan şikayet konusu tanıtımlar incelendiğinde “KabloTV *Tarifeleri"* başlıklı reklamlarda *"Analog Kablo Tv 50.00 TL, Giriş Paketi 35,00 TL, Temel Paket 40,00 TL, Üst Paket 55,00 TL Gümüş Sinema Paketi 30,00TL, Altın Sinema Paketi 40,00 TL”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, www.turksatkablo.com.tr/TV-Tarifeler url uzantılı adreste yer alan "*KabloTV Tarifeleri"* başlıklı reklamlarda "*Analog Kablo Tv 50.00 TL, Giriş Paketi 35,00 TL, Temel Paket 40,00 TL, Üst Paket 55,00TL "* ifadelerine yer verildiği ve tüketicinin müşteri hizmetleri ile yaptığı görüşmelerde farklı tarifelerin sunulmasına karşın şirket tarafından bahse konu tarifelerin güncel olduğu ve herkes tarafından satın alınabilmesinin mümkün olduğunun belirtildiği,

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.

**5)**

**Dosya No: 2022/3702**

**Şikayet Edilen:** **Superonline İletişim Hizmetleri Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Turkcell Superonline 1000 Mbps Fiber Kampanyası”* başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 13.06-05.07.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Şirket tarafından yayınlanan "*Turkcell Superonline 100 Mbps Fiber Kampanyası”* başlıklı reklamlarda "*Turkcell Superonline 1000Mbps limitsiz internet ile evinizde oyunda, eğlencede ışık hızında fiberin keyfini çıkarın! \* Kampanya fiyatları aylıktır. Tüm vergiler ve 12 TL wifi 6 Modem kullanım ücreti dahildir. \* 1000 Mbps hızdan adresteki mevcut altyapının hızı desteklenmesi durumunda yararlanılır. İnternet hızı (download ve upload) sonuçlar bazı faktörlere bağlı olarak değişiklik gösterebilir. Bu faktörler, sunucunun ev/iş yeri arasında bulunan diğer sunucu ve routerların (Yönlendiricilerin) performansı ve sayısı; ev/iş yeri ve sunucu lokasyonu arasındaki hatların kullanım yoğunluğu ve bilgisayarın performansıdır. Ayrıca erişmekte olunan sunucuların internet çıkışlarındaki yoğunluk veya kendi düzenlenmeleri doğrultusunda getirdikleri hız kısıtlamaları, web sayfalarının yavaş açılmasını etkileyebilir. Tam performans almak için kablolu bağlantısı tavsiye edilmektedir."* ifadelerine yer verildiği, söz konusu reklamlarda limitsiz internet kullanımının vaadedilmesine rağmen tüketicilere sunulan taahhütnamelerde 5 TB indirme ve 500 GB yükleme kotasının belirlendiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, *“Turkcell Superonline 1000 Mbps Fiber Kampanyası”* başlıklı reklamlarda *"Turkcell Superonline 1000Mbps limitsiz internet ile evinizde oyunda, eğlencede ışık hızında fiberin keyfini çıkarın! \* Kampanya fiyatları aylıktır. Tüm vergiler ve 12 TL wifi 6 Modem kullanım ücreti dahildir. \* 1000 Mbps hızdan adresteki mevcut altyapının hızı desteklenmesi durumunda yararlanılır. İnternet hızı (download ve upload) sonuçlar bazı faktörlere bağlı olarak değişiklik gösterebilir. Bu faktörler, sunucunun ev/iş yeri arasında bulunan diğer sunucu ve routerların (Yönlendiricilerin) performansı ve sayısı; ev/iş yeri ve sunucu lokasyonu arasındaki hatların kullanım yoğunluğu ve bilgisayarın performansıdır. Ayrıca erişmekte olunan sunucuların internet çıkışlarındaki yoğunluk veya kendi düzenlenmeleri doğrultusunda getirdikleri hız kısıtlamaları, web sayfalarının yavaş açılmasını etkileyebilir. Tam performans almak için kablolu bağlantısı tavsiye edilmektedir.”* ifadelerine yer verildiği ancak reklamlarda limitsiz olarak belirtilmesine rağmen taahhütnamede 5 TB indirme, 500 GB yükleme kotasının belirtildiği,

Dolayısıyla, anılan reklamlar aracılığıyla sunulan vaadin gerçeği yansıtmadığı ve tüketici mağduriyetine yol açtığı, bahsi geçen reklamın 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, 18/1, 18/2, 18/4, 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 **Superonline İletişim Hizmetleri Anonim Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**6)**

**Dosya No: 2022/3760**

**Şikayet Edilen: Turknet İletişim Hizmetleri Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** “*TurkNet 1.000 Mbps GigaFiber İnternet ile Evinizde #ÖzgürlüğeGeçişYapın”* ve *“TurkNet 1.000 Mbps GigaFiber İnternet ile Ofisinizde #ÖzgürlüğeGeçişYapın”* başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** Ağustos 2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, TV

**Tespitler:** *"TurkNet 1.000 Mbps GigaFiber İnternet ile Evinizde #ÖzgürlüğeGeçiş Yapın”* başlıklı reklamlarda *“(…) Türkiye’de ilk ve tek olarak**1000 Mbps eşit indirme ve yükleme hızı evinizde (…)”*, *“Türkiye’de 100 kişiden 73’ü düşük internet hızı yüzünden problem yaşadığını söylüyor.* *"* ifadelerine yer verildiği,

*"TurkNet 1.000 Mbps GigaFiber İnternet ile Ofisinizde #ÖzgürlüğeGeçişYapın”* başlıklı reklamda; *“(…) 1.000 Mbps eşit indirme ve Yükleme hızı sadece Turknet GigaFiber alt yapısındadır. Gerçekleşen hız alt yapınıza göre değişebilir. Adresinizde hız ve bilgi için www.turk.net*" ifadelerine yer verildiği,

Her iki reklam filminde de yaşanan sorun üzerine çağrı merkezi arandığında çağrı merkezi çalışanın ilk olarak *"Mevcut internet paketinizin 24 ay taahhütle yenilenmesini onaylıyor musunuz?* " sorusunun sorulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, "“*TurkNet 1.000 Mbps GigaFiber İnternet ile Evinizde #ÖzgürlüğeGeçişYapın”* reklamlarında“*Türkiye’de ilk ve tek olarak**1000 mbps eşit indirme ve yükleme hızı evinizde*” ifadelerine yer verildiği, ancak diğer şirketler tarafından bireysel tüketicilere bu hizmeti sunabildiğinin sunulabildiğine ilişkin yeterli kanıtlanmamış olduğu*,*

Diğer yönden; *“Türkiye’de 100 kişiden 73’ü düşük internet hızı yüzünden problem yaşadığını söylüyor” i*fadelerinin Yöntem Araştırma Eğitim Danışmanlık Ltd. Şti. tarafından yapılan bilimsel araştırmaya dayandırılması ve TÜİK İstatistiki Bölge Birimleri Sınıflandırmasına uygun olarak Türkiye’nin 12 bölgesinde; 12 ilde 15 yaş ve üzeri sabit internet kullanıcısı tüketiciler arasında gerçekleştirildiği, araştırmacı kuruluş ESOMAR ve Türkiye Araştırmacılar Derneği’inin araştırmacılar için koyduğu mesleki kurallara akredite olduğunun anlaşıldığı buna ek olarak Bureau Veritas S.A. tarafından verilmiş “Güvenilir Araştırma Sertifikasına” sahip olduğunun tespit edilmesi sebebiyle bahsi geçen iddianın somut ve muteber verilere dayandığı,

İncelemeye konu"*TurkNet 1.000 Mbps GigaFiber İnternet ile Ofisinizde #ÖzgürlüğeGeçiş Yapın*"başlıklı reklam filmindeki "*1.000 Mbps eşit indirme ve Yükleme hızı sadece Turknet GigaFiber alt yapısındadır. Gerçekleşen hız alt yapınıza göre değişebilir. Adresinizde hız ve bilgi için www.turk.net*" ifadesinde yer alan "sadece" kelimesinin Gigafiber altyapısında verilebildiğinin vurgulandığı,

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

**7)**

**Dosya No: 2022/4137**

**Şikayet Edilen: Japon Elektronik Eşya Pazarı Ticaret ve Sanayi Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** *"İnternet Alana, Hattını Taşıyana Hediye Çeki"* başlıklı afişte yer alan haksız ticari uygulamaya konu reklamlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 2022

**Yayınlandığı Mecra:** Afiş

**Tespitler:** Mağazada asılı afişte *“İnternet Alana, Hattını Taşıyana Hediye Çeki”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, şirketçe asılan afişte *“İnternet Alana, Hattını Taşıyana Hediye Çeki”* ifadelerine yer verildiği; bu kapsamda hattını taşıyan tüketicilere bu işlemin onaylanmasını müteakip hediye çeki olarak şarj aleti verileceğinin belirtildiği, ancak tüketicilerin söz konusu kampanyadan yararlandırılmadığı,

Dolayısıyla tüketicilerin normal şartlar altında taraf olmayacağı bir işleme taraf olmasına yol açtığı için haksız ticari uygulama niteliğinde olduğu ve bahsi geçen reklam yoluyla gerçekleştirilen haksız ticari uygulamanın dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği,

Bu nedenle söz konusu ticari uygulamaya ilişkin reklamların,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 28/1, 28/2, 28/4 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Japon Elektronik Eşya Pazarı Ticaret ve Sanayi Limited Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63, 77/12 ve 77/13 üncü maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**ÖRTÜLÜ REKLAM**

**8)**

**Dosya No:** **2022/1319**

**Şikayet Edilen: Koga Kocaeli Gazetecilik Matbaacılık Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.ozgurkocaeli.com.tr/ adresli internet sitesinde yayınlanan "*Size en yakın köy Organik Gurmem*" başlıklı haber

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 03.04.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.ozgurkocaeli.com.tr adresli internet sitesinde 03.04.2022 tarihinde yayınlanan *"İhtiyaç duyduğunuz en doğal ürünleri uzaklarda aramayın! Size en yakın köy Organik Gurmem*" başlıklı haberde; *Organik ve natürel sertifikalı ürünlere en kolay şekilde ve en uygun fiyata ulaşmak mı istiyorsunuz, köy köy gezmenize gerek yok. Sektörün öncü firmalarından Organik Gurmem 600 çeşit ürünüyle Alikahya’da hizmet veriyor. Başta bebeklerin ihtiyaçları olmak üzere sürekli ürün yelpazesini geliştiren ve 600 çeşit ürünün bulunduğu Organik Gurmem’i neden tercih etmeniz gerektiğini kurucularından Murat Yapar Özgür Kocaeli’ye anlattı. ORGANİK ÜRÜNLERE ULAŞMAK ÇOK KOLAY Günümüz en önemli meselelerinden biri sağlıklı beslenmek… Ama bu her geçen gün zorlaşıyor. Birçok gıda üretim yöntemlerinde doğallığını kaybediyor. Bu yüzden de organik ürünlere ulaşmak çok daha önemli hale geldi. Birçok aile organik ürünlere ulaşmak için çok fazla zaman ve para harcıyor. Oysa organik ürünlere ulaşmak çok daha kolay olmalı. İzmit’te birçok organik ürüne kolayca ulaşabileceğiniz bir adres var: Organik Gurmem…SAKARYA’DA BAŞLAYAN YOLCULUK ALİKAHYA’DA Organik Gurmem 2017 yılında ilk olarak Sakarya’da hizmet vermeye başlamış. Murat, Mesut ve Alper Emre kardeşlerin komşu Sakarya’da başlattıkları yolculuk artık İzmit Alikahya ve İstanbul Kadıköy’de de devam ediyor. Alikahya Yıldız Konutları’nda faaliyet gösteren Organik Gurmem’de 600 çeşit organik ürüne kolayca ve uygun fiyatla ulaşabilirsiniz. Organik Gurmem’de çölyak, vegan ve glüten hassasiyeti olan müşterilerin ihtiyaçlarına da cevap verilebiliyor. Geniş ve ferah bir alanda bulunan mağazada ürünleri tek tek inceleyebilir, ürünler hakkında satış danışmanlarından bilgi alabilirsiniz… KOLAYCA ULAŞABİLİRSİNİZ: Organik Gurmem bünyesinde organik sertifikalı kahvaltılık, süt ürünleri, et ürünleri, atıştırmalık, meyve sebze tozu, sebze kurusu, içecek, temel gıda, bebek ek gıda, fermente ürünler, özel beslenme, aktariye, ev ve yaşam, unlu mamullere hem mağazalarından hem de organikgurmem.com internet adresinden ulaşabilirsiniz. Kartepe ilçelerine perşembe günleri dükkan kuryesi ile servis yapılabiliyor. 0552 562 93 01 numaralı Whatsapp hattından bilgi alabilirsiniz. Ürünlerin tüm illere kargo ile gönderimi mevcut. KURULUŞ HİKAYESİNİ GAZETEMİZE ANLATTI Organik Gurmemin yola çıkış hikayesi de oldukça ilginç ve anlamlı… Murat Yapar, Mesut Yapar ve Alper Emre Aydın kardeşleri bu kıymetli yolda buluşturan neden bebeklerinin anne sütünden uzak kalması ve doğal süte ulaşamamaları… İlimizde Alikahya’da faaliyet gösteren Organik Gurmem’in kurucularından Murat Yapar bu ilginç hikayeyi gazetemize anlattı. Organik, doğal beslenmeyi anneden, esnaflığı ise babadan öğrendiğini vurgulayan Yapar, “Ailemizden kaynaklı da doğal beslenme imkanımız oldu. Bebeğimiz, 9 aylıkken sağlık durumlarından dolayı anne sütüne uzak kaldı. Biz de hazır sütle beslememek için keçi sütü arayışına çıktık. O süreçte doğal ürüne ulaşmanın ne kadar zor olduğunu gördük ve bu yaşadıklarımız bizi bugün buraya getirdi. 2017 yılında başladık ve zevkle yapıyoruz” dedi. https://www.ozgurkocaeli.com.tr/haberleri/yesil BANT ORGANİKLER, TURUNCU BANT NATURELLER: Organik Gurmem mağazalarında ürünleri vitrinde iki farklı renkte görürseniz şaşırmayın. Yeşil bantlı ürünler organik sertifikalı ürünleri, Turuncu bantlı ürünler ise natürel ürünleri temsil ediyor. TALEPLERİ BELİRLİYORUZ, ÇÖZÜMLER ÜRETİYORUZ Murat Yapar şunları anlattı: “5 yıllık firmayız ama bu sektördeki ilk firmalardan biriyiz. Organik gıda sektörü Türkiye’de yeni bir sektör. Mağazamızı açtığımız da sektör bu kadar gelişmemişti. Sakarya ve İzmit’te ilk olarak biz açtık. Ancak bu kısa sürede doğru soru ve ihtiyaçlara doğru cevaplar vererek kendimizi geliştirdik. Piyasanın ihtiyaçlarını belirlediğimizde sürekli ne yapabiliriz sorusunu sorduk. Yeni talepler geliyor. Bu taleplere geri dönüyoruz. FİYATLAR ÇOK UYGUN Bunları yaparken de hem kaliteli ürün hem de bu kaliteye uygun fiyatlandırma yapmaya çalışıyoruz. Organik gıda ürün fiyatları normal ürünlere göre daha maliyetli oluyordu ama bu durum eskiden böyleydi. Aradaki makas şuna daha da daraldı. Biz de buna uygun fiyat performans diyebileceğimiz ürünler tasarlıyoruz. ORGANİK SERTİFİKALI KÜLAH: Murat Yapar, “Piyasada olmayan organik sertifikalı ürünler tasarlıyoruz. Bu organik sertifikalı ürünlerden bir tanesi de külah. Türkiye’de ilk organik sertifikalı külahı biz yaptık. Sebebi doğal dondurmamız var ve hiçbir katkı maddesi yok içerisinde. Müşteriden gelen taleple birlikte biz kendi sertifikalı organik külahımızı yaptık” diyor. BEBEK GIDALARI TASARLIYORLAR Biz ağırlıklı olarak bebekler için gıda tasarlıyoruz. Bir tarhana çıkarttık sütsüz ve yumurtasız. Bunu da süt alerjisi olan bebekler için tasarladık. Bunu çıkarmamızın nedeni çocuğunun süt alerjisi olan bir annenin talebi… Geçen hafta bir anne benim çocuğumun buğdaya alerjisi var dedi. Bizde onun üzerine karabuğdaydan glütensiz tarhana çıkarttık. Önümüzdeki günler de bu ürünümüz de raflarda yerini alacak. Bebeklere uygun alerjen olmayan sebzelerden de gıdalar tasarlayabiliyoruz. Butik bir üretimimiz olduğu için her şeyi deneyebilme şansımız oluyor. Büyük bir fabrikanın böyle bir şansı olmaz. Kefir üreten büyük bir fabrika düşünelim alınan makineler sadece kefir üretebilir ama biz kefirde üretebiliriz, yoğurtta yapabiliriz. Ev ortamı gibi bir yerde üretim yapıyoruz. HER ÇEŞİT SÜT ÜRÜNÜ: Organik Gurmem’den İsli manda peynirinden, kefir, tereyağı ve sert ezine peynirine kadar tüm süt ürünlerine ulaşabilirsiniz. İŞİN SIRRI ECOLONİ’DE Organik gıda da en büyük sorun hammadde. Organik tarım kısıtlı. Bunun için bir proje geliştirdik. Türkiye genelinde ekolojik üretici kolonisi yani ECOLONİ adını verdiğimiz çalışma ile üreticileri bir arada topladığımız bir koloni oluşturduk. Böylece sertifikalı ürünleri güvenli bir şekilde temin edebiliyoruz. YURT DIŞINA DA ÜRÜN İHRAÇ EDİYORLAR Dışarıya verdiğimiz ürün sayısı 200, bünyemizde ise 600 kalem ürünümüz var. Kendi markamızın yanı sıra organik ürün yapan firmaların ürünleri de mağazamızda bulunuyor. Boyner, Trendyol ve Hepsiburada gibi sanal pazarlarda da bulunuyoruz. Bununla birlikte Almanya, Hollanda, ABD’ye ürünlerimizi ihraç ediyoruz.” ALERJİSİ OLAN BEBEKLER İÇİN ÜRÜNLER: Ağırlıklı olarak bebekler için gıda tasarlayan Organik Gurmem ekibi, alerjisi bulunan bebekler için oldukça zengin bir çeşitlilik sunuyor. Bebekleriniz için yoğurtsuz, sütsüz ve yumurtasız tarhana, organik bebek bisküvisi, bebek krakeri, siyez unlu bebe kurabiyesi, kuskus çeşitleri, sebzeli makarnalar, muhallebi çeşitleri, bebek irmiği ve bebek bakım ürünlerine gönül rahatlığı ile ulaşabilirsiniz. Organik Gurmem’i tercih etmek için çok sebep var Murat Yapar, Organik Gurmem’in tüketiciler tarafından neden tercih edilmesi gerektiğini de anlattı: ÜRÜNLER SERTİFİKALI: Bizim ürünlerimizde kullanılan her madde sertifikalı. Ürünlerin bir tanesi sertifikalı olmazsa organik diyemiyoruz. Sertifikalı olmayan ürünlerimiz de var ama bunun nedeni üründeki hammaddenin sertifikası bulunmaması. Bu ürünleri de biz yine şekersiz, katkısız, koruyucusuz yapıyoruz sadece organik yazamıyoruz. Mesela çorba karışımımız var içerisinde 10 çeşit ürün bulunuyor. İçerisinde bulunan havuç kurusu sertifikalı olmadığı için ürünümüze sertifikalı organik diyemiyoruz. İŞİN HER İKİ TARAFINDAYIZ: İkinci kısım ise şöyle, bizim sektörümüzde hem üretimini hem de mağazacılık tarafını yapan yok. Biz işin her iki tarafındayız. SAĞLIKLI VE LEZZETLİ KURBİYELER: Sağlıklı ve lezzetli kurabiye mi olur ön yargısını bir kenara bırakıp, elma özü ile yapılmış tahinli vegan kurabiye ve hurmalı kurabiye çeşitleri için Organik Gurmem mağazasının yolunu tutabilirsiniz. FİYATLAR UYGUN PERSONEL DENEYİMLİ: Fiyat olarak da vatandaşın üründen uzak kalmasını istemiyoruz ve bunun dengesini de sağlıyoruz. Birde mağaza personelinin bilgi ve birikimini çok önemsiyoruz. Organik mağazacılığın en gelişmiş yerlerden biri İstanbul. Çok fazla mağaza gezdik ama bilgi birikim seviyesi bizim mağazalarımızda olan bilgi ve birikim yok. Mağazamızda ki personellerimiz ürünler hakkında eğitim alıyor. Bu bilgiyi de Aidin Salih’in Gerçek Şifa adlı kitabından alıyor. ÜRÜN İADESİ GÜVENİ: Ürünlerde bir sorun yaşandığında sorgusuz bir şekilde ürünü iade alıyoruz. Biz mağazadaki ürünlerimizin arkasında olduğumuz için de müşteriye o güveni veriyoruz. Mağazamıza gelen bir kere gelen müşteri bizim sürekli müşterimiz oluyor. Biz aslında biraz da güven satıyoruz. Kargoda yaşanan sorunlarda bile müşteriyi zora sokmuyoruz. LEZZETİ İÇİNDE BOL ÇEŞİT: Kozalak, hurma, andız, dut, keçiboynuzu, karadut ve pancar pekmezi ve özü daha birçok çeşitle Organik Gurmem mağazalarında. DOĞAL ORGANİK VE AYNI ZAMANDA LEZZETLİ: Organik ürünler lezzetli olmuyor diye düşünülebiliyor ama sadece kurabiye ve dondurma almaya gelen müşterilerimiz var. Biz sadece sırf doğal, organik olsun diye ürün tasarlamıyoruz. Bunun yanında lezzetli olması gerekiyor ki insanlar bunu sürekli yiyebilsin ve keyif alabilsin. Çocuklar kefir içmez ama çilekli kefirimizi çocuklar çok rahat tüketebiliyor. Ayrıca sertifikalı olmayan ürünlerin arkasında bulunan barkod okutularak içerisinde kullanılan ürünlerin analizlerini görebiliyor. Lezzetli ve organik olunca müşteri daha da çok seviyor. ÜRÜNLERİN TAZE OLMASI: Dükkanlarımız bizim vitrinimiz... Çeşitli illerden şube için talepler oluyor ama oralara ürünlerin ulaşımında sıkıntı yaşayabileceğimizi düşündüğümüz için bunu istemiyoruz. Buradan taze alınabilecek şekilde müşteriye ulaştırmak daha kıymetli. KIYMETLİ BİR EKİP VAR: Bizim tasarladığımız ürünlerin hepsini annemiz ve teyzemiz yapıyor. Biz kullanılacak şeyleri söylüyoruz onlarda ürünü ortaya çıkartıyor. Külahı hazırlarken iki hafta boyunca külah yedik. Külahın tadını yakalayana kadar denedik. Bizimle birlikte olan iki tane gıda mühendisimiz var. Arkada kıymetli bir ekip var” dedi. KISA BİR MOLA: İster alışverişten önce ister alışverişten sonra Organik Gurmem mağazasında bir çay ya da kahve molası verebileceğiniz ferah bir alanla günün keyfini çıkartabilirsiniz. MAĞAZA İÇİ: Sağlıklı ve lezzetli Organik Gurmem ürünlerini mağazalarda dilediğiniz şekilde inceleyebilir ve satış danışmanlarına ürünler hakkında öğrenmek istediğiniz bilgileri alabilirsiniz. İZMİT ORGANİK GURMEM MAĞAZASI: Organik Gurmem, Alikahya Cumhuriyet Mahallesi Alb. Karaosmanoğlu Caddesi, Yıldız Konutları, Dükkan No:21, 41310 İzmit/Kocaeli adresinde faaliyet gösteriyor. BAHÇEDEN TEZGÂHA: Organik Gurmem’de sebze ve meyveleri dalından kopartılmış tazeliği ile bulabilirsiniz."* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, www.ozgurkocaeli.com.tr adresli internet sitesinde 03.04.2022 tarihinde yayınlanan *"İhtiyaç duyduğunuz en doğal ürünleri uzaklarda aramayın! Size en yakın köy Organik Gurmem*" başlıklı haberde; reklam olduğu belirtilmeksizin tüketicilerin haberde adresi açıkça verilen mağazaya yönlendirmek suretiyle tüketicilerin aydınlanma, bilgilendirilme ihtiyacını karşılama ve haber verme amacının dışına çıkılarak "Organik Gurmem" markasının örtülü reklamının yapıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, mecra kuruluşu **Koga Kocaeli Gazetecilik Matbaacılık Tic. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**9)**

**Dosya No:** **2022/1863**

**Şikayet Edilen: İnci ALAPARMAK**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şahsa ait olduğu tespit edilen *“tezgahsalgirisimler”* isimli Instagram hesabından yapılan tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 09.05.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** "tezgahsalgirismler" isimli Instagram hesabından 09.05.2022 tarihinde yapılan "hikaye" paylaşımında; "*@kuafortekadammakeup\_eda takibe alalım dostlar. Ve asıl süprizimize gelirsek Yunus Beyden tezgahsal dostlara özel kampanya sözü aldık. Şimdi anasayfaya ücret ve işlem detaylarıyla gelicez."* ifadelerine ve "@kuafortekadammakeup\_eda" etiketine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu paylaşımda herhangi bir reklam ibaresine yer verilmeden takipçileri "@kuafortekadammakeup\_eda" isimli işletmenin sosyal medya hesabına yönlendirmek suretiyle anılan işletmenin örtülü reklamının yapıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Reklam Kurulu'nun 04.05.2021 tarihli ve 309 sayılı toplantısında 2021/2 numaralı ilke kararı olarak kabul edilen “Sosyal Medya Etkileyicileri Tarafından Yapılan Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Hakkında Kılavuz”un 5. ve 10. maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**10)**

**Dosya No:** **2022/2845**

**Şikayet Edilen: Op. Dr. Lütfiye ÜNLÜ**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“opdr\_lutfiyeunlu"* isimli Instagram hesabından "Gynefix" markasına yönelik yapılan tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 16.07.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** "opdr\_lutfiyeunlu" isimli Instagram hesabından yapılan paylaşımda; "*Yeni nesil spiral Gynefix, hormonsuz, yüksek koruma, doğum yapmamış kadınlara da takılabilen, regl kanamasını arttırmayan, ara kanama yapmayan, kayma yapmayan, konforlu #gynefixturkiye #drünlü #kadındogumdoktoru #izmit"* ifadelerine ve ürün görseline yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu paylaşımda herhangi bir reklam/işbirliği vs. ibaresine yer verilmeden takipçileri "Gynefix" markasına yönlendirmek suretiyle örtülü reklamının yapıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Reklam Kurulu'nun 04.05.2021 tarihli ve 309 sayılı toplantısında 2021/2 numaralı ilke kararı olarak kabul edilen “Sosyal Medya Etkileyicileri Tarafından Yapılan Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Hakkında Kılavuz”un 5. ve 8. maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**11)**

**Dosya No:** **2022/4779**

**Şikayet Edilen: Gülben ERGEN**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şahsa ait *“gulben123”* isimli sosyal medya hesabı üzerinden yapılan "GN Gülbenatural" markalı ürüne yönelik paylaşım

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 07.07.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com/gulben123 adresli sosyal medya hesabı üzerinden yapılan 07 Temmuz 2022 tarihli paylaşımda "GN Gülbenatural" markalı ürüne ilişkin olarak; *“Cilt bakımında kullandığınız ürünler sağlığınızı etkiler. %100 doğal içinde #kimyasal içerikler bulunmayan özenle hazırlanmış @gulbenatural şifa bahçemiz #bayram a özel %20 indirimle #yaz #kış #kadın #erkek tüm yaşların güvenle kullanımına uygun ve modası olmayan, trendlere inat geleneksel ve kadim değerlerin birleşimi”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu paylaşımda herhangi bir reklam ibaresine yer verilmediği, dolayısıyla şahsa ait olduğu tespit edilen "GN Gülbenatural" markalı ürüne ilişkin sayfada tanıtım yapılırken tüketicilerin reklam konusunda bilgilendirilmediği, böylece anılan markanın örtülü reklamının yapıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Reklam Kurulu'nun 04.05.2021 tarihli ve 309 sayılı toplantısında 2021/2 numaralı ilke kararı olarak kabul edilen “Sosyal Medya Etkileyicileri Tarafından Yapılan Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Hakkında Kılavuz”un 5. ve 8. maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**12)**

**Dosya No:** **2022/4781**

**Şikayet Edilen: Gamze ERÇEL YILDIRIM**

**Şikayet Edilen Reklam:** *"gamze\_ercel"* isimli Instagram hesabından yayınlanan paylaşımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 07.07.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Şahsa ait "gamze\_ercel" isimli Instagram hesabından 07.07.2022 tarihinde yapılan paylaşımda; "*Ciao din din here #destinationguess @guess #davet"* ifadelerine ve fotoğraf üzerinde *"@guess"," @marciano*" etiketlerine yer verildiği,

Aynı gün yapılan bir diğer paylaşımda; "*Welcome to @guess beach #DestinationGuess #Sicily #davet*" ifadesine yer verilerek fotoğraf üzerinde "Guess" markasının sosyal medya hesabının etiketlendiği,

Aynı gün yapılan bir başka paylaşımda "*Last dinner with my @guess fam #LoveGuess #davet"* ifadelerine yer verilerek fotoğrafta kıyafetin üzerine gelecek şekilde "@guess" markasının etiketlendiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, söz konusu paylaşımlarda herhangi bir reklam ibaresine yer verilmediği bu suretle anılan markaya ve ürünlerine yönlendirme yapmak suretiyle "Guess" markasının örtülü reklamının yapıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Reklam Kurulu'nun 04.05.2021 tarihli ve 309 sayılı toplantısında 2021/2 numaralı ilke kararı olarak kabul edilen “Sosyal Medya Etkileyicileri Tarafından Yapılan Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Hakkında Kılavuz”un 5. ve 8. maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, mecra kuruluşu **Gamze ERÇEL YILDIRIM** 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.

**13)**

**Dosya No:** **2022/4782**

**Şikayet Edilen: Sedef KASABALI**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.instagram.com/sedefavci\_ isimli Instagram hesabından yapılan *"Meridol"* markasına yönelik hikaye paylaşımı

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 01.08.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com/sedefavci\_/ adresli sosyal medya hesap üzerinden yapılan 01 Ağustos 2022 tarihli paylaşımda "Meridol" isimli ürünün reklamı yapılarak *“Diş ve diş etlerimde problemler yaşayabiliyorum. Yaş ve stres gibi faktörler buna sebep olabiliyormuş. Daha önceden Almanya’da bir seyahatimde Almanya’da çok popüler olan Meridol’ü keşfetmiştim. Şimdi sadece koruma amaçlı deneyerek sizinle yorumlarımı paylaşacağım.*” şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, söz konusu paylaşımda "Meridol" isimli ürünün reklamı yapılırken "@MERIDOLTURKİYE" etiketinin aksine "işbirliği" ibaresine küçük puntoyla yer verildiği, dolayısıyla söz konusu ibarenin kolaylıkla okunabilir büyüklükte olmadığı ve paylaşımın yer aldığı mecranın ara yüz ve teknik özellikleri de dikkate alındığında tüketiciler tarafından ilk bakışta fark edilebilecek biçimde sunulmadığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Reklam Kurulu'nun 04.05.2021 tarihli ve 309 sayılı toplantısında 2021/2 numaralı ilke kararı olarak kabul edilen “Sosyal Medya Etkileyicileri Tarafından Yapılan Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Hakkında Kılavuz”un 5. ve 10. maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**14)**

**Dosya No:** **2022/4786**

**Şikayet Edilen: Nisa BÖLÜKBAŞI**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şahsa ait *"nisabolukbasi"* isimli Instagram hesabında yer alan "Dimes" markasına yönelik tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 25.07.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com/nisabolukbasi/ adresli sosyal medya hesabı üzerinden yayınlanan hikaye paylaşımında "*Dimes Club twitter hesabını açıyor. Biz de onlara hoş geldin demek için linli tıklamayalım mı?, Hadi sizde @dimesclub’a hoş geldin demek için linke tıklayın!, @hoşgeldin dimes club*" ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu paylaşımda tüketicilerin “Dimes” markasının sosyal medya hesabına yönlendirildiği, ancak herhangi bir reklam ibaresine yer verilmediği bu suretle anılan marka ve ürünlerine yönlendirme yapmak suretiyle "Dimes" markasının örtülü reklamının yapıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Reklam Kurulu'nun 04.05.2021 tarihli ve 309 sayılı toplantısında 2021/2 numaralı ilke kararı olarak kabul edilen “Sosyal Medya Etkileyicileri Tarafından Yapılan Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Hakkında Kılavuz”un 5. ve 10. maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**FİNANSAL HİZMETLER**

**15)**

**Dosya No: 2022/2933**

**Şikayet Edilen: ING Bank A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Emekli maaş promosyonuna ilişkin kampanyaya dair çeşitli mecralarda yer alan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** Mart 2020

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

**Tespitler:** Yapılan incelemede, başvurana ait dilekçe ekinde sunulan https://www.ing.com.tr/tr/ing/basin-odasi/basin-bultenleri/2020 URL adresinde yer alan “06.03.2020 ING Türkiye, Emekli Maaş Promosyonunu 2 Bin 550 TL Olarak Güncelledi” başlıklı basın bülteninde anılan kampanyaya ilişkin olarak; “*ING Türkiye, maaşını ING’den alan emekli maaş müşterilerine sunduğu nakit promosyon fırsatını 2 bin 550 TL olarak güncelledi. Avantajlı kampanya kapsamında ING’li emekliler, sunulan 750 TL’ye varan nakit promosyona ek olarak; Turuncu Ekstra ile 750 TL harcama yaptıkları her ay için de 50 TL nakit promosyon alacak. Böylece 3 yıl için ek 1.800 TL promosyon; toplamda ise 2.550 TL’ye varan nakit promosyon fırsatı sunulacak. ING’li emekliler ayrıca Turuncu Ekstra programı kapsamında birikimlerinde ayrıcalıklı faizden yararlanabilecek, internet ve mobil bankacılıktan yapacakları para transferlerine ücret ödemeyecek. Müşterilerine her zaman, her yerden, kolay ve zahmetsiz hizmet sunabilmek hedefiyle faaliyet gösteren ING Türkiye, emekliler için başlattığı çok avantajlı promosyon kampanyasını bir adım ileri taşıdı. Kampanya kapsamında ING Türkiye’nin emekli maaş müşterileri, kendilerine özel 2.550 TL’ye varan promosyon fırsatından yararlanabiliyor. ING’li emekli maaş müşterileri, 750 TL’ye varan nakit promosyona ek olarak; Turuncu Ekstra ile 750 TL harcama yaptıkları her ay için de 50 TL nakit promosyon alacak. Böylece 3 yıl için ek 1.800 TL promosyon; toplamda ise 2.550 TL’ye varan nakit promosyon fırsatı sunulacak.*" ifadelerine yer verildiği,

Çeşitli TV kanallarında 11-19 Mart 2020 tarihlerinde yayınlanan *“Emekliliğin Güzelliği Çok Sevmek”* başlıklı tanıtımlardaise; *“Emekliliğin güzelliği çok sevmek, çok gezmek, çok keyif almak, ekstrası ise 2550TL’ ye varan promosyon, siz de emekli maaşınızı 3 yıl boyunca ING’den alarak aylık harcamalarınızın 750 TL’sini turuncu ekstra kartınızla yapın emekliliğinizi çok güzel yaşayın”* ifadelerine yer verildiği, söz konusu kampanya tanıtımının aynı tarihlerde çeşitli sosyal medya mecralarında bankaya ait hesaplardan paylaşıldığı ve duvar afişlerinde kullanıldığı, söz konusu tanıtımlara ilişkin alt yazı ve dipnotlarda ise; “*Kampanyadan, emekli maaşını 3 yıl bankamızdan alma taahhüdü veren, 750 TL’ye varan nakit promosyonu alan ve Turuncu Ekstra programıyla son 3 ayda 750 TL ve üzeri harcama yapmamış tüm emekli maaş müşterilerimiz yararlanabilir. ING Banka Kartı ile yapılan alışverişler veya vadesiz hesaptan yapılan fatura ödemeleri ayda 750 TL’ye ulaştığında sonraki ay 50 TL nakit hediye kazanılacaktır. 30 Nisan 2020’ye kadar vadesiz hesabına nakit promosyon yüklenen emekli maaş müşterileri için geçerlidir. ING’nin hizmetleri sonlandırma, koşullarında değişiklik yapma hakkı saklıdır. Detaylı bilgi, şubelerimiz ve ing.com.tr’de*” ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, reklam verene ait 2.550TL’ye varan emekli maaş promosyonuna ilişkin kampanyaya dair çeşitli mecralarda yer alan reklam ve tanıtımlar yönünden başvuran tüketicinin kampanyada yer alan koşulları yerine getiremediği, anılan kampanyaya ilişkin tanıtımlarda vaat edilen tutarın kampanya koşullarını yerine getiren tüketicilere sağlandığına ilişkin ispat niteliğinde çeşitli bilgi ve belgelerin reklam veren tarafından sağlandığı değerlendirilmiş olup,

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

**KOZMETİK VE TEMİZLİK ÜRÜNLERİ**

**16)**

**Dosya No:** **2022/1853**

**Şikayet Edilen: DBC Sağlık Ürünleri Ticaret Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.trendyol.com adresli internet sitesinde *“Benevshop”* isimli hesap üzerinden yayınlanan muhtelif kozmetik ürünlere ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 26.08.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.trendyol.com adresli internet sitesinde firmaya ait “Benevshop” isimli hesap üzerinden yayınlanan “Benev Sivilce ve Akne Karşıtı Krem” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Sivilceleri ve akneleri azalmasına yardımcı olur”* ifadelerine, "Replexion GF Shampoo" isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *"Saçların dökülmesini azaltır. Saçları kalınlaştırır."* ifadelerine, "Replexion Gf Hair Serum" isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *"Büyüme faktörü içerikli yeni teknoloji Anti-Hair Loss ve Hair Growth serum. Saçların dökülmesini azaltır, saçları kalınlaştırır ve yeni saçların çıkmasını sağlar. Ayrıca, menopoz dönemindeki saç dökülmesine karşı etkilidir. Bayanlarda kimyasal prosedürler sonrası oluşabilecek saç hasarının onarılmasına yardımcı olur."* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; Kozmetik Mevzuatına tabi bulunan tüm kozmetik ürünlerin, insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve etkileri geçici olan ürünler olması gerektiği; bu bağlamda inceleme konusu tanıtımlarda yer alan tedaviye yönelik ve endikasyon belirten ifadelerin ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte 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 Yönetmeliğinin 4 ve 10 uncu maddeleri,

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 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 Yönetmeliğinin 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 **DBC Sağlık Ürünleri Ticaret Limited Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**17)**

**Dosya No:** **2022/1854**

**Şikayet Edilen: Konmer Elektrik Elektronik Sanayi ve Ticaret Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.trendyol.com adresli internet sitesinde *“Konmer Ticaret”* isimli hesap üzerinden yayınlanan *"Besttem Cilt Onarıcı Krem Akne ve Sivilcelerde Etkili Çözüm"* isimli ürüne ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 26.08.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.trendyol.com adresli internet sitesinde firmaya ait “Konmer Ticaret” isimli hesap üzerinden yayınlanan "Besttem Cilt Onarıcı Krem Akne ve Sivilcelerde Etkili Çözüm" isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *"Tamamen doğal yağlardan üretilmiş olan cilt onarıcı krem basit yanıklarda egzamada, dermatit böcek sokmalarında, pişiklerde, hemoroide, uçukta, morluklarda ağız aftlarında kullanılabilir. E vitamini sayesinde cildi yeniler Akne ve sivilcelerde etkilidir. Sivilce lekelerini iz bırakmadan iyileştirir. Antioksidandır. Gözaltı torbaları ve morluklarda etkilidir. Egzamayı hafifletir. Aynı Sefa Çiçeği. Yara iyileştirici özelliği vardır. Lavanta Yara ve yanıkların iyileşmesinde etkilidir. Sarı kantaron. kanamaların durdurulmasında etkilidir. Hücre yenileyici özelliği vardır. Pişik problemlerinde etkilidir."* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 ve 10 uncu maddeleri,

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 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 Yönetmeliğinin 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 **Konmer Elektrik Elektronik 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.

**18)**

**Dosya No:** **2022/1856**

**Şikayet Edilen: Her Kozmetik ve Bitkisel Ürünleri Pazarlama Gıda Sanayi Ticaret Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.trendyol.com adresli internet sitesinde firmaya ait *“Cutecos”*isimli hesap üzerinden yayınlanan muhtelif kozmetik ürünlere ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 26.08.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.trendyol.com adresli internet sitesinde firmaya ait “Cutecos” isimli hesap üzerinden yayınlanan “Cutecos 5+1 Nf10 inceltici, Sıkılaştırıcı, Selülit Giderici, Vücut Şekillendirici Krem” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Selülit giderici. İnceltici.”* ifadelerine, "Dermotolica Kükürtlü Anti Sivilce, Akne Ve Siyah Leke Kremi" isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *"Anti bakteriyel özellik, var olan akne ve sivilcelerin tedavisinde yardımcı olur. Koyu lekelerin görünümünü azaltır. Sivilcelerin iyileşmesine ve izlerinin kaybolmasına yardım eder."* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 ve 10 uncu maddeleri,

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 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 Yönetmeliğinin 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 **Her Kozmetik ve Bitkisel Ürünleri Pazarlama Gıda Sanayi Ticaret Limited Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**19)**

**Dosya No:** **2022/1857**

**Şikayet Edilen: Deauty Koi Kozmetik Ürünleri ve Güzellik Hizmetleri Ticaret Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.trendyol.com adresli internet sitesinde *“Deauty Skin”* isimli hesap üzerinden yayınlanan muhtelif kozmetik ürünlere ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 31.08.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.trendyol.com adresli internet sitesinde firmaya ait “Deauty Skin” isimli hesap üzerinden yayınlanan “Deauty Skin Gloha 11 Akne ve Sivilce Karşıtı Krem” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Salisilik Asit ile birlikte çalışarak aşırı sebum üretimini düzenleyerek cildi matlaştırmaya yardımcı olur. Anti-inflamatuar özellikleri nedeniyle, yara ve yanıkların iyileşmesine yardımcı olur. Lavanta yağı doğal olarak antibakteriyeldir, yani gözeneklerinize sızabilecek akneye neden olan bakterileri öldürür. Bu özelliğiyle GloHA 11 Krem'i ağrılı akne oluşumlarını önlemek, sakinleştirmek ve iyileştirmek için mükemmel kılar."* ifadelerine, "Deauty Skin Gloha Aha Bha Toner - Salisilik Asit, Glikolik Asit, Azelaik Asit, Çay Ağacı & Niacinamide" isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *"Kızarıklık ve iltihabı iyileştirmeye de yardımcı olur. Çayağacı özü ile dolu formülü sayesinde sivilceleri yok eder, sebum salgısını kontrol altına alır ve kızarıklıkları giderir."* ifadelerine, "Deauty Skin Akne ve Sivilce Kurutucu" isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *"Akne ve sivilce kurutucu."* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 ve 10 uncu maddeleri,

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 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 Yönetmeliğinin 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 **Deauty Koi Kozmetik Ürünleri ve Güzellik Hizmetleri Ticaret Limited Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**20)**

**Dosya No:** **2022/1858**

**Şikayet Edilen: Nuci Pharma Sağlık Ürünleri İlaç ve Kozmetik Sanayi Ticaret Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.trendyol.com adresli internet sitesinde *“Nymfea Skincare”* isimli hesap üzerinden yayınlanan muhtelif kozmetik ürünlere ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 31.08.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.trendyol.com adresli internet sitesinde firmaya ait “Nymfea Skincare” isimli hesap üzerinden yayınlanan “Nymfea Ac3/yenileyici Sivilce Karşıtı Jel(genç Aknesi)” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Akne sonrası meydana gelen kırmızı lekelerin iz bırakmadan iyileşmesini sağlar."* ifadelerine,"Nymfea Ac4/yenileyici Sivilce Karşıtı Jel (yetişkin aknesi)"isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *"Düzensiz sebum üretimi, hormon bozukluğu, stres, kullanılan ilaçlar veya genetik gibi nedenlerin tetiklemesine bağlı olarak gelişen sivilce problemiyle savaşır. Sivilce sonrası meydana gelen kırmızı lekelerin iyileşmesini sağlar.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.[http://www.mayaestetik.com/hizmet…/epilasyon/lazer-epilasyon](http://www.mayaestetik.com/hizmetler/epilasyon/lazer-epilasyon)

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, 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 Yönetmeliğinin 4 ve 10 uncu maddeleri,

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 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 Yönetmeliğinin 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 **Nuci Pharma Sağlık Ürünleri İlaç ve Kozmetik Sanayi Ticaret Limited Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**21)**

**Dosya No:** **2022/3207**

**Şikayet Edilen: İnova İnteraktif Telemarket Sanayi ve Ticaret Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.trendyol.com adresli internet sitesinde *"İnova İnteraktif"* isimli hesap üzerinden yayınlanan muhtelif kozmetik ürünlere ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 22.09.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.trendyol.com adresli internet sitesinde firmaya ait "İnova İnteraktif"isimli hesap üzerinden yayınlanan “Hemp cream by Bubbly Kenevir Yağlı Ağrı ve Masaj Kremi” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Ağrı kremi. Kas ve eklem ağrılarına pratik çözüm. Tüm vücuttaki ağrılara uygulanabilir. Hemp cream by Bubbly kenevir yağlı ağrı ve masaj krem****i*** *kronik ağrıların azalmasında kullanılan ürünlerden birisidir. Kenevir kremi, 9 farklı organik içeriğe sahiptir. Bu organik içerikler kemiklere vekaslara etki etmeye yardımcı olur. Kenevir içeriği sayesinde özellikle de ağrılı kasların gevşemesinde etkilidir. Uzun kullanımda eklem ve hücreleri yenileme. Uzun süreli kullanımda etkileri gözlemleyen müşterilerin eklem ağrıları için devamlı olarak kullandıkları bir üründür."* ifadelerine, *"*FlowerX Eye Serum Eye Serum Gerçek Papatya Taneli Göz Serumu"isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *"Halka ve morlukları yok etmeye yardımcıdır."* ifadelerine, "MEDİNAİL Tırnak Spreyi" isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *"İçeriğindeki terbinafin ve itrakonazol maddeleri ile el ve ayakta oluşan enfeksiyonu derinlemesine temizler, bakterileri yok eder. Kaşıntı ve acıyı durdurmaya yardımcı olur. Mantar ve nasır problemini kökten çözerek sağlıklı el, ayak ve tırnaklara kavuşmanızı sağlar.  Bu şekilde ilk kullanımdan itibaren düzenli seanslar ile birlikte uygulayarak mantarlı ve nasırlı bölgeyi tedavi edebilir ve tam onarım sağlayabilirsiniz."* ifadelerine, "Nano Hair by Bubbly Dökülme Karşıtı Saç Serumu" isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *"Saç çıkaran serum."* ifadelerine, "NoFleck by Bubbly Nofleck Çil Ve Leke Kremi" isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *"...sahip cilt üzerinde çevresel etmenlerden dolayı sonradan oluşmuş güneş lekeleri, çiller, kahverengi benekler gibi izleri yok etmeye yardımcı kremdir. Leke oluşturan melanin hormonunu dengeleyerek yeniden leke oluşmasını engeller. Kahverengi lekeleri yok eder. Ciltteki melanin hormonu seviyesini düşürerek lekelerin ve çillerin kaybolmasını sağlar. Cildi dış etkenlerden koruyarak melanin hormonu salgılamasını engeller ve 'tekrardan çil/leke oluşumuna izin vermez."* ifadelerine, "REVINE LIFTING STICK Lifting Stick, Kırışıklık ve Sarkma Karşıtı"isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *"Kırışıklık gibi sorunlarınızın giderilmesine yardımcı olur. Kırışıklıkları yok eder. Sarkmaları giderir."* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.[http://www.mayaestetik.com/hizmet…/epilasyon/lazer-epilasyon](http://www.mayaestetik.com/hizmetler/epilasyon/lazer-epilasyon)

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, 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 Yönetmeliğinin 4 ve 10 uncu maddeleri,

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 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 Yönetmeliğinin 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 **İnova İnteraktif Telemarket Sanayi ve Ticaret Limited Şirketi** 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.

**22)**

**Dosya No:** **2022/3427**

**Şikayet Edilen:** **Makrot E-Ticaret Pazarlama Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.dr.uzkozmetik.com ve *"druzkozmetik"* isimli insagram hesabında yayınlanan muhtelif kozmetik ürünlere ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 22.09.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.dr.uzkozmetik.com ve *"druzkozmetik"* isimli instagram hesabında yayınlanan "Egzama ve Mantar Kremi" isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *"Egzama tedavisi, mantar tedavisi. Mantar lezyonlarına karşı bitkisel çözüm."* ifadelerine, "Sivilce Kurutucu" isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *"Sivilce kurutucu. Sivilce tedavisi. Akne tedavisi."* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 ve 10 uncu maddeleri,

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 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 Yönetmeliğinin 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 **Makrot E-Ticaret Pazarlama Anonim Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**23)**

**Dosya No:** **2022/3432**

**Şikayet Edilen: Ocean Group Gıda Sanayi İç ve Dış Ticaret Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.trendyol.com adresli internet sitesinde *"SKINFOOD"* isimli hesap üzerinden yayınlanan *“Skinfood Egg White Pore Mask”* isimli ürüne ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 06.10.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.trendyol.com adresli internet sitesinde firmaya ait "SKINFOOD" isimli hesap üzerinden yayınlanan “Skinfood Egg White Pore Mask” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“...antienflamatuar özelliklere sahiptir."* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 ve 10 uncu maddeleri,

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 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 Yönetmeliğinin 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 **Ocean Group Gıda Sanayi 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.

**24)**

**Dosya No:** **2022/3432**

**Şikayet Edilen: Korendy Kozmetik ve Ticaret Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.trendyol.com adresli internet sitesinde *"Korendy"* isimli hesap üzerinden yayınlanan muhtelif kozmetik ürünlere ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 27.09.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.trendyol.com adresli internet sitesinde firmaya ait "Korendy" isimli hesap üzerinden yayınlanan “Sivilce Güneş Lekesi Hassas Cilt Badem Mandelik Asit Peeling Soyucu” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“İltihaplı sivilceleri yatıştırmak için etkilidir. İltihabı önler. Kaşıntıyı önler. Hasarlı cildin yenilmemesine yardımcı olur. Anti bakteriyel. Anti iltihap.”* ifadelerine, "Bywishtrend Pure Vitamin C21.5 Advanced Serum" isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *"İltihaplanmayı azaltır. Güneş yanığını iyileştirir. Akne azaltıcı. %70 vitamin ağacı suyu ve %21,5 oranda saf C vitamini ile akneleri azaltıp akne izlerini giderirken, gözenekleri de sıkılaştırmaya yardımcı olun."* ifadelerine, "Bywishtrend Propolis Serumu %15- Polyphenol In Propolis Ampoule" isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *"Cildin iltihaplanmasını azaltır. Anti bakteriyel."* 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 Yönetmeliğinin 4 ve 10 uncu maddeleri,

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 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 Yönetmeliğinin 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 **Korendy Kozmetik ve Ticaret Anonim Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**25)**

**Dosya No: 2022/1648**

**Şikayet Edilen:** **Alin Global Health Care Kozmetik İlaç Kimyevi Madde Medikal Tarım E-Ticaret İthalat İhracat Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.trendyol.com adresli internet sitesinde *“Alin Global Kozmetik”* mağaza adı ile satışa *sunulan “Clair De Lune Anti Acne Bakım Kremi”* ve *“Clair De Lune Leke Serumu”* isimli ürün tanıtımları

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 27.09.2022, 28.09.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.trendyol.com/clair-de-lune/anti-acne-bakim-kremi-p-274254892 adresli internet sitesinin 27.09.2022 tarihli görünümünde; *“Ürün Soru ve Cevapları (…) bizim ürünlerimiz tedaviye yönelik eczacı ve hekimlerimiz tarafından formulize ediliyor.”* şeklinde,

https://www.trendyol.com/clair-de-lune/leke-gozenek-siyah-nokta-ve-sivilce-olusumunu-gider meye-yardimci-bakim-serumu-p-274139742 adresli internet sitesinin 28.09.2022 tarihli görünümünde; *“(…) Leke… giderici… etkileri ile sıklıkla kullanılmaktadır”* 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 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 Yönetmeliğin 4/c, 5/1-a, 5/1-b, 5/1-c, 5/1-ç, 5/1-d ve 7/1 maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Alin Global Health Care Kozmetik İlaç Kimyevi Madde Medikal Tarım E-Ticaret İthalat İhracat 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.

**26)**

**Dosya No: 2022/1650**

**Şikayet Edilen:** **Balsam Gıda Kozmetik Makina İnşaat Pazarlama Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.trendyol.com adresli internet sitesinde *“Phytoflora”* mağaza adı ile www.hepsiburada.com adresli internet sitesinde *“Mindivan”* mağaza adı ile satışa sunulan *“Phytoflora Sivilce Önleyici Krem”* isimli ürün tanıtımları

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 27.09.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.trendyol.com/phytoflora/en-iyi-akne-sivilce-kremi-ve-sivilce-onleyici-sivilce-karsiti-krem-50ml-p-231352456 adresli internet sitesinin 27.09.2022 tarihli görünümünde; *“En İyi Akne Sivilce Kremi (…) Sivilcelerle savaşır. Sivilce izleri ile savaşır.”* şeklinde,

https://www.hepsiburada.com/phytoflora-en-etkili-sivilce-karsiti-ve-sivilce-onleyici-krem-p-HBCV00001D3WSU adresli internet sitesinin 27.09.2022 tarihli görünümünde ise; *“Sivilcelerle savaşır”* şeklinde ifadeler ile birlikte anılan ürünün kullanımı sonucu aknelerin giderildiğine ilişkin öncesi ve sonrası görsellerine yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 ve 10 uncu maddeleri,

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 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 Yönetmeliğinin 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 **Balsam Gıda Kozmetik Makina İnşaat Pazarlama Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**27)**

**Dosya No: 2022/2181**

**Şikayet Edilen:** **Yeni Mağazacılık A.Ş. (A101)**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“A101 Kapıda”* uygulamasında satışa sunulan *“Bionet Klozet Blok 2'li”* isimli ürün tanıtımları

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 28.05.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** “A101 Kapıda” uygulamasında 28.05.2022 tarihinde satışa sunulan “Bionet Klozet Blok 2'li” isimli ürün tanıtımlarında, “Bionet Klozet Blok Çeşitleri 2 adet. 12.5-TL” ifadeleri ile içerisinde iki adet klozet bloğu bulunan iki adet ürün paketi görseline yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, “A101 Kapıda” uygulamasında 28.05.2022 tarihinde satışa sunulan “Bionet Klozet Blok 2'li” isimli ürün tanıtımlarında; *“Bionet Klozet Blok Çeşitleri 2 adet. 12.5-TL”* ifadeleri ile içerisinde iki adet klozet bloğu bulunan iki adet ürün paketi görseline yer verildiği, böylelikle söz konusu ürünün iki paket olarak 12.5-TL fiyatla satışa sunulduğu algısı yaratılarak tüketicilerin yanıltıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/5-ç, 13/1 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Yeni Mağazacılık A.Ş. (A101)** 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.

**28)**

**Dosya No: 2022/2614**

**Şikayet Edilen:** **Migros Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait Karaman Dereköy mağazasında bulunan kampanya afişlerinde yer alan *“Loreal Paris Age Expert Kırışıklık Karşıtı”* isimli ürüne ilişkin indirimli satış reklamları

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 23.06.2022

**Yayınlandığı Mecra:** Afiş

**Tespitler:** Karaman Ticaret İl Müdürlüğü tarafından 23.06.2022 tarihinde gerçekleştirilen denetimde; Migros Karaman Dereköy mağazasında yer alan kampanya afişlerinde *“Loreal Paris Age Expert Kırışıklık Karşıtı (30+, 40+, 50+) 99.90-TL 39.96-TL. Money Card veya Money Bonus ile yapılan alışverişlerde geçerlidir.”* ifadelerine yer verildiği, ancak anılan mağazada söz konusu ürününün 179,90-TL fiyatın üzeri çizilerek 79.90-TL fiyat ile satışa sunulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; Karaman Ticaret İl Müdürlüğü tarafından 23.06.2022 tarihinde gerçekleştirilen denetimde, Karaman Dereköy mağazasında yer alan kampanya afişlerinde *“Loreal Paris Age Expert Kırışıklık Karşıtı (30+, 40+, 50+) 99.90-TL 39.96-TL. Money Card veya Money Bonus ile yapılan alışverişlerde geçerlidir.”* ifadelerine yer verildiğinin tespit edildiği, ancak anılan mağazada söz konusu ürünün 179,90-TL fiyatın üzeri çizilerek 79.90-TL fiyat ile satışa sunulduğu,

Söz konusu kampanya afişlerinde, indirime konu edilen ürünün fiyatı yerine baskı hatası nedeniyle “Loreal Paris 3 Etkili Nemlendirici Bakım Kremi” isimli ürünün fiyat bilgisinin yer aldığı, dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların tüketicileri aldatıcı ve 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-a, 7/5-ç, 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 **Migros Ticaret A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**29)**

**Dosya No: 2022/3360**

**Şikayet Edilen:** **Dipomed Medikal Kozmetik İthalat İhracat Sanayi Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.trendyol.com adresli internet sitesinde *“Rise And Shine”* mağaza adı ile satışa sunulan *“Maderise Cilt Bakım Kremi”* isimli ürün tanıtımları

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 07.07.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.trendyol.com/rise-and-shine/maderise-cilt-bakim-kremi-40-ml-p-243910381 adresli internet sitesinin 07.07.2022 tarihli görünümünde; *“Hücre yenileyici”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 ve 10 uncu maddeleri,

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 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 Yönetmeliğinin 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 **Dipomed Medikal Kozmetik İthalat İhracat Sanayi Ticaret Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**30)**

**Dosya No: 2022/3420**

**Şikayet Edilen:** **Mis Lady Takviye Ürünler Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.trendyol.com adresli internet sitesinde “MisLady” mağaza adı ile satışa sunulan *“Mis Lady Cilt Beyazlatıcı Krem”* isimli ürün tanıtımları

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 28.09.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.trendyol.com/mis-lady/cilt-beyazlatici-krem-100ml-p-294913767 adresli internet sitesinin 28.09.2022 tarihli görünümünde; *“(…) Oluşan koyu renk tonlarının giderilmesini sağlıyor.”* şeklinde ifadeler ile birlikte anılan ürünün kullanımı sonucu lekelerin giderildiğine ilişkin öncesi ve sonrası görsellerine yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 ve 10 uncu maddeleri,

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 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 Yönetmeliğinin 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 **Mis Lady Takviye Ürünler 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.

**31)**

**Dosya No: 2022/3421**

**Şikayet Edilen:** **Aily Kozmetik İç ve Dış Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.trendyol.com adresli internet sitesinde *“AİLY COSMETİCS”* mağaza adı ile satışa sunulan *“Aily Cosmetics Cilt Beyazlatıcı Krem”* isimli ürün tanıtımları

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 28.09.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.trendyol.com/aily-cosmetics/cilt-beyazlatici-krem-75-ml-skin-whiteni ng-cream-p-97293239 adresli internet sitesinin 28.09.2022 tarihli görünümünde; *“(…) Soru: esmer ciltler için kalıcı beyazlatma etkisi var mı? Cevap: Düzenli kullanımda kalıcı etki ediyor efendim”* 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 tanıtımların mevcut mevzuata aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 ve 10 uncu maddeleri,

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 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 Yönetmeliğinin 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 **Aily Kozmetik İç ve Dış Ticaret Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**32)**

**Dosya No: 2022/3425**

**Şikayet Edilen:** **Elit Dijital Depo Gıda ve Kozmetik Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.hepsiburada.com adresli internet sitesinde “ELİTDİJİTALDEPO” mağaza adı ile satışa sunulan “Dermaderm Sivilce Tedavi Krem” isimli ürün tanıtımları

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 28.09.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.hepsiburada.com/dermaderm-sivilce-tedavi-krem-p-hbv0000078bfa adresli internet sitesinin 28.09.2022 tarihli görünümünde; *“Sivilce Tedavi Krem (…) Dermaderm bitkisel sivilce kremi sivilceye neden olan P. Acne bakterisine karşı savaşır. (…) Yapılan klinik çalışmalarda Tea Tree ekstrası sivilce üzerinde en az Benzoyl Peroxide kadar etkili olduğu gözlenmiştir. (…) Bundan ötürü Tea Tree sivilce ve benzeri cilt problemlerinde güvenle 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 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 tanıtımların mevcut mevzuata aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 ve 10 uncu maddeleri,

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 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 Yönetmeliğinin 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 **Elit Dijital Depo Gıda ve Kozmetik Ticaret Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**33)**

**Dosya No: 2022/3449**

**Şikayet Edilen:** **Deepway Kozmetik Medikal İnşaat Elektrik Sanayi ve Dış Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.trendyol.com adresli internet sitesinde “Deepway Kozmetik” mağaza adı ile satışa sunulan “Deepway Bentonit Toz Kil” isimli ürün tanıtımları

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 29.09.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.trendyol.com/deep-way/deepway-bentonit-toz-kil-egzama-sivilce-net-175-gr-p-20 7988179 adresli internet sitesinin 29.09.2022 tarihli görünümünde; *“Egzama ve çeşitli deri hastalıklarına iyi gelir- Sivilce ve Akneleri yok etmekte çok başarılıdır- Deri altında birikmiş Toksit ve ağır metalleri detoks etkisiyle temizler. - Ten rengini en az 2-3 ton açar. (…) Egzama ve sivilceyi yok et. Cilt lekelerinden kurtul. Cildi 2-3 ton aç (…) Egzama, sivilce ve akne gibi cilt rahatsızlıklarında etkilidir. (…) lekelerden arındırır. Cilt tonunu açar”* 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 tanıtımların mevcut mevzuata aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 ve 10 uncu maddeleri,

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 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 Yönetmeliğinin 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 **Deepway Kozmetik Medikal İnşaat Elektrik Sanayi ve Dış Ticaret Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine **OY BİRLİĞİYLE** karar verilmiştir.

**34)**

**Dosya No: 2022/3450**

**Şikayet Edilen:** **Bayo Kozmetik Pazarlama ve Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.trendyol.com adresli internet sitesinde “mia klinika” mağaza adı ile satışa sunulan “Mia Klinika Azelaic Acid Serum” isimli ürün tanıtımları

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 29.09.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.trendyol.com/mia-klinika/roza-akne-sivilce-ve-siyah-nokta-giderici-cilt-bakim-serumu-30ml-p-110541048?merchantId=317538 adresli internet sitesinin 29.09.2022 tarihli görünümünde; *“Roza Akne Sivilce…Giderici (…) Azelaik asit 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. (…) Çinko …Aynı zamanda ciltteki kolajen üretimini arttırarak cildi sıkılaştırır ve genç bir görünüm sağlar. Besleyici glisin amino asidi ve pantenol cildin üzerindeki koruyucu tabakayı arttırarak cildin hasar görmesini engeller, hücre yenilenmesini arttırır ve akne ve sivilce üzerinde iyileştirici etki gösterir. Ayrıca cildin nemli kalmasını sağlayarak roza sorununun oluşmasını engeller cildi canlı ve nemli gösterir.”* 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 tanıtımların mevcut mevzuata aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 ve 10 uncu maddeleri,

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 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 Yönetmeliğinin 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 **Bayo Kozmetik Pazarlama ve Ticaret Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**35)**

**Dosya No: 2022/3452**

**Şikayet Edilen:** **She Vec Sağlık ve Kozmetik Ürünleri Sanayi ve Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.trendyol.com adresli internet sitesinde “SHE VEC Cosmetic” mağaza adı ile satışa sunulan “S’he Vec. Hi Girls Bye Pores Serum” isimli ürün tanıtımları

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 29.09.2022, 30.10.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.trendyol.com/she-vec/hi-girls-bye-pores-yagli-akne-egilimli-ciltler-icin-ozel-olarak-tasarlanmis-anti-aging-formul-p-208530164 adresli internet sitesinin 29.09.2022 tarihli görünümünde; *“Niacinamide (Vitamin B3) sayesinde ciltteki lekeler yok olurken, genişlemiş gözenekleri yok eder.”* şeklinde, 30.10.2022 tarihli görünümünde; *“Antimikrobiyal koruma. (...)lekelenme için cildin melanin sentezini kontrol altına alarak(...)Mikrobiyota onarım. Anti-inflamatuvar, (...)ve antibakteriyel özellikler içeren bileşenler içerdiği için(...)”* 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 tanıtımların mevcut mevzuata aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 ve 10 uncu maddeleri,

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 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 Yönetmeliğinin 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 **She Vec Sağlık ve Kozmetik Ürünleri Sanayi ve Ticaret A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**36)**

**Dosya No: 2022/3453**

**Şikayet Edilen:** **Tim** **Kozmetik Sabun Otel Malzemeleri Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.trendyol.com adresli internet sitesinde “Dr.EA” mağaza adı ile satışa sunulan “Dr. EA Laboratories Zantis Soap Bar” isimli ürün tanıtımları

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 29.09.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.trendyol.com/dr-ea-laboratories/zantis-kukurt-salisilik-asit-glikolik-asit-sivilceakne-sabunu-80-gr-sabun-p-31660381 adresli internet sitesinin 29.09.2022 tarihli görünümünde; *“Sivilce Akne Sabunu (…) Zantis, tıbbi olarak cildin etkili bir şekilde temizlenmesini ve ciltteki yağı almasını sağlar. Zantis, özellikle akne ve sivilce eğilimi olan ciltler, folikülitli ciltler, fungal enfeksiyonlar (kafa derisinde bile) ve dermatologlar tarafından seboreik dermatit, egzama, sedef hastalığı için önerilmektedir. Sivilce sabunu, akne sabunu, siyah nokta sabunu olarak kullanımı önerilir. (…)”* 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 tanıtımların mevcut mevzuata aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 ve 10 uncu maddeleri,

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 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 Yönetmeliğinin 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 **Tim** **Kozmetik Sabun Otel Malzemeleri Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**37)**

**Dosya No: 2022/3454**

**Şikayet Edilen:** **Gamamed Medikal Kozmetik Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.trendyol.com adresli internet sitesinde “Shuvina” mağaza adı ile satışa sunulan “Shuvina Dermatology Clinic Spot Cream” isimli ürün tanıtımları

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 29.09.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.trendyol.com/shuvina-dermatology-clinic/sivilce-ve-gunes-lekesi-giderici-renk-acicileke-karsiti-aydinlatici-bakim-kremi-50-ml-p-211257907 adresli internet sitesinin 29.09.2022 tarihli görünümünde; *“Sivilce ve Güneş Lekesi Giderici Renk Açıcı (…) Güneşten kaynaklı oluşan lekelerin giderilmesine yardımcı olur. Sivilce izlerini giderir ve cilt tonunu eşitler. (…) Var olan lekeleri azaltır. Sivilce lekelerinde etkilidir.”* 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 tanıtımların mevcut mevzuata aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 ve 10 uncu maddeleri,

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 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 Yönetmeliğinin 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 **Gamamed Medikal Kozmetik Anonim Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**38)**

**Dosya No: 2022/3455**

**Şikayet Edilen:** **Emb Kozmetik Gıda İnşaat Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.trendyol.com adresli internet sitesinde “Embeauty Cosmetics” mağaza adı ile satışa sunulan “Embeauty Sivilce Karşıtı Bakım Kremi” isimli ürün tanıtımları

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 29.09.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.trendyol.com/embeauty/sivilce-onleyici-ve-sivilce-karsiti-akne-siyah-nokta-gidericikrem-50-ml-p-301189635 adresli internet sitesinin 29.09.2022 tarihli görünümünde; *“Akne…Giderici bakım kremi. Sivilcelerle savaşır. (…) Akne ve sivilcelerden kurtulun”* 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 tanıtımların mevcut mevzuata aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 ve 10 uncu maddeleri,

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 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 Yönetmeliğinin 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 **Emb Kozmetik Gıda İnşaat Ticaret Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**39)**

**Dosya No: 2022/4038**

**Şikayet Edilen:** **4 K Itriyat Kozmetik Medikal Pazarlama ve Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.trendyol.com adresli internet sitesinde “EliteSepet” mağaza adı ile satışa sunulan “Dermoskin Be Bright AHA/BHA Cream” isimli ürün tanıtımları

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 05.10.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.trendyol.com/dermoskin/be-bright-aha-bha-cream-33-ml-p-4363621? merchantId=176850 adresli internet sitesinin 05.10.2022 tarihli görünümünde; *“Normal ve yağlı ciltler için leke giderici krem.(…)Koyu ve yerleşik lekeler için gece bakım rutini.(…) leke, ince çizgiler, kırışıklıklar, sivilce, sivilce izleri ve (...)giderilmesinde, cildin aydınlanması ve gevşeyen cildin elastikiyet kazanmasında tek başlarına uygulanmalarından daha etkindir.”* 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 tanıtımların mevcut mevzuata aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 ve 10 uncu maddeleri,

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 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 Yönetmeliğinin 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 **4 K Itriyat Kozmetik Medikal Pazarlama ve Ticaret Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**40)**

**Dosya No: 2022/4412**

**Şikayet Edilen:** **Puretex Plastik ve Tekstil Ürünleri Sanayi ve Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Baby Turco Islak Mendil Olive Oil” isimli ürün tanıtımları

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 16.09.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, Ambalaj

**Tespitler:** “Baby Turco Zeytinyağlı Islak Havlu” isimli ürün ambalajında; *“Ph. Cilde Uyumlu”*, *“Paraben Alcohol %0”* ve *“Olive Oil”* ifadesi ile daldaki zeytin tanesinden damlayan zeytinyağı görselinin yer aldığı, anılan ürün ambalajın arkasında bulunan “içerik” kısmında ise ürünün içerisinde zeytinyağı bulunduğuna dair herhangi bir ibareye verilmediği,

https://market.babyturco.com.tr adresli internet sitesinin 16.09.2022 tarihli görünümünde yer alan tanıtımlarda; *“Vegan”*, *“Helal”*, *“Hayvanlar üzerinde test edilmemiştir”* ve *“Zeytinyağlı”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; inceleme konusu “Baby Turco Islak Mendil Olive Oil” isimli ürün ambalajında “Olive oil” ifadesi ile daldaki zeytin tanesinden damlayan zeytinyağı görseline, https://market.babyturco.com.tr adresli internet sitesinin 16.09.2022 tarihli görünümünde ise “zeytinyağlı” ifadesine yer verildiği, ancak anılan ürün ambalajın arkasında bulunan “içerik” kısmında ürünün içerisinde zeytinyağı bulunduğuna dair herhangi bir ibarenin yer almadığı,

Zeytinyağının, söz konusu ürünün bileşenlerinden parfüm esansına eklenmesi ve ürün bileşenlerinde parfüm olarak yer verilmesine rağmen ürün ambalajında “Olive oil” ifadesi ile daldaki zeytin tanesinden damlayan zeytinyağı görseline ve anılan internet sitesinde “zeytinyağlı” ifadesine yer verilerek söz konusu ürün bileşenlerinde önemli ölçüde zeytinyağı bulunduğu algısı yaratıldığı, dolayısıyla söz konusu tanıtımların tüketicileri yanıltıcı olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Kozmetik Yönetmeliğinin 10 uncu maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Puretex Plastik ve Tekstil 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.

**41)**

**Dosya No: 2022/4413**

**Şikayet Edilen:** **Koruma Temizlik A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Hyper Hypo Ultra Çamaşır Suyu” isimli ürün tanıtımları

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 16.09.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, Ambalaj

**Tespitler:** “Hyper Hypo Ultra Çamaşır Suyu” isimli ürün ambalajları ile www.korumatemizlik.com.tr adresli internet sitesinin 16.09.2022 tarihli görünümünde; *“%99.9* *Mikropları öldürür”* ve *“Biyosidal belgeli etkili temizlik”* ifadelerinin yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; söz konusu tanıtımlarda yer alan ifadelerin 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 inci maddesine **aykırı olmadığına** karar verilmiştir.

**42)**

**Dosya No: 2022/4414**

**Şikayet Edilen:** **Fed İnşaat ve Tekstil Sanayi Dış Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Welive Natural Products” markalı deterjan ürünlerine ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 24.06.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://welivecompany.com/ adresli internet sitesinin 24.06.2022 tarihli görünümünde yer alan; “Welive Bitkisel Esaslı Banyo & Wc Temizleyicisi” isimli ürüne ilişkin olarak; *“Çöven Otlu.* *Bitkisel Esaslı”* şeklinde; “Welive Yağ ve Kir Temizleyicisi” ve “Welive Elde Bulaşık Temizleyicisi” isimli ürünlere ilişkin olarak *“Çöven Otlu. Bitkisel Esaslı. Vegan”* şeklinde, “Welive Sıvı El Sabunu”, “Welive Limon Özlü Toz Çamaşır Temizleyici/Renkliler”, “Welive Çok Amaçlı Temizleyici” ve “Welive Genel Yüzey Temizleyicisi” isimli ürünlere ilişkin olarak; *“Çöven Otlu.* *Vegan”* şeklinde, “Welive Bulaşık Yıkama Tableti 30’lu” isimli ürünlere ilişkin olarak; *“Vegan”* şeklinde, “Welive Çamaşır Yumuşatıcısı” ve “Welive Bulaşık Makine Parlatıcısı” isimli ürünlere ilişkin olarak; *“Çöven Otlu”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; https://welivecompany.com/ adresli internet sitesinin 24.06.2022 tarihli görünümünde yer alan “Welive Bitkisel Esaslı Banyo & Wc Temizleyicisi”, “Welive Yağ ve Kir Temizleyicisi” ve “Welive Elde Bulaşık Temizleyicisi” isimli ürün tanıtımlarında “Bitkisel Esaslı” ifadesine yer verildiği, ancak söz konusu iddianın 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 Yönetmeliğinin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 9/1, 9/2, 9/4 ve 9/5 maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Fed İnşaat ve Tekstil Sanayi Dış Ticaret 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: 2022/4415**

**Şikayet Edilen:** **Unilever Sanayi ve Ticaret Türk A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Omo” markalı deterjan ürünlerine ilişkin “Doğaya Daha Duyarlı” ibareli tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 21.04.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.omo.com adresli internet sitesinin 21.04.2022 tarihli görünümünde; *“Doğaya Daha Duyarlı Çamaşır Ürünleri. (...)Doğada çözünebilir içeriklerle en zorlu lekeleri ilk yıkamada çıkarıyor, %25 geri dönüştürülmüş plastikten üretilen şişelerimiz ile, ortalama 70 ton saf plastik üretiminin önüne geçmeyi hedefliyoruz. (...)En zorlu lekeleri ilk yıkamada çıkarır. (...)Doğada çözünebilir içerikler(...)%100 geri dönüştürülebilir ambalaj(...) %25 geri dönüştürülmüş plastikten üretilmiştir. (...)En zorlu lekelerde etkili, doğaya daha duyarlı! (...)Plastik ayak izimizi azaltmaya devam ediyoruz. (...)%100 geri dönüştürülebilir olan 1950 ml şişelerimizi şimdi %25 geri dönüştürülmüş plastikten üreterek tonlarca plastiğin sıfırdan üretilmesinin önüne geçiyor, yarınımıza bugünden dokunuyoruz! (...)Hedefimiz 2039 yılına kadar net sıfır emisyona ulaşmak! Paris Anlaşması ile belirlenen 2050 yılından önce, 2039 yılına kadar net sıfır emisyona ulaşmayı hedefliyoruz. Ürünlerimizin üretim, paketleme, taşıma ve atık süreçlerini değiştirerek karbon ayak izimizi azaltıyoruz. Üretiminden kaçınamayacağımız sera gazı emisyonlarını da telafi edeceğiz. (...)Ürünlerimizin bileşenlerinin çoğu yüksek oranda doğada çözünebilir içeriklerden oluşmakta ve hedefimiz bunu %100 yapmak. (...)Sera gazı emisyonlarımızı azaltmak için şimdiden çok çalışıyoruz. (...)Eylül 2019'dan beri beş kıtadaki tüm üretim operasyonlarımızda %100 yenilenebilir şebeke elektriği kullanıyoruz. Omo şişelerimizde %25\* geri dönüştürülmüş plastik kullanıyoruz. Böylece ürünlerimizden kaynaklanan sera gazı miktarını da azaltmış oluyoruz. (…) \*Beyaz şişelerde kapak & etiket hariç.”* şeklinde, https://www.instagram.com/omoturkiye/ adresli internet sitesinin 21.04.2022 tarihli görünümünde; *“En Zorlu Lekelerde Etkili. Doğaya Daha Duyarlı. (…) Doğada Çözünebilir İçeriklerle En Zorlu Lekeleri İlk Yıkamada Çıkarır.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; inceleme konusu reklamlarda “Omo” markalı deterjan ürünlerine ilişkin olarak kullanılan *“Doğada Çözünebilir İçerikler”*, *“%25 geri dönüştürülmüş plastikten üretilmiştir. (…)%25 geri dönüştürülmüş plastikten üretilen şişelerimiz ile, ortalama 70 ton saf plastik üretiminin önüne geçmeyi hedefliyoruz.”* ve *“%100 Geri dönüştürülebilir ambalaj”* şeklindeki “çevreye ilişkin beyan” niteliğindeki iddia ve teknik gösterimlerin akredite olmuş veya akademik kuruluşlarca kabul görmüş bilimsel çalışmalara dayalı olarak ve Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin “İspat külfeti” başlıklı 9 uncu maddesinde yer alan esaslar çerçevesinde üniversitelerin ilgili bölümlerinden veya akredite bağımsız araştırma, test ve değerlendirme kuruluşlarından alınmış bilgi ve belgelerle ispatlanamadığı,

Bununla birlikte, söz konusu tanıtımlarda yer alan *“En zorlu lekeleri ilk yıkamada çıkarır”* iddiasının ispatına ilişkin olarak sunulan çalışmaların; “Omo” markalı tüm deterjan ürünlerinin en zorlu lekeleri ilk yıkamada çıkardığı iddiasını desteklemede yetersiz kaldığı, dolayısıyla iddianın Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin “İspat külfeti” başlıklı 9 uncu maddesinde yer alan esaslar çerçevesinde ispatlanamadığı,

Diğer taraftan, “Doğaya Daha Duyarlı” şeklindekarşılaştırma niteliğindeki çevresel beyan ile “Omo” markalı önceki ürünlerle mi yoksa rakiplerinin ürünleriyle mi karşılaştırma yapıldığının açıkça belirtilmediği ve “Omo” markalı deterjanların yaşam döngüsünün tümü veya bir bölümü boyunca genel çevresel etkisini karşılaştırmalı olarak ispatlar nitelikte çalışmaların sunulmadığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 9/1, 9/2, 9/3, 9/4, 9/5, 17/1, 17/2 ve 17/3 maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**SAĞLIK**

**44)**

**Dosya No: 2022/2964**

**Şikayet Edilen: Op. Dr. Hüseyin ASLANKARA**

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

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 19.07.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu tanıtımların 19.07.2022 tarihli görünümünde, *"Eray Bey ve Amerikalı eşi Daeli Hanım'ın gözlük numaralarını excimer lazer ile sıfırladık. - Excimer lazer ile gözleriniz özgürleşsin… Lazer ile göz numaralarını sıfırlıyoruz. - Excimer lazer ile göz numaralarını sıfırlamaya devam ediyoruz. (...)"* ifadelerinin ve hasta yorumlarının yer aldığı tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

- Sağlık Meslek Mensupları ile Sağlık Hizmetlerinde Çalışan Diğer Meslek Mensuplarının İş ve Görev Tanımlarına Dair Yönetmeliğinin 5/1-c maddesi,

**-** Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin29 uncu maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**45)**

**Dosya No: 2022/2965**

**Şikayet Edilen: Op. Dr. Bahadır AKKOÇ**

**Şikayet Edilen Reklam:** İnstagram isimli sosyal medya mecrasında şahsa ait "dr.bahadir\_akkoc" isimli hesap adıyla yayımlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 16.07.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu tanıtımların 16.07.2022 tarihli görünümünde, *"Gözlüklere Veda Edin! Gözlüklere Elveda Bulanık Görmeye Son. - Gözde No Touch Lazer işleminin; Göze dokunulmadan, Kesi işlemi yapılmadan, 50 saniye gibi kısa sürede gerçekleştiğini, Yapılamaz denilen diğer yöntemlere uygun olmayan ince kornealara da uygulanabileceğini biliyor muydunuz? - NO TOUCH LAZER İLE GÖZLÜKLERE ELVEDA! - KAZAKİSTAN'dan gelen hastamız AKILLI LENS sayesinde uzak ve yakın gözlüklerinden kurtuldu. Gözlüksüz Hayata Merhaba! (...)"* ifadelerinin yer aldığı tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

- Sağlık Meslek Mensupları ile Sağlık Hizmetlerinde Çalışan Diğer Meslek Mensuplarının İş ve Görev Tanımlarına Dair Yönetmeliğinin 5/1-c maddesi,

**-** Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin29 uncu maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**46)**

**Dosya No: 2022/2966**

**Şikayet Edilen: Op. Dr. Ufuk ÜRDEM**

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

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 17.07.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu tanıtımların 17.07.2022 tarihli görünümünde, *"Gözlükten kurtulmak isteyen hastalarımızda ilk tercihimiz öncelikle lazer...- 6 derece yüksek astigmat gözlük kullanan hastamız, bugün yaptığımız İ-LASIK yöntemli laser ameliyatı sayesinde gözlüklerle vedalaştı. Gözü uygun hastalarda '10 dereceye kadar miyop, '6 dereceye kadar astigmat ve '4 dereceye kadar hipermetrop laser ile düzeltilebilir...- Bugün de 4 hastamıza akıllı mercek takarak hem yakın hem de uzak gözlüklerden kurtardık.- LAZER AMELİYATI (Yanlış bilinen diğer adı; Göz Çizdirme). Gözlükten kurtulmak isteyen hastalarımızda genellikle ilk tercihimiz lazer ameliyatlarıdır. Uygun hastalarımızda 8-10 dereceye kadar miyop, 6 dereceye kadar hipermetrop ve astigmatı lazer ile düzeltebiliyoruz. I-LASIK, PRK, NO-TOUCH, SMILE gibi birçok çeşit lazer tekniği vardır. Hangisini uygulayacağımıza hastamızın yaşı, mesleği, göz numaraları, göz ölçümleri gibi birçok faktörü değerlendirerek karar veriyoruz. (...)"* ifadelerinin ve hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ilişkin görsellerin yer aldığı tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

- Sağlık Meslek Mensupları ile Sağlık Hizmetlerinde Çalışan Diğer Meslek Mensuplarının İş ve Görev Tanımlarına Dair Yönetmeliğinin 5/1-c maddesi,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**47)**

**Dosya No: 2022/2978**

**Şikayet Edilen: Op. Dr. Hamit ÖZEN**

**Şikayet Edilen Reklam:** İnstagram isimli sosyal medya mecrasında şahsa ait "hamit\_ozen" isimli hesap adıyla yayımlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 19.07.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu tanıtımların 19.07.2022 tarihli görünümünde, *"25 Yıllık Tecrübe Binlerce Vaka Deneyimi İle (...) Aynamız işimiz, yaptıklarımız, yapacaklarımız.", "Gözlüklerine veda eden ikiz kardeşle. - Güzeller güzeli Zuhal Excimer laser ile dünyayıda güzel görmeye başladı. Excimer laser ile gözlüklerinize veda edin. - Excimer laser ile uzak yakın gözlüklere son. Tecrübeli hekim mutlu hasta. - drdnrgnn: Ben de ileri derece miyoptum. Yıllarca gözlük, lens kullandım. 1 sene önce lazer ameliyat ile çizdirdim ve çok rahatım. Operasyon 10 dk sürdü ve hiçbir acı falan hissetmedim. 1 gün boyunca damla kullandım kuruluk olmasın diye. Hatayda Akademi hastanesinde @hamit\_ozen hocama gittim ve çok memnunum. Düşünüp tereddütte kalan gönül rahatlığı ile gidebilir...Mutlu hasta mutlu hekim. Güzel yorumlarınız için çok teşekkürler. (...)"* ifadelerinin ve hasta yorumlarının yer aldığı tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

- Sağlık Meslek Mensupları ile Sağlık Hizmetlerinde Çalışan Diğer Meslek Mensuplarının İş ve Görev Tanımlarına Dair Yönetmeliğinin 5/1-c maddesi,

**-** Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin29 uncu maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**48)**

**Dosya No: 2022/3410**

**Şikayet Edilen: Leyla AKYOL (Leyla Akyol Güzellik Salonu)**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.leylaakyolguzellik.com/ adresli internet sitesinde ve instagram isimli sosyal medya mecrasında "leylaakyolguzellik" hesap ismiyle yayımlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 25.08.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu tanıtımların 25.08.2022 tarihli görünümünde örnek olarak, *"**dermapen, kavitasyon, leke tedavi, akne tedavi, soğuk lipoliz"* gibi tıbbi işlemlerin isimlerinin sayıldığı, ayrıca söz konusu tanıtımlarda kuruluşun isminin "güzellik merkezi" olarak belirtildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, kuruluşun bir 'güzellik salonu' olarak ruhsatlandırıldığı, dolayısıyla sağlık kuruluşu olmadığı halde, 25.08.2022 tarihli görünümünde örnek olarak, *"dermapen, kavitasyon, leke tedavi, akne tedavi, soğuk lipoliz"* gibi tıbbi işlemlerin isimlerinin sayılarak bu alanda hizmet verildiği ve sağlık alanında faaliyet gösterildiği yönünde izlenim uyandırıldığı,

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 ruhsatlandırılacağının düzenlendiği, Yönetmelik maddesinin 2 nci fıkrasında yer alan; “*Güzellik salonunda tıp fakültesi diploması olan biri çalışsa bile, tabip yetkisinde olan tıbbi işlemler**güzellik salonunda yapılamaz. Bu hususa uymadığı tespit edilen kişiler hakkında ilgili mevzuat hükümleri uygulanır*.” hükmü ile de her ne şekilde olursa olsun, tabip tarafından yapılması gereken tıbbi işlemlerin güzellik salonlarında gerçekleştirilmesinin yasaklandığı,

Bu bağlamda; 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 tıbbi işlemlerin 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 Yönetmeliğin 31 ve Geçici 5/2 nci maddeleri,

-İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin YönetmeliğinEk-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 **Leyla AKYOL (Leyla Akyol Güzellik Salonu)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**49)**

**Dosya No: 2022/4072**

**Şikayet Edilen: Op. Dr. Aylin GÜNBAY**

**Şikayet Edilen Reklam:** İnstagram isimli sosyal medya mecrasında "draylingunbay" ve "medifemmeklinik" isimli hesap adlarıyla yayımlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 13.09.2022, 04.10.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu tanıtımların 13.09.2022 ve 04.10.2022 tarihli görünümlerinde, çeşitli tıbbi işlemlere yönelik olarak hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu tanıtımların hekimlik mesleğini icra eden şahsın faaliyetlerine ticari bir görünüm yüklediği, tıbbi işlemlere yönelik talep yaratıcı ve sağlık mevzuatında 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 Yönetmeliğinin 5/1-c maddesi,

**-** Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin29 uncu maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**50)**

**Dosya No: 2022/2207**

**Şikayet Edilen: Nur KAMAN (NK Güzellik Salonu)**

**Şikayet Edilen Reklam:** İnstagram isimli sosyal paylaşım sitesinde "nkestetik" isimli hesap üzerinden yayınlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 04.03.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler****:** İnceleme konusu tanıtımların 04.03.2022 tarihli görünümünde *"dermapen"* gibi tıbbi bir işleme yönelik tanıtımlara ve bu işlemin uygulandığı hastaların görsellerine yer verilerek bu alanlarda hizmet sunulduğuna dair tanıtım yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, kuruluş bir sağlık kuruluşu olmadığı halde inceleme konusu tanıtımların 04.03.2022 tarihli görünümünde *"dermapen"* gibi tabipler tarafından uygulanması gereken tıbbi bir işlemin isminin sayıldığı, bu işlemlerin uygulandığı hastaların görsellerine yer verildiği değerlendirilmiş olup,

Bilindiği gibi, 15/02/2008 tarihli 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 salonları sağlık kuruluşu statüsünden çıkarıldığı,

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

Bu bağlamda; 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, dolayısıyla söz konusu tanıtımların tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı olmasının yanı sıra kamu sağlığını bozucu etkisinin de bulunduğu,

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 Yönetmeliğin Geçici 5/2 nci maddesi,

-İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin YönetmeliğinEk-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 **Nur KAMAN (NK Güzellik Salonu)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**51)**

**Dosya No: 2022/2789**

**Şikayet Edilen: Op. Dr. Nihal BORATAÇ**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.nihalboratac.com.tr/ adresli internet sitesinde yayımlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 08.07.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu tanıtımların08.07.2022 tarihli görünümünde örnek olarak, *''Göz hastalıkları uzmanı olarak 25 yılı aşkın tecrübe, binlerce operasyon ve yüksek oranda müşteri memnuniyetine sahip Op. Dr. Nihal Borataç uzmanlığında göz sağlığınız emin ellerdedir.'', "Op. Dr. Nihal Borataç göz sağlığı ihtiyaçlarınıza dair sizi en uygun şekilde yönlendirir.", "Sağlığınızın aciliyetinin farkındayız. Aynı gün içerisinde randevu imkanı ile sağlığınızı ertelemenize gerek yok.", "Op. Dr. Nihal Borataç, kliniğinde tecrübeli ekibi ile her operasyonu güvenle yapar.", ''Sevgili doktorumuz @op.dr.nihalboratac... Benim için hayatımdan asla çıkaramayacağım ve kullanmak zorunda olduğum gözlükten mucize gibi kurtulmama vesile olduğunuz için asıl biz size ve ekibinize teşekkür ediyoruz. İyi ki sizi tercih etmişim.''* şeklinde ifadelere ve hasta yorumlarına yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu tanıtımlarda yer alan ifadelerin 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 Yönetmeliğinin 5/1-c maddesi,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**52)**

**Dosya No: 2022/2873**

**Şikayet Edilen: Atamer Göz Merkezi Sağlık Hizmetleri San. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** İnstagram isimli sosyal medya mecrasında “atamergozmerkezi’’ isimli hesap üzerinden yayınlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 17.07.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu tanıtımların 17.07.2022 tarihli görünümünde örnek olarak, *''Ev işleri yaparken gözlük kullanmanın ne kadar zor olduğunun farkındayız. Siz de gözlüklerinizden kurtulmak istiyorsanız sizleri de göz merkezimize bekliyoruz. Konusunda uzman doktorlarımız, kişiye özel tedavi yöntemlerimizle miyop, astigmat ve hipermetrop gibi görme kusurlarınızı geride bırakabilir böylece gözlüklerinizden kurtulabilirsiniz.'', ''Sizce de gözlüklerden kurtulma vakti gelmedi mi?'', ''Akıllı mercek uygulamalarımız ile yakın, orta ve uzak mesafe görme problemlerinizi geride bırakabilirsiniz...''* gibi ifadelereyer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu tanıtımlarda yer alan ifadelerin sağlık alanında çalışan kuruluşun 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;

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

- Sağlık Meslek Mensupları ile Sağlık Hizmetlerinde Çalışan Diğer Meslek Mensuplarının İş ve Görev Tanımlarına Dair Yönetmeliğinin 5/1-c maddesi,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Atamer Göz Merkezi Sağlık Hizmetleri San. ve Tic. A. Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**53)**

**Dosya No: 2022/2969**

**Şikayet Edilen: Op. Dr. Suzan KARAMETE**

**Şikayet Edilen Reklam:** İnstagram isimli sosyal medya mecrasında "op.dr.suzankaramete" isimli hesap üzerinden yayınlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 20.07.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu tanıtımların 20.07.2022 tarihli görünümünde örnek olarak, *''Hocam bana hangi lazer daha çok yakışır? PRK? LASIK? SMILE?'', ''Çeşit çeşit lazer var elimizde. Peki hangisi sizin gözünüze uygun?'', ''Hocam gözüm çizdirmeye uygun mu? Gelin biz yine de gözünüzü çizmeyelim, size excimer lazer yapalım. Lazer göz cerrahisi, dünyada en sık uygulanan elektif cerrahilerdendir. Aynı zamanda cerrahların kendisine en sık yaptırdığı cerrahi çeşididir. -Ama göz doktorları hep gözlüklüüü? -O eskidendi. Yani göz doktorları da lazer olur.''* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu tanıtımlarda yer alan ifadelerin 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 Yönetmeliğinin 5/1-c maddesi,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**54)**

**Dosya No: 2022/3102**

**Şikayet Edilen:** **Dr. Yusuf ÜNAL**

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

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 10.06.2022, 26.08.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu tanıtımların 10.06.2022 ve 26.08.2022 tarihli görünümlerinde örnek olarak, *''Göbek bölgesi çevresinden elde ettiğimiz yağ kaynaklı kök hücreyi, gerekli işlemlerden geçirdikten sonra kıkırdak, kemik ve yumuşak doku iyileşmesinde destekleyici tedavi olarak kullanıyoruz, aynı zamanda isteyen ve uygun hastalarda yüz bölgesine yaptığımız enjeksiyon ile, yüzde gençleştirme ve dolgu etkisi oluşuyor...'', '' Göbek yağından elde ettiğimiz kök hücreyi, yüz bölgesine, dolgu etkisi ve yüzde gençleşme için ve ağrılı dirsek bölgesine USG kontrolünde enjekte ediyoruz, böylece hastaya aynı seansta iki işlem yapılıyor ve hastanın yaşam kalitesini yükseltiyoruz.. Yüze yapılan işlem tecrübeli plastik Cerrah tarafından, dirsek işlemi benim tarafımdan yapılmıştır, her şey yolunda ve hastamız çok mutlu...'', ''Diz ağrıları nedeniyle, Göbek Yağı Kaynaklı Kök Hücre'yi her iki dizine enjekte ettiğimiz hasta, 3. Ayda kontrole geldi, her şey yolunda...'', ''Ayak tabanı ve topuk bölgesi ağrılarında , farklı tedavi protokolleri uygulanmaktadır, biz hastaları değerlendirerek, hastaya özgü çözümler planlıyoruz...'', ''Diz ağrılarında cerrahi istemeyen yada cerrahi yapılamayacak hastalara farklı çözümler öneriyoruz.. 1. Göbek yağından elde ettiğimiz mezenkimal (kök) hücreyi dizlere enjekte ediyoruz 2. Hastadan aldığımız kanı gerekli işlemlerden geçirerek, Otolog Citokin Zengin Serum'u (ACRS) diz eklemine enjekte ediyoruz 3. Hyaluronat enjeksiyonu Yukarıdaki 3 seçenekten birini hastayı değerlendirdikten sonra hangisi uygunsa o seçeneği hastaya öneriyoruz...'', ''Göbek yağından elde ettiğimiz kök hücreyi; diz eklemine enjekte ediyoruz.'', ''Göbek yağından elde ettiğimiz kök hücreyi kıkırdak hasarlı bölgeye enjekte ediyoruz...''* şeklinde ifadelere ve tedavi görsellerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu tanıtımlarda yer alan ifadelerin 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 Yönetmeliğinin 5/1-c maddesi,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**55)**

**Dosya No: 2022/3622**

**Şikayet Edilen: Op. Dr. Süleyman Deniz KAHRAMAN**

**Şikayet Edilen Reklam:** İnstagram isimli sosyal medya mecrasında "op.dr.suleyman.deniz.kahraman" isimli hesap üzerinden yayınlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 05.08.2022, 22.08.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu tanıtımların 05.08.2022 ve 22.08.2022 tarihli görünümlerinde örnek olarak, *''EN İYİSİNİ İSTEDİNİZ... YAPTIK...'', '' EN IYI ISLEMLER... EN UYGUN FIYATLAR... EN IYILER SIZLERLE... İlgi... Bilgi... Beceri... Deneyim... Sonuç... Mutluluk... Her Şey Zaten Bunun İçin Değil mi? Doğru Yerdesiniz... Emin Ellerdesiniz...'', ''İDDİALIYIZ... ÇÜNKÜ YAPIYORUZ...'', ''DOLGU DEĞİL; SANAT YAPIYORUZ...'', ''İş değil, sanat yapıyoruz...'', ''LAZER KOL LIPOLIZ... 3 HAFTA SONRASI... ÖDEM VE İYİLEŞME DÖNEMİ DEVAM ETMEKTEDİR... YANİ... DAHA DA İNCELECEK... HAYAL EDİN... BİZİMLE GERÇEK OLSUN...'', ''Bizden fiyat almadan işlem yaptırmamanızı öneririz. En uygun fiyatlarla sizlerleyiz.'', ''Kimyasal lipoliz #mesobody ve 15. gün sonucumuz yağlarla savaşmak bizim işimiz...'', ''Barkod çizgileri olarak bilinen dudak üstü çizgilerden ve kaş ortası oluşmuş statik derin çizgiden dolgu ve botoks kombine uygulama ile kurtulabilirsiniz. Sizler için usta ellerde mucizelerle sizleri tanıştırmak için varız...'', ''Cerrahiye olan aşkım ayrıdır... Verdiği sonuç muhteşem... Aldığın haz muhteşem... Verdiğin mutluluk ise paha biçilemez... Cerrahlık bir sanattır... Sağlığınız En Büyük Emanetimizdir... Dr\_Surgeon''* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu tanıtımlarda yer alan ifadelerin 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 Yönetmeliğinin 5/1-c maddesi,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**56)**

**Dosya No: 2022/2038**

**Şikayet Edilen: Thclarissa Özel Sağlık Hizmetleri Limited Şirketi (Larissa Clinic)**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde 'cliniclarissa.turkey' isimli hesap üzerinden yayınlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 01.07.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde ‘'cliniclarissa.turkey'’ kullanıcı isimli sayfanın 01.07.2022 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda, *"dolgu, botoks, karın germe, meme büyütme, kalça şekillendirme, rinoplasti, saç* *ekimi, dudak dolgunlaştırma, liposuction, gülüş tasarımı"* gibi tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara yer verildiği, bununla birlikte söz konusu kuruluşun İstanbul Cerrahi Hastanesi isimli sağlık kuruluşu lehine aracılık faaliyetinde bulunduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu tanıtımların 01.07.2022 tarihli görünümünde, tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara yer verildiği,

Bu bağlamda; Sağlık alanında faaliyeti olmayan kuruluşun, inceleme konusu tanıtımlarda, tabipler tarafından uygulanması gereken *"dolgu, botoks, karın germe, meme büyütme, kalça şekillendirme, rinoplasti, saç* *ekimi, dudak dolgunlaştırma, liposuction, gülüş tasarımı"* isimli tıbbi tedavi yönteminin isimlerini sayarak bu alanda hizmet verdiği ve sağlık alanında faaliyet gösterdiği yönünde izlenim uyandırdığı; ancak söz konusu tıbbi işlemlerin doktor kontrolünde ve sağlık kuruluşları bünyesinde uygulanması gerektiği ve söz konusu tıbbi işlemlerin yetkili kişilerce dahi tanıtımının yapılmasının mevzuat gereği yasak olduğu, bununla birlikte söz konusu kuruluşun sağlık hizmeti sunan bir kuruluş lehine aracılık faaliyetinde bulunduğu ve bu durumun diğer sağlık kuruluşları açısından haksız rekabete yol açtığı 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,

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

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Thclarissa Özel Sağlık Hizmetleri Limited Şirketi (Larissa Clinic)** 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.

**57)**

**Dosya No: 2022/2116**

**Şikayet Edilen: Geçer Güzellik Merkezi Tic. Ltd. Şti. (New Face Güzellik Salonu)**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde ‘newfaceestetikakademivinaguzellik’ isimli hesap üzerinden yayınlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 18.05.2022, 07.07.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde ‘newfaceestetikakademivinaguzellik’ kullanıcı isimli sayfanın 18.05.2022 ve 07.07.2022 tarihli görünümlerinde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda, *"dolgu, dermapen, mezoterapi, ben alma, selülit tedavisi"* gibi tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu tanıtımların 18.05.2022 ve 07.07.2022 tarihli görünümlerinde, tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara yer verildiği,

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 *"dolgu, dermapen, mezoterapi, ben alma, selülit tedavisi"* isimli tıbbi tedavi yöntemlerinin isimlerini sayarak bu alanda hizmet verdiği ve sağlık alanında faaliyet gösterdiği yönünde izlenim uyandırdığı; ancak söz konusu tıbbi işlemlerin 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 nci maddesi,

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

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**58)**

**Dosya No: 2022/2119**

**Şikayet Edilen: Dr. Mustafa DEMİRELLİ**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde 'drmustafademirelli' hesap adıyla yer alan tanıtımlar ile [www.facebook.com](http://www.facebook.com) adresli sosyal paylaşım sitesinde 'Mustafa Demirelli' hesap adıyla yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 07.07.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde 'drmustafademirelli' kullanıcı isimli sayfa ile [www.facebook.com](http://www.facebook.com) adresli sosyal paylaşım sitesinde 'Mustafa Demirelli' kullanıcı isimli sayfanın 07.07.2022 tarihli görünümlerinde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *"(...) Dr. Murat Demirelli sanat icra ediyor. (...) Bizde sünnet böyle eğlenceli ve konforlu (...) Sünnet teknolojisinde yine Dr. Mustafa Demirelli. 2002 yılında Klampli sünnet teknolojisini dünyaya tanıttık. Bugün ise otomatik sünnet aletiyle ülkemizde bir ilke imza attık. Çocuklarımız en iyisine layık. (...)"* gibi ifadelere ve çocukların tedavigörüntülerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu tanıtımların 07.07.2022 tarihli görünümlerinde *"(...) Dr. Murat Demirelli sanat icra ediyor. (...) Bizde sünnet böyle eğlenceli ve konforlu (...) Sünnet teknolojisinde yine Dr. Mustafa Demirelli. 2002 yılında Klampli sünnet teknolojisini dünyaya tanıttık. Bugün ise otomatik sünnet aletiyle ülkemizde bir ilke imza attık. Çocuklarımız en iyisine layık. (...)"* gibi talep yaratıcı ifadelere ve çocukların tedavi görüntülerine yer verildiği, 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 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 51/-c maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**59)**

**Dosya No: 2022/2378**

**Şikayet Edilen: FK Medikal Otomotiv Organizasyon Güzellik Merkezi ve Tic. Ltd. Şti. (Filiz Karslıoğlu Güzellik Salonu)**

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

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 27.06.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.filizkarslioglu.com adresli internet sitesinin 27.06.2022 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda, "altın iğne" isimli tıbbi işleme yönelik tanıtımlara yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu tanıtımların 27.06.2022 tarihli görünümünde, tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara yer verildiği,

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 altın iğne isimli tıbbi tedavi yönteminin ismini sayarak bu alanda hizmet verdiği ve sağlık alanında faaliyet gösterdiği yönünde izlenim uyandırdığı; ancak söz konusu tıbbi işlemlerin 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 nci maddesi,

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

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **FK Medikal Otomotiv Organizasyon Güzellik Merkezi ve Tic. Ltd. Şti. (Filiz Karslıoğlu Güzellik Salonu)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**60)**

**Dosya No: 2022/2460**

**Şikayet Edilen: Op.Dr. Hülya BOLU**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde 'drhulyabolu' kullanıcı isimli sayfada yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 21.09.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde yer alan 'drhulyabolu' kullanıcı isimli sayfanın 21.09.2022 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *"(...) Gözlükten kurtulmak için, uygun hastalarda uyguladığımız lazer işlemlerini, kendi yakınlarımıza da yapıyoruz. Yıllar önce eşime ve kardeşime Lasik operasyonu yapmıştım. Kızım İris Bolu'ya da, son teknoloji yöntemi olan Smile lazer işlemi uyguladık ve kontakt lens ile gözlüklerinden kurtulmasını sağladık (...) Akıllı mercek; yakın, orta ve uzak mesafeler için net bir görüş sağlayarak hayat kalitesini yükseltir (...) Excimer Lazer Operasyonu ile Miyop, Hipermetrop ve Astigmat şikayetlerinizden kurtulmak; yakın, orta ve uzak mesafede net görüş sağlamak için bizimle iletişime geçebilirsiniz (...) 5 yaşından beri yani tam 14 yıldır hastam olan Dilara, artık gözlüklerinden kurtulmak istedi. Göz muayenesi sonucu kornea yapısı uygun olduğu için ve numaraları da artık değişmediği için Lasik operasyonuna uygunluğuna karar verdik ve yaptık. İyi ki de yaptık, sonuç çok güzel (...)"* gibi ifadelere, övücü nitelikte hasta yorumlarına ve hastaların tedavi görüntülerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu tanıtımların 21.09.2022 tarihli görünümünde *"(...) Gözlükten kurtulmak için, uygun hastalarda uyguladığımız lazer işlemlerini, kendi yakınlarımıza da yapıyoruz. Yıllar önce eşime ve kardeşime Lasik operasyonu yapmıştım. Kızım İris Bolu'ya da, son teknoloji yöntemi olan Smile lazer işlemi uyguladık ve kontakt lens ile gözlüklerinden kurtulmasını sağladık (...) Akıllı mercek; yakın, orta ve uzak mesafeler için net bir görüş sağlayarak hayat kalitesini yükseltir (...) Excimer Lazer Operasyonu ile Miyop, Hipermetrop ve Astigmat şikayetlerinizden kurtulmak; yakın, orta ve uzak mesafede net görüş sağlamak için bizimle iletişime geçebilirsiniz (...) 5 yaşından beri yani tam 14 yıldır hastam olan Dilara, artık gözlüklerinden kurtulmak istedi. Göz muayenesi sonucu kornea yapısı uygun olduğu için ve numaraları da artık değişmediği için Lasik operasyonuna uygunluğuna karar verdik ve yaptık. İyi ki de yaptık, sonuç çok güzel (...)"* gibi talep yaratıcı ifadelere, övücü nitelikte hasta yorumlarına ve hastaların tedavi 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 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 51/-c maddesi,

- Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliği'nin 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. Hülya BOLU** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**61)**

**Dosya No: 2022/2996**

**Şikayet Edilen: Urartu Göz Merkezi Müteahhitlik İnş. Tic. Ltd. Şti. (Urartu Göz Tıp Merkezi)**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde ‘urartugozmerkezi’ hesap adıyla yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 21.09.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde yer alan ‘urartugozmerkezi’ kullanıcı isimli sayfanın 21.09.2022 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *"(...)Konforlu bir yaşam herkesin hakkı, cihaz teması olmadan, göze dokunmadan net görüş, kalıcı çözüm* *(...) Polislik sınavında gözlükleriniz kariyerinizi etkilemesin, No Touch Laser ile gözlüklerinizden* *kurtulabilirsiniz (...) Göz kapağı estetiği, çok kısa sürede sağlıklı ve genç bakışlara sahip olabilirsiniz* *(...)"* gibi ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu tanıtımların 21.09.2022 tarihli görünümünde *"(...)Konforlu bir yaşam herkesin hakkı, cihaz teması olmadan, göze dokunmadan net görüş, kalıcı çözüm (...) Polislik sınavında gözlükleriniz kariyerinizi etkilemesin, No Touch Laser ile gözlüklerinizden kurtulabilirsiniz (...) Göz kapağı estetiği, çok kısa sürede sağlıklı ve genç bakışlara sahip olabilirsiniz (...)"* gibi talep yaratıcı ifadelere yer verildiği, tüm bu tanıtımların sağlık alanında çalışan kuruluşun 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 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 5/1-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. Ltd. Şti. (Urartu Göz Tıp Merkezi)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**62)**

**Dosya No:** **2022/3173**

**Şikayet Edilen: Özel Karşıyaka Göz Sağlık Hizm. Tur. Gıda İnş. Taah. Org. San. Tic. Ltd. Şti.**

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

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 20.09.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde yer alan ‘karsiyakagozhastanesi’ kullanıcı isimli sayfanın 20.09.2022 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *"(...)Akıllı mercek; yakın, orta ve uzak mesafeler için net bir görüş sağlayarak hayat kalitesini* *yükseltir. Akıllı lens tedavisi, katarakt nedeniyle görme sorunu yaşayan hastaların çoğunda* *kullanılabilmektedir(...)Excimer Lazer Operasyonu ile Miyop, Hipermetrop ve Astigmat şikayetlerinizden* *kurtulmak; yakın, orta ve uzak mesafede net görüş sağlamak için bizimle iletişime geçebilirsiniz(...) "* gibi ifadelere, *"(...) Glokomlu ve problemli olan sol gözümün katarakt ameliyatını başarıyla* *yapan Prof.Dr. Esin BAŞER ve ekibine saygı, sevgi ve teşekkürlerimle. İlgileri ve nezaketleri için ayrıca* *teşekkür ederim(...)"* övücü nitelikte hasta yorumlarına yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu tanıtımların 20.09.2022 tarihli görünümünde *"(...)Akıllı mercek; yakın, orta ve uzak mesafeler için net bir görüş sağlayarak hayat kalitesini yükseltir. Akıllı lens tedavisi, katarakt nedeniyle görme sorunu yaşayan hastaların çoğunda kullanılabilmektedir(...)Excimer Lazer Operasyonu ile Miyop, Hipermetrop ve Astigmat şikayetlerinizden kurtulmak; yakın, orta ve uzak mesafede net görüş sağlamak için bizimle iletişime geçebilirsiniz(...) " gibi talep yaratıcı ifadelere, "(...) Glokomlu ve problemli olan sol gözümün katarakt ameliyatını başarıyla yapan Prof.Dr. Esin BAŞER ve ekibine saygı, sevgi ve teşekkürlerimle. İlgileri ve nezaketleri için ayrıca teşekkür ederim(...)"* gibi talep yaratıcı ifadelere ve övücü nitelikte hasta yorumlarına yer verildiği*,* tüm bu tanıtımların sağlık alanında çalışan kuruluşun 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 Kanunun 24 üncü maddesi,

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

- Sağlık Meslek Mensupları ile Sağlık Hizmetlerinde Çalışan Diğer Meslek Mensuplarının İş ve Görev Tanımlarına Dair Yönetmeliğin 5/1-c maddesi,

- Özel Hastaneler Yönetmeliğinin 60 ıncı maddesi,

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Özel Karşıyaka Göz Sağlık Hizm. Tur. Gıda İnş. Taah. Org. San. Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**63)**

**Dosya No:** **2022/3178**

**Şikayet Edilen: Gözakademi Bodrum Sağlık Hizmetleri ve Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde ‘gozakademibodrum’ ve 'gozakademi' isimli hesaplar üzerinden yayınlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 22.09.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.instagram.com](http://www.instagram.com) adresli sosyal paylaşım sitesinde yer alan ‘gozakademibodrum’ ve 'gozakademi' kullanıcı isimli sayfaların 22.09.2022 tarihli görünümlerinde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *"(…) Miyop, astigmat ve hipermetrop gibi odaklanma sorunu yaşayan kişilere uygulanan tedavi yöntemi olan akıllı mercekler, birden çok rahatsızlığa tek hamlede kalıcı çözüm sunmaktadır (…) Kırma kusurunun derecesine göre programlanan ışınlar ile gözün üzerindeki saydam kornea tabakasının yeniden şekillendirilerek doğru odaklama ve net görme sağlama işlemine excimer lazer adı verilir. İşlem sırasında doktorunuzla iletişim kurabileceğiniz kadar konforlu bir süreçtir. Gözlüklerinizden kısa sürede kurtulmak için bizimle iletişime geçin (...)Miyop, hipermetrop, astigmat gibi görme kusurları yaşıyor musunuz? Gözakademi’nin alanında uzman doktorları tarafından uygulanan excimer lazer tedavi yöntemi ile hayata bakışınızı değiştirin (...)Miyop, hipermetrop, astigmat gibi görme kusurları yaşıyor musunuz? I Lasik ile gözlüklerinizden kurtularak hayatın her anına mutlulukla bakmanın tam zamanı (...) Akıllı mercekler 40 yaşını geçmiş, uzak veya yakını görme, katarakt sorunu yaşayan kişilere uygulanan bir tedavi yöntemidir. Akıllı lens uygulamasından sonra göz numaraları ilerlemediği gibi katarakt sorununa da kalıcı çözüm sunmaktadır (…)"* gibi ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu tanıtımların 22.09.2022 tarihli görünümünde *"(…) Miyop, astigmat ve hipermetrop gibi odaklanma sorunu yaşayan kişilere uygulanan tedavi yöntemi olan akıllı mercekler, birden çok rahatsızlığa tek hamlede kalıcı çözüm sunmaktadır (…) Kırma kusurunun derecesine göre programlanan ışınlar ile gözün üzerindeki saydam kornea tabakasının yeniden şekillendirilerek doğru odaklama ve net görme sağlama işlemine excimer lazer adı verilir. İşlem sırasında doktorunuzla iletişim kurabileceğiniz kadar konforlu bir süreçtir. Gözlüklerinizden kısa sürede kurtulmak için bizimle iletişime geçin (...)Miyop, hipermetrop, astigmat gibi görme kusurları yaşıyor musunuz? Gözakademi’nin alanında uzman doktorları tarafından uygulanan excimer lazer tedavi yöntemi ile hayata bakışınızı değiştirin (...)Miyop, hipermetrop, astigmat gibi görme kusurları yaşıyor musunuz? I Lasik ile gözlüklerinizden kurtularak hayatın her anına mutlulukla bakmanın tam zamanı (...) Akıllı mercekler 40 yaşını geçmiş, uzak veya yakını görme, katarakt sorunu yaşayan kişilere uygulanan bir tedavi yöntemidir. Akıllı lens uygulamasından sonra göz numaraları ilerlemediği gibi katarakt sorununa da kalıcı çözüm sunmaktadır (…)"* gibi talep yaratıcı ifadelere yer verildiği*,* tüm bu tanıtımların sağlık alanında çalışan kuruluşun 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 Kanunun 24 üncü maddesi,

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

- Sağlık Meslek Mensupları ile Sağlık Hizmetlerinde Çalışan Diğer Meslek Mensuplarının İş ve Görev Tanımlarına Dair Yönetmeliğin 5/1-c maddesi,

- Özel Hastaneler Yönetmeliğinin 60 ıncı maddesi,

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**64)**

**Dosya No: 2022/3196**

**Şikayet Edilen: Ayça İNAN (Ayça İnan Güzellik Salonu)**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde ‘aycainanbeautyexpert’ hesap adıyla yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 22.09.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde ‘aycainanbeautyexpert’ kullanıcı isimli sayfanın 22.09.2022 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda *"plazmapen, dermapen, akne tedavisi, leke tedavisi, medikal cilt bakımı"* gibi tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu tanıtımların 22.09.2022 tarihli görünümünde, tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara yer verildiği,

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 *"plazmapen, dermapen, akne tedavisi, leke tedavisi, medikal cilt bakımı"* isimli tıbbi tedavi yöntemlerinin isimlerini sayarak bu alanda hizmet verdiği ve sağlık alanında faaliyet gösterdiği yönünde izlenim uyandırdığı; ancak söz konusu tıbbi işlemlerin 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 nci maddesi,

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

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**65)**

**Dosya No: 2022/4044**

**Şikayet Edilen: Dr. Tuna Barış BUDAK**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.tunabarisbudak.com adresli internet sitesi ile www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde 'drtunabarisbudak' hesap üzerinden yayınlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 27.09.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.tunabarisbudak.com adresli internet sitesinde vewww.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde yer alan 'drtunabarisbudak' kullanıcı isimli sayfanın 27.09.2022 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *"(…) Ceyda Hanım bugün 3.ay kontrolüne geldi- 27 kiloyla çok daha mutlu (…) Hatice Hanım tüp mide operasyonu sonrası 6.ay kontrolü için ziyaretimize geldi. Artık çok daha sağlıklı ve mutlu yeni hayatı ve yeni bedeniyle yola devam diyoruz (…) Mide botoksu; anestezi işlemi uygulanarak yapılan endoskopik bir işlemdir. Bu yüzden işlem sırasında bir acı ya da ağrı hissedilmez. Yaklaşık olarak 20 dide botoksu kolay ve güvenle uygulanabilir bir yöntemdir. Mide botoksu uygulaması ile 17 kiloya veda ettik.akika süren işlem sonrasında acı ya da ağrı hissedilmesi çok düşük bir ihtimaldir (…)Sevgili meslektaşım ve aynı zamanda çalışma arkadaşımın kayınvalidesi…Mide botoksuyla 6 ayda -23 kilo verdi...Şimdi çok daha hafif ve sağlıklı (...)Obezite ameliyatı sonrası kontrole gelen hastamızın sevgili kızına da Botox işlemimizi uyguladık. Anne kız mutlu, biz mutlu sağlıklı günler dileriz (…) Kevser hanımla tüp mide operasyonu sonrası 4.ayımızda -40 kiloya elveda dedik. Ve çok daha sağlıklı bir şekilde ziyaretimize geldi (…) Mide botoksu sonrası herhangi bir ağrı ya da acı olmaz. Bazı hastalarda işlem sonrası midede hafif batmalar olabilir. 1 saatlik geçici bir his yaratır (…) Mide botoksu yan etkisi olmayan bildiğimiz botoks metaryelini hastane ortamında sedasyon anestezi dediğimiz endoskopi yöntemiyle mide kaslarına uygulanması ile açlık hissini bastırarak gıdaların daha uzun süre midede kalmasını sağlamaktadır. Bu süreçte diyetisyenlerimizin desteği ile çok daha kolay kilo veriliyor. Hiçbir yan etkisi olmamakla birlikte; ağrı yok, acı yok ve en önemlisi hastanede yatış gerektirmeyen, aynı gün normal yaşantınıza dönebileceğiniz bir işlemdir (…)"* gibi ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu tanıtımların 27.09.2022 tarihli görünümünde; *"(…) Ceyda Hanım bugün 3.ay kontrolüne geldi- 27 kiloyla çok daha mutlu (…) Hatice Hanım tüp mide operasyonu sonrası 6.ay kontrolü için ziyaretimize geldi. Artık çok daha sağlıklı ve mutlu yeni hayatı ve yeni bedeniyle yola devam diyoruz (…) Mide botoksu; anestezi işlemi uygulanarak yapılan endoskopik bir işlemdir. Bu yüzden işlem sırasında bir acı ya da ağrı hissedilmez. Yaklaşık olarak 20 dide botoksu kolay ve güvenle uygulanabilir bir yöntemdir. Mide botoksu uygulaması ile 17 kiloya veda ettik.akika süren işlem sonrasında acı ya da ağrı hissedilmesi çok düşük bir ihtimaldir (…)Sevgili meslektaşım ve aynı zamanda çalışma arkadaşımın kayınvalidesi...Mide botoksuyla 6 ayda -23 kilo verdi...Şimdi çok daha hafif ve sağlıklı (...)Obezite ameliyatı sonrası kontrole gelen hastamızın sevgili kızına da Botox işlemimizi uyguladık. Anne kız mutlu, biz mutlu sağlıklı günler dileriz (…) Kevser hanımla tüp mide operasyonu sonrası 4.ayımızda -40 kiloya elveda dedik. Ve çok daha sağlıklı bir şekilde ziyaretimize geldi (…) Mide botoksu sonrası herhangi bir ağrı ya da acı olmaz. Bazı hastalarda işlem sonrası midede hafif batmalar olabilir. 1 saatlik geçici bir his yaratır (…) Mide botoksu yan etkisi olmayan bildiğimiz botoks metaryelini hastane ortamında sedasyon anestezi dediğimiz endoskopi yöntemiyle mide kaslarına uygulanması ile açlık hissini bastırarak gıdaların daha uzun süre midede kalmasını sağlamaktadır. Bu süreçte diyetisyenlerimizin desteği ile çok daha kolay kilo veriliyor. Hiçbir yan etkisi olmamakla birlikte; ağrı yok, acı yok ve en önemlisi hastanede yatış gerektirmeyen, aynı gün normal yaşantınıza dönebileceğiniz bir işlemdir(…)"* gibi talep yaratıcı ifadelere, yer verildiği*,* tüm bu tanıtımların 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 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 5/1-c maddesi,

- Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliği'nin 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. Tuna Barış BUDAK** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**66)**

**Dosya No: 2021/5145**

**Şikayet Edilen: Türmed Sağlık Ürünleri Sanayi ve Ticaret Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://nipt.com.tr adresli internet adresinde yayımlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 04.01.2021, 08.11.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu internet sitesinin;

- 04.01.2021 tarihli görünümünde, *"Sağlıklı Nesil, Sağlıklı Gelecek. Önceden bilindiğinde tedbir alınabilecek hastalıkları tespit etmek artık elinizde... Test fiyatı hakkında detaylı bilgi için bizimle iletişime geçebilirsiniz.", "Doğum Öncesi Genetik Tanı Prenatal Test Çağrı Merkezimiz 0850 8888 432", "Hizmetler- (...) Test Nasıl Yapılır? Hekiminiz tarafından alınan kan örneği analiz için INVITAE laboratuvarına gönderilir. (...)", "Genetik Danışmanlık (...) Daha detaylı bilgi, sorularınız ve Genetik Danışmanlık için merkezimizle iletişime geçebilirsiniz."*,

-08.11.2022 tarihli görünümünde, *"Sağlıklı bir bebek için NIPT testi yaptırın. (...) Hizmetlerimiz- Girişimsel Olmayan Prenatal (Doğum Öncesi) Test Nasıl Çalışır? Bebeğin az miktarda DNA’sı hamilelik döneminde annesinin kan dolaşımına geçer. Yeni teknoloji, bu DNA’yı doğrudan annenin kanından analiz etmemize ve kromozomal anormalliklerin taranmasına olanak sağlar. Yakın zamana kadar sadece koryonik villus biyopsisi veya amniyosentez gibi girişimsel yöntemlerle anomalilerin taranması mümkündü. Bu testler düşük yapma riski taşır ve yalnızca hamileliğin son dönemlerinde uygulanır. NIPT Plus ile yapılan başlangıç taraması, potansiyel olarak gereksiz testlerden ve girişimsel yöntemlerden kaçınmaya yardımcı olur. NIPT Plus ile, anne ve bebek için herhangi bir risk yoktur ve uygulanabilen en erken test yöntemidir.", "Daha Sağlıklı Bebekler, Uzman kontrolü, Bebeğinizin Sağlığı için NIPT Testi, NIPT testi ile sağlıklı bebek gelişimi", "Nipt Plus olarak bilgi, birikim ve deneyimimizle sağlık sektörüne yön veriyoruz. Sağlık sektöründe 10 yılı aşkın tecrübe ile anne ve bebek sağlığını araştırmalarımızın odağına koyuyor, gelişmiş teknolojik altyapımız ve uzman kadromuzla anne ve bebeklerinin sağlığı için çalışıyoruz. En güncel teknolojik gelişmeleri takip ediyor, en iyi hizmeti sağlamak için çalışıyoruz. Alanında çeşitli firmalara danışmanlık hizmeti vererek, gelişime, öğrenmeye ve öğretmeye değer veriyoruz.", "Test sonucum ne zaman açıklanır? Optimize edilmiş çalışma süreçlerimiz 5-14 iş günü içerisinde yüksek kalitede, doğrulanmış sonuçları, kapsamlı tıbbi rapor olarak sunmamızı sağlar.", "12317 Test, 12317 Hasta Sayımız"* gibi birtakım bilgilere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu internet sitesinin 04.01.2021 ve 08.11.2022 tarihli görünümlerinde, şikayet edilen firma tarafından doğum öncesi genetik test satışı yapıldığına ve genetik danışmanlık hizmeti verildiğine dair birtakım bilgilere yer verildiği, buna karşın reklam veren firmanın sağlık alanında hizmet sunma yetkisinin bulunmadığı ve bu alanda ruhsatlandırılmadığı tespit edilerek söz konusu tanıtımların kamu sağlığını bozucu, tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı olduğu ve aynı zamanda 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, 25 ve Ek-13 üncü maddeleri,

-Tıbbi Laboratuvarlar Yönetmeliği'nin 34 ve 35 inci maddeleri,

- Genetik Hastalıklar Değerlendirme Merkezleri Yönetmeliği'nin 18, 23 ve 25 inci 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 **Türmed Sağlık Ürünleri Sanayi ve Ticaret Limited Şirketi** 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.

**67)**

**Dosya No: 2021/5382**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** http://www.elenoraguzellik.com/guzellik-merkezi-kadıkoy.html adresli internet sitesinde yayımlanan tanıtımlar ile *"Açılış 29 Haziran Cumartesi"* ifadeli broşürler

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 08.12.2021

**Yayınlandığı Mecra:** Broşür, İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu broşürlerde, *"soğuk lipoliz, dermapen"* işlemlerinin,

- http://www.elenoraguzellik.com/guzellik-merkezi-kadıkoy.html adresli internet sitesinin 08.12.2021 tarihli görünümünde ise, *"sivilce tedavisi, leke tedavisi, kırışıklık tedavisi,* *dermapen, medikal cilt bakımı, sivilce tedavisi, leke tedavisi, kırışıklık tedavisi, hydrafacial tedavisi, medikal cilt bakımı, dermapen, kavitasyon, iğneli lipoliz"* gibi tabipler tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlerin isimlerinin sayıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, kuruluşun bir güzellik salonu olarak ruhsatlandırıldığı ve sağlık hizmeti sunmaya yetkili olmadığı halde;

- İnceleme konusu broşürlerde, kuruluşun yetkisi alanında bulunmayan *"soğuk lipoliz, dermapen"* işlemlerinin,

- http://www.elenoraguzellik.com/guzellik-merkezi-kadıkoy.html adresli internet sitesinin 08.12.2021 tarihli görünümünde ise, *"sivilce tedavisi, leke tedavisi, kırışıklık tedavisi,* *dermapen, medikal cilt bakımı, sivilce tedavisi, leke tedavisi, kırışıklık tedavisi, hydrafacial tedavisi, medikal cilt bakımı, dermapen, kavitasyon, iğneli lipoliz"* gibi tabipler tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlerin isimlerinin sayıldığı,

15/02/2008 tarihli 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 düzenlenerek, Yönetmelik maddesinin 2 nci fıkrasında yer alan; “*Güzellik salonunda tıp fakültesi diploması olan biri çalışsa bile, tabip yetkisinde olan tıbbi işlemler**güzellik salonunda yapılamaz. Bu hususa uymadığı tespit edilen kişiler hakkında ilgili mevzuat hükümleri uygulanır*.” hükmü ile de her ne şekilde olursa olsun, tabip tarafından yapılması gereken tıbbi işlemlerin güzellik salonlarında gerçekleştirilmesinin yasaklandığı,

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

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

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

- Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin Geçici 5/2 nci maddesi,

-İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin YönetmeliğinEk-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 **Elenora Güzellik Estetik İnşaat İç ve Dış Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **idari para ve** **anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine,

Diğer taraftan, firmaya ait https://www.instagram.com/elenorakadikoy/ adresli internet sitesinde yer alan 13.06.2021 tarihli tanıtımların mevzuata aykırı olduğu gerekçesiyle, Reklam Kurulunun 14.09.2021 tarihli ve 313 sayılı toplantısında, anılan firma hakkında 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca idari para ve anılan reklamları durdurma cezası verilerek söz konusu cezanın ilgiliye 25.09.2021 tarihinde tebliğ edildiği, ancak söz konusu ceza kararının ardından mevzuata aykırı tanıtımlara 08.12.2021 tarihinde devam edildiği göz önünde bulundurularak, 6502 sayılı Kanun'un 77/12 nci maddesinin, *"(...) Reklam Kurulu, idari işleme konu ihlalin bir yıl içinde tekrar edilmesi hâlinde yukarıda belirtilen idari para cezalarını on katına kadar uygulayabilir."* hükmü çerçevesinde, söz konusu tanıtımlar hakkında uygulanacak olan cezanın, 2021 yılı için düzenlenen idari para cezasının iki katı olarak **(114.326x2=)228.652-TL (İkiyüzyirmisekizbinaltıyüzelliiki Türk Lirası)** uygulanmasına karar verilmiştir.

**68)**

**Dosya No: 2022/1140**

**Şikayet Edilen: Müsemma KARADAŞ (Karadaş -Trend- Güzellik Salonu)**

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

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 12.04.2022, 25.04.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu tanıtımların 12.04.2022 ve 25.04.2022 tarihli görünümlerinde örnek olarak, *"dermapen, iğneli epilasyon*"gibi tıbbi işlemlerin isimlerinin sayıldığı ve *"Dermapen işlemi 5 seans 1250 TL, Arkadaşını getir %20 indirim”* şeklinde kampanya bilgilerinin paylaşıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, kuruluşun bir güzellik salonu olarak ruhsatlandırıldığı ve sağlık hizmeti sunmaya yetkili olmadığı halde inceleme konusu tanıtımların 12.04.2022 ve 25.04.2022 tarihli görünümlerinde örnek olarak, *"dermapen, iğneli epilasyon*"gibi tıbbi işlemlerin isimlerinin sayıldığı ve *"Dermapen işlemi 5 seans 1250 TL, Arkadaşını getir %20 indirim”* şeklinde kampanya bilgilerinin paylaşıldığı,

15/02/2008 tarihli 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 düzenlenerek, Yönetmelik maddesinin 2 nci fıkrasında yer alan; “*Güzellik salonunda tıp fakültesi diploması olan biri çalışsa bile, tabip yetkisinde olan tıbbi işlemler**güzellik salonunda yapılamaz. Bu hususa uymadığı tespit edilen kişiler hakkında ilgili mevzuat hükümleri uygulanır*.” hükmü ile de her ne şekilde olursa olsun, tabip tarafından yapılması gereken tıbbi işlemlerin güzellik salonlarında gerçekleştirilmesinin yasaklandığı,

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

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

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

- Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin Geçici 5/2 nci maddesi,

-İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin YönetmeliğinEk-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 **Müsemma KARADAŞ (Karadaş -Trend- Güzellik Salonu)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**69)**

**Dosya No: 2022/1571**

**Şikayet Edilen: By Hanova Güzellik ve Ticaret Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** İnstagram isimli sosyal medya mecrasında "byhanova.beauty" hesap adıyla yayınlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 07.04.2022, 06.06.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu tanıtımların 07.04.2022 ve 06.06.2022 tarihli görünümlerinde örnek olarak, *"Microblading (kalıcı makyaj), dudak pigmentasyonu, pudralama tekniği, dudak renklendirme"* gibi işlemlerin isimlerinin sayıldığı, yine ilgili internet adresinde *"Sevgili bayanlar! Ocak ayının sonu dudak renklendirme de büyük dev indirim. Şimdiden randevu oluşturun yerlerinizi ayırtın..."* gibi kampanya bilgilerine yer verildiği ve ayrıca kuruluşun "By Hanova Beauty" ismiyle tanıtılarak bir "güzellik salonu" olarak faaliyet gösterildiği yönünde izlenim oluşturulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, gerek güzellik salonu gerekse herhangi bir sağlık kuruluşu olarak ruhsatlandırılmamış olan firmaya ait iş yerinin inceleme konusu sosyal medya tanıtımlarının, kamu sağlığını bozucu, tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı 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 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 maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **By Hanova Güzellik ve Ticaret Limited Şirketi** 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.

**70)**

**Dosya No: 2022/1805**

**Şikayet Edilen: Medes Estetik Güzellik Eğitim Sağlık Hizmetleri Sanayi ve Ticaret Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** İnstagram isimli sosyal medya mecrasında"evacukurambar" isimli hesap adıyla yayımlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 09.05.2022, 16.05.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu tanıtımların 09.05.2022 ve 16.05.2022 tarihli görünümlerinde örnek olarak, *"kalıcı epilasyon, dermapen, dermaterapi, medikal cilt bakımı"* gibi tıbbi işlemlerin isimleri sayılarak bu işlemlere yönelik kampanya ve fiyat bilgilerine yer verildiği ve ayrıca kuruluşun "Eva Güzellik", "Eva Çukurambar" ismiyle tanıtılarak bir "güzellik salonu" olarak faaliyet gösterildiği yönünde izlenim oluşturulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, gerek güzellik salonu gerekse herhangi bir sağlık kuruluşu olarak ruhsatlandırılmamış olan firmaya ait sosyal medya tanıtımlarında, *"kalıcı epilasyon, dermapen, dermaterapi, medikal cilt bakımı"* gibi tıbbi işlemlerin isimleri sayılarak bu işlemlere yönelik kampanya ve fiyat bilgilerine yer verildiği ve ayrıca söz konusu kuruluşun "Eva Güzellik", "Eva Çukurambar" ismiyle tanıtılarak bir "güzellik salonu" olarak faaliyet gösterildiği yönünde izlenim oluşturulduğu, söz konusu tanıtımların kamu sağlığını bozucu, tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı 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 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 maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Medes Estetik Güzellik Eğitim Sağlık Hizmetleri Sanayi ve Ticaret Limited Şirketi** 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.

**71)**

**Dosya No: 2022/2197**

**Şikayet Edilen: Op. Dr. Ahmet ÖZYAZGAN**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://botoks.info.tr ve www.ahmetozyazgan.com.tr adresli internet sitelerinde ve instagram isimli sosyal medya mecrasında "@opdrahmetozyazgan" hesap adıyla yayımlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 30.05.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu www.ahmetozyazgan.com.tr adresli internet sitesinin 30.05.2022 tarihli görünümünde, *"Tedavilerinizi size özel hastanemizde yapıyoruz.", "Operasyondan evvel ücretsiz check-up hizmeti", "Havaalanından ücretsiz geliş-gidiş transferi", "Lüks otelimizde size özel ücretsiz konaklama", "Arzu edilirse klinikte veya evde fizik tedavi hizmeti"* gibi ifadelere,

- https://botoks.info.tr adresli internet sitesinin 30.05.2022 tarihli görünümünde, *"Kredi kartına 12 ay taksit", "%50 indirim. Çok kısa bir süre için" gibi kampanya bilgilerine ve "Yüzünüzü tanıyamayacaksınız. Özel steril ortamda yapılmaktadır."* gibi ifadelere,

- İnstagram isimli sosyal medya mecrasında "@opdrahmetozyazgan" hesap adıyla yayınlanan tanıtımların 30.05.2022 tarihli görünümünde, *"Kredi kartına 12 ay taksit"* gibi kampanya bilgilerine, *"Kök hücre tedavisi ile eklem ağrılarınızı çözüme ulaştırın. Kasım-Aralık ayına özel %30 indirim", "Sertleşme sorununuz varsa çözüm kök hücre tedavisi"* gibi ifadelere ve hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ilişkin görsellere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu www.ahmetozyazgan.com.tr adresli internet sitesinin 30.05.2022 tarihli görünümünde, *"Tedavilerinizi size özel hastanemizde yapıyoruz.", "Operasyondan evvel ücretsiz check-up hizmeti", "Havaalanından ücretsiz geliş-gidiş transferi", "Lüks otelimizde size özel ücretsiz konaklama", "Arzu edilirse klinikte veya evde fizik tedavi hizmeti"* gibi ifadelere,

- https://botoks.info.tr adresli internet sitesinin 30.05.2022 tarihli görünümünde, *"Kredi kartına 12 ay taksit", "%50 indirim. Çok kısa bir süre için" gibi kampanya bilgilerine ve "Yüzünüzü tanıyamayacaksınız. Özel steril ortamda yapılmaktadır."* gibi tıbbi işlemlerle ilgili talep yaratıcı ifadelere,

- İnstagram isimli sosyal medya mecrasında "@opdrahmetozyazgan" hesap adıyla yayınlanan tanıtımların 30.05.2022 tarihli görünümünde, *"Kredi kartına 12 ay taksit"* gibi kampanya bilgilerine, *"Kök hücre tedavisi ile eklem ağrılarınızı çözüme ulaştırın. Kasım-Aralık ayına özel %30 indirim", "Sertleşme sorununuz varsa çözüm kök hücre tedavisi"* gibi tıbbi işlemlere yönelik talep yaratıcı ifadelere ve hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ilişkin görsellere,

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 Yönetmeliğin 5/1-c maddesi,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**72)**

**Dosya No: 2021/4633**

**Şikayet Edilen: Ali KORKMAZ**

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

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 15.09.2021,24.12.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.pedamedcocuk.com adresli internet sitesinin 15.09.2021 ve 24.12.2021 tarihli görünümlerinde; 'Uzman Kadromuz' başlığı altında 'Klinik Psikolog/Pedagog Sonnur Kükürt' ifadesine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, www.pedamedcocuk.com adresli internet sitesinin 15.09.2021 ve 24.12.2021 tarihli görünümlerinde; 'Uzman Kadromuz' başlığı altında 'Klinik Psikolog/Pedagog Sonnur Kükürt' ifadesine yer verildiği, ancak Sağlık Meslek Mensupları ile Sağlık Hizmetlerinde Çalışan Diğer Meslek Mensuplarının İş ve Görev Tanımlarına Dair Yönetmelik’te tanımlanan unvanlar arasında ‘Pedagog’ unvanının bulunmadığı, bu sebeple söz konusu tanıtımlarda Sonnur KÜKÜRT isimli klinik psikoloğun ‘Pedagog’ unvanı kullanmasının ilgili mevzuata aykırılık teşkil ettiği, dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların tüketicileri yanıltıcı, aldatıcı ve onların bilgi eksikliklerini istismar edici nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Sağlık Meslek Mensupları ile Sağlık Hizmetlerinde Çalışan Diğer Meslek Mensuplarının İş ve Görev Tanımlarına Dair Yönetmeliğin 5/1-c 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 **Ali KORKMAZ** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**73)**

**Dosya No: 2022/1565**

**Şikayet Edilen: Sts Sağlık Teknik Servis Hizmetleri Pazarlama Tic. Ltd. Şti.**

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

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 28.07.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.buzlazer.com adresli internet sitesinin 28.07.2022 tarihli görünümünde yer alan tanıtımlarda örnek olarak;

- Muhtelif başlıklar altında tıbbi bir işlem olan *‘lazer epilasyon’* uygulamasına ilişkin bilgilere yer verildiği,

- ‘Nerede Yaptırabilirim?’ başlığı altında muhtelif sağlık kuruluşlarının isim ve iletişim bilgilerine yer verildiği,

- “*Erkek ve Kadın İçin Lazer Epilasyon Seans Fiyatları”* başlığı altında lazer epilasyon uygulamasına yönelik fiyat bilgilerine yer verildiği,

- *“Lazer Epilasyon İçin Tek Seans Yeterli mi?”* başlığı altında yer alan lazer epilasyonla ilgili tüketici sorularının cevaplandığı 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 kuruluşun, inceleme konusu internet sitesinde tabip tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlere yönelik açıklamalar yapmasının ve sağlık hizmetine yönelik tanıtımlarda bulunmasının ilgili mevzuata aykırı olduğu,

Diğer taraftan, inceleme konusu tanıtımlarda muhtelif sağlık kuruluşlarının isim ve iletişim bilgilerine yer verilerek adı geçen sağlık kuruluşları lehine aracılık faaliyetinde bulunulmasının da 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’nunEk 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 Yönetmeliğin 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 **Sts Sağlık Teknik Servis Hizmetleri Pazarlama 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.

**74)**

**Dosya No: 2021/5698**

**Şikayet Edilen: Dr. Haluk SÖYLEMEZ**

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

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 21.09.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.haluksoylemez.com adresli internet sitesinin 21.09.2021 tarihli görünümünde; “*Sünnet olan çocuğa “Artık Adam Oldun” denilen bir coğrafyada ve kültürde yaşıyoruz. Bu yaştan itibaren erkek çocuk, penisi ile erkekliğini, gücünü, gurunu, özgüvenini eş tutmakta, tüm toplumda da bu algı yerleşmektedir. Bu da erkekleri penisleri üzerinde çokça düşünmeye iter ve burada yaşadıkları problemler özgüven ve gurur kırılmalarına neden olur. Eskiden cerrahi işlem denilince, hastalık için yapılan ameliyatlar akla gelirdi ancak günümüzde estetik operasyonlar oldukça yaygınlaştı ve toplum tarafından yadırganmaz hale geldi. Estetik operasyon denilince genellikle kadınlar akla gelir, peki bir erkek en çok neresine estetik yaptırmak ister? Tabi ki penisine. “Önemli olan boyu değil, işlevi” şeklinde çok meşhur bir söz olmakla birlikte hiçbir erkek böyle düşünmez. Elbette işlev olmazsa olmazdır, ancak penis boyu hem erkek için hem de kadınlar için önemli bir görsel tatmin mevzusudur.* *(…) Sertleşme Bozukluğunda Kalıcı Tedavi. (…) HoLEP'in sunduğu avantajlar nelerdir? Açık cerrahi ile karşılaştırıldığında çok büyük avantajları vardır. Açık ameliyatta hastada kesi olur, 1 hafta sonda takılı kalır, iş hayatına dönüş 1 ayı bulabilir. HoLEP de ise, 1-2 gün sonda kalır, hastada kesi yapılmamış olur. Kapalı ameliyatlarla karşılaştırıldığında ise; geride prostat dokusu bırakmaması en büyük avantajıdır. Bu da ileride kalan dokuların tekrar büyüyerek hastada prostat büyümesine bağlı şikâyetlerin oluşmasını engeller. Bunun yanı sıra kan sulandırıcı ilaç kullanan hastalarda, astım kalp yetmezliği gibi yüksek riskli hastalığı bulunan hastalarda yapılabilmesi diğer avantajlarıdır.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, www.haluksoylemez.com adresli internet sitesinin 21.09.2021 tarihli görünümünde tespit edilen görüntü ve ifadelerin söz konusu tıbbi işlemlere yönelik tüketiciler nezdinde talep uyandırıcı nitelikte olduğu; bununla birlikte, bu tanıtımların hekimlik mesleğini yürüten şahsın faaliyetlerine ticari bir görünüm yükleyen ve dolayısıyla ilgili mevzuatta izin verilen bilgilendirme ve tanıtım faaliyetleri sınırını aşan nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

- Sağlık Meslek Mensupları ile Sağlık Hizmetlerinde Çalışan Diğer Meslek Mensuplarının İş ve Görev Tanımlarına Dair Yönetmeliğin 5/1-c maddesi,

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

**75)**

**Dosya No: 2022/109**

**Şikayet Edilen: Leon Turizm Dış Tic. İnş. San. Tic. Ltd. Şti.**

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

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** Ocak 2022

**Yayınlandığı Mecra:** Tabela

**Tespitler:** Şirketin faaliyet gösterdiği binanın dış cephesinde asılı bulunan tabelada *"Leon Turizm Covid-19 PCR Test. Covid-19 Test Merkezi."* ifadesinin yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, şirketin sağlık sektöründe faaliyet gösteren yetkili bir sağlık kuruluşu olduğu yönünde izlenim oluşturduğu, oysa bu isimde ruhsatlandırılmış bir sağlık kuruluşunun bulunmadığı; dolayısıyla, bu ifade ile şirketin yetkisiz sağlık hizmeti sunumuna ilişkin tanıtımlar yaptığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**76)**

**Dosya No: 2022/381**

**Neslim Güngen Güzellik Salonu** isimli firmaya ait açık hava reklamlarında yayımlanan tanıtımlara ilişkin olarak dosya hakkında yapılan görüşmeler neticesinde, konu ile ilgili ilave araştırma yapılması ve ilgili kurumlardan ek bilgi ve belge istemiyle **dosyanın ertelenmesine** karar verilmiştir.

**77)**

**Dosya No: 2022/471**

**Şikayet Edilen: Atasun Optik Perakende Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Kartvizit üzerinde yer alan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** Ocak 2022

**Yayınlandığı Mecra:** Kartvizit

**Tespitler:** Elazığ ilinde faaliyet gösteren bir Atasun Optik şube çalışanının, 25.01.2022 tarihinde Medicalpark Hastanesi'nde muayene için bekleyen hastalara, üzerinde *"2-6 Şubat %40 Atasun Optik"* yazılı kartvizitler dağıttığı şikayet eden aracığıyla Bakanlığa bildirilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, firmaya ilişkin olarak bahsi geçen kartvizitlerde yer alan tanıtımlara ilişkin sunulan bilgi ve belgeler kapsamında şikayet konusu hususun Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin ilgili hükümleri ile 6502 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesine **aykırı olmadığına** karar verilmiştir.

**78)**

**Dosya No: 2022/1424**

**Şikayet Edilen: Yenidünya Danışmanlık Gayrimenkul ve Tic. Ltd. Şti.**

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

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** Nisan 2022

**Yayınlandığı Mecra:** Tabela

**Tespitler:** Şirketin faaliyet gösterdiği dairenin kapısında asılı bulunan tabelada *" Korona test yapılır. Corona Test Available. Covid-19 120 TL. "* ifadesinin yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, şirketin sağlık sektöründe faaliyet gösteren yetkili bir sağlık kuruluşu olduğu yönünde izlenim oluşturduğu, oysa bu isimde ruhsatlandırılmış bir sağlık kuruluşunun bulunmadığı; dolayısıyla, bu ifade ile şirketin yetkisiz sağlık hizmeti sunumuna ilişkin tanıtımlar yaptığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**79)**

**Dosya No: 2022/1825**

**Şikayet Edilen:** **Lyudinya AKDOĞAN (Losk Güzellik ve Sağlık Hizm. Ltd. Şti.)**

**Şikayet Edilen Reklam:** İnstagram isimli sosyal paylaşım sitesinde söz konusu kuruluşa ait "losk.istanbul"isimli hesap üzerinden yayınlanan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 13.04.2022, 03.08.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu tanıtımlarda, *"dermapen, kavitasyon, lipolaser"* gibi tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara yer verildiği; ayrıca kuruluşun "Güzellik Salonu" unvanını tanıtımlarında kullanmadığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu mecrada tabip tarafından uygulanması gereken bir dizi tıbbi işleme yönelik tanıtımlara ve talep yaratıcı ifadelere yer verildiği; ayrıca, kuruluşun güzellik salonu faaliyet konulu ruhsatının olmasına rağmen bahsi geçen tanıtımlarda, sağlık mevzuatı çerçevesinde açıkça "güzellik salonu" ibaresinin kullanılması zorunlu iken kuruluş tarafından ilgili mevzuata aykırı olacak şekilde bu ibarenin kullanılmadığı; dolayısıyla, bu ve benzeri tanıtımların sağlık alanında çalışan kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm yükleyen, talep yaratıcı ve ilgili mevzuatta izin verilen bilgilendirme ve tanıtım faaliyetlerin sınırını aşan 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,

- Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin Geçici 5/2 nci maddesi,

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/1-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 **Lyudinya AKDOĞAN (Losk Güzellik ve Sağlık Hizm. Ltd. Şti.)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**80)**

**Dosya No: 2022/2052**

**Şikayet Edilen: Atasun Optik Perakende Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.atasun.com.tr adresli internet sitesi aracılığıyla bir tüketiciye gönderilen indirim kuponunda yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 13.04.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firma tarafından 13.04.2022 tarihinde, inceleme konusu mecrada tüketiciye sunulan *"%8 İndirim. Sana Özel!"* başlıklı indirim kuponunun tüketici tarafından aynı gün içerisinde mağazada kullanılmak istendiği ancak söz konusu indirim kuponun belirli ürünlerde ve sadece internet üzerinden yapılacak alışverişlerde geçerli olduğu bilgisinin firma görevlileri tarafından verildiği; dolayısıyla, reklamda sunulan vaadin aksine indirim kuponunun tüketiciler tarafından kullanılamadığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, firma tarafından 13.04.2022 tarihinde, inceleme konusu mecrada tüketiciye sunulan "*%8 İndirim. Sana Özel!"* başlıklı indirim kuponunun tüketici tarafından aynı gün içerisinde kullanılmak istendiği ancak söz konusu indirim kuponun belirli ürünlerde ve sadece internet üzerinden yapılacak alışverişlerde geçerli olduğu bilgisinin firma görevlileri tarafından belirtildiği; dolayısıyla, istisna niteliğinde olan bu bilginin ana reklamda belirtilmemesinin tüketicileri eksik bilgilendirici ve yanıltıcı olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- 5193 sayılı Optisyenlik Hakkında Kanun’un 11 inci maddesi,

- Optisyenlik Müesseseleri Hakkında Yönetmeliğin 24 üncü maddesi,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Atasun Optik Perakende Ticaret A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**81)**

**Dosya No: 2022/2233**

**Şikayet Edilen:** **Mehtap ELDEN (Yeni Dünya Güzellik Salonu)**

**Şikayet Edilen Reklam:** İnstagram isimli sosyal paylaşım sitesinde söz konusu kuruluşa ait "yd\_guzellik\_merkezi "isimli hesap üzerinden yayınlanan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 16.05.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu tanıtımlarda, *"dermapen, kavitasyon "* gibi tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara yer verildiği; bunun yanı sıra, hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ilişkin görüntülerin yayınlandığı; ayrıca kuruluşun "Güzellik Salonu" unvanını tanıtımlarında kullanmadığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu mecrada, tabip tarafından uygulanması gereken bir dizi tıbbi işleme yönelik tanıtımlara ve talep yaratıcı ifadelere yer verildiği; bunun yanı sıra, hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ilişkin görüntülerin yayınlandığı; ayrıca, sağlık mevzuatında "güzellik merkezi/estetik kliniği" olarak tanımlanan bir sağlık kuruluşu türünün bulunmamasına ve kuruluşun güzellik salonu faaliyet konulu ruhsatının olmasına rağmen bahsi geçen tanıtımlarda, sağlık mevzuatı çerçevesinde açıkça "güzellik salonu" ibaresinin kullanılması zorunlu iken kuruluş tarafından ilgili mevzuata aykırı olacak şekilde *"YD Güzellik Merkezi"* ve *"YD Güzellik ve Estetik Kliniği"* unvanlarının kullanıldığı; dolayısıyla, bu ve benzeri tanıtımların talep yaratıcı ve ilgili mevzuatta izin verilen bilgilendirme ve tanıtım faaliyetlerin sınırını aşan 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,

- Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin Geçici 5/2 nci maddesi,

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/1-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 **Mehtap ELDEN (Yeni Dünya Güzelik Salonu)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**82)**

**Dosya No: 2022/2408**

**Şikayet Edilen:** **Yağmur YILDIRIM (Yağmur Yıldırım Güzellik Salonu)**

**Şikayet Edilen Reklam:** İnstagram isimli sosyal paylaşım sitesinde söz konusu kuruluşa ait "yagmuryildirimguzellik"isimli hesap üzerinden yayınlanan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 19.05.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu tanıtımlardatıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara yer verildiği; bunun yanı sıra, hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ilişkin görüntülerin yayınlandığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu mecrada, tabip tarafından uygulanması gereken bir dizi tıbbi işleme yönelik tanıtımlara ve talep yaratıcı ifadelere yer verildiği; bunun yanı sıra, hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ilişkin görüntülerin yayınlandığı; bu ve benzeri tanıtımların talep yaratıcı ve ilgili mevzuatta izin verilen bilgilendirme ve tanıtım faaliyetlerin sınırını aşan 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,

- Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin Geçici 5/2 nci maddesi,

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/1-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 **Yağmur YILDIRIM (Yağmur Yıldırım Güzellik Salonu)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**83)**

**Dosya No: 2022/2410**

**Şikayet Edilen: Dr. Cenk MELİKOĞLU**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.cenkmelikoglu.com adresli internet sitesinde, İnstagram isimli sosyal medya mecrasında "drcenkmelikoglu", Facebook isimli sosyal medya mecrasında "Opr.Dr.CenkMelikoglu" ve Youtube isimli sosyal paylaşım sitesinde "drcenkmelikoglu" isimli hesaplarda yayımlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 11.03.2022, 13.06.2022, 04.07.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu mecralarda, *“Yüz Estetiği, Vücut Estetiği, Cinsiyet Ameliyatları, Botox, Dolgu"* gibi bir dizi estetik işlemin yapıldığına dair birçok ibareye, hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait ifade ve görüntülerine yer verilerek, bu tedavilerle ilgili videoların paylaşıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, bahsi geçen mecraların muhtelif tarihli görünümlerinde *“Yüz Estetiği, Vücut Estetiği, Cinsiyet Ameliyatları, Botox, Dolgu"* gibi bir dizi estetik işlemin yapıldığına dair birçok ibareye, hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait ifade ve görüntülerine yer verilerek, bu tedavilerle ilgili videoların paylaşıldığı; dolayısıyla, tüketiciler nezdinde bahsi geçen tıbbi işlemlere talep uyandıran nitelikte görüntü ve ifadelerin kullanıldığı; tüm bu tanıtımların 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;

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

- Sağlık Meslek Mensupları ile Sağlık Hizmetlerinde Çalışan Diğer Meslek Mensuplarının İş ve Görev Tanımlarına Dair Yönetmeliğin 5/1-c maddesi,

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

**84)**

**Dosya No: 2022/2481**

**Şikayet Edilen: Özkara Sağlık Hizm. ve Tic. A.Ş. (Düzey Göz Tıp Merkezi)**

**Şikayet Edilen Reklam:** Kuruluşa ait www.duzeygoz.com.tr adresli internet sitesinde ve İnstagram isimli sosyal paylaşım sitesinde "duzeygoz" isimli hesap üzerinden yayımlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 19.06.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu mecralarda, *"Göz sağlığınızı önemsiyoruz! Excimer Laser yöntemiyle gözlüklerinizden kurtulun! Akıllı lensler ile gözlüklerinizden kurtulun! Akıllı mercek. Katarakt geri gelmeyecek! Excimer Laser. Görme kusurlarından kurtulun! Gözlüklerinizi temizlemekten sıkılmadınız mı? Excimer Lazer Tedavisi. Gözlüksüz hayat daha rahat. Excimer Lazer. Bu yaz gözlüksüz tatilin tadını çıkarın."* ve benzeri ifadelere, hasta görüşlerine ve hastaların tedavi sonrası görüntülerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, bahsi geçen mecralarda *"Göz sağlığınızı önemsiyoruz! Excimer Laser yöntemiyle gözlüklerinizden kurtulun! Akıllı lensler ile gözlüklerinizden kurtulun! Akıllı mercek. Katarakt geri gelmeyecek! Excimer Laser. Görme kusurlarından kurtulun! Gözlüklerinizi temizlemekten sıkılmadınız mı? Excimer Lazer Tedavisi. Gözlüksüz hayat daha rahat. Excimer Lazer. Bu yaz gözlüksüz tatilin tadını çıkarın."* ve benzeri tanıtımların sağlık alanında çalışan kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm yükleyen, tıbbi işlemlere yönelik talep yaratıcı ve dolayısıyla ilgili mevzuatta izin verilen bilgilendirme ve tanıtım faaliyetleri sınırını aşan nitelikte değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

- Sağlık Meslek Mensupları ile Sağlık Hizmetlerinde Çalışan Diğer Meslek Mensuplarının İş ve Görev Tanımlarına Dair Yönetmeliğin 5/1-c maddesi,

- Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin 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 **Özkara Sağlık Hizm. Ve Tic. A.Ş. (Düzey Göz Tıp Merkezi)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**85)**

**Dosya No: 2022/2501**

**Şikayet Edilen: Elit Sağlık İşletmeleri A.Ş. (Kudret Göz Hastanesi)**

**Şikayet Edilen Reklam:** İnstagram isimli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait "kudretgoz" isimli hesap üzerinden yayımlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 20.06.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu mecralarda, *"Excimer Laser ile gözlüksüz bir yaşam sizi bekliyor! (...)Akıllı lensler. Her mesafede net görüş. Üç odaklı akıllı mercekler sayesinde katarakt ameliyetı olan hastalar, yakın orta ve uzak mesafede gözlük ihtiyacı duymamaktadırlar. (...) İleri teknoloji cihazlar sayesinde miyop, hipermetrop ve astigmat tedavisinde kişiye özel ve bıçaksız iLasik tedavisi ile gözlük ve lenslerden kurtulmanın keyfine varın!"* ve benzeri tanıtımlar ile hastaların gözlük ve lenslerinden kurtulduğu yönünde izlenim yaratmak suretiyle hastaların bu tedavi şekline yönlendirildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, bahsi geçen mecralarda *"Excimer Laser ile gözlüksüz bir yaşam sizi bekliyor! (...)Akıllı lensler. Her mesafede net görüş. Üç odaklı akıllı mercekler sayesinde katarakt ameliyatı olan hastalar, yakın orta ve uzak mesafede gözlük ihtiyacı duymamaktadırlar. (...) İleri teknoloji cihazlar sayesinde miyop, hipermetrop ve astigmat tedavisinde kişiye özel ve bıçaksız iLasik tedavisi ile gözlük ve lenslerden kurtulmanın keyfine varın!"* ve benzeri tanıtımların sağlık alanında çalışan kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm yükleyen, tıbbi işlemlere yönelik talep yaratıcı ve dolayısıyla ilgili mevzuatta izin verilen bilgilendirme ve tanıtım faaliyetleri sınırını aşan nitelikte değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

- Sağlık Meslek Mensupları ile Sağlık Hizmetlerinde Çalışan Diğer Meslek Mensuplarının İş ve Görev Tanımlarına Dair Yönetmeliğin 5/1-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 **Elit Sağlık İşletmeleri A.Ş. (Kudret Göz Hastanesi)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**86)**

**Dosya No: 2022/2543**

**Şikayet Edilen: Ankara Göz Sağlığı ve Sağlık Hizm. San. ve Tic. Ltd. Şti. (Özel Era Göz Hastalıkları Merkezi)**

**Şikayet Edilen Reklam:** İnstagram isimli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait "eragozhastanesi" isimli hesap üzerinden yayımlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 21.06.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu mecrada, *"Gözlüklerden kurtulmanın tam zamanı! (...) Göz yapısı uygun kişilerde uyguladığımız No Touch Laser gibi tedavilerle görme kusurlarınızdan kurtulup keyifli zamanlarınızı daha özgür yaşamak mümkün. (...) No Touch Laser ile gözlüksüz sporun keyfini yaşayın! (...) No Touch Laser ile gözünüze dokunulmadan miyop, hipermetrop, astigmat gibi görme probleminize veda edebilirsiniz. (...) No Touch Laser seni özgürlüğe davet ediyor! (...) No Touch Laser ile 40 saniyede gözlüklerinize veda edebilirsiniz. (...) Excimer Laser ile gözlüklerden bağımsız özgür bir hayata adım atabilirsiniz! Excimer Lazer cerrahisi, miyop, hipermetrop ve astigmatizm gibi kornea kırılma hatalarını düzeltir, gözlük veya lenslere bağlanmadan daha rahat bir yaşamı açıkça görmenize ve yaşamanıza izin verir. (...) Gözlükten sıkılmadınız mı? Cevabınız evet ise bizimle iletişime geçebilirsiniz! (...)”* ve benzeri tanıtımlar ile hastaların gözlük ve lenslerinden kurtulduğu yönünde izlenim yaratmak suretiyle hastaların bu tedavi şekline yönlendirildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, bahsi geçen mecrada, *"Gözlüklerden kurtulmanın tam zamanı! (...) Göz yapısı uygun kişilerde uyguladığımız No Touch Laser gibi tedavilerle görme kusurlarınızdan kurtulup keyifli zamanlarınızı daha özgür yaşamak mümkün. (...) No Touch Laser ile gözlüksüz sporun keyfini yaşayın! (...) No Touch Laser ile gözünüze dokunulmadan miyop, hipermetrop, astigmat gibi görme probleminize veda edebilirsiniz. (...) No Touch Laser seni özgürlüğe davet ediyor! (...) No Touch Laser ile 40 saniyede gözlüklerinize veda edebilirsiniz. (...) Excimer Laser ile gözlüklerden bağımsız özgür bir hayata adım atabilirsiniz! Excimer Lazer cerrahisi, miyop, hipermetrop ve astigmatizm gibi kornea kırılma hatalarını düzeltir, gözlük veya lenslere bağlanmadan daha rahat bir yaşamı açıkça görmenize ve yaşamanıza izin verir. (...) Gözlükten sıkılmadınız mı? Cevabınız evet ise bizimle iletişime geçebilirsiniz! (...)”* ve benzeri tanıtımların sağlık alanında çalışan kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm yükleyen, tıbbi işlemlere yönelik talep yaratıcı ve dolayısıyla ilgili mevzuatta izin verilen bilgilendirme ve tanıtım faaliyetleri sınırını aşan nitelikte değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

- Sağlık Meslek Mensupları ile Sağlık Hizmetlerinde Çalışan Diğer Meslek Mensuplarının İş ve Görev Tanımlarına Dair Yönetmeliğin 5/1-c maddesi,

- Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin 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 **Ankara Göz Sağlığı ve Sağlık Hizm. San. ve Tic. Ltd. Şti. (Özel Era Göz Hastalıkları Merkezi)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**87)**

**Dosya No: 2022/2800**

**Şikayet Edilen: Özel Ada Lazer Sağlık Hizm. San. ve Tic. Ltd. Şti. (Özel İnci Göz Hastanesi)**

**Şikayet Edilen Reklam:** İnstagram isimli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait "incigoz\_hastanesi" isimli hesap üzerinden yayımlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 11.07.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu mecrada, *"Akıllı lensler gözde kırma kusurlarının (miyop, hipermetrop, astigmat) yarattığı görme bozukluklarını ortadan kaldıran göz içi lensleridir. Akıllı lens sayesinde daha konforlu bir görüşe sahip olabilirsiniz. Gözlerinizle Gülümseyin. (...) Akıllı Lens (Mercek) ile Uzak ve Yakın Mesafede Net Görüş. Alanında uzman doktorlarımız ile hizmetinizdeyiz. (...) Excimer lazer tedavisi ile 15 dakika gibi kısa bir sürede gözlüklerinizden kurtulabilirsiniz. (...) Akıllı Lens; insan ömrü ile eşdeğerdir. Uzak ve yakın gözlüklerinize veda edin! (...) Excimer lazer ileri teknoloji lazer ile gözlük ve lenslerinize veda edin. (...) Akıllı lensler ile artık her şey daha net! Uzak, yakın ve ara mesafelerde ömür boyu net görüş! Akıllı Lens ile Gözlüklerinize Veda Edin! Uzak ve Yakın Gözlüklerinizden Kalıcı Olarak Kurtulun! Gözlerinizle Gülümseyin. (...)"* ve benzeri tanıtımlar ile hastaların gözlük ve lenslerinden kurtulduğu yönünde izlenim yaratmak suretiyle hastaların bu tedavi şekline yönlendirildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, bahsi geçen mecralarda *"Akıllı lensler gözde kırma kusurlarının (miyop, hipermetrop, astigmat) yarattığı görme bozukluklarını ortadan kaldıran göz içi lensleridir. Akıllı lens sayesinde daha konforlu bir görüşe sahip olabilirsiniz. Gözlerinizle Gülümseyin. (...) Akıllı Lens (Mercek) ile Uzak ve Yakın Mesafede Net Görüş. Alanında uzman doktorlarımız ile hizmetinizdeyiz. (...) Excimer lazer tedavisi ile 15 dakika gibi kısa bir sürede gözlüklerinizden kurtulabilirsiniz. (...) Akıllı Lens; insan ömrü ile eşdeğerdir. Uzak ve yakın gözlüklerinize veda edin! (...) Excimer lazer ileri teknoloji lazer ile gözlük ve lenslerinize veda edin. (...) Akıllı lensler ile artık her şey daha net! Uzak, yakın ve ara mesafelerde ömür boyu net görüş! Akıllı Lens ile Gözlüklerinize Veda Edin! Uzak ve Yakın Gözlüklerinizden Kalıcı Olarak Kurtulun! Gözlerinizle Gülümseyin. (...)"* ve benzeri tanıtımların sağlık alanında çalışan kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm yükleyen, tıbbi işlemlere yönelik talep yaratıcı ve dolayısıyla ilgili mevzuatta izin verilen bilgilendirme ve tanıtım faaliyetleri sınırını aşan nitelikte değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

- Sağlık Meslek Mensupları ile Sağlık Hizmetlerinde Çalışan Diğer Meslek Mensuplarının İş ve Görev Tanımlarına Dair Yönetmeliğin 5/1-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 **Özel Ada Lazer Sağlık Hizm. San. ve Tic. Ltd. Şti. (Özel İnci Göz Hastanesi)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**88)**

**Dosya No: 2022/2819**

**Şikayet Edilen:** **Yeliz Damar Saç Ekim Merkezi**

**Şikayet Edilen Reklam:** Kuruluşa ait www.anatoliasacekim.com.tr ve www.mediturkclinic.com adresli internet siteleri ile İnstagram isimli sosyal paylaşım sitesinde "mediturkclinic", "anatolia\_hairclinic" ve "yelizdamarhairclinic" isimli birçok hesap üzerinden yayınlanan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 06.07.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.anatoliasacekim.com.tr adresli internet sitesinde, *"Anatolia Hair Transplant-Yeliz DAMAR"* ismi ile faaliyet gösteren bir sağlık kuruluşunun bulunduğu yönünde izlenim oluşturulduğu, bununla birlikte söz konusu internet sitesine ek olarak, www.mediturkclinic.com adresli internet sitesinde, İnstagram isimli sosyal paylaşım sitesinde "mediturkclinic", "anatolia\_hairclinic" ve "yelizdamarhairclinic" isimli birçok hesap üzerinden *"Yeliz DAMAR ile saç ekiminde profesyonel hizmet. (…) Saç ekimi, kadınlara saç ekimi, sakal bıyık ekimi, kaş ekimi..."* ve benzeri ifadelerle tanıtımlar yapıldığı ve hastaların uygulama öncesi ve sonrasına ilişkin görüntülerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu mecralarda, kuruluşun sağlık alanında hizmet sunmaya yetkisi olmadığı halde, inceleme konusu tüm bu mecralarda; saç, kaş ve bıyık ekimi yöntemleri gibi doktor kontrolünde ve sağlık kuruluşları bünyesinde uygulanması gereken tıbbi işlemlere yönelik tüketicileri yanıltıcı ve sağlık alanında yürürlükte bulunan mevzuata aykırı tanıtımlar yayınlandığı 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 Yönetmeliğin 29 uncu ve 31 inci 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 **Yeliz Damar Saç Ekim Merkezi** 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.

**89)**

**Dosya No: 2022/2971**

**Şikayet Edilen: Op. Dr. İrfan DURUKAN**

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

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 16.07.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu mecrada, *"No Touch Lazer işlemi uyguladığımız Fatma Hanım'ın ilk kontrolünü gerçekleştirdik. Hastamızı da dinledik. He rşey yolunda... Gözlük kullanmak istemeyen bir hastamızın daha, gözlüklere veda etmesini sağladık. Hastamız mutlu biz mutluyuz. (...) Hayatın renklerini daha net görebilmek için akıllı mercek ameliyatı olan hastamızın 1 aylık muayenesini yapmış olmanın mutluluğunu paylaşıyoruz. Hastamız mutlu biz mutlu. (...) Excimer Lazer tedavisi, miyop, hipermetrop ve astigmat gibi kornea kırılma hatalarını düzeltir, gözlük veya lenslere bağlanmadan daha rahat bir yaşam sürdürmenize izin verir. Göz yapınızın ameliyat için uygunluğu detaylı göz muayeneleri ve muayeneleri ile belirlenir. Lazer cerrahisinin amacı; Hastanın göz sağlığını korumak ve gözlük veya mercek kullanmadan daha konforlu bir yaşam sağlamaktır. (...) No Touch Laser ile gözünüze dokunulmadan gözlüklerinize veda edebilirsiniz. Tedavi göze cihaz teması olmadan gerçekleşir. İki göze aynı seansta tedavi yapılır. Tedavi sonrası gözler kapatılmaz. İnce kornealı hastalara uygulanabilir. Miyop, hipermetrop ve astigmatlara uygulanabilir. Gözden herhangi bir tabaka kaldırılması gerekmemektedir. Herhangi bir kesi olmadığından göz kuruluğu ihtimali işlem sonrası minimum düzeydedir. Hastanın göz yapısına göre yüksek numaralara uygulanabilmektedir. (...)"* ve benzeri nitelikteki ifade ve görüntülere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, söz konusu mecrada yayınlanan tüm bu tanıtımların 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 değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

- Sağlık Meslek Mensupları ile Sağlık Hizmetlerinde Çalışan Diğer Meslek Mensuplarının İş ve Görev Tanımlarına Dair Yönetmeliğin 5/1-c maddesi,

- Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin 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. İrfan DURUKAN** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**90)**

**Dosya No: 2022/3114**

**Şikayet Edilen:** **Bluna Güzellik Salonları Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** İnstagram isimli sosyal paylaşım sitesinde söz konusu kuruluşa ait "blunaguzelliksalonu"isimli hesap üzerinden ve işyerinin dış tabelasında yayınlanan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 30.06.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, Tabela

**Tespitler:** İnceleme konusu mecralarda, *"mezoterapi, selülit/çatlak/kırışıklık/ striort tedavisi, yeni nesil DNA, medikal cilt bakımı, dermapen"* gibi bir dizi tıbbi işleme yönelik tanıtımlara ait ifade ve görsellere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu mecralarda, 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 tıbbi işlemlerin doktor kontrolünde ve sağlık kuruluşları bünyesinde uygulanması gerektiği; dolayısıyla, bu ve benzeri tanıtımların talep yaratıcı ve ilgili mevzuatta izin verilen bilgilendirme ve tanıtım faaliyetlerin sınırını aşan 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,

- Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin Geçici 5/2 nci maddesi,

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/1-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 **Bluna Güzellik Salonları Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**91)**

**Dosya No: 2022/3413**

**Şikayet Edilen:** **Nova Mağazacılık A.Ş. (Beauty Me Lounge Güzellik Salonu)**

**Şikayet Edilen Reklam:** İnstagram isimli sosyal paylaşım sitesinde söz konusu kuruluşa ait "beauty\_me\_lounge"isimli hesap üzerinden yayınlanan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 05.07.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu mecrada, *"karbon peeling, dermapen, somon dna, mezoterapi, plazmapen, hifu criyo, selülit tedavisi"* gibi bir dizi tıbbi işleme yönelik ifade ve görsellere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; inceleme konusu mecrada, 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 tıbbi işlemlerin doktor kontrolünde ve sağlık kuruluşları bünyesinde uygulanması gerektiği; dolayısıyla, bu ve benzeri tanıtımların talep yaratıcı ve ilgili mevzuatta izin verilen bilgilendirme ve tanıtım faaliyetlerin sınırını aşan 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,

- Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin Geçici 5/2 nci maddesi,

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/1-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 **Nova Mağazacılık A.Ş. (Beauty Me Lounge Güzellik Salonu)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**92)**

**Dosya No: 2022/3414**

**Şikayet Edilen:** **GLS Beauty Güzellik Merkezi Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** İnstagram isimli sosyal paylaşım sitesinde söz konusu kuruluşa ait "glsbeautyetiler"isimli hesap üzerinden yayınlanan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 04.07.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu mecrada, *"dermapen"* gibi bir dizi tıbbi işleme yönelik tanıtıma ilişkin ifade ve görsellere yer verildiği ve söz konusu kuruluşun ilgili belediyeden alınmış güzellik salonu faaliyet konulu ruhsatının bulunmadığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu mecrada, *"GLS Beauty Güzellik Salonu"* ismi ile faaliyet gösteren bir güzellik salonunun bulunduğu yönünde izlenim oluşturulduğu, oysa bu isimde ruhsatlandırılmış bir kuruluşunun bulunmadığı; bununla birlikte, 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 tıbbi işlemlerin doktor kontrolünde ve sağlık kuruluşları bünyesinde uygulanması gerektiği; dolayısıyla, bu ve benzeri tanıtımların talep yaratıcı ve ilgili mevzuatta izin verilen bilgilendirme ve tanıtım faaliyetlerin sınırını aşan 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,

- Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin Geçici 5/2 nci maddesi,

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/1-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 **GLS Beauty Güzellik Merkezi 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** verilmesinekarar verilmiştir.

**93)**

**Dosya No: 2022/3766**

**Şikayet Edilen: Dr. Asuman YENİ**

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

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 27.06.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.drasumanyeni.com adresli internet sitesinin 27.06.2022 tarihli görünümünde; *"İyi Yaşam Terapileri"* başlığı altında *"Performans Bozuklukları, Kilo Verme-Zayıflama, Kilo Alma (Anorek)"* gibi bir dizi ibareye ve *"Bağımlılıklarınızdan kolayca kurtulmanız mümkün. Sigara, alkol gibi sağlığınızı tehdit eden bağımlılıklarınızdan kurtulmak için bana şimdi ulaşın."* şeklinde ifadelere, hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait bilgilere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, söz konusu mecrada yer alan tüm bu tanıtımların sağlık alanında 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 değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

- Sağlık Meslek Mensupları ile Sağlık Hizmetlerinde Çalışan Diğer Meslek Mensuplarının İş ve Görev Tanımlarına Dair Yönetmeliğin 51-/c maddesi,

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

**94)**

**Dosya No: 2022/2325**

**Şikayet Edilen: Zeynep Beauty Center**

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

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 22.07.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde yer alan 'zeynepbeautycenterkizilay' isimli sayfanın 22.07.2022 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; ‘*dermapen*’ gibi tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara; ayrıca, tıbbi işlemlere ilişkin uygulama öncesi ve sonrasına ait görüntülere; bununla birlikte, söz konusu işlemlerle ilgili kampanya ve fiyat bilgilerine yer verildiği, diğer taraftan inceleme konusu tanıtımlarda “güzellik salonu” olarak faaliyet gösteren kuruluşun isminin “Zeynep Beauty Center” olarak nitelendirildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde yer alan 'zeynepbeautycenterkizilay' isimli sayfanın 22.07.2022 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; ‘*dermapen*’ gibi güzellik salonlarında uygulanması mevzuat gereği yasak olan ve tabip tarafından uygulanması gerektiğinden tanıtımının yapılmasına da izin verilmeyen tıbbi bir işleme yönelik tanıtımlara; ayrıca, tıbbi işlemlere ilişkin uygulama öncesi ve sonrasına ait görüntülere; bununla birlikte, söz konusu işlemlerle ilgili kampanya ve fiyat bilgilerine yer verildiği, diğer taraftan inceleme konusu tanıtımlarda “güzellik salonu” olarak faaliyet gösteren kuruluşun isminin “Zeynep 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 Yönetmelik'in 39 uncu maddesi ile Güzellik ve Estetik Amaçlı Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmelik yürürlükten kaldırıldığı ve aynı Yönetmelik'in 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, mezkur Yönetmelik maddesinin 2 nci fıkrasında yer alan; *“Güzellik salonunda tıp fakültesi diploması olan biri çalışsa bile, tabip yetkisinde olan tıbbi işlemler güzellik salonunda yapılamaz. Bu hususa uymadığı tespit edilen kişiler hakkında ilgili mevzuat hükümleri uygulanır.”* hükmü ile de her ne şekilde olursa olsun, tabip tarafından yapılması gereken tıbbi işlemlerin güzellik salonlarında gerçekleştirilmesinin yasaklandığı,

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

Bu bağlamda; sağlık alanında faaliyeti olmayan kuruluşun, inceleme konusu internet sitesinde, tabipler tarafından uygulanması gereken çeşitli tıbbi tedavi yöntemlerine ilişkin tanıtımlarda bulunarak bu alanda hizmet verdiği ve sağlık alanında faaliyet gösterdiği yönünde izlenim uyandırdığı, ancak söz konusu tıbbi işlemlerin doktor kontrolünde ve sağlık kuruluşları bünyesinde uygulanması gerektiği ve söz konusu tıbbi işlemlerin yetkili kişilerce dahi reklamının yapılmasının mevzuat gereği yasak olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

- İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin YönetmeliğinEk-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 **Zeynep Beauty Center** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**95)**

**Dosya No: 2022/2372**

**Şikayet Edilen: Dr. Tufan ERGENÇ**

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

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 08.09. 2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde şahsa ait 'op.dr.tufanergenc' kullanıcı isimli sayfanın 08.09.2022 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *'10 ay önce Dr. Tufan Ergenç'e ameliyat oldum. Çok mutluyum, bir problemim yok. Sağlıklıyım. Bu operasyon için geldiğimde 125 kilo civarındaydım. 45 kilo kaybettim. İdeal kilomdayım ve uygulanan prosedürle ilgili de çok mutluyum. Herkese bu operasyonu tavsiye ederim... İsmim Yeşim, Almanya'dan geliyorum. 11 mayısta Tufan Hoca'da tüp mide ameliyatı oldum ve çok memnunum. Her şey süperdi... Merhaba ben Burcu Almanya’dan geliyorum. 4 ay önce Tufan Hocam'da ameliyat oldum. Şu an 28 kilo verdim ve çok mutluyum. Yaşımdan bir yaş daha gençleştim... Bugün tüp mide ameliyatımın ikinci günü. İlk gün ağrılarım oldu. Fakat ikinci gün daha iyi hissettim. Doktor Bey'i instagramda gördüm ve gördüğümde bana çok güven verdi. Ekip ilk günden itibaren benimle çok ilgilendi. Bu ameliyatı olmak isteyen herkese tavsiye ederim. Çıkın çıkın gelin... Ameliyatım beklediğimden daha iyi geçti. İlk iki gün bulantı harici bir problem yaşamadım, hiç ağrım olmadı. Dr. Tufan Ergenç ve ekibi süper çok memnunum. Bu ameliyatı olmak isteyen herkese kesinlikle Dr. Tufan Ergenç'i tavsiye ederim.'* gibi ifadeler ile övücü ve tavsiye edici nitelikteki hasta yorumlarına yer verildiği, bununla birlikte *'Kanada hastamız Ayşe Hanım ve 4 aylık harika değişimi... Hastamız Ozan Bey, İngiltere hastamız. 10 ayda 49 kg vererek ideal kilosuna ulaştı. Tebrikler... Montreal hastamız Canan Hanım mükemmel bir değişimle artık ideal kilosunda. Tebrik ederim... 3 yıllık hastam Adnan Bey kontrole kliniğimize geldi. Her şey yolunda. Uzun vadede tüp midenin etkileri üzerine konuştuk. En kısa zamanda görüşmek dileğiyle... Hastam Kaan Bey'in mükemmel başarısı. 9 ay... ideal kilo. Sonucu görmek için kaydırın... Hastam Yeşim Hanımla 2 aylık süreci konuştuk her şey yolunda. En kısa zamanda görüşmek dileğiyle... Sizce sadece ameliyat mı yapıyoruz?...Hastam Gülcan Hanım operasyon sonrası 7.ayında ideal kilosuna geldi ve şu anda operasyon üzerinden üç buçuk yıl geçmesine rağmen kilosunu korumakta. Verdiğim kiloları uzun vadede geri alır mıyım? diye merak edenler için iyi bir örnek... Hastam Şevval Hanım’ı tebrik ediyorum... Yeni bir haftaya girerken mükemmel bir dönüşüm hikayesi bize motivasyon olsun. 9 ay -70 kg...3 buçuk yıllık hastam Yasemin Hanım göndermiş. Mükemmelden başka ne denir ki? Ameliyat sonrası uzun vadede kilo alımı ile ilgili sorular alıyorum. Doğru teknikle yapılmış bir ameliyat, ameliyat sonrası planlı bir takip, midemizin kazandırdığı yeni alışkanlıklar ve hastamızın da kararlılığıyla kalıcı sonuçlar elde etmek kaçınılmaz oluyor...Hastam Derya Hanım kontrole geldi ve tüm sonuçlar mükemmel. 6.ayda ideal kilo. Tüm çaba bunun için değil mi?... Sevgili hastam Burcu Hanım'ın 4 ayda ki mükemmel başarısı... Sevgili hastam Seçkin Beyi'i cesareti, disiplini ve azmi için kutluyorum. 8 aysa konu kapanmış... Ameliyat sonrasında uzman diyetisyenlerce yapılan beslenme eğitimleri ve profesyonelce kurgulanmış diyet takipleri ile hastalara yeni beslenme alışkanlıkları kazandırılması da olumlu sonuçların korunması açısından çok değerlidir... Fransa hastam Mavi Hanım. Dört ay önce kliniğimizde sağlıklı bir yaşama adım attı...'* gibi ifadeler ile hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere, ayrıca tıbbi işlemlerin uygulanmasına dair görüntülere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu tanıtımlarda yer alan ifade ve görüntüler ile 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 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 Yönetmeliği’nin 5/1-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. Tufan ERGENÇ** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**96)**

**Dosya No: 2022/2444**

**Şikayet Edilen: Dr. Özer KAVALCIOĞLU**

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

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 15.09.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde şahsa ait 'dr.ozerkavalcioglu' kullanıcı isimli sayfanın 15.09.2022 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *'Türk mühendisleri ile ortak çalışmalar sonucu ortaya çıkardığımız No Touch VR teknolojisi ile hastalar artık göz lazer ameliyatı öncesinde yaşayacakları ameliyatı, VR gözlükler ile deneyimleme şansına sahip olacaklar...Kayseri’den gelen ve akıllı lens tedavisi uyguladığımız hastamızı son kontrolleri sonrasında uğurluyoruz...Sağ gözü 12 sol gözü 14 derece miyop olan ve başka bir yöntemle ameliyat olmayan hastamıza, No Touch lazer uyguladık. Hasta mutlu, doktor mutlu... Neden akıllı lens? Akıllı lens operasyonu uyguladığımız hastamızı, son kontrolleri sonrasında mutlu bir şekilde uğurluyoruz... Akıllı lensler, ömürlük olarak kullanılan kalıcı göz içi lenslerdir. Uzak, yakın ve orta mesafede gözlüksüz olarak ömür boyu net görüş sağlarlar. Ayrıca operasyon sonrasında hastaların gözlük numaralarında ilerleme söz konusu değildir. Fako yöntemiyle yapılan akıllı lens operasyonları, dikiş gerektirmez ve damla anestezi ile yapılır. 30. yılımızda; Türkiye’de 14. ve İzmir’de 2. merkezimizle çok yakında Konak’ta hizmetinizdeyiz... Katarakt ameliyatlarındaki her başarılı sonucun en önemli unsurlarından biri, özverili ve uyumlu bir ekip çalışmasıdır. Bir günde gerçekleştirdiğimiz sayısız operasyonun temelinde işte bu ekip çalışması vardır... Damlalı ölçümleriyle yaklaşık olarak +16 derecede yüksek hipermetropisi ve yoğun tembelliği olan hastamıza diğer hastanelerden lazer ve göz içi lens tedavilerine uygun olmadığı söylenmiş. Piggyback dediğimiz özel bir göz içi lens tedavisiyle hastamızın hipermetropisini tamamen ortadan kaldırdık ve hastamızı gözlüksüz hale getirdik. Çok yüksek hipermetropi ve miyopilerde de tedavi mümkün...Kalıcı olarak gözlüklerimizden kurtulmanın yolları nelerdir? No Touch Laser güvenli bir yöntem midir? No Touch Laser tedavisinin avantajları... No Touch artık herhalde duymayan kalmadı. Sınırlarımızı genişletti. Lazer olamayan pek çok hastanın lazer olabilmesini sağladı. Eğer gözünüzün ön kısmı korneanız inceyse, gözünüze dokunulmasını istemiyorsanız, gözünüzde herhangi bir kesi yapılmasını istemiyorsanız No Touch lazer kesinlikle sizin yönteminiz. Kendimi en rahat hissettiğim yöntemlerden biri No Touch. Hastam için uygun olan, hastam için güvenli olan yöntem ve en çok seçtiğim yöntem No Touch lazer... Neden No Touch lazer? Ben yaklaşık 20 küsür yıldır gözlükten kurtulma cerrahileri yapıyorum. No Touch ve diğer tüm lazer türleri. Ancak No Touch lazerle beraber iki şey elde ettik. Bir: çok daha güvenli bir lazer cerrahisi. Çünkü göze gerçekten dokunmuyoruz ve kesi yapmıyoruz. İki: Normalde dokunamadığımız kadar yüksek değerlere lazer şansı bulduk. Bu nedenle No Touch lazer bence lazer cerrahisinde çığır açtı... May Alani Hanım, uzak yakın gözlüklerine akıllı* *lensler ile veda etti. Kendilerini Yeni Zelanda'ya mutlu uğurladık...Sandra Hanım Kolombiya'dan bizler için geldi. Akıllı lens operasyonundan sonra kendilerini ülkelerine mutlu uğurladık...Değerli hastamız Ramazan, Dağıstan'dan bizler için Türkiye'ye geldi. Başarılı geçen No Touch Laser operasyonu ve kontrollerinin ardından kendisini ülkesine mutlu bir şekilde uğurladık... Sevgili hastamız Mehmet Bey gözlüklerinden ve kırma kusurlarından No Touch Laser ile kurtuldu. Kontrol muayenesinden sonra mutluluğu gözlerinden okunuyor. Sizler de No Touch Laser ile gözlerinizde bulunan miyop, astigmat ve hipermetropunuzdan saniyeler içerisinde kurtulabilirsiniz.'* gibi ifadeler ile tıbbi işlemlerin uygulanmasına dair görüntülere yer verildiği, bununla birlikte '*Çok uzun senelerdir ben ve ailem Sn. Özer Kavalcıoğlu'na muayene ve tedavi oluyoruz. Annem ve babamın katarakt ameliyatlarında, babamın macrovision operasyonunda, minik göz içi uygulamalarında, yıllık kontrollerimizde hep ilk asresimiz kendisiydi. Hastası ile yakından ilgili, net ve güven veren, her zaman ulaşılabilir olan doktorumuza teşekkür ediyorum... Özer Bey'e çok teşekkür ederim ameliyatım çok başarılı geçti ve çok memnun kaldım işte Veni Vidi farkı işte Özer Bey farkı teşekkür ederim hepinize herkese... 8 yaşından beri miyop astigmat olduğu için gözlük kullanan birisiyim. Hayatım boyunca gözlüğü sevmedim, sevemedim. Sıcaktan soğuğa girersin buharlaşır, yağmurlu havada kullanılmaz. Ama numaram o kadar ileri düzeydeydi ki kullanmak zorundaydım. Lens kullanmama doktorum izin verdiğindeki mutluluğu anlatamam. Ama bunun daha da güzeli Veni Vidi Göz Caddebostan Hastanesine gelmem Özer Bey'e muayene ardından ameliyat olabileceğimi duymamdı ki bu tarifsiz bir duyguydu. O güne kadar korneam uygun olmadığından imkansız denilmişti ama No Touch bana da çözüm sağlıyordu. 2015 yılında ameliyat oldum artık ne gözlüğüm ne de lensim var. Artık güneş gözlüğü kullanıyorum herkese tavsiye ederim... Caddebostan şubesinde ameliyat oldum ve Dr. Özer Kavalcıoğlu'na, asistanlarına ilgi, alaka, güleryüz ve anlayış için çok teşekkür ederim. Kendimi buraya geldiğimde çok özel hissediyorum çünkü öyle hissettiriyorlar. Herkese tavsiye ediyorum... No Touch olma isteğiyle gittim, yapılan kapsamlı tetkit ve muayenelerden sonra doktorum Özer Kavalcıoğlu lasik olmam yönünde görüş bildirdi, hiç düşünmeden kabul ettim iyi ki de etmişim. Toplamda 15 dakikalık bir operasyondan sonra gözlüğe tamamen veda ettim. İkinci gün sol üçüncü gün sağ gözüm tamamen düzeldi net görüyorum. Artık o kadar net ki TV altyazılarını bile çok uzaktan net okuyorum. Burdan tüm hastane çalışanlarına ve tabii ki doktorum Özer Kavalcıoğlu'na canı gönülden teşekkür ederim... Yirmi yıldır belki daha fazla doktorumuz olan değerli insan Özer Bey'e her şey için çok teşekkür ediyoruz. En son annemizin katarakt ameliyatı pürüzsüz bir şekilde bitti sayesinde, elleri dert görmesin. Hastane temiz, ev gibi sıcak bir ortam, o soğuk hastane yüzünü kırmışlar. Çalışan herkes güler yüzlü ve sistemli. Otopark ücretli ama artık o kadar da olur. Göz sağlığı başka şeye benzemez, kendimizi önce Allah'a sonra size emanet ediyoruz... Dr. Özer Kavalcıoğlu süper bir doktor! Her alanda son derece uzmandır, hatta en zor göz sorunlarını bile çok kolay bir şekilde çözen bir doktordur. Mesleğini cidden canı gönülden yapan ve olağanüstü bir şekilde profesyonel şekilde çalışan bir göz hekimidir. Hem mesleki yönden hem de insanlık yönünden gerçekten takdire şayan bir kişiliği vardır. Böyle harika ve kahraman bir doktoru tanıdığıma inanılmaz mutluyum. Önüme gelene hep Dr. Özer Kavalcıoğlu'nu öneriyorum ve önermeye de tabii ki devam edeceğim çünkü böyle bir doktor dünyada ilk ve tek. Göz ameliyatım oldukça başarılı geçti. Hiç kimsenin başaramadığı ameliyatı başardı! Kendisine ne kadar teşekkür etsem azdır.'* gibi ifadelerle övücü ve tavsiye edici nitelikteki hasta yorumlarına yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu tanıtımlarda yer alan ifade ve görüntüler ile 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 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 Yönetmeliği’nin 5/1-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 **Dr. Özer KAVALCIOĞLU** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**97)**

**Dosya No: 2022/2445**

**Şikayet Edilen: Op. Dr. Sultan Kaya ÜNSAL**

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

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 19.09.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde şahsa ait 'op.dr.sultankayaunsal' kullanıcı isimli sayfanın 19.09.2022 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *'Şimdi ameliyat zamanı No Touch lazerler bizi bekliyor... Üst kapak blefaroplasti maceramız. Hastamızın izniyle paylaşıyorum... Akıllı lensi merak edenler için bu videoyu hazırladık. Akıllı lens göz içine yerleştirilen bir mercektir. Yakın, orta ve uzak mesafeyi gözlüksüz görmemizi sağlar. 40-45 yaş sonrası gözlük kullanmak istemeyenlere, katarakt olup sonrası gözlük kullanmak istemeyenlere uygulanabilir. Göz ameliyatlarında lokal anestezi ile ameliyat olmak sizi korkutuyorsa genel anestezi ile de ameliyat olabileceğinizi unutmayın... Bir No Touch lazer hikayesi... Ameliyat sonrası dikiş almak kolay mı? Dikişleri kim alıyor? Kapak ameliyatları sonrası dikişleri mikroskop altında ben alıyorum. Dikiş almak oldukça kolay acıyan bir işlem değil... Göze dokunmadan lazer tedavisi. Az önceki hastamıza No Touch lazer tedavisi uyguladık. Hastamızın bir gözü 6.5 diğer gözü 5 numara miyoptu. No Touch lazer cerrahisi özellikle cerrahi sırasında hastalar için oldukça konforlu. Neden? Göze herhangi bir temas olmadığı için direkt bütün aşamaları lazer cihazı gerçekleştirdiği için acı ağrı hissetmiyorlar. Ayrıca korneası ince hastalara da güvenle uygulanabildiği için yüksek numaraları kolaylıkla tedavi edebilir... Akıllı lens işte bu kadar küçücük... Şimdi yine gözlük kullanmayan bir hastamız için akıllı lens ameliyatı yapacağız fakat tek bir farkla. Bugün ameliyatımızı genel anestezi ile gerçekleştireceğiz. Neden? Özellikle korkan, panik atak geçiren, daha önce lokal anestezi ile kötü tecrübe yaşamış olan kişilerde güvenle, onları korkutmadan genel anestezi altında ameliyat yapabiliyoruz. O yüzden akıllı lens ameliyatı düşünüyorsanız fakat lokal anesteziden korkuyorsanız tabii ki genel anestezi ile ameliyat olabilirsiniz... Sevgili Kürşat Bey'e teşekkürler. Akıllı lens ameliyatı sonrası yakın ve uzağı artık rahat görebiliyor. Sadece aksesuar olarak istediği model güneş gözlüğünü kullanıyor... Yüksek miyopi nedeniyle No Touch lazer tedavisi olan sevgili Sezer... İzem ve Birce kardeşlerin 3.ay No Touch lazer kontrolü, her şey yolunda... Sevgili Melike, Lasik sonrası 1.hafta kontrolüne geldi her şey yolunda... Sevgili Gonca gözlük kullanamıyordu ve yüksek miyop astigmatı vardı. Kornea sorunu da olan hastamıza Toric mercek ile tedavi gerçekleştirdik... Hacer Hanım'ın katarakt tedavisini yaptık. Sonrasında gözlük kullanmak istemediği için, astigmatını da düzeltmek için Toric akıllı lens koyduk. Kontrolde her şey yolunda... Sevgili Cansu ve Seyhan'ın No Touch lazer sonrası 1.ay kontrolü ve gözlüksüz artık rahatlıkla görebiliyorlar... Sevgili Melisa'yı No Touch lazer tedavisi sonrası yurtdışına uğurluyoruz... Sağ dışa kayma (ekzotropya) şaşılık ameliyatı sonrası 1 ay... Daha önce yurtdışında şaşılık ameliyatı olan hastamızın 3.ameliyatında başarıya ulaştık. Çok soruyorsunuz tekrar ameliyat olabilir miyiz diye. Şaşılıkta eğer kaslar izin verirse birkaç kez ameliyat yapılabilir... Sağ gözde 35 prizma dışa kayması olan hastanın 1.ay görünümü... Sağ göz içe kayma nedeniyle ameliyat olan hastanın görünümü... Sağ göz dışa kayma ameliyatı sonrası 1.gün... 45 prizma içe kaymanın ameliyatla tedavisi sonrası 45.gün... İki göz frontal askı ve blefaroplasti tedavisi sonrası... Sol konjonktiva müllerektomi sonrası... Sol gözden 2 kez levator rezeksiyonu geçiren hastaya frontal askılama yapınca kapakları eşitlendi 2.ay.'* gibi ifadeler ile, hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere, ayrıca tıbbi işlemlerin uygulanmasına dair görüntülere yer verildiği, bununla birlikte *'Sultan Hoca işinin ehli. Hastalarına karşı çok ilgili. Yıllar önce yaptığı ameliyatı ve hastasını hatırlayan bilgi ve güven veren bir doktor. Herkese tavsiye ederim. Ben çok memnunum kendisinden iyi ki tanımışım. Sultan Hoca size başarılar diliyorum... Doktor Sultan Kaya Ünsal'a akıllı lenslerim için çok teşekkürler. Çok akıllılar. Çok mutluyum elveda gözlük. Teşekkürler Sultan Hanım ellerinize sağlık. Teşekkürler tüm personele... İki hafta önce katarakt ameliyatı oldum ve akıllı lens takıldı. Uzun bir süreden sonra ilk defa hem gözlüksüz hem de çok net görmenin konforunu ve keyfini yaşıyorum. Sultan Hoca'ya ve tatlı ekibine sonsuz teşekkürler bu rahatlık için... Op. Dr. Sultan Kaya Ünsal'a çok teşekkür ederim. Operasyon son derece hızlı ve kolay oldu. Sonuçlardan memnunum, herkese tavsiye edebilirim... Op. Dr. Sultan Kaya Ünsal'a güler yüzlü oluşu ve personellerin sıcak yaklaşımı çok iyiydi. Operasyondan sonra gözlüklerden kurtuldum. Sonraki süreçte çok yardımcı oldular...'* gibi ifadelerle övücü ve tavsiye edici nitelikteki hasta yorumlarına yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu tanıtımlarda yer alan ifade ve görüntüler ile 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 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 Yönetmeliği’nin 5 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 **Op.** **Dr. Sultan KAYA ÜNSAL** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**98)**

**Dosya No: 2022/2451**

**Şikayet Edilen: Op. Dr. Hüseyin TUTAR**

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

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 20.09.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde şahsa ait 'op.dr.huseyintutar' kullanıcı isimli sayfanın 20.09.2022 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *'Haftaya No Touch Laser ile devam ediyoruz. No Touch Laser ile göze dokunmadan miyop, astigmat gibi görme problemlerini tedavi edebiliyoruz... Akıllı lens cerrahisi... Maldivler’den İstanbul’a bir lazer hikayesi. Değerli hastalarımızı kontrolleri sonrası Maldivler’e uğurladık. Tedavi için 6.000 KM yol kat eden hastalarımıza bizi tercih ettiği için tekrar teşekkür ediyorum... Notouchlaser ve akıllı lens ameliyatları ile ağustos ayını bitirdik. Yeni haftaya notouchlaserler ile başladık... Bir günü daha 3 hastamıza No Touch lazer uygulayarak bitirdik. Hastalarımızın istekleri, beklentileri ile bizim uygunluk kriterlerimiz örtüştüğünde harika sonuçlara ulaşıyoruz. Bu da bize yurt içinde olduğu kadar yurtdışında da tanınmamızı artırıyor... Rusya Federasyonu, Kabardey Balkar Cumhuriyetinden gelen Sana'nın, #notouchlaser serüveni... No Touch laser öncesi: Endişeliyim ama korkmuyorum ve sonunda her şeyi doğru düzgün görebileceğim için mutluyum. 6 dk sonra: Kendimi garip hissediyorum sanki kendi lenslerim var gibi, lensler çıkarıldığında çok iyi olacağıma eminim. 5. gün: Harika, her şey çok iyi 5 gün sonra kendimi çok iyi hissediyorum, bundan sonra da gittikçe daha iyi olacağına inanıyorum... Haftamızın kısa bir özeti. En sevdiğimiz yer ameliyathaneden kareler... Yavru vatan KKTC'den gelen, saat tamir üstadı, Ahmet Hüseyin Bey de akıllı lens ile #byebyeglasses dedi. Çok memnun ki arkadaşları da sırada... Akıllı lens ile #byebyeglasses dedi Ramazan Bey... Irak tan gelen İmran Hanım ve Ali Bey'i akıllı lens ile gözlükten kurtardık... Haftaya hastalarımızın mutluluğu ile başlıyoruz. No Touch Laser sonrası kontrollere başladık. Tek yumurta ikizi kardeşleri, tek yumurta ikizi bir doktorun ameliyat etmesi de ayrı güzellik... No Touch Laser ile gözünüze dokunulmadan miyop, astigmat gibi görme problemleri saniyeler içinde tedavi edilebilir. Göze dokunmadan yapılır. Hastanede yatmanıza gerek yoktur. Sosyal hayata kısa sürelerde dönersiniz... Miyop ve astigmat gibi görme kusurlarında yoğun olarak uyguladığımız No Touch Laser’in göze dokunmadan uygulandığını biliyor muydunuz? Dipnot sadece gözü kurulurken göze ufak bir temas yapıyoruz ama bu korneanınıza pamukla dokunmaktan farksız... Herkese iyi haftalar diliyorum, bugün size akıllı lensten biraz bahsedeceğim. Akıllı lensler çok kısa süreli cerrahi operasyon ile gözün içine yerleştirdiğimiz ömürlük lenslerdir. Uzak, yakın ve ara mesafeyi gözlüksüz görmenizi sağlayabilir. Gözde oluşmuş veya oluşacak katarakt probleminizde yine ömürlük çözülmüş olacaktır... Hastamız miyop ve astigmat problemi için Van’dan geldi. No Touch Laser ile göze dokunmadan miyop ve astigmatını ortadan kaldırdık... Akıllı Lens’in uzak, yakın ve ara mesafe görme problemlerini tedavi edebildiğini biliyor muydunuz? Dün yaptığımız lazer tedavilerinden birkaç kareyi sizle paylaşmak istedim... 3 ay önce #notouchlaser yaptığım, Tolgahan ve Batuhan artık gözlüksüz %120'den daha iyi görüyorlar...
Yüksek numaralı miyop astigmatı olan hastamıza No Touch Laser yaptık. Yüksek numara miyop, astigmatta No Touch Laser’i güvenle tercih ediyoruz... Akıllı lens sonrası mutluluk... Berfin’in 4 numara miyop, 0.25 astigmatı vardı. 41 saniye içinde göze dokunmadan uygulanan No Touch Laser ile numaralarına veda etti.'* gibi ifadeler ile tıbbi işlemlerin uygulanmasına dair görüntülere yer verildiği, bununla birlikte *'Teşekkür ediyorum Hüseyin Hoca'ya. Çok rahat bir ameliyattı. Umarım onun sayesinde gözlükten kurtuluyorum... Toplamda 65-66 saniyelik bir ameliyat gerçekleştirdik Hüseyin Hoca'yla gayet başarılı geçti. Kendisine, ekip arkadaşlarına, Veni Vidi Hastanesi'ne hepsine çok teşekkür ediyorum ilgilerinden dolayı, katkılarından dolayı...'* gibi ifadelerle övücü ve tavsiye edici nitelikteki hasta yorumlarına yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu tanıtımlarda yer alan ifade ve görüntüler ile 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 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 Yönetmeliği’nin 5/1-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 **Op.** **Dr. Hüseyin TUTAR** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**99)**

**Dosya No: 2022/2788**

**Şikayet Edilen: Op. Dr. Ali Serhan GAZYAĞCI**

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

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 27.09.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde şahsa ait 'drserhangazyagci' kullanıcı isimli sayfanın 27.09.2022 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *'Gözlük kullanmak istemeyen göz doktorlarının tercihi lazer tedavisi oldu... Neden No Touch lazer? Çünkü bizim bir grup hastamız göze dokunulmasından inanılmaz şekilde rahatsız olan ve korkan hastalarımız var. No Touch lazer bizim bu hastalarımız için biçilmiş birebir cerrahidir. Çünkü adından da anlaşıldığı gibi göze dokunmadan bu işlemi yapabilmekteyiz. Onun için göze dokunulmasından korkan hastalar için eşittir No Touch lazer... No Touch laser ile miyop, hipermetrop ve astigmat tedavisi göze dokunmadan yapılır. No Touch lazer ile gözlüklere veda etmenin tam zamanı... No Touch lazer ile gözlüklerinize veda edin... No Touch lazer gözleri klasik lazer yöntemlerine uygun olmayan korneaları çok ince, kornea yüzeyleri dik veya çok bozuk olan birçok hastaya umut olmaktadır... Biz akıllı lens takarak kişinin ömrünün sonuna kadar uzak, yakın ve ara mesafeyi net ve gözlüksüz görmesini sağlıyoruz. Akıllı lens teknolojisi işte budur... Gözleriniz bize emanet... Elimizde en geniş skalası olan kırma kusuru giderici ameliyat. Biz akıllı lensle miyop, hipermetrop, presbiyop ve kataraktı tek bir ameliyatla ve tek bir lensle giderebilmekteyiz... Sadece bir damla damlatılıp dakikalar içerisinde hem #katarak hem de gözlüklerinizden kurtulmak ister misiniz? #akıllılens ile tek ameliyat ile #miyop #hipermetrop #prespiyop ve #astigmat sıfırlanır... Akıllı lensler Fako yöntemiyle alınan kataraktlı merceğin yerine; uzak, yakın ve orta mesafede net görüş sağlayan lenslerin yerleştirilme ameliyatıdır... #hipermetrop #miyop ve #astigmat #lasik yöntemi ile sıfırlanınca #göztembelliği de düzeldi. %10 gören hastam şu an %100 görür duruma geldi. Bu yaşta #göztembelliğitedavisi olur mu? demek ki oluyor...Hele bir de gözünüz uygun ise #akıllılens takabilirsek tüm mesafeleri #gözlüksüz görebilirsiniz... #miyop ve #astigmat #lasik yöntemi ile sıfırlanıp #gözlüktenkurtulma sonrası “keşke 2 yıl önce ameliyat olsaydım” dedi... Sağ yanımda #akıllılens, sol yanımda #lasik yöntemi ile gözlüklerinden kurtardığım meslektaşlarım. Burası #venividigözantalya ve burada gözlük yok... Almanya Hamburg’dan #gözlüktenkurtulma amacı ile geldi. #premiumakıllılens sonrası “elimdeki hücreleri görüyorum” dedi... Sadece bir göze #premiumakıllılens taktık ve ertesi gün farkı sorduk. #gözlüktenkurtulmak işte böyle bir şey... Göz hastalıkları uzmanı Op. Dr. Kemal Sağnak abimi #akıllılens ile gözlükten kurtarmıştım. Bunun keyfini alan abim, eşi çocuk hastalıkları uzmanı Uz. Dr. Gülcan Sağnak ablama #premiumakıllılens önerdi ve bana da bunu yapmak düştü. Şimdi her ikisi de #gözlüksüz. Sağım solum akıllı lens, ne dilesem acaba... Her hasta bizim için özeldir. Görmek mutluluktur. Detaylı bilgi için arayabilirsiniz... Hani astigmat lazerle sıfırlanamazdı? İşte No Touch lazer farkı... Birkaç dakika öncesi göremezken araba kullanabilir hale gelmek. Lasik işte... Uzak, yakın, astigmat, katarakt sorununuz tek bir operasyon ile ömür boyu biter... Siz de mi gözlükten kurtulmak istiyorsunuz? Ne duruyorsunuz profildeki numaralardan bize ulaşarak bunu gerçekleştirebilirsiniz... Atatürk'ü gören gözlere de #akıllılens taktım ya... Bu da Lasik farkı işte... Hem gözlükten kurtuldu hem de göz tembelliğinden... Yüksek miyop, astigmat ve göz tembelliği akıllı lens ile tarih oldu... Lasik ile astigmat sıfırlama...'* gibi ifadeler ile tıbbi işlemlerin uygulanmasına dair görüntülere yer verildiği, bununla birlikte *'Ben lise çağlarımdan beri gözlük veya kontakt lens kullanıyorum. Bir süredir de bundan kurtulmayı planlıyordum. Ancak bir göz doktoru olarak başka bir doktora gözlerini emanet etmek çok kolay bir iş değil. Fakat buraya gelip Serhan Ağabeyle çalışmaya başladığımızda hastanenin hijyenini, kullandığı teknolojik cihazları özellikle de hastaların ameliyat sürecini ve sonrasını gördüğümde ben de burada ameliyat olabilirim diye düşündüm ve Serhan Ağabeye de bana da Lasik cerrahisini uygulamasını istedim. Bugüne kadar ameliyatı hep öneren ve yapan kişiyken ben de ilk defa bu ameliyatı olan ameliyatı isteyen konumundaydım. Benim için açıkçası çok değişik bir tecrübeydi. Fakat hem personelimizin ilgisi hem ortamın hijyeni hem de Serhan Hocamın sıcakkanlılığı benim için ameliyatı çok kolay bir hale getirdi. Hastalarımın sıklıkla ameliyat sonrası 'Hocam ben lenslerimle ya da gözlüklerimle gördüğümden çok daha iyi görüyorum.' derler. Ben de ameliyatın daha 1.gününde nerdeyse %150'ye yakın bir görmeye sahiptim. Bu ameliyatı yaşayan biri olarak görmek gerçekten mutluluk... Görmemde şu an herhangi bir sıkıntı yok. Gayet net ve güzel bir şekilde görüyorum. Çok memnunum. Gayet rahat bir şekilde uyuyabiliyorum artık... Çok memnunum. İnanıyorum ki 2 gözümden de 1 gün oldu ameliyat olalı bu kadar iyi isem ileride daha iyi olacağını düşünüyorum. Çok memnunum teşekkür ederim. Ameliyat olan gözümle bir şeyleri daha aydınlık gördüğümün farkına vardım. Çocuk gibi her nesneye tek tek bakmaya başladım. Gökyüzü daha bir mavi, bulutlar daha bir beyaz... Kesinlikle hayatımda aldığım en güzel karardı. No Touch lazer olmak gözlüksüz bütün indirim afişlerini görmek çok güzel... Serhan Bey mükemmel bir doktordur. Yaklaşık 2 hafta önce No Touch lazer yaptırdım sırf bu ameliyat için Almanya'dan geldim. Şu an o kadar net görüyorum ki çok memnunum keşke daha önce tanısaydım daha önce yaptırsaydım teşekkürler hocam... 33 gün önce benim ameliyatımı da yapmıştınız. Sayenizde yardım almadan bütün işlerimi yapıyorum 28 yıl sonra dünyam aydınlandı çok teşekkürler... Oğlum Mert sayenizde ilkokuldan beri ilerleyerek artık 7 numarayı geçen miyop ve astigmattan kurtuldu. No Touch lazer ile %100'ü bile aşmış %120 pilot görüşüne kavuşmuş oldu. İlk günlerde çektiği sıkıntılar hafif geçti diyebiliriz. Çocuğum güne pırıl pırıl bir bakışla başlayabildiği için o kadar mutluyum ki. Tekrar teşekkür ederiz ellerinize sağlık Hocam... Sağlıkçı bir aile olarak, bütün koah korkularımızı yenip, babamı tekrar dünya renkleriyle buluşturduğunuz için çok teşekkür ederiz. Darısı tüm koah ve astım hastalarının başına... Serhan Hoca ve Veni Vidi'ye güvenim sonsuz. Lazer olmayı düşünen arkadaşlara öneriyorum. Kendim de oldum 15.gün müthiş fark var...'* gibi ifadelerle övücü ve tavsiye edici nitelikteki hasta yorumlarına yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu tanıtımlarda yer alan ifade ve görüntüler ile 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 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 Yönetmeliği’nin 5/1-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. Ali Serhan GAZYAĞCI** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**100)**

**Dosya No: 2022/2791**

**Şikayet Edilen: Op. Dr. İlker YALÇIN**

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

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 28.09.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde şahsa ait 'dr.ilkeryalcin' kullanıcı isimli sayfanın 28.09.2022 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *'...Katarakt ve refraktif cerrahi uzmanı 20 yıllık cerrahi tecrübe katarakt, şaşılık, lazer, keratakonus, keratoplasti alanında uzman...Almanya'dan ülkemize ameliyat için gelen Tülay Şahin ve Yücel Şahin çiftinin operasyonlarını başarı ile gerçekleştirdik. Artık yakın ve uzağı gözlüksüz görebiliyorlar... Dün lazer yaptığımız hastalarımızın hepsi gözlüklerine veda ettiler... Başarılı bir lazer tedavisi ile gözlüklerinden kurtuldu... Her başarılı ameliyatın arkasında bir ekip vardır... Bir ameliyatın başarılı olabilmesi için başından sonuna kadar uyum, detaylı bir çalışma ve özen gerekir. Titiz ve fedakarca calışmaları ile beni her zaman destekleyen bu süper ekibe sonsuz teşekkürler. İyi ki varsınız... Tedavi için Amerika'daki ülkemize gelen Süheyla Hanım'a çok odaklı lens operasyonunu başarıyla gerçekleştirdik. Artık yakını ve uzağı gözlüksüz görebiliyor... Göz sağlığında 25 yıllık tecrübemiz ile Başakşehir’deki yeni muayehanemizde hizmetinizdeyiz... Hasta mutlu ekip mutlu... Fransa'dan tedavi için gelen hastamızın her iki gözün, bir gün önce çok odaklı lens taktık. Bugün uzağı ve yakını gözlüksüz şekilde %100 görebiliyor... Excimer lazer ile gözlüklerinize vedalaşın... Lazer uygunluk testleri ücretsiz. Gözlük ve lenslerinizden kurtulabilirsiniz. Lazer tedavisinde 23 yıllık tecrübe...'* gibi ifadeler ile tıbbi işlemlerin uygulanmasına dair görüntülere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu tanıtımlarda yer alan ifade ve görüntüler ile 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 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 Yönetmeliği’nin 5/1-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. İlker YALÇIN** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**101)**

**Dosya No: 2022/2951**

**Şikayet Edilen: Zerlife Şanlıurfa**

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

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 08.08.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Kuruluş bir 'sağlık kuruluşu' olarak faaliyet göstermek adına ilgili kurumlarca ruhsatlandırılmadığı halde, www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde 'zerlifesanliurfa' kullanıcı isimli sayfanın 08.08.2022 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *'ben yakma, plazma pen, dermapen'* gibi tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara; ayrıca tıbbi işlemlere ilişkin uygulama öncesi ve sonrasına ait görüntülere; bununla birlikte, söz konusu işlemlerle ilgili kampanya ve fiyat bilgilerine yer verildiği, diğer taraftan inceleme konusu tanıtımlarda “güzellik salonu” olarak faaliyet gösteren kuruluşun isminin “Zerlife Şanlıurfa” olarak nitelendirildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, kuruluş bir 'sağlık kuruluşu' olarak faaliyet göstermek adına ilgili kurumlarca ruhsatlandırılmadığı halde, www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde 'zerlifesanliurfa' kullanıcı isimli sayfanın 08.08.2022 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *'ben yakma, plazma pen, dermapen'* gibi güzellik salonlarında uygulanması mevzuat gereği yasak olan ve tabip tarafından uygulanması gerektiğinden tanıtımının yapılmasına da izin verilmeyen tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara; ayrıca tıbbi işlemlere ilişkin uygulama öncesi ve sonrasına ait görüntülere; bununla birlikte, söz konusu işlemlerle ilgili kampanya ve fiyat bilgilerine yer verildiği, diğer taraftan inceleme konusu tanıtımlarda “güzellik salonu” olarak faaliyet gösteren kuruluşun isminin “Zerlife Şanlıurfa” olarak nitelendirildiği,

Bilindiği üzere, 15.02.2008 tarihli 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 kaldırılmış ve aynı Yönetmeliğin Geçici 5 inci maddesi ile de güzellik salonları sağlık kuruluşu statüsünden çıkarıldığı,

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

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

Bu bağlamda; sağlık alanında faaliyeti olmayan kuruluşun, inceleme konusu internet sitesinde, tabipler tarafından uygulanması gereken çeşitlitıbbi tedavi yöntemlerine ilişkin tanıtımlarda bulunarak bu alanda hizmet verdiği ve sağlık alanında faaliyet gösterdiği yönünde izlenim uyandırdığı, ancak söz konusu tıbbi işlemlerin doktor kontrolünde ve sağlık kuruluşları bünyesinde uygulanması gerektiği ve söz konusu tıbbi işlemlerin yetkili kişilerce dahi reklamının yapılmasının mevzuat gereği yasak olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

- İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin YönetmeliğinEk-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 **Zerlife Şanlıurfa** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**102)**

**Dosya No: 2022/3028**

**Şikayet Edilen: Prof. Dr. Sinan EMRE**

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

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 26.09.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde şahsa ait 'prof.dr.sinanemre' kullanıcı isimli sayfanın 26.09.2022 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *'...Dünya rekorunun sahibi hastamız Fatma Uruk, lazer ameliyatıyla gözlüklerinden kurtardık... Farklı görme kusurlarına yönelik son teknoloji cihazların kullanıldığı tedavi yöntemleri, hekimin deneyimiyle de birleşince hastalara yaşam boyu sürecek konfor sağlanıyor. Korneanın lazer ile yeniden şekillendirildiği en son yöntemle daha konforlu bir görme sağlanıyor, gözlük ve lenslerden kurtulan kişinin yaşam kalitesi artıyor... İzmir Ekol Göz Hastanesi’nde Femtosaniye Excimer Lazer ile gözlükten kurtulma artık kolay... Lasik ile gözlükten kurtulma operasyonun 1. ayında hastamız mutlu, biz mutluyuz...'* gibi ifadeler ile tıbbi işlemlerin uygulanmasına dair görüntülere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu tanıtımlarda yer alan ifade ve görüntüler ile 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 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 Yönetmeliği’nin 5/1-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 **Prof.** **Dr. Sinan EMRE** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**103)**

**Dosya No: 2022/3880**

**Şikayet Edilen: Op. Dr. Muhammet Bahattin KIR**

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

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 22.09.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde şahsa ait 'drbahattinkir' kullanıcı isimli sayfanın 22.09.2022 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *'Gözlüklere veda edin... Sağ gözüne yıllar önce darbe alan hastamızın gözü görmüyordu. Şu an gözlüksüz %100 görebiliyor. Hastanın tarifiyle diğer gözünden bile daha net görüyor... Erzincan'dan hastamız Selçuk Bey'in yüksek astigmatı vardı. İ-Lasik ile lazer uyguladık. Başarılı sonuç aldık. Göz numaralarının öncesi ve sonrası resimdedir... Katarakt nedeniyle bulanık görmesi olan Alaattin Bey'in her iki gözüne katarakt ameliyatı esnasında akıllı lens (akıllı mercek) uyguladık. Uzak yakın gözlüklerden de kurtuldu. %100 görebiliyor… Femto İ-Lasik ile son teknoloji lazer ile bir hastamızın daha göz bozukluğunu düzelttik... Son teknolojiyle donatılmış kliniğimizde İ-Lasik lazer ile derin tabakaya da lazer yaparak daha kalıcı ve konforlu sonuçlar elde ediyoruz... Bir gözünü göz tansiyonu nedeniyle kaybeden Mümine Hanım'ın diğer gözüne operasyon yaptık. Zor katarakt cerrahisini ekibimle başarıyla tamamladık. Hediyesi için teşekkür ediyorum. Bizim için en büyük mutluluk operasyon sonrası hastalarımızın yüzünün böyle gülmesi... Son teknoloji yeni katarakt cihazımızla en iyi sonuçları almak icin çalışıyoruz (oertli faros) ... 4 ay önce Almanya'dan hastamız Leyla Hanım kontrole geldi. Bir göze PRK (No Touch lazer) diğer göze i-lasik yaptık. Sonucumuz mükemmel... Gözlüklerinizle vedalaşın. Excimer lazer ile hayatı gözlüksüz yaşayın... İ-Lasik lazer sonrası 1.gün sonuçlarımız nerdeyse mükemmel... Retina gözümüzün sensörü gibidir. Tedavide geç kalırsak sonuç alamayabiliriz. Bu resimde solda tedavi öncesinin sağda tedaviden 20 gün sonrasının oct filmi. Bir retina hastası için çok iyi bir dramatik düzelme… Birkaç gün önce bir hastamızı daha gözlükten kurtardık... Dün i-Lasik ile lazer yaptığımız hastamız bugün 2 göz %100 görüyor… Lasik için kısaca 1 günde sonuç alabildiğiniz ağrısız lazer yöntemi diyebiliriz… #Lasik üst düzey başarı için ayrıntılara dikkat etmemiz lazım... Yüksek göz numaraları için İ-Lasik lazer şart...'* gibi ifadeler ile, hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere, ayrıca tıbbi işlemlerin uygulanmasına dair görüntülere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu tanıtımlarda yer alan ifade ve görüntüler ile 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 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 Yönetmeliği’nin 5/1-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 **Op.** **Dr. Muhammet Bahattin KIR** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**GIDA**

**104)**

**Dosya No: 2022/1877**

**Şikayet Edilen: Alchem Europe İlaç Kozmetik Gıda Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Pharmatic Sağlık” dergisinde yayımlanan “Arthoqule” adlı ürüne ilişkin reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 2022

**Yayınlandığı Mecra:** Dergi

**Tespitler:** “Pharmatic Sağlık” dergisinin İlkbahar 2022 dönemine ait 52. sayısında “Arthoqule” adlı takviye edici gıdanın “Kıkırdak sağlığını destekler” ifadesi ve diz üzerine vurgu yapılarak tanıtıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu tanıtımlarda yer alan ifade ve görselin 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;

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 5/1 inci maddesi,

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

- Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliğinin 5/1, 8/1, 8/2 ve 8/3 üncü maddeleri,

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Alchem Europe İlaç Kozmetik Gıda Anonim Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **15.568,00-TL (Onbeşbinbeşyüzaltmışsekiz Türk Lirası)** **idari para ve** **anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**105)**

**Dosya No: 2022/2617**

**Şikayet Edilen: DSM Grup Dan. İletişim ve Satış Ticaret Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Trendyol Yemek” uygulaması üzerinden yayımlanan “Trendyol Yemek Özel Popeyes Menü” temalı reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Reklamda “Trendyol Yemek Özel Popeyes Menü 2 Poppy Sandviç+Orta Boy Patates+4li Soğan Halkası+3lü Dip’n Chicken+3lü Nuggets+1 Litre İçecek 111,21 TL yerine 69,99 TL” ifadelerine yer verildiği, kampanya detayları kısmında “Kampanya 13 Haziran 09:45’te başlayıp 3 Temmuz 23:59’da sona erecektir” ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, bahse konu indirimli satış reklamında, ilgili mevzuatı uyarınca bahse konu ürünün fiyatında indirim yapıldığını gösteren fiyattan satışa sunulduğunun ispatlanması gerektiği ancak söz konusu hususun ispatlanamadığı, bu nedenle anılan indirimden önceki fiyat şeklinde gösterilen fiyatın gerçeği yansıtmayarak tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/5-ç, 9/1, 9/5, 14/1, 14/2, 14/3 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **DSM Grup Dan. İletişim ve Satış Ticaret Anonim Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddesi uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**106)**

**Dosya No: 2022/2634**

**Şikayet Edilen: Köfteci Yusuf Haz. Yem. Tem. Can. Hay. Et Mam. Ent. Gıda İth. İhr. San. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Trendyol Hızlı Market” uygulaması üzerinden yayımlanan *“200 TL ve üzeri köfte ve sucuk alışverişine dana kavurma sepette 5 TL”* temalı reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 22.06.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** “Trendyol Hızlı Market” uygulaması üzerinden yayımlanan reklamda, *“9-23 Haziran tarihleri arasında 200 TL ve üzeri köfte ve sucuk alışverişine dana kavurma sepette 5 TL”* ifadelerine yer verildiği, “Kırmızı Et Köfte 500 Gr Map” adlı ürünün fiyatının 58 TL olarak, “Köfteci Yusuf Hesaplı Kasap Sucuk Dilimli 250 Gr” adlı ürünün fiyatının ise 36 TL olarak belirtildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, bahse konu reklamlarda yer alan gramaj ve fiyat bilgisinin aksine tüketiciye reklamlarda beyan edilen gramajların altında ağırlıklarla eksik ürün teslimi yapıldığı ve bu suretle söz konusu reklamın tüketicileri aldatıcı ve 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-a, 7/5-ç, 9/1, 9/5, 13/1, 13/2, 13/6, 13/9, 18/1 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Köfteci Yusuf Haz. Yem. Tem. Can. Hay. Et Mam. Ent. Gıda İth. İhr. San. ve Tic. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddesi uyarınca **155.712,00-TL (Yüzellibeşbinyediyüzoniki Türk Lirası)** **idari para ve** **anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**107)**

**Dosya No: 2022/3043**

**Şikayet Edilen: Köfteci Yusuf Haz. Yem. Tem. Can. Hay. Et Mam. Ent. Gıda İth. İhr. San. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** "Trendyol Yemek" uygulaması üzerinden yayınlanan menü reklamları

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** "Trendyol Yemek" uygulaması üzerinden yayımlanan reklamda, “Tekli Yarım Ekmek Öğrenci Menüsü, Tekli Tam Ekmek Öğrenci Menüsü, İkili Yarım Ekmek Öğrenci Menüsü, İkili Tam Ekmek Menü ve İkili Yarım Ekmek Menü” adlı menülerin içeriğinde yer alan ürünler ile görsellerde yer alan ürünler arasında uyumsuzluk bulunduğu, menüyü oluşturan ve tüketiciye sunulan ürün sayısının kullanılan reklamda yer alan ürün sayısıyla aynı olmadığı ve menü görselinde daha fazla sayıda yemek görseline verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, bahse konu reklamlarda yer alan menülerin içeriğindeki ürünler ile görsellerde yer alan ürünler arasında uyumsuzluk bulunduğu, menüyü oluşturan ve tüketiciye sunulan ürün sayısının kullanılan reklamda yer alan ürün sayısıyla aynı olmadığı ve menü görselinde daha fazla sayıda yemek görseline verilmesiyle suretiyle tüketicilerin yanıltıldığı ve bu suretle yapılan tanıtımların tüketicileri aldatıcı 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-a, 9/1, 9/5, 18/1, 18/7 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Köfteci Yusuf Haz. Yem. Tem. Can. Hay. Et Mam. Ent. Gıda İth. İhr. San. ve Tic. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddesi uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**108)**

**Dosya No: 2022/3594**

**Şikayet Edilen: DSM Grup Dan. İletişim ve Satış Ticaret Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** "Trendyol Yemek" uygulaması üzerinden yayımlanan “20 TL Kuponun Var” temalı reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** “Kuponunu kullan ihtiyaçların indirimli gelsin! /20 TL kupon kazandın! Bu siparişin için tüm marketlerde geçerli kuponun var” ifadelerine yer verilen reklamda anılan uygulama üzerinden verilecek siparişlerde 20 TL’lik indirim uygulanacağına ilişkin vaade yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, vaat edilen indirimin tüketicilerin hesabına tanımlanmadığı söz konusu reklamın yanlış ve eksik bilgi taşıdığı, dolayısıyla ulaştığı ortalama tüketicinin ekonomik davranış biçimini bozma ihtimali olduğu ve bu suretle yapılan tanıtımların tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**109)**

**Dosya No: 2022/4058**

**Şikayet Edilen: Erikli Su ve Meşrubat Sanayi ve Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Erikli Su” reklamları

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 13.09.2022

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** İnceleme konusu reklamda, 13.09.2022 tarihinde saat 20.47’de TV8 logolu televizyon kanalında yayımlanan MasterChef isimli programın yayımı esnasında alt bantta yayımlanan ve “Uludağ'ın Zirvesinden Erikli Lezzeti/Yeni abonelere ilk 10 siparişin 5'i hediye” ifadelerinin yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, bant reklamda yer verilen alt yazının tüketiciler tarafından rahatça okunabilir şekilde olmadığı ve tüketicinin satın alma kararını etkileyecek nitelikteki bilgilerin ortalama tüketicinin algılayabileceği biçimde iletilmediği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Erikli Su ve Meşrubat 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

**110)**

**Dosya No: 2022/495**

**Şikayet Edilen: Patiswiss Çikolata Gıda Sanayi ve Ticaret Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.patiswiss.com.tr adresli internet sitesi ile "Patiswiss Şeker İlavesiz Kakaolu Fındık Kreması" isimli ürün ambalajında yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 09.02.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, Ambalaj

**Tespitler:** Yapılan incelemede, "Patiswiss Şeker İlavesiz Kakaolu Fındık Kreması" isimli ürün ambalajında *"şeker ilavesiz"* ifadesine ve içindekiler bölümü incelendiğinde “Maltitol” isimli maddenin bulunduğu,

Ürünün ambalajı ve www.patiswiss.com.tr adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda *"Doğal olarak şeker içerir."* ifadesine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, "Patiswiss Şeker İlavesiz Kakaolu Fındık Kreması" isimli ürün ambalajında *"şeker ilavesiz"* ifadesine yer verildiği ancak ürünün arka etiketinde yer alan "İçindekiler" kısmı incelendiğinde ilk sırada bir tatlandırıcı türü olan Maltitol maddesinin yer aldığı; bu durumun TGK Etiketleme ve Tüketicileri Bilgilendirme Yönetmeliği Ek-2 de belirtilen "Etiketinde İlave Zorunlu Bilgiler Bulunması Gereken Gıdalar" başlıklı Tatlandırıcı İçeren Gıdalar bölümünde yer alan Türk Gıda Kodeksi Gıda Katkı Maddeleri Yönetmeliğine göre kullanımına izin verilen bir tatlandırıcıyı veya tatlandırıcıları içeren gıdalar için “Tatlandırıcı(lar) içerir.” veya “Tatlandırıcılı” ifadesi, gıdanın adının yanında yer alır." hükmüne aykırı olduğu ve ürünün tatlandırıcı içermesine rağmen tatlandırıcı içerdiği bilgisine yer verilmemesinin tüketicileri yanıltıcı olduğu,

Bununla birlikte, TGK Etiketleme ve Tüketicileri Bilgilendirme Yönetmeliği'nin Ek-4'te yer alan Gıda Katkı Maddeleri ve Gıda Enzimlerinin Bileşenler Listesinde Belirtilmesi başlıklı Bölüm 3 uyarınca gıdalarda kullanılan katkı maddelerinin fonksiyonel sınıfının belirtilmesi gerektiği, ürünün etiketinde Maltitol bileşeninin önünde "tatlandırıcı" fonksiyonuna yer verilip tüketicilere bu bileşenin ne amaçla kullanıldığının belirtilmesi gerekmesine karşın belirtilmediği ve Maltitolün doğal bir bileşen olduğu yönünde bir algının yaratıldığı,

Öte yandan www.patiswiss.com.tr adresli internet sitesinin 09.02.2022 tarihli görünümünde yer alan Şekersiz Kakaolu Fındık Kreması ürünü tanıtımlarında tatlandırıcı içerdiği bilgisine yer verilmediği,

Tüm bunlarla birlikte ürünün ambalajı ve internet sitesinde yer alan tanıtımlarında *"Doğal olarak şeker içerir."* ifadesinin yer aldığı, ürünün tüketiciler neczinde doğal şeker içerikli olduğu algısının yaratıldığı;

*"Doğal olarak şeker içerir."* ifadesinin, ürünün ambalajında yer alan "şeker ilavesiz" ve bahsi geçen internet sitesinde "şekersiz" ifadeleri ile çelişerek anlam karışıklığına yol açıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların,

-Türk Gıda Kodeksi Gıda Etiketleme ve Tüketicileri Bilgilendirme Yönetmeliği’nin 7, 10/1, 21/1, 21/5 maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Patiswiss Çikolata Gıda Sanayi ve Ticaret Anonim Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**111)**

**Dosya No: 2022/1143**

**Şikayet Edilen: Zeynep Çeşmeci Takviye Gıda Kozmetik ve Güzellik Ürünleri**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.doktorvitaminler.com/ adresli internet sitesinde yapılan tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 29.03.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan incelemede, https://www.doktorvitaminler.com/ adresli internet sitesinin 29.03.2022 tarihli görünümünde örnek olarak;

“APPROVED SCIENCE” isimli ürün tanıtımlarında, *“Tipik olarak asit reflü semptomlarından sorumlu pepsin ve diğer mide asitlerinin üretimini engeller. Yemek borusu ve mide-duedenum yolundaki mukoza zarının iltihaplanmasın yatıştırır. Mide asitlerine karşı koruyucu bir bariyer görevi görerek yemek borusu ve mide zarını hasardan korur. Analjezik özellikler sağlar ve ağrı hassasiyetini azaltmaya yardımcı olur.”* şeklinde,

“5-HTP By Enchantes” isimli ürün tanıtımlarında, *“Serotonini doğal olarak arttırır, vücudun kendini iyi hissetmesini sağlar. Harika bir gece uykusu için yatmadan hemen önce 1 kapsülü deneyin! Sabah ne kadar dinlenmiş hissettiğinize şaşıracaksınız. Çalışmalar 5-htp nin karbonhidrat isteklerini hafifletebileceğini tokluğu (dolgunluk hissini) arttırarak başarılı, ömür boyu kilo yönetimini desteklediğini göstermektedir. Ön çalışmalar, hafif-orta şiddette depsresyonu olan kişilerde 5-htp nin bazı antidepresan ilaçların yanı sıra işe yarayabileceğini göstermektedir."* şeklinde,

“BRAIN & MEMORY (Beyin Sağlığı)” isimli ürün tanıtımlarında, *“Sağlıklı beyin fonksiyonunu, hafızayı ve konsantrasyonu destekleyicisi. Beyin sisi, dikkat dağınıklığı, unutkanlık ve geç kavramada oldukça etkili.”* şeklinde,

“HESPERİDİN + DİOSMİN+ NAD+” isimli ürün tanıtımlarında, *“Diosmin Hesperidin NAD+ takviyeleri, sağlıklı damarları, kılcal damarları ve dolaşımı desteklemenin yanı sıra lenfatik drenajı desteklemeye yardımcı olur. Sağlıklı Lenfatik Fonksiyonu Destekler Sağlıklı Bir Kardiyovasküler Sistemi Destekler Sağlıklı Antioksidan Aktiviteyi Destekler Kan Şekeri Metabolizmasını Destekler”* şeklinde,

“Lung Tonic (Akciğer ve Bronş Sağlığı)” isimli ürün tanıtımlarında*, “Lung Tonic Professional Strength akciğer kapasitesini ve oksijen emilimini artırır ve en üst düzeye çıkarır. Akciğer sorunlarının ve sorunlarının uzun vadeli yönetimi için ideal bir formüldür. Lung Tonic, amfizem, kronik bronşit ve astım dahil olmak üzere kronik obstrüktif akciğer hastalığı (KOAH) için özel destek sağlar. Lung Tonic Professional Strength Bitkisel Formül ayrıca tıkanıklık, bronşiyollerin ve akciğer dokusunun iltihaplanması, bronşiyol spazmları ve aşırı mukus üretimi için yararlıdır. Lung Tonic Professional Strength Bitkisel Formül, solunum yolu enfeksiyonlarına karşı korumaya yardımcı olur, öksürükleri yatıştırır ve yatıştırır."* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç ifadeler kullanılarak tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği, böylelikle söz konusu ürünlerin insan fizyolojisine ve/veya metabolizmasına etki eden bir “tıbbi ürün” gibi tanıtıldığı, ayrıca şayet anılan ürünler söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda "gıda takviyesi" kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilmesi gereken ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuata uygun olmadığı,

Öte yandan, www.doktorvitaminler.com adresli internet sitesinin alan adında "doktor" isminin kullanılmasının tüketicileri yanıltıcı olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların,

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Zeynep Çeşmeci Takviye Gıda Kozmetik ve Güzellik Ürünleri** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**112)**

**Dosya No: 2022/1697**

**Şikayet Edilen: Doğadan Bizim Gıda ve Süt Ürünleri San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.dogadanbizim.com.tr/ adresli internet sitesinde ve https://www.instagram.com adresinde "akkermansiam" hesap adıyla yapılan firmaya ait ürünlere ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 13.05.2022, 27.04.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan incelemede, https://www.dogadanbizim.com.tr/ adresli internet sitesinin 13.05.2022 tarihli görünümünde;

- Akkermansiam Probiyotik & Prebiyotik içeren Takviye Edici Gıda isimli ürün tanıtımlarında; *"kilo kontrolü, glikoz kontrolü, enflamasyonda, bağışıklık sistemini güçlendiren (...)"* şeklinde,

-İmmünPrelife Prebiyotikli Gıda isimli ürün tanıtımlarında; *"immün terapilerde yeni nesil prebiyotik güç", "Antikanserojen, Antialerjik, Antihistaminik yeni nesil Prebiyotik güç olarak İmmün sistemini yeniden güçlenmesinde olumlu yararı bulunur. Antikanserojen etkisi için immünterapilerde Akkermansiam ürünü ile birlikte, Antialerjenik ve Antihistaminik etkisi için Goldbiotik ürünü ile birlikte kullanılmalıdır." "İmmünPrelife ürünü; probiyotiklerle birlikte sindirim sistemini düzenli hale getirir, bağışıklık sistemini güçlendirerek hastalıklara karşı direnci arttırır."* şeklinde,

https://www.instagram.com adresinde "akkermansiam" hesap adıyla yapılan tanıtımların 13.05.2022 tarihli görünümünde;

-*"IBS için yeni nesil probiotik Akkermansiam'ı denediniz mi?" "Kilo problemleri için Akkermansiam'ı denediniz mi? AÇLIK KRİZİNE ÇÖZÜM AKKERMANSİAM (...) Kan serum dengesi sağlanır, LDL azalır, HDL de nispi artış olur. Trigileserid seviyesinde düşüşler yaşanır. Karaciğer bozukluğunda metabolitleri düzenleyerek filtrasyonu geliştirmiştir. Bağırsak mukoza tabakasının gelişimini arttırarak geçirgenliği sona erdirmektedirler. Akkermansiam bu nedenle kilo kontrolünde çok etkin rolleri ile obez ve fazla kilolu kişilerin yeme sıklığı azaltıp, yemek oranlarını düşürerek kolay kilo vermesini desteklemektedir. #kiloverme #kilokontrolü #obezite" Glikoz kontrolünde Akkermansiam'ı denediniz mi?" "Otoimmün hastalıklar için Akkermansiam'ı denediniz mi?" "Akkermansiam Kanserden korunmada probiyotik güç!"* *"ISO:22000 Sertifikası" "Helal Sertifikası" "Vegan" "Türk Biyologlar Derneği Macro-Biome ürünlerini Öneriyor" ve "Beslenme Uzmanları ve Diyetisyenler Akkermansiam Öneriyor" FDA onaylı*” şeklinde ve benzeri ifadelere yer verildiği,

https://www.dogadanbizim.com.tr/ internet adresinin 27.04.2022 tarihli görünümünde yer alan;

Akkermansiam Next Generation Probiotic ürün tanıtımlarında "SÜPER ANTİOKSİDAN MEYVELER" ifadesine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, https://www.dogadanbizim.com.tr/ adresli internet sitesinin 13.05.2022 tarihli görünümünde;

- Akkermansiam Probiyotik & Prebiyotik içeren Takviye Edici Gıda isimli ürün tanıtımlarında; *"kilo kontrolü, glikoz kontrolü, enflamasyonda, bağışıklık sistemini güçlendiren (...)"* şeklinde ifadelere,

-İmmünPrelife Prebiyotikli Gıda isimli ürün tanıtımlarında; *"immün terapilerde yeni nesil prebiyotik güç", "Antikanserojen, Antialerjik, Antihistaminik yeni nesil Prebiyotik güç olarak İmmün sistemini yeniden güçlenmesinde olumlu yararı bulunur. Antikanserojen etkisi için immünterapilerde Akkermansiam ürünü ile birlikte, Antialerjenik ve Antihistaminik etkisi için Goldbiotik ürünü ile birlikte kullanılmalıdır." "İmmünPrelife ürünü; probiyotiklerle birlikte sindirim sistemini düzenli hale getirir, bağışıklık sistemini güçlendirerek hastalıklara karşı direnci arttırır."* şeklinde ifadelere;

https://www.instagram.com adresinde "akkermansiam" hesap adıyla yapılan tanıtımların 13.05.2022 tarihli görünümünde;

*-"IBS için yeni nesil probiotik Akkermansiam'ı denediniz mi?" "Kilo problemleri için Akkermansiam'ı denediniz mi? AÇLIK KRİZİNE ÇÖZÜM AKKERMANSİAM (...) Kan serum dengesi sağlanır, LDL azalır, HDL de nispi artış olur. Trigileserid seviyesinde düşüşler yaşanır. Karaciğer bozukluğunda metabolitleri düzenleyerek filtrasyonu geliştirmiştir. Bağırsak mukoza tabakasının gelişimini arttırarak geçirgenliği sona erdirmektedirler. Akkermansiam bu nedenle kilo kontrolünde çok etkin rolleri ile obez ve fazla kilolu kişilerin yeme sıklığı azaltıp, yemek oranlarını düşürerek kolay kilo vermesini desteklemektedir. #kiloverme #kilokontrolü #obezite" Glikoz kontrolünde Akkermansiam'ı denediniz mi?" "Otoimmün hastalıklar için Akkermansiam'ı denediniz mi?" "Akkermansiam Kanserden korunmada probiyotik güç!"* şeklinde ve benzeri ifadelere yer verildiği,

Ancak endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç ifadeler kullanılarak 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,

Bununla birlikte https://www.instagram.com adresinde " akkermansiam" hesap adıyla yapılan tanıtımlarda yer alan *"Beslenme Uzmanları ve Diyetisyenler Akkermansiam Öneriyor"* ifadelerinin ispatlanamadığı ve söz konusu ifadenin Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin Tanıklı reklamlar başlıklı 16/1 maddesinin "Reklamlarda, tanıklığına başvurulan kişi, kurum veya kuruluşun tecrübesine, bilgisine veya araştırma sonuçlarına dayanmayan ve gerçek olmayan hiçbir tanıklık ya da onay ifadesine yer verilemez veya atıfta bulunulamaz." hükmüne aykırı olduğu,

https://www.dogadanbizim.com.tr/ internet adresinin 27.04.2022 tarihli görünümünde yer alan;

Akkermansiam Next Generation Probiotic ürün tanıtımlarında *"SÜPER ANTİOKSİDAN MEYVELER"* ifadesine yer verildiği ancak "süper" kelimesi ile diğer gıdalara göre üstünlük belirtildiği,

Akkermansia Muciniphila ARA1 formunun FDA onaylı olduğuna ilişkin iddianın ispatlanamadığı,

Bahse konu internet siteleri, ambalaj görselleri ve broşürlerde *"FDA Onaylı"* işaretine yer verilmesinin, ürünün FDA tarafından onaylandığı izleniminin yaratıldığı ve bu durumun tüketicileri yanıltıcı olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların,

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

-5996 sayılı Veteriner Hizmetleri, Bitki Sağlığı, Gıda ve Yem Kanunu’nun 23/2, 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, 9/4, 9/5, 26 ncı maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Doğadan Bizim Gıda ve Süt Ürünleri 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** verilmesinekarar verilmiştir.

**113)**

**Dosya No: 2022/2244**

**Şikayet Edilen: Şok Marketler Ticaret A. Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait "CepteŞok" uygulamasında yer alan "25 TL ve üzeri alışverişe Pınar %1 Yağlı Süt 4x1 lt 42,00 TL" kampanyası

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 04.06.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan incelemede, "CepteŞok" uygulamasında “25 TL ve üzeri alışverişinizde Pınar %1 Yağlı Süt 4x1 lt 42,00 TL" kampanyasına ilişkin tanıtımlarda; ürünün fiyatının 59,80TL den indirim yapılarak 42,00 TL olarak satışa sunulduğu, aynı ürünün 1 litrelik fiyatının 10,95 TL olduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, firmaya ait tanıtımlarda yer alan satış fiyatlarına ilişkin gönderilen faturalar ve fiyat değişim bilgilerinin firmanın iddialarını destekler nitelikte 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.

**114)**

**Dosya No: 2022/2267**

**Şikayet Edilen: Numil Gıda Ürünleri Sanayi ve Ticaret Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait "Aptamil Devam Sütleri" ve "Aptamil Kaşık Maması" markalı ürün tanıtımları

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 05.08.2022

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon, İnternet, Afiş, Açık Hava İlanı

**Tespitler:** Yapılan incelemede, "Aptamil Devam Sütleri" ve "Aptamil Kaşık Maması" isimli ürüne ilişkin olarak muhtelif tarihlerde ve muhtelif televizyon kanallarında ve ayrıca 05.08.2022 tarihinde "youtube" isimli sosyal paylaşım sitesinde "Aptamil Çocuk Devam Sütleri" kanal adıyla https://youtu.be/2Wz2U36bosc URL uzantısı üzerinden yayınlanan "Aptamil’le Bağışıklığı Desteklensin, Ritminiz Devam Etsin" başlıklı tanıtımlarda bazı sahnelerde çocuk üzerinde mavi hare kullanıldığı,

"Aptamil Çocuk Devam Sütleri" ürüne ilişkin olarak satış noktalarında yapılan tanıtımlarda “Koruyucu içermez.” ve “ilave şeker içermez.” beyanlarına yer verildiği,

Satış stantlarında "Aptamil 1 Bebek Formülleri" ürünlerinin satış noktasındaki rafında “Bağışıklık sistemini destekler” beyanının kullanıldığı,

Anılan ürünlere yönelik olarak marketlerde yer alan satış stantlarında indirimli satış görsellerinin bulunduğu,

"Aptamil Çocuk Devam Sütleri"ne ait POP-Up şeklinde yapılan tanıtımlarda, Bebeğim neden ağlıyor? reklam videosunda; *"Bebeğim Niye Ağlıyor? Acaba karnı doymadı mı? Sorularım geride kaldı. Çünkü doktoruma danıştım. Artık Doğa ’yı hem emziriyorum hem de Aptamil ’le destekliyorum. Doyduğundan emin oluyorum. Aptamil çocuk doktorlarının 1 numaralı tavsiyesi."* şeklinde, Bebeğimin kilosu normal mi? reklam videosunda: *"Bebeğimin kilosu normal mi? Yaşıtlarına göre zayıf mı? Sorularım geride kaldı. Artık Umut’u doktorumun tavsiyesiyle anne sütüne ek Aptamil’le destekliyorum, büyümesini destekliyorum. Doktorumuz da gelişiminden çok memnun. Aptamil çocuk doktorlarının 1 numaralı tavsiyesi*" şeklinde ifadelere yer verildiği,

"Aptamil Kaşık mamaları" ürünü ile ilgili olarak, hastanelerde sedye örtüsü olarak kullanılan tanıtım materyalinde kalkan görüntüsü içerisinde “BAĞIŞIKLIĞI DESTEKLENSİN” şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, "Aptamil Devam Sütleri" ve "Aptamil Kaşık Maması" isimli ürüne ilişkin olarak muhtelif tarihlerde ve muhtelif televizyon kanallarında ve ayrıca 05.08.2022 tarihinde "youtube" isimli sosyal paylaşım sitesinde "Aptamil Çocuk Devam Sütleri" kanal adıyla https://youtu.be/2Wz2U36bosc URL uzantısı üzerinden yayınlanan "Aptamil’le Bağışıklığı Desteklensin, Ritminiz Devam Etsin" başlıklı tanıtımlarda bazı sahnelerde çocuk üzerinde mavi hare kullanılarak "Aptamil Çocuk Devam Sütleri" kullanan çocukların dış etmenlerden korunarak bağışıklığını sağladığı izlenimi oluşturulduğu, bu kullanım sağlık beyanının anlamını daha da güçlendirerek ürünün sağlayamayacağı bir faydayı ya da etkiyi tüketicilere ima ederek annelerin bu konudaki hassasiyetlerinden de faydalanmak üzere önemli bir yanıltıcılık unsuru oluşturduğu,

Bununla birlikte çeşitli mecralarda (açık hava ilanları, dış mekan giydirme, e-ticaret alışveriş siteleri, farklı internet siteleri, alışveriş marketleri vb.) yapılan tanıtımların dipnot/altyazılarının okunabilirlikten uzak olduğu, bu durumun Ticari Reklam Ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 21. Maddesinde yer alan *“MADDE 21 - (1) Reklamlarda yer alan dipnot, alt yazı ve durağan yazılarda aşağıda belirtilen hususlara uyulması zorunludur: Yazı ile arka planı arasındaki kontrast ve nispi parlaklık, metnin kolaylıkla okunmasına olanak tanımalıdır.”* hükümlerine aykırılık teşkil ettiği,

"Aptamil Çocuk Devam Sütleri" ürüne ilişkin olarak satış noktalarında yapılan tanıtımlarda “Koruyucu içermez.” ve “ilave şeker içermez.” beyanlarına yer verildiği, ancak TGK Gıda Etiketleme ve Tüketicileri Bilgilendirme Yönetmeliği Hakkında Kılavuz uyarınca “koruyucu içermez” beyanının kullanılamayacağı, nitekim devam formülleri/sütleri grubunda Türk Gıda Kodeksi Gıda Katkı Maddeleri Yönetmeliği uyarınca izin verilen herhangi bir koruyucu katkı maddesi bulunmadığı, bu nedenle piyasada yer alan tüm devam formülleri/sütleri herhangi bir koruyucu katkı maddesi içermediği, Türk Gıda Kodeksi Gıda Etiketleme ve Tüketicileri Bilgilendirme Yönetmeliği’nde yer alan *“MADDE 7-c) Tüm benzer gıdalar aynı niteliklere sahip olduğu halde, belli bir gıdanın özel niteliklere sahip olduğunu ileri sürerek ve özellikle belirli bileşenler ve/veya besin öğelerinin varlığını veya yokluğunu özel olarak vurgulayarak, yanıltıcı biçimde olamaz”* hükmü gereği yapılan bu tanıtımların mevzuata aykırı olduğu,

Bunun yanı sıra TGK Gıda Etiketleme ve Tüketicileri Bilgilendirme Yönetmeliği Hakkında Kılavuz gereğince “İlave Şeker İçermez” beyanı yapılabilmesi için “Gıdada herhangi bir mono- veya disakkarit veya tatlandırma özelliği için ilave edilen bir başka gıda bulunmaması gerekir.” hükümünü karşılaması gerektiği, "Aptamil Devam Sütleri" içeriğine bakıldığında ilk sırada “Laktoz” yani bir disakkarit şeker içerdiği ve bunun direkt ürüne ilave edildiği, bu durumun gıda hakkında doğru bilgilendirme hükümlerine aykırı olduğu,

Satış stantlarında "Aptamil 1 Bebek Formülleri" ürünlerinin satış noktasındaki rafında “Bağışıklık sistemini destekler” beyanının kullanılmasının TGK Bebek Formülleri ve Devam Formülleri Tebliği'nin 14/1 Maddesi uyarınca *"Bebek bakımına özgün bilimsel yayınlar hariç olmak üzere, bebek formüllerinin reklamı ve hiçbir şekilde tanıtımı yapılmaz. (...)"* hükmüne aykırı olduğu;

Anılan ürünlere yönelik olarak marketlerde yer alan satış stantlarında indirimli satış uygulaması gerçekleştirilmesinin TGK Bebek Formülleri ve Devam Formülleri Tebliği'nin 14/2 maddesinde yer alan *"Bebek formüllerinin piyasaya arzında; satış noktasında reklam, numune dağıtma ya da bebek formüllerinin satışını teşvik edici direkt olarak tüketiciye yönelik ikna edici özel görseller, indirim kuponları, ödüller, özel satışlar, zararına ve bağlı satışlar gibi herhangi diğer promosyonları yapmak yasaktır."* hükmüne aykırılık teşkil ettiği,

"Aptamil Çocuk Devam Sütleri"ne ait POP-Up şeklinde yapılan tanıtımlarda, Bebeğim neden ağlıyor? reklam videosunda: *"Bebeğim Niye Ağlıyor? Acaba karnı doymadı mı? Sorularım geride kaldı. Çünkü doktoruma danıştım. Artık Doğa ’yı hem emziriyorum hem de Aptamil ’le destekliyorum. Doyduğundan emin oluyorum. Aptamil çocuk doktorlarının 1 numaralı tavsiyesi."* şeklinde, Bebeğimin kilosu normal mi? reklam videosunda: *"Bebeğimin kilosu normal mi? Yaşıtlarına göre zayıf mı? Sorularım geride kaldı. Artık Umut’u doktorumun tavsiyesiyle anne sütüne ek Aptamil’le destekliyorum, büyümesini destekliyorum. Doktorumuz da gelişiminden çok memnun. Aptamil çocuk doktorlarının 1 numaralı tavsiyesi"* şeklinde ifadelere yer verilerek hedef alınan anne tüketicilerin yalnızca anne sütü ile beslenmeyle bebeğin karnının doymaması veya normal gelişmemesi gibi sorunların ortaya çıkabileceği şeklinde endişe yaratılması ve yalnızca ilgili sağlık profesyonelinin tavsiye vermesi gereken annelerin sıklıkla karşılaştığı bu korkuların tanıtımlarda kullanılmasının Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5 nci maddesinin (h) bendinde yer alan "Toplumu endişeye sevk edici veya yanıltıcı biçimde; hastalık, yaralanma ve benzeri bir durumla ilgili ifade ya da görüntüler içeremez" hükmüne aykırı olduğu,

"Aptamil Kaşık mamaları" ürünü ile ilgili olarak, hastanelerde sedye örtüsü olarak kullanılan tanıtım materyalinde kalkan görüntüsü içerisinde “BAĞIŞIKLIĞI DESTEKLENSİN” şeklinde sağlık beyanlarına yer verildiği, ancak bir ürüne ilişkin herhangi bir sağlık beyanında bulunulabilmesi için 05/12/2018 tarih ve 30616 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanan 7151 sayılı Kanunun 31 inci maddesinde yer alan “Gıda ve takviye edici gıdaların etiketinde, tanıtımında veya reklamında sağlık beyanı kullanılabilmesine Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Kurumunca izin verilir.” hükmü gereği gıdaların etiketi, tanıtımı veya reklamında sağlık beyanı kullanılmasının ilgili Kurumun iznine tabi olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

-TGK Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği’nin 5/1, 5/2, 7/1, 7/2, 8/1, 8/2, 9/1, 9/2, 13/1, 13/2, 13/3 maddeleri,

- TGK Bebek Formülleri ve Devam Formülleri Tebliği'nin 10/4, 14/1, 14/2 maddeleri,

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/1-b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/5-h, 21/1, 26 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**115)**

**Dosya No: 2022/2747**

**Şikayet Edilen: Migros Ticaret A. Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait "Sanal Market" uygulamasında 20.06.2022 tarihinde yer alan "sepette %30 indirim" başlıklı kampanya tanıtımları

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan incelemede, firmaya ait "Sanal Market" uygulamasında 20.06.2022 tarihinde yer alan "sepette %30 indirim" başlıklı kampanya tanıtımlarında; Jacobs Barista Editions Strong Filtre Kahve 225 gr ürününde sepette %30 indirim vaadinin yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, firmaya ait tanıtımlarda yer alan kampanya koşulları ve uygulanmasında mevzuata aykırı bir husus 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.

**116)**

**Dosya No: 2022/2840**

**Şikayet Edilen: Unilever Sanayi ve Ticaret Türk A. Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait "Magnum Ghibli Kampanyası"nda yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan incelemede, firma tarafından 01.04.2022-30.09.2022 tarihleri arasında “Magnum Ghibli Kampanyası”nın düzenlendiği, kampanya tarihleri arasında Türkiye genelindeki satış noktalarından promosyonlu Magnum (Classic, Badem, Beyaz, Antep Fıstık, Double Çikolata, Double Karadut&Böğürtlen, Cookie, Ruby, Caramel Gold, Duet Kırmızı Meyveler ürünlerinin şifreleri için 2 çekiliş hakkı; Mini Classic-Badem-Beyaz, Mini Classic-Antep Fıstık-Fındık, Mini Classic, Mini Badem, Mini Double Karadut&Böğürtlen-Çikolata-Karamel, Mini Cookie, Mini Ruby-Beyaz, Mini Classic-Beyaz, Mini Cookie-Badem, Mini Caremel Gold&Badem, Mini Duet Kırmızı Meyveler & Badem ürünlerinin şifreleri için 1 çekiliş hakkı) ürünlerinden satın aldıklarında, ürün içindeki çubukların üzerinde bulunan katılım şifresini, ad, soyad ve adres bilgileri ile birlikte kelime aralarında birer boşluk bırakarak tüm operatörlerden 2992 kısa mesaj servis numarasına kısa mesaj ile gönderenler veya www.magnum.com.tr (ücretsiz) internet sitesindeki, www.algidailekazan.com (ücretsiz) internet sitesindeki, Magnum iPhone, Magnum Android, Algida İle Kazan iPhone, Algida İle Kazan Android uygulamalarındaki ilgili alana gsm no, ad, soyad, adres ve katılım şifresi bilgilerini girenlerin kampanyaya katılacağının duyurulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, firmaya ait tanıtımlarda yer alan kampanya koşulları ve uygulanmasında mevzuata aykırı bir husus 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.

**117)**

**Dosya No: 2022/3393**

**Şikayet Edilen: Migros Ticaret A. Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait "Sanal Market" uygulamasında yer alan "Migros'ta Gördüğünüze İnanın" başlıklı tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 02.06.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan incelemede, firmaya ait "Sanal Market" uygulamasında yer alan "Migros'ta Gördüğünüze İnanın" başlıklı tanıtımlarda Money Kart ile yapılan her 100 TL'lik alışverişte geçerli "Akşeker Şef Dana Döner 250 gr" ürünü ile "Uzman Kasap Hamburger Köfte 330 gr" ürününün 21 TL den satışa sunulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, firmaya ait "Sanal Market" uygulamasında yer alan "Migros'ta Gördüğünüze İnanın" başlıklı tanıtımlarda Money Kart ile yapılan her 100 TL'lik alışverişte geçerli "Akşeker Şef Dana Döner 250 gr" ürünü ile "Uzman Kasap Hamburger Köfte 330 gr" ürününün 21 TL den satışa sunulduğunun belirtildiği bu duruma istinaden tüketicinin 02.06.2022 tarihinde 473,87 TL lik alışveriş yaptığı, 2 adet "Akşeker Şef Dana Döner 250 gr" ve 2 adet "Uzman Kasap Hamburger Köfte 330 gr" ürününü siparişine eklediği; ancak tüketicinin siparişinde yer alan 4 adet "Şenpiliç Karışık Döner 300 gr" ürününün stokta kalmaması sebebiyle 2 adetinin iptal edildiği, tüketicinin sipariş tutarının 360,86 TL'ye düştüğü ve kampanya kapsamında 3 ürün için indirimden yararlandırıldığı,

Firmanın, makul sayılabilecek bir süre ve miktarda "Şenpiliç Karışık Döner 300 gr" isimli ürününü başka bir yerden tedarik edemeyeceğine ilişkin yeterli bilgi sahibi olmasına rağmen, tüketiciyi bu konuda uyarmaksızın edinmeye davet ederek ve sipariş verildikten sonra stok yetersizliği nedeniyle siparişi iptal ederek haksız ticari uygulamada bulunduğu;

Ayrıca, "Gördüğünüze İnanın" başlıklı kampanya kapsamında tüketicinin 473,87 TL’lik alışveriş yapmasına rağmen stokta kalmayan ürünün iptal edilmesi sebebiyle tüketicinin hak edişi olan 4 adet indirimli ürün yerine 3 adet indirimli ürünün tedarik edilmesinin tüketiciyi 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, 28/1, 28/4, 29/1,29/2-a ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**118)**

**Dosya No: 2022/3628**

**Şikayet Edilen: Yeni Mağazacılık A. Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait 11 Ağustos 2022 tarihinde geçerli "Aldın Aldın" kampanyasına ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 11.08.2022

**Yayınlandığı Mecra:** Afiş

**Tespitler:** Yapılan incelemede, firmaya ait 11 Ağustos 2022 tarihinde geçerli "Aldın Aldın" kampanyasına ilişkin tanıtımlarda Erpiliç Dondurulmuş Pişmiş Soslu Piliç Kanat 1000 gr ürününün 36,95 TL olarak satışa sunulacağının duyurulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, “Aldın Aldın” kampanyası kapsamında çok sayıda mağazada satışa sunulan ürünlerin stok sayılarına ilişkin genel bilgilendirmeye yer verildiği ve bu çerçevede mağaza başına kısıtlı sayıda ürün düştüğü bu ürünlerin mağazalardaki stok miktarı konusunda ortalama tüketicinin yeterli bilgiye sahip olduğu, piyasaya göre uygun fiyatla ve oldukça düşük stokla (mağaza başı sınırlı adette) satışa sunulan ürünlerin hızlıca tükendiği, reklam veren tarafından gönderilen belgelerden şikayete konu bölgelerde belirtilen tarihte satışın gerçekleştiğinin ispatlandığı ve tüketici tarafından ürünlerin ilgili mağazalarda olmadığına ilişkin bir kanıt sunulamadığı 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.

**119)**

**Dosya No: 2022/3710**

**Şikayet Edilen: Akkurt İhtiyaç Maddeleri Gıda İnş. Tur. San. Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.trendyol.com/ adresli internet sitesinde "Seçkin Sucukları" mağaza adıyla yapılan tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 22.09.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan incelemede, https://www.trendyol.com/ adresli internet sitesinde "Seçkin Sucukları" mağaza adıyla yapılan tanıtımların 22.09.2022 tarihli görünümünde AfyonSeçkinSucukları 3 Kg Seçkin Acılı Kangal Sucuk 65156189 ürünü tanıtımlarının "satıcıya sor" bölümünde *"%100dana etinden üretilmiştir." "%100 dana ürünüdür entegre bir tesiste veteriner hekim kontrolünde üretim yapıyoruz analiz garantilidir."* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, https://www.trendyol.com/ adresli internet sitesinde "Seçkin Sucukları" mağaza adıyla yapılan tanıtımların 22.09.2022 tarihli görünümünde AfyonSeçkinSucukları 3 Kg Seçkin Acılı Kangal Sucuk 65156189 ürünü tanıtımlarının "satıcıya sor" bölümünde *"%100dana etinden üretilmiştir." "%100 dana ürünüdür entegre bir tesiste veteriner hekim kontrolünde üretim yapıyoruz analiz garantilidir."* şeklinde ifadelere yer verildiği ancak Afyonkarahisar İl Tarım ve Orman Müdürlüğü tarafından Afyonkarahisar Gıda Kontrol Laboratuvar Müdürlüğü'nde yaptırılan muayene ve analiz sonucuna göre numunede ''Kanatlı Eti'' tespit edildiği, tanıtımların tüketicileri yanıltıcı olduğu değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların,

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Akkurt İhtiyaç Maddeleri Gıda İnş. Tur. San. Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **155.712-TL (Yüzellibeşbinyediyüzoniki Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesinekarar verilmiştir.

**120)**

**Dosya No: 2022/3969**

**Şikayet Edilen: Cevizağacı Gıda İşletmeleri San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://cevizagaci.com/ adresli internet sitesinde yapılan tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan incelemede, firmaya ait https://cevizagaci.com/ adresli internet sitesinde yapılan tanıtımlarda, profiterol ürünün kilogram fiyatının ~~120 TL~~ 99 TL satışa sunulduğu ancak ürün sepete eklendiğinde 1 kg fiyatının 150 TL olduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, firmaya ait https://cevizagaci.com/ adresli internet sitesinde yapılan tanıtımlarda, profiterol ürünün kilogram fiyatının "~~120 TL~~ 99 TL" şeklinde belirtilerek indirimli olarak satışa sunulduğu ancak ürün sepete eklendiğinde 1 kg fiyatının 150 TL olarak belirtildiği dolayısıyla söz konusu tanıtımların tüketicileri yanıltıcı ve mevzuata aykırı 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-c, 9/1, 9/5, 14/2 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**121)**

**Dosya No: 2022/4403**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait 20-23 Mayıs 2022 tarihleri arası geçerli indirim broşürlerinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 20-23 Mayıs 12022

**Yayınlandığı Mecra:** Afiş

**Tespitler:** Yapılan incelemede, firmaya ait 20-23 Mayıs 2022 tarihinde geçerli indirim broşüründe Tost Peyniri 1Kg indirimli broşür fiyatının 48,95 TL, Salça Teneke 830gr. indirimli broşür fiyatının 6,95 TL, Baldo Pirinç 2,5Kg. indirimli broşür fiyatının 27,95 TL, Rize Siyah Çay 1Kg. indirimli broşür fiyatının 23,75 TL olduğu, Sultanbeyli Belediyesi Zabıta personelleri tarafından yapılan 21.05.2022 tarihli denetimde; Tost Peyniri 1Kg kasa fiyatının 85,50 TL, Salça Teneke 830gr. kasa fiyatının 9,90 TL, Baldo Pirinç 2,5Kg. kasa fiyatının 39,90 TL, Rize Siyah Çay 1Kg. kasa fiyatının 39,50 TL olduğunun tutanak altına alındığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, firmaya ait 20-23 Mayıs 2022 tarihleri arası geçerli indirim broşürlerinde yer alan tanıtımlarda, "Tost Peyniri 1 Kg 69,90 TL 48,95TL", "Salça Teneke 830gr. 9,90TL 6,95TL", "Baldo Pirinç 2,5 kg 39,90TL 27,95TL", "Rize Siyah Çay 1kg 30,90TL 23,75TL" şeklinde ürün ve fiyat gösterimlerine yer verildiği ancak 21.05.2022 tarihinde Abdurrahmangazi Mahallesi Rahman Sokak No:1/B Sultanbeyli/İSTANBUL adresinde yer alan firmaya ait şubede, Sultanbeyli Belediye Başkanlığı Zabıta Müdürlüğü ekiplerince yapılan denetim neticesinde söz konusu broşürde yer alan ürünlerin indirimsiz fiyattan satıldığının tutanakla tespit edildiği, firmanın ispat niteliğinde göndermiş olduğu fiş/faturaların 20.05.2022 tarihine ait olduğu ancak indirim broşürünün 20-23 Mayıs tarihleri arasında geçerli olacağının ilan edildiği ve firmanın 21-23 Mayıs tarihleri arasında söz konusu ürünlerin indirimli fiyattan satıldığına ilişkin ispatlayıcı belge göndermediği, bu durumun tüketicileri yanıltıcı olduğu değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **BİM Birleşik Mağazalar A. Ş.** 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** verilmesinekarar verilmiştir.

**122)**

**Dosya No: 2022/3968**

**Şikayet Edilen: Yasin ÖZKAYA**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.balimlife.com.tr adresli internet sitesinde yapılan ‘Balım Life Mini’ isimli ürün tanıtımları

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 30.09.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.balimlife.com.tr adresli internet sitesinde yapılan ‘Balım Life Mini’ ürünü tanıtımlarının 30.09.2022 tarihli görüntülerinde ‘*zayıflama*’ ibaresine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda çevrimiçi satış mağazasında tanıtımı yapılan ve satışa sunulmakta olan ürünün zayıflamaya yardımcı olduğuna ilişkin etkisinden bahsedilerek müspet fayda sağladığına yönelik dolaylı yoldan yönlendirme yapıldığı; ortalama tüketicinin algılama düzeyi göz önünde bulundurulduğunda, fayda ve özellikleri açıklanan ürünün, açıklamalarda yer verilen müspet etkileri ve endikasyonları sağlayacağına dair bir izlenim oluşturulduğu ve bu hususun tüketicilerin tecrübe ve bilgi noksanlıklarını istismar edebilecek mahiyette olduğu,

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 Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/c, 5/ç, 5/d maddeleri,

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**123)**

**Dosya No: 2022/4216**

**Şikayet Edilen: Yakup AVCI**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.trendyol.com adresli internet sitesinde ‘Obi Bitkisel’ mağaza adıyla yapılan ‘Obi Detoks Form Çayı’ ürünü tanıtımlarında yer alan ‘*zayıflama destekleyici*’ şeklinde yapılan tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 12.10.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.trendyol.com/obi/detox-form-cayi-zayiflama-destekleyici-2li-set-p-339432938 uzantılı URL adresinde ‘zayıflama destekleyici’ ifadesine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, çevrimiçi satış mağazasında tanıtımı yapılan ve satışa sunulmakta olan ürünün zayıflamaya yardımcı olduğuna ilişkin etkisinden bahsedilerek müspet fayda sağladığına yönelik dolaylı yoldan yönlendirme yapıldığı; ortalama tüketicinin algılama düzeyi göz önünde bulundurulduğunda, fayda ve özellikleri açıklanan ürünün, açıklamalarda yer verilen müspet etkileri ve endikasyonları sağlayacağına dair bir izlenim oluşturulduğu ve bu hususun tüketicilerin tecrübe ve bilgi noksanlıklarını istismar edebilecek mahiyette olduğu,

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 Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/c, 5/ç, 5/d maddeleri,

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**124)**

**Dosya No: 2022/4642**

**Şikayet Edilen: Abdurrahman YILMAZ**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.trendyol.com adresli internet sitesinde ‘DRN Bitkisel Ürünler’ mağaza adıyla yapılan ‘Maurers Zayıflatıcı Kapsül’ ürünü tanıtımları

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 22.06.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.trendyol.com/maurers/zayiflatici-kapsul-p-34577290 uzantılı URL adresinde ‘*zayıflama*’ ifadesine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda çevrimiçi satış mağazasında tanıtımı yapılan ve satışa sunulmakta olan ürünün zayıflamaya yardımcı olduğuna ilişkin etkisinden bahsedilerek müspet fayda sağladığına yönelik dolaylı yoldan yönlendirme yapıldığı; ortalama tüketicinin algılama düzeyi göz önünde bulundurulduğunda, fayda ve özellikleri açıklanan ürünün, açıklamalarda yer verilen müspet etkileri ve endikasyonları sağlayacağına dair bir izlenim oluşturulduğu ve bu hususun tüketicilerin tecrübe ve bilgi noksanlıklarını istismar edebilecek mahiyette olduğu,

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 Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/c, 5/ç, 5/d maddeleri,

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**125)**

**Dosya No: 2022/4645**

**Şikayet Edilen: Murat YILMAZ**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.trendyol.com adresli internet sitesinde ‘Nurs’ mağaza adıyla yapılan ‘Emline Magic Touch Kapsül’ isimli ürün tanıtımları

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 15.08.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.trendyol.com/nurs/emline-magic-touch-capsule-60-capsules-1-aylik-kullanim-p-256309531uzantılı URL adresinde ‘*zayıflama, ödem atıcı*’ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda çevrimiçi satış mağazasında tanıtımı yapılan ve satışa sunulmakta olan ürünün zayıflamaya yardımcı olduğuna ilişkin etkisinden bahsedilerek müspet fayda sağladığına yönelik dolaylı yoldan yönlendirme yapıldığı; ortalama tüketicinin algılama düzeyi göz önünde bulundurulduğunda, fayda ve özellikleri açıklanan ürünün, açıklamalarda yer verilen müspet etkileri ve endikasyonları sağlayacağına dair bir izlenim oluşturulduğu ve bu hususun tüketicilerin tecrübe ve bilgi noksanlıklarını istismar edebilecek mahiyette olduğu,

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 Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/c, 5/ç, 5/d maddeleri,

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**126)**

**Dosya No: 2022/4647**

**Şikayet Edilen: Selçuk AYGÜN**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.instagram.com adresli internet sitesinde ‘7zeytin1inciir.esatbaşaran’ isimli instagram sayfasında tanıtımları gerçekleştirilen ürünler

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 06.09.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.instagram.com/7zeytin1inciir.esatbasaran/ adresli instagram sayfasının 06.09.2022 tarihli görünümünde; "7 Zeytin 1 İncir" isimli ürünün zayıflama hususunda müspet fayda sağladığına dair beyanların bulunduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda çevrimiçi satış mağazasında tanıtımı yapılan ve satışa sunulmakta olan ürünün zayıflamaya yardımcı olduğuna ilişkin etkisinden bahsedilerek müspet fayda sağladığına yönelik dolaylı yoldan yönlendirme yapıldığı; ortalama tüketicinin algılama düzeyi göz önünde bulundurulduğunda, fayda ve özellikleri açıklanan ürünün, açıklamalarda yer verilen müspet etkileri ve endikasyonları sağlayacağına dair bir izlenim oluşturulduğu ve bu hususun tüketicilerin tecrübe ve bilgi noksanlıklarını istismar edebilecek mahiyette olduğu,

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 Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/c, 5/ç, 5/d maddeleri,

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**127)**

**Dosya No: 2022/3664**

**Şikayet Edilen: Dhyfarma Kozmetik Dış Ticaret Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.trendyol.com/ adresli internet sitesinde “Dhyfarma” isimli mağaza aracılığıyla “Argivit Focus Şurup 150 ml” isimli ürüne yönelik yapılan reklamlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 04.08.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.trendyol.com/ internet sitesinin 04.08.2022 tarihli görünümünde Argivit Focus Şurup 150 ml adlı ürünün “Dhyfarma” isimli mağaza tarafından, "Dikkat eksikliği ve boy uzamasına yardımcı. Nörolojik gelişime destek. Argivit Focus’ta çocukların nörolojik gelişimini destekleyen fosfolipit, aminoasit, mineral ve vitamin içeriği mevcuttur. Özellikle beyin hücrelerinin işletim sistemi yapısı içerisine katılan yağların büyük bir bölümü fosfolipitlerdir. Sporcularda refleks gelişimine destek. Yapılan çalışmalar Argivit Focus içeriğindeki fosfolipitlerin, özellikle sinir onarımını artırdığını, derin duyu algılanması ve refleks yanıtlarının hızlanmasını sağladığını göstermiştir. Bu nedenle sporcu refleks gelişimini destekleyerek performansa katkı sağlar. Odaklanma artışına destek. Yapılan çalışmalar Argivit Focus içeriğindeki fosfolipitlerin, dikkat eksikliği yaşayan çocuklarda odaklanma artışı konusunda olumlu sonuçlar elde edildiğini göstermiştir. Aynı şekilde otizmli çocuklarda da odaklanma artışına destek olduğunu gösteren çalışmalar bulunmaktadır." şeklinde ifadelerle tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda,söz konusu tanıtımlarda yer alan ifadelerin birer sağlık beyanı olduğu, yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre 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 değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

- Türk Gıda Kodeksi Takviye Edici Gıdalar Tebliğinin 13/1 ve 13/2-c maddeleri,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**128)**

**Dosya No: 2022/3846**

**Şikayet Edilen: Onur BEKAR**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.instagram.com.tr/ adresli internet sitesinde "7zeytin1incir\_dr" isimli hesap aracılığıyla “Pheda”, “Elsum”, “7 Zeytin 1 İncir” isimli ürünlere yönelik yapılan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 23.08.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.instagram.com.tr/ adresli internet sitesinin 23.08.2022 tarihli görünümünde Pheda, Elsum, 7 Zeytin 1 İncir isimli ürünlerin, "7zeytin1incir\_dr" isimli hesap aracılığıyla “Kilo vermek isteyen, fazla kilosu yüzünden çocuk sahibi olamayan, hamile olan, emziren, şeker hastası olan, kanser tedavisi gören, vücudunda çatlakları olan, huzursuz bacak sendromu olan ve daha fazlasına %100 Bitkisel Çözüm.” şeklinde ifadelerle tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**129)**

**Dosya No: 2022/3900**

**Şikayet Edilen: Kuazar İlaç Sanayi ve Ticaret Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.depoeczanem.com/ adresli internet sitesinde “Bivenacte”, “Gettpina”, “Black Berry Damla” ve “Arex Sprey” isimli ürünlere yönelik yapılan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 24.08.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.depoeczanem.com/ adresli internet sitesinin 24.08.2022 tarihli görünümünde; “Bivenacte” isimli ürünün, “Noktürinin azaltılmasına yardımcı olmak, idrar yolu enfeksiyonlarının ve tekrarlamasının azaltılmasına yardımcı olmak, İyi huylu prostat büyümesinin azaltılmasına yardımcı olmak, alt üriner sistem semptomlarının azaltılmasına yardımcı olmak, sağlıklı idrar fonksiyonuna destek olmak ve prostat sağlığına destek olmak. Prostata ameliyatsız tam destek.” şeklinde, “Gettpina” isimli ürünün, “Ginseng'deki ginsenosidler, iltihaplanmayı düzenler, antioksidan koruma sağlar ve hücrelerin sağlığını korur, bu da bazı kanser türlerinin riskini azaltmaya yardımcı olabilir. Kan şekerini düşürür. Tribulus Terrestrisin testosteron güçlendirici takviyelerin bir bileşeni olarak kullanılır. Bazı araştırmalar, cinsel işlev bozukluğu yaşayan kişilerde bu konuda fayda sağlayabileceğini göstermektedir. Diyabetli kişilerde kan şekeri kontrolünü ve kolesterolü iyileştirebilir. Anjin semptomlarını azaltabilir ve atletik performansı artırabilir.” şeklinde, “Black Berry Damla" isimli ürünün, "Kadınlara özel performans artırmaya yardımcı damladır.” şeklinde, “Arex Sprey” isimli ürünün, “Geciktirici sprey penisinizin uzun süre sert ve dik kalmasını ve boşalmanın gecikmesini sağlar. Arex geciktirici sprey ile erken boşalmaya son verebilirsiniz.” şeklinde ifadelerle tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

- Türk Gıda Kodeksi Takviye Edici Gıdalar Tebliğinin 13/1 ve 13/2-c maddeleri,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Kuazar İlaç Sanayi ve Ticaret Limited Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **155.712,00-TL (Yüzellibeşbinyediyüzoniki Türk Lirası)** **idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**130)**

**Dosya No: 2022/3940**

**Şikayet Edilen: DSM Grup Danışmanlık İletişim ve Satış Ticaret Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Trendyol Yemek” uygulaması üzerinden tüketicilere sunulan “Yedikçe İndirim” kampanyasına yönelik reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 02.09.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.trendyol.com/isimli internet sitesinin 02.09.2022 tarihli görünümünde, “Yedikçe İndirim” isimli kampanyanın, “Minimum sipariş tutarı olan 35 TL’yi karşılayan birinci sipariş tamamlandığında, kampanya dönemi boyunca verilen sonraki bir siparişte kullanılabilecek 10 TL kupon tanımlanır. Minimum sipariş tutarı olan 35 TL’yi karşılayan ikinci sipariş tamamlandığında kampanya dönemi boyunca verilen sonraki bir siparişte kullanılabilecek 15 TL kupon tanımlanır. Minimum sipariş tutarı olan 35 TL’yi karşılayan üçüncü sipariş tamamlandığında kampanya dönemi boyunca verilen sonraki bir siparişte kullanılabilecek 20 TL kupon tanımlanır. 4. alışveriş yapıldıktan sonra kupon tanımlanmaz.” şeklinde ifadelerle reklam ve tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, firmaya ait reklam ve tanıtımlarda reklam mevzuatı hükümlerine aykırı bir unsura rastlanmadığı ve dosyaya ilişkin iddiaların ispatlandığı kanaatine varıldığı ve anılan kampanyaya ilişkin 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 inci maddesine **aykırı olmadığına** karar verilmiştir.

**131)**

**Dosya No: 2022/3960**

**Şikayet Edilen: Doğalfilem Gıda Sanayi ve Ticaret Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.dogalfile.com/ adresli internet sitesinde “2 Şişe Sarımsak Limon Kürü” isimli ürüne yönelik yapılan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 04.08.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.dogalfile.com/adresli internet sitesinin 04.08.2022 tarihli görünümünde; “2 Şişe Sarımsak Limon Kürü” isimli ürünün, “Sarımsak Limon Kürünün Faydaları: Kalp ve damar hastalıklarına iyi gelen limon sarımsak kürü damar tıkanıklıklarını açıyor, damar iltihaplarını iyileştiriyor. Kötü kolestrolü düşürüyor, hipertansiyonu önlüyor. Beyin hücrelerini yeniliyor, felç riskini azaltıyor. Zararlı yağların yakılmasını sağlayarak zayıflamaya yardımcı oluyor. Vücuttaki şeker oranını dengeliyor, pankreası yeniliyor. İdrar söktürüyor, ödem attırıyor. Helycobeacter pylori adlı ülser mikrobunu yok ederek mide ülserinin iyileşmesini sağlıyor. Bağışıklık sistemini kuvvetlendiriyor, alerjilere çare oluyor. Kireçlenmeyi önlüyor, romatizma ağrılarını dindiriyor.” şeklinde ifadeler ile tanıtım ve/veya satışının yapıldığı tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Doğalfilem Gıda Sanayi ve Ticaret Limited Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **155.712,00-TL (Yüzellibeşbinyediyüzoniki Türk Lirası)** **idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**132)**

**Dosya No: 2022/4238**

**Şikayet Edilen: Ali SÜNGER (Medid)**

**Şikayet Edilen Reklam:** <https://www.trendyol.com/> isimli internet sitesinde “Medid” isimli mağaza tarafından “Medid Hayıt Tentürü” isimli ürüne yönelik yapılan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 14.09.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.trendyol.com/ adresli internet sitesinin 14.09.2022 tarihli görünümünde; “Medid Hayıt Tentürü”isimli ürünün, “Medid” isimli mağaza aracılığıyla, “Rahim hastalıklarının vazgeçilmezidir. Rahimde incelik varsa kalınlaştırır, kalınlık varsa inceltir. Hormonları düzenlemede yardımcıdır. Hipofiz bezi ve progestoronu uyararak normale dönmesine yardımcı olur. Rahimde oluşan miyomları yok eder. Ağrılı adet kanamalarında ağrıyı çok hafifletir. Aşırı kanamayı azaltır, az kanamayı normale çevirir. Erken menopoz, kısırlık gibi problemlerde kullanılması tavsiye edilir. Polikistik Over Sendromunda, Çikolata kistinde güzel sonuçlar tecrübe edilmiştir.” şeklinde ifadelerle reklam ve tanıtımının tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**133)**

**Dosya No: 2022/3714**

**Şikayet Edilen: Han Organizasyon Turizm ve Servis Taşımacılığı Ticaret Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://glucozamin.anocinglc.com/index.php URL adresli internet sitesinde ‘ANOCIN Glucosamine & Chondroitin & MSM & Collagen Multi Complex’ isimli ürüne yönelik yayımlanan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 10.08.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://glucozamin.anocinglc.com/index.php URL adresli internet sitesinin 10.08.2022 tarihli görünümünde '' *ANOCIN Glucosamine & Chondroitin & MSM & Collagen Multi Complex'' adlı ürüne ilişkin olarak ''ANOCIN Glukozamin; içerdiği kolejen, Kondroitin Sülfat, MSM, Hyalüronik asit ve Glukozamin bileşenleri ile Eklem ve Kas rahatsızlıklarına bağlı şikayetlerin azaltılmasında ve iyileştirilmesinde etkili yardımcıdır., Eklem Sıvı Kaybı, Kireçlenme, Fibromiyalji, Menisküs, Bel ve Boyun fıtığı, Ankilozon Spondilit, Gut Artriti, daha birçok eklem, kas rahatsızlıklarına bağlı şikâyetlerin azaltılmasında ve iyileştirilmesinde Glukozamin tedavisinde kullanımı önerilmektedir*." şeklinde ifadelerle reklam ve tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir.

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

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

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Han Organizasyon Turizm ve Servis Taşımacılığı Ticaret Limited Şirketi** 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.

**134)**

**Dosya No: 2022/4079**

**Şikayet Edilen: Gelecek Nakliyat İnş. Oto. Petrol Gıda Tur. San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.trendyol.com URL adresli internet sitesinde ''Marden Bitkisell'' isimli mağaza aracılığıyla satışa sunulan ''Kinoa Bitkisel Çay'' adlı ürün reklamlarında geçen mevzuata aykırı sağlık beyanları

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 15.09.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.trendyol.com/marden-bitkisel/kinoa-bitkisel-cay-p302342838?boutiqueId=613502&utm\_source=share URL adresli internet sitesinin 15.09.2022 tarihli görünümünde ''Kinoa Bitkisel Çay'' adlı ürünün, *''Zayıflamadaki rolü ise metabolizmayı hızlandırmasıdır. Bağırsak sorunlarını ortadan kaldıran kinoa çayı, kabızlığı çözerek sindirim faaliyetlerini düzenler. Böylece midenin daha rahat etmesini sağlamaktadır. Ödem, toksin ve şişkinliği vücuttan atarak metabolizma hızını yükseltir*.'' şeklinde ifadelerle reklam ve tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, bahsi geçen internet sitesinde tanıtım ve satışa sunulmakta olan ürünün hastalıkların tedavisine ilişkin faydalarından bahsedilerek bu hastalıkların tedavisinde müspet fayda sağladığına yönelik dolaylı yoldan yönlendirme yapıldığı; ortalama tüketicinin algılama düzeyi göz önünde bulundurulduğunda, fayda ve özellikleri açıklanan ürünün, açıklamalarda yer verilen müspet etkileri ve endikasyonları sağlayacağına dair bir izlenim oluşturulduğu ve bu hususun tüketicilerin tecrübe ve bilgi noksanlıklarını istismar edebilecek mahiyette olduğu,

Bahse konu tanıtımlarda söz konusu ürünün, tıp literatüründe hastalık olarak tanımlanan sağlık problemlerini tedavi ettiği veya anılan ürünün bu hastalıkların tedavisinde fayda sağladığı izleniminin oluşturulduğu, böylece endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç iddialara yer verilerek söz konusu ürünün bir ilaç veya beşeri tıbbi ürün gibi tanıtıldığı, diğer taraftan şayet anılan ürün söz konusu tanıtımda belirtilen iddiaları ispatlar nitelikte ise, bu durumda “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, hal böyle iken “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilen ürünlerin reklam ve tanıtımının yapılmasının ise mevzuat gereği yasak olduğu,

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 bilimsel olarak ispat edilmiş sayılamayacağı, dolayısıyla doğruluğu bilimsel olarak ispat edilmemiş bu beyanların tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı nitelik teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 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, 9/2, 13/1, 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 5/1-b, 7/1, 7/4, 7/5-a, 9/2, 9/5, 26/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Gelecek Nakliyat İnş. Oto. Petrol Gıda Tur. San. ve Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**135)**

**Dosya No: 2022/4110**

**Şikayet Edilen: Uğur MURSALOĞLU**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://wwwciftcideneve.com URL adresli internet sitesinde ''Yeşil Çaylı Kinoa %100 Bitkisel Çay'' adlı ürün reklamlarında geçen mevzuata aykırı sağlık beyanları

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 07.09.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://wwwciftcideneve.com URL adresli internet sitesinin 07.09.2022 tarihli görünümünde ''Kinoa Bitkisel Çay'' adlı ürünün, *''Zayıflama Çayı. Zayıflatır. Tok tutar. Kabızlığı giderir. Ödem atar''* şeklinde ifadelerle reklam ve tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, bahsi geçen internet sitesinde tanıtım ve satışa sunulmakta olan ürüne yönelik yer alan bu ifadelerin birer sağlık beyanı olduğu, yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre 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 değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 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, 9/2, 13/1, 13/3 maddeleri,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**136)**

**Dosya No: 2022/4134**

**Şikayet Edilen: Erikli Su ve Meşrubat Sanayi ve Ticaret Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** "Erikli" kullanıcı adıyla Facebook isimli sosyal medya platformu üzerinden yayımlanan ''Erikli Su'' isimli ürüne ilişkin reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 21.09.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** "Erikli" kullanıcı adıyla Facebook isimli sosyal medya platformu üzerinden yayımlanan ''Erikli Su'' isimli ürüne ilişkin reklam ve tanıtımlarda; “Erikli Lezzeti Uludağ'ın Zirvesinden, Siparişinizin Biri Sizden Biri Bizden! Şimdi abone olun, ilk 10 siparişinizin 5'i Erikli'den hediye gelsin!'' ve ''YENİ ABONELERE İLK 10 SİPARİŞİN 5'İ BİZDEN" şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu reklamda kampanyanın geçerli olduğu lokasyonlara yönelik herhangi bir bilginin belirtilmediği, anılan kampanyanın ana vaadinin sağladığı avantajları ortadan kaldıracak ve dolayısıyla tüketicinin uygulamaya üye olmasını ve satın alma kararını etkileyecek nitelikteki söz konusu bilginin sunulmamış olmasının tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 9/1, 9/5, 18/1, 18/2, 18/5, 18/6 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Erikli Su ve Meşrubat 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.

**137)**

**Dosya No: 2022/4151**

**Şikayet Edilen:** **Dilek ÇELİK**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.hepsiburada.com/ URL adresli internet sitesinde ''Acele Market'' adlı mağaza aracılığıyla satışa sunulan ''Keto Actives Weight Loss Kilolara Elveda'' adlı ürün reklamlarında geçen mevzuata aykırı sağlık beyanları

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 13.09.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Bahsi geçen internet sitesinin 13.09.2022 tarihli görünümünde *''*Keto Actives Weight Loss Kilolara Elveda'' adlı ürünün, *''Yağların yakılması ve depolanmaların azaltılması'', ''Keto Actives, vücudunuzun en zor kısımlarında bile kilo vermenize yardımcı olur!'', ''Belinizden kilo verirsiniz! Ayda birkaç santime kadar!'', ''Normal kolestrolü ve glikoz seviyelerini korumaya yardımcı olur ve diyabetle mücadelede insülin salgılanmasını düzenler.''* şeklinde ifadelerle reklam ve tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, bahsi geçen internet sitesinde tanıtım ve satışa sunulmakta olan ürüne yönelik yer alan bu ifadelerin birer sağlık beyanı olduğu, yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre 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 değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 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, 9/2, 13/1, 13/3 maddeleri,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**138)**

**Dosya No: 2022/4160**

**Şikayet Edilen: Erdem AYDEMİR**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.trendyol.com URL adresli internet sitesinde ''Whiteworlds'' adlı mağaza aracılığıyla satışa sunulan ''Keto Actives Weight Loss'' ve ''Firming Acı Çehre Tohumu'' adlı ürünlerin reklamlarında geçen mevzuata aykırı sağlık beyanları

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 13.09.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Bahsi geçen internet sitesinin 13.09.2022 tarihli görünümünde "Keto Actives Weight Loss'' ve ''Firming Acı Çehre Tohumu'' adlı ürünlerin ''*Vücuttaki yağı azaltmaya yardımcı olur. Ek olarak normal kan kolestrolü ve glikoz* *seviyelerini korumaya yardımcı olur. Diyabetle mücadelede insülin salgılanmasını düzenler. Belinizden* *kilo verirsiniz, ayda birkaç santime kadar*"şeklinde ifadelerle reklam ve tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, bahsi geçen internet sitesinde tanıtım ve satışa sunulmakta olan ürünlere yönelik yer alan bu ifadelerin birer sağlık beyanı olduğu, yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre 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 değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 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, 9/2, 13/1, 13/3 maddeleri,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**139)**

**Dosya No: 2022/4164**

**Şikayet Edilen: Nevsal Bitkisel Ürünler Sanayi ve Ticaret Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.trendyol.com URL adresli internet sitesinde ''Nevsal Bitkisel'' adlı mağaza aracılığıyla satışa sunulan ‘'SmoothieFit Bitki Karışımlı Toz'' adlı ürünün reklamlarında geçen mevzuata aykırı sağlık beyanları

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 07.09.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Bahsi geçen internet sitesinin 07.09.2022 tarihli görünümünde ''SmoothieFit Bitki Karışımlı Toz'' adlı ürünün *''Kabızlık çayı. Zayıflatıcı çay. Yağ yakıcı çay. Kilo verdiren çay. Ödem, toksin ve şişkinliği vücuttan atarak metobalizma hızını yükseltir. Kan şekeri ve kolestrolü dengeler, bağırsakların aktivitesini arttırarak sindirim sistemini rahatlatır.''* şeklinde ifadelerle reklam ve tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, bahsi geçen internet sitesinde tanıtım ve satışa sunulmakta olan ürüne yönelik yer alan bu ifadelerin birer sağlık beyanı olduğu, yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre 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 değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 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, 9/2, 13/1, 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 5/1-b, 7/1, 7/4, 7/5-a, 9/2, 9/5, 26/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Nevsal Bitkisel Ürünler 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.

**TEKNOLOJİ**

**140)**

**Dosya No: 2022/1000**

**Şikayet Edilen: Metro Grosmarket Bakırköy Alışveriş Hiz. Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait "Iphone 12 128 GB cep telefonu 14.399 TL" başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 3-23.03.2022

**Yayınlandığı Mecra:** Afiş, Broşür, İnternet, Katalog

**Tespitler:** Tüketici tarafından gönderilen reklam örneğiincelendiğinde, 3-23 Mart 2022 tarihli katalogta ve bir mağaza içi afiş görselinde Iphone 12 128 GB cep telefonunun 14.399 TL ile satışa sunulduğuna ilişkin bilgilendirme yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firmanın reklam ve ilanlarında yer alan fiyattan satış yaptığını ispatladığı 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: 2022/2839**

**Şikayet Edilen: Easycep Bilişim ve Ticaret Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait "3 Saat İçinde Kurye Kapında" başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Tüketici tarafından gönderilen reklam örneğiincelendiğinde, *“Telefon Satmanın Kolayı EASYCEP'TE!”* başlığı altında *"3 Saat İçinde Kurye Kapında"* bilgisine yer verildiği ve bu bilgiye ilişkin herhangi bir istisna ya da tutar sınırlamasına yer verilmediği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; 500 TL’nin altındaki ürünlerde kurye hizmeti verilemeyeceğine ilişkin tüketicilere gönderilen mesajın ispatlanamadığı, firmanın internet sitesinde de 3 saatte kurye hizmetine ilişkin bir tutar istisnası bulunmadığı 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: 2022/3188**

**Şikayet Edilen: Beta Plus Teknoloji Hizmetleri Sanayi ve Ticaret Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait "Asus Radeon Dual Ekran Kartı" na ilişkin reklamlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 03.08.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Tüketici tarafından gönderilen reklam örneği incelendiğinde, www.hepsiburada.com adlı internet sitesinde “Beta Plus Teknoloji” adlı satıcı firmada 19.400 TL'den %50 indirim yapılarak 9.750 TL fiyat ile satışa sunulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; www.hepsiburada.com adlı internet sitesinde “Beta Plus Teknoloji” satıcı adı ile satış yapan firmanın ilan etmiş olduğu indirimli satış fiyatının indirimin uygulandığı tarihten önceki otuz gün içinde uygulanan en düşük fiyat olduğunu ve indirimsiz fiyatı ile satış yapıldığını ispatlayamadığı bu nedenle söz konusu reklamların yanıltıcı nitelikte olduğu ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Beta Plus Teknoloji Hizmetleri 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.

**143)**

**Dosya No: 2022/4203**

**Şikayet Edilen: Huawei Tel. Dış Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait www.huawei.com.tr adresli internet sitesinde satışı yapılan “Huawei Watch GT2 Pro kol saati” reklamları

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 26.09.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ait söz konusu reklamlarda, “Huawei Watch GT2 Pro kol saati” reklamlarında, *“5 ATM sınıfına dahil cihazlar, 22810:2010 ISO standartlarına göre 50 metrelik derinlikteki su basıncına dayanıklıdır. Havuzda ya da denizde sığ bölgelerde kullanılabilir. Ancak tüplü dalış, su kayağı, yüksek hız içeren su sporları veya belirtilen derinlik oranının ötesine geçecek aktiviteler sırasında kullanılmamalıdır.”* gibi bilgilere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; söz konusu ürünün suya dayanıklılık ve su geçirmezlik özelliğine vurgu yapılarak tanıtım yapılmadığı, söz konusu reklamda suya dayanıklılığın ana vaat olmadığı, su geçirmez özelliğine ilişkin herhangi bir ibare bulunmadığı, ürünün teknik özellikler bölümünde suya dayanıklılık bilgisine yer verildiği ve söz konusu bilginin ürüne ilişkin bağımsız kuruluşlardan alınan teknik raporlara dayandığı, yetkili servislerde yapılan incelemelerde, pek çok durumda sıvı temasından önce ürünün tüketici tarafından kullanımı esnasında çarpma, vurma, düşürme vb. sebeplerle kasada meydana gelen hasarlar sonucunda ürünün su geçirdiğinin tespit edildiği, buna rağmen üründe yetkisiz müdahale veya kullanıcı hatasından kaynaklanmayan sıvı teması tespit edilen durumlarda, garanti kapsamında ücretsiz onarım yapıldığı, söz konusu hususların Bakanlığa gönderilen cevap yazısı ekinde yer alan bilgi ve belgelerle ispatlandığı, 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.

**144)**

**Dosya No: 2022/4792**

**Şikayet Edilen:** **Apple Teknoloji ve Satış Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait www.apple.com/tr/enviroment/ adresli internet sitesinde ve muhtelif mecralarda, ‘Apple’ markalı ürünler için yapılan “Sizin için tasarlandı. Gezegenin de kalbini kazandı.”başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 26.04.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ait söz konusu reklamlarda, *“M1 ile %34 daha az karbon ayak izi. Ambalajın dış kısmında plastik kaplama yok. Taptic Engin’de %100 tungsten. Son Montaj tesislerinin %100’ü için sıfır atık onay sertifikası. Civa yok, berilyum yok, BFR yok. %100 alüminyumdan üretilen kasa. %100 polyester iplik. Çevre planı hazır. 2020’den beri karbon nötr durumdayız. 2030 yılına kadar tüm ürünlerimiz de karbon nötr hale gelecek. Tasarımlarımızın önceliği, dünyanın geleceği. Ön ve arka kameraların tellerinde ve ana kartta %100 geri dönüştürülmüş altın kullanıyoruz. Ana kart ve pil yönetim birimindeki lehimlerde %100 geri dönüştürülmüş kalay kullanıyoruz Tüm mıknatıslarda %100 geri dönüştürülmüş nadir bulunan toprak elementleri kullanıyoruz. Anten hatlarını tekrar değerlendirilen su şişelerinden üretiyoruz. Kimse eline su dökemez. Uzun yıllar boyunca kullanım için dökülmelere, sıçramalara ve düşmelere karşı dayanıklı olacak şekilde tasarlıyoruz. Robot Daisy iPhone’u geri dönüştürülebilir parçalara ayırıyor. İklim değişikliğiyle mücadele etmek ekonomik eşitlik mücadelesi demek. Hava, güneş, su kullanarak üretiyoruz. Daha az güç tüketiyoruz. Daha güçlüyüz. 2021’de ürünlerimizde geri dönüştürülmüş tungsten, nadir bulunan toprak elementleri ve kobaltı 2 kat daha fazla kullanmaya başladık. 2015’e kıyasla ambalajlarda tek kullanımlık plastiğe %75 daha az yer veriyoruz. Siri temiz enerjiyle çalışıyor. Karbon sorununa karşı harika fikirler yeşertiyoruz. Geri**dönüştürülmüş, her bir parça karbon ayak izimizi azaltmamıza yardım ediyor. Üretim tedarik zincirimizde 10 GW temiz enerji kullanıma girdi. 2008 yılından bugüne ürünlerin ortalama enerji kullanımı %70 azaldı. Yaptığımız her şeyde insanlar ve gezegen üzerindeki etkimizi dikkate alıyoruz. Ve kendimize şunu sormaya devam ediyoruz: İşimizi dünya için nasıl daha da büyük bir iyilik gücü haline getirebiliriz?”* ifadelerinin yer aldığı,

Ayrıca, *“Apple ürünleri. Hepsi doğuştan çevreci.”* şeklinde ifadenin bulunduğu ve firmaya ait İphone, İpad, Apple watch dizüstü bilgisayar, masaüstü bilgisayar, ekranlar, homepad, Apple tv ve İpod gibi ürünler için İngilizce dilinde bazı raporlara yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firmaya ait www.apple.com/tr/enviroment/ adresli internet sitesinde ve muhtelif mecralarda, Apple markalı ürünler için yapılan “Sizin için tasarlandı. Gezegenin de kalbini kazandı.”başlıklı reklamlarda, *“M1 ile %34 daha az karbon ayak izi. Ambalajın dış kısmında plastik kaplama yok. Taptic Engin’de %100 tungsten. Son Montaj tesislerinin %100’ü için sıfır atık onay sertifikası. Civa yok, berilyum yok, BFR yok. %100 alüminyumdan üretilen kasa. %100 polyester iplik. Çevre planı hazır. 2020’den beri karbon nötr durumdayız. 2030 yılına kadar tüm ürünlerimiz de karbon nötr hale gelecek. Tasarımlarımızın önceliği, dünyanın geleceği. Ön ve arka kameraların tellerinde ve ana kartta %100 geri dönüştürülmüş altın kullanıyoruz. Ana kart ve pil yönetim birimindeki lehimlerde %100 geri dönüştürülmüş kalay kullanıyoruz Tüm mıknatıslarda %100 geri dönüştürülmüş nadir bulunan toprak elementleri kullanıyoruz. Anten hatlarını tekrar değerlendirilen su şişelerinden üretiyoruz. Kimse eline su dökemez. Uzun yıllar boyunca kullanım için dökülmelere, sıçramalara ve düşmelere karşı dayanıklı olacak şekilde tasarlıyoruz. Robot Daisy iPhone’u geri dönüştürülebilir parçalara ayırıyor. İklim değişikliğiyle mücadele etmek ekonomik eşitlik mücadelesi demek. Hava, güneş, su kullanarak üretiyoruz. Daha az güç tüketiyoruz. Daha güçlüyüz. 2021’de ürünlerimizde geri dönüştürülmüş tungsten, nadir bulunan toprak elementleri ve kobaltı 2 kat daha fazla kullanmaya başladık. 2015’e kıyasla ambalajlarda tek kullanımlık plastiğe %75 daha az yer veriyoruz. Siri temiz enerjiyle çalışıyor. Karbon sorununa karşı harika fikirler yeşertiyoruz. Geri**dönüştürülmüş, her bir parça karbon ayak izimizi azaltmamıza yardım ediyor. Üretim tedarik zincirimizde 10 GW temiz enerji kullanıma girdi. 2008 yılından bugüne ürünlerin ortalama enerji kullanımı %70 azaldı. Yaptığımız her şeyde insanlar ve gezegen üzerindeki etkimizi dikkate alıyoruz. Ve kendimize şunu sormaya devam ediyoruz: İşimizi dünya için nasıl daha da büyük bir iyilik gücü haline getirebiliriz?”* ifadelerinin yer aldığı,

Ayrıca, *“Apple ürünleri. Hepsi doğuştan çevreci.”* şeklinde ifadenin bulunduğu,

Söz konusu reklamlarda yer alan ifadelerin ve çevresel beyanların, firmaya ait hangi ürünler, parçalar ve süreçler için kullanıldığının açıkça belirtilmediği, karşılaştırma niteliğindeki ifadelerin neye ilişkin olduğunun tam olarak anlaşılamadığı, yenilenebilir enerji kullanımına ilişkin ifadelerde, üretim süreçlerinde yenilenebilir enerji kullanımının ne kadar olduğu hususunda belirsizlik bulunduğu, reklamlarda yer alan ifadelerin firmaya ait tüm ürünler için geçerli olduğu algısı yaratıldığı, ürünlerin veya üretim süreçlerinin çevreye etkilerine ilişkin olarak tüketiciler nezdinde belirsizliğe neden olacak şekilde kullanıldığı,

Ayrıca, *“Kimse eline su dökemez.”, “Apple ürünleri. Hepsi doğuştan çevreci. vb.”* şeklindeki ifadelerin genel ve soyut ifadeler olduğu, sektörde faaliyette bulunan başka firmaların da çevreye duyarlı ürünler ürettiği, söz konusu ifadelerin tüketicilerin kararları üzerinde firma lehine bir etki yaratarak haksız rekabete neden olduğu,

Söz konusu reklamlarda yer alan çevresel etkiye ilişkin ifade ve beyanlarda, mevzuatta yer alan yükümlülüklere uygun hareket edilmediği ve tüketicilerin çevre konusundaki duyarlılığını ya da bu alandaki olası bilgi eksikliğini istismar edecek biçimde tanıtımlarda bulunulduğu, söz konusu reklamların yanıltıcı nitelikte olduğu ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/8-a, 7/8-c, 7/8-ç, 8/1-b, 8/1-c, 8/1-e, 8/1-f, 8/1-g, 9/1, 9/2, 9/4, 9/5, 17/1, 17/2, 17/3, 17/4, 29/1, 29/2-a, 29/3 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**DAYANIKLI TÜKETİM MALLARI**

**145)**

**Dosya No: 2022/2642**

**Şikayet Edilen: Mieko Zincir Aksesuarları San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait "Robot Süpürgelerde Taksit İmkanı Mi Store Mağazalarımızda" başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 2022

**Yayınlandığı Mecra:** Afiş

**Tespitler:** Tüketici tarafından gönderilen reklam örneği incelendiğinde, "Robot Süpürgelerde Taksit İmkanı Mi Store Mağazalarımızda" başlıklı afişte, kampanya dahilindeki süpürgelere vade faksız peşin fiyatına Garanti Bankası Bonus karta 4 taksit; Yapı Kredi Bankası World karta ise 5 taksit yapılacağına ilişkin reklam ve tanıtım yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firma tarafından gönderilen reklam görselinde kampanyanın hangi ürünlerde geçerli olacağı bilgisine açıkça yer verildiği 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.

**146)**

**Dosya No: 2022/3079**

**Şikayet Edilen: Teknosa İç Dış Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** "Tüm Televizyonlarda %20 indirim Fırsatı" başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 30.06.2022

**Yayınlandığı Mecra:** Kısa Mesaj

**Tespitler:** Tüketici tarafından gönderilen reklam örneği incelendiğinde, Teknosa tarafından tüketiciye gönderilen kısa mesajda, *“Ayrıcalıklar TeknoClub'da! Bugüne özel tüm televizyonlarda geçerli %20 indirim fırsatını kaçırmamak için mağazalarımıza davetlisiniz! Son gün: 30 Haziran. Detaylar: Teknosa Mağazalarında”* şeklinde ifadelerin yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firma tarafından tüketicilere gönderilen kısa mesaj ile "Ayrıcalıklar TeknoClub'da! Bugüne özel tüm televizyonlarda geçerli %20 indirim fırsatını kaçırmamak için mağazalarımıza davetlisiniz. Son Gün:30 Haziran" şeklinde bilgilendirme yapılmasına rağmen kampanya kapsamında alışveriş yapmak için mağazaya gidildiğinde söz konusu kampanyanın sadece seçili ürünlerde geçerli olduğu bilgisinin verildiği, ana vaadin esaslı unsuru olan bu duruma reklamlarda açıkça yer verilmediği, kampanyanın seçili ürünlerde geçerli olduğu bilgisinin ana vaadin sağladığı avantajları etkileyecek nitelikte olduğu ve bu durumun da ana vaad istisna uyumsuzluğuna neden olduğu, bu nedenle söz konusu reklamların yanıltıcı nitelikte olduğu ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-ç, 9/1, 9/5, 13/1,13/9 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Teknosa İç Dış Tic. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**147)**

**Dosya No: 2022/4119**

**Şikayet Edilen: Vivense Teknoloji Hizmetleri ve Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** "Mobil Uygulamaya Özel 500 TL ve Üzeri Alışverişlerde 50 TL indirim" başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Tüketici tarafından gönderilen reklam örneği incelendiğinde, “*Mobil Uygulamaya Özel 500 TL ve üzeri alışverişlerde 50 TL İndirim; kupon kodu: APPOZEL50”* ifadesine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firmaya ait www.vivense.com adlı internet sitesinde mobil uygulama üzerinden yapılan 500 TL ve üzeri alışverişlerde 50 TL indirim yapılacağı şeklinde reklam yapılmasına rağmen tüketicinin satın almak istediği üründe kampanyanın geçerli olmadığı gerekçesi ile indirim uygulanmadığı, ana vaadin esaslı unsuru olan kampanyanın hangi ürünlerde geçerli olacağı bilgisi ile kampanyanın içeriğine reklamlarda açıkça yer verilmediği ve bu durumun da ana vaad istisna uyumsuzluğuna neden olduğu, söz konusu reklamların yanıltıcı nitelikte olduğu ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-ç, 9/1, 9/5, 13/1,13/9, 14/1, 14/2, 14/3, 18/1,18/2, 18/3, 18/4, 18/5,18/6, 18/7, 29/1, 29/2-c, 29/3 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**148)**

**Dosya No: 2022/1895**

**Şikayet Edilen:** **Cotyora Salıncak Eticaret ve İnternet Paz. Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.n11.com adresli internet sitesinde firma tarafından tanıtımı ve satışı yapılan “Bafsalıncak salıncak hamak” reklamları

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 28.02.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ait söz konusu reklamlarda, ürünün 28.02.2022 tarihinde 1.588 TL’ye satıldığı, daha sonraki tarihlerde ise ürün fiyatının değiştiği, indirimli 1.999 TL ve 2.399 TL şeklinde tanıtım yapıldığı, kampanyanın başlangıç, bitiş tarihine ve ürünün stok miktarlarına yer verilmediği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; bir tüketicinin, www.n11.com adresli internet sitesinde firma tarafından tanıtımı ve satışı yapılan “Bafsalıncak salıncak hamak” isimli ürünü 28.02.2022 tarihinde 1.588 TL ödeyerek satın aldığı, 11.03.2022 tarihinde fiyat değişikliği nedeniyle firmanın tüketiciden siparişi iptal etmesini istediği, tüketicinin siparişi iptal etmediği, ürünün bu süre içinde tüketiciye gönderilmediği ve internet sitesinde ürünün daha yüksek fiyattan satışına devam edildiği, sipariş tarihinden 43 gün sonra 11.04.2022 tarihinde ise siparişin firma tarafından iptal edildiği ve ücret iadesi yapıldığı, ürünün reklamda belirtilen 1.588 TL’den satılmadığı, satıldığına ilişkin ispatlayıcı bilgi ve belgelerin sunulamadığı, söz konusu reklamlarda kampanyanın başlangıç, bitiş tarihine ve ürünün stok miktarlarına yer verilmediği ve tüketicilerin aldatıldığı,

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.n11.com adresli internet sitesinde belirtilen satış fiyatları üzerinden edinmeye davet ederek haksız ticari uygulamada bulunduğu; söz konusu reklamların yanıltıcı nitelikte olduğu ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-ç, 9/1, 9/5, 13/1, 13/9, 28/1, 28/2, 28/4, 29/1, 29/2-c, 29/3 ve 32 nci maddeleri ile “Haksız Ticari Uygulama Olarak Kabul Edilen Örnek Uygulamalar” Ekinde yer alan “A - Aldatıcı Ticari Uygulamalar” maddesinin 5 inci fıkrası,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Cotyora Salıncak Eticaret ve İnternet Paz. Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü, 77/12 nci ve 77/13 üncü maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**149)**

**Dosya No: 2022/2086**

**Şikayet Edilen:** **Usta Oto Kiralama**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından, “Usta Rent a Car” kullanıcı adı ile www.sahibinden.com adresli internet sitesinde yayınlanan araç kiralama reklamları

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 11.04.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ait söz konusu reklamlarda, farklı marka araçların 70 TL’ye kiralanabileceği şeklinde ifadelerin bulunduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firma tarafından, “Usta Rent a Car” kullanıcı adı ile www.sahibinden.com adresli internet sitesinde 11.04.2022 tarihinde yayınlanan araç kiralama reklamlarında, bazı araçların kiralama fiyatı olarak 70 TL şeklinde fiyata yer verildiği, ancak söz konusu araçların 70 TL’ye kiralanamadığı ve kiralandığının da ispatlanamadığı, ilan edilen fiyat ile tüketicilere bildirilen nihai fiyatın birbirinden farklı olduğu ve tüketicilerin aldatıldığı, söz konusu reklamların yanıltıcı nitelikte olduğu ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 7/5-ç, 9/1, 9/5, 13/1, 13/9, 18/1, 18/2, 28/1, 28/4, 29/1, 29/2-a, 29/2-c ve 32 nci maddeleri ile “Haksız Ticari Uygulama Olarak Kabul Edilen Örnek Uygulamalar” Ekinde yer alan “A - Aldatıcı Ticari Uygulamalar” maddesinin 5 inci fıkrası,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Usta Oto Kiralama** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü, 77/12 nci ve 77/13 üncü maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**150)**

**Dosya No: 2022/2329**

**Şikayet Edilen:** **Lg Mağaza Destek**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.magaza.lgdestek.net adresli internet sitesinde yer alan “LG marka ürün” reklamları

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** Haziran 2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ait söz konusu reklamlarda veinternet sayfası isminde, firmanın LG Elekt. Tic. A.Ş. unvanlı firmaya ait unvanın, logonun ve firmaya ait görsellerin kullandığı, firmaya ait söz konusu internet sitesinde, LG markası adı altında orijinal olduğu belirtilerek pek çok ürün satıldığı, *“LGDestek Mağaza, Mart 2017 tarihinde aktif olmuş ve her gün yüzlerce müşteriye hizmet vermektedir. Batarya, Şarj adaptörü, USB Kablo ve Kulaklıklar yedek parça statüsünde olduğu için fatura tarihiden itibaren 6 ay garanti kapsamında destek vermektedir. Firmamızda satılan ürünler ithalatçı firma garantilidir.”* şeklinde ifadelerin bulunduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firmaya ait www.magaza.lgdestek.net adresli internet sitesinde yer alan ürün reklamlarında ve alan adı uzantısında, firmanın LG Elekt. Tic. A.Ş. unvanlı firma ile firmanızın hiçbir ticari bağlantısı bulunmadığı halde, söz konusu unvanın, logonun ve firmaya ait görsellerin haksız şekilde kullandığı, LG Elekt. Tic. A.Ş.’nin tüketicilere doğrudan satış yaptığı bir internet sitesinin bulunmadığı, oysa firmaya ait söz konusu internet sitesinde, “LG” markası adı altında orijinal olduğu belirtilerek pek çok ürün satıldığı, ancak satılan bu ürünlerin orijinal olmadığı, *“LGDestek Mağaza, Mart 2017tarihinde aktif olmuş ve her gün yüzlerce müşteriye hizmet vermektedir. Batarya, Şarj adaptörü, USB Kablo ve Kulaklıklar yedek parça statüsünde olduğu için fatura tarihiden itibaren 6 ay garanti kapsamında destek vermektedir. Firmamızda satılan ürünler ithalatçı firma garantilidir.”* şeklinde ifadelerin bulunduğu, ancak firmanın söz konusu marka ile herhangi bir bağlantısının, distribütörlük, yetkili servis veya bayilik anlaşmasının bulunmadığı ve bulunduğunun da ispatlanamadığı,

Ayrıca, söz konusu internet sayfasında görseline ve ismine yer verilen ürünlerin orijinal olduğu belirtilerek söz konusu firma tarafından üretiliyormuş algısı yaratıldığı, firma unvanının haksız yere kullanıldığı ve tüketicilerin aldatıldığı, söz konusu reklamların yanıltıcı nitelikte olduğu ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-c, 7/5-f, 7/5-g, 9/1, 9/5, 11/1-a, 11/1-b, 12/1, 12/2, 28/1, 28/2, 28/3, 29/1, 29/3 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Lg Mağaza Destek** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü, 77/12 nci ve 77/13 üncü maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**151)**

**Dosya No: 2022/951**

**Şikayet Edilen: Adem GÜLESER**

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

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 2022

**Yayınlandığı Mecra:** Broşür

**Tespitler:** Firmaya ilişkin olarak broşürlerde *"Komşularınız bu temizliği konuşacak. Esila halı Güvenli Üretim, TSE-Covid-19, Türkiye'nin tek Covid-19 güvenli üretim belgesine sahip halı yıkama firması. Esila Halı Yıkama"* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firmaya ilişkin olarak broşürlerde *"Komşularınız bu temizliği konuşacak. Esila halı Güvenli Üretim, TSE-Covid-19, Türkiye'nin tek Covid-19 güvenli üretim belgesine sahip halı yıkama firması. Esila Halı Yıkama"* şeklinde ifadelere yer verilerek firmanın sahip olmadığı belge ve teçhizatla üretim yapıldığına ilişkin tanıtım yapıldığı dolayısıyla söz konusu tanıtımların gerçeği yansıtmadığı,

Diğer taraftan firmaya ilişkin olarak broşürlerde yer alan *"Esila halı Güvenli Üretim, TSE-Covid-19, Türkiye'nin tek Covid-19 güvenli üretim belgesine sahip halı yıkama firması. Esila Halı Yıkama"* şeklindeki ifadelerin ve TSE belgesine sahip olduğunun ispatlanması gerektiği, ancak söz konusu hususların ispatlanmadığı,

Bununla birlikte anılan broşürlerde *"Esila halı Güvenli Üretim, TSE-Covid-19, Türkiye'nin tek Covid-19 güvenli üretim belgesine sahip halı yıkama firması. Esila Halı Yıkama"* şeklinde ifadelere yer verilmesi ile ilgili olarak;

Kamuoyunda koronavirüs olarak bilinen Covid 19 virüsü kaynaklı hastalığın esas olarak damlacık yoluyla bulaştığı, bu hastalığı geçiren bireylerin öksürme, hapşırma yoluyla ortaya saçtıkları damlacıklara diğer kişilerin elleri ile temas etmesi sonrasında ellerini ağız, burun veya göz mukozasına götürmesi ve temas etmesi ile bulaşmanın da söz konusu olmasına karşın bu durumun iç mekanda bulunan tüm eşyalar için geçerli olduğu hususları birlikte değerlendirildiğinde, firmanın tanıtımları vasıtasıyla tüketiciler nezdinde ürünün temel bulaşı yolundan ziyade çeşitli koşullara bağlı olan temasa vurgu yapılarak gündelik kullanımda diğer iç mekan eşyalarına oranla temas edilme ihtimali oldukça düşük olan halı yıkanması yoluyla tüketicilerde virüsün yok edileceği/öldürüleceği yönünde bir algı oluşturulduğu, kamu sağlığını bozucu nitelikteki bu durumun ürünün yanlış ve aşırı kullanımına da neden olabilecek şekilde tüketicileri yanlış yönlendirdiği, 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 6/1-g, 6/1-h, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 7/5-c, 9/1, 9/5 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**152)**

**Dosya No: 2022/1294**

**Şikayet Edilen: Liyakat Yayıncılık Matbaacılık San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait www.kitapkargo.com adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 29.07.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ilişkin olarak www.kitapkargo.com adresli internet sitesinde *"Polis Ol! Polisliğe dair her şey bu kitapta. Polis alımları için eşsiz kaynak. Polis olmak için gerekli olan her şey.* *MSÜ öğrencisi olmak için gerekli olan her şey. MSÜ alımları için eşsiz kaynaklar. Asker ol! Asker alımları için eşsiz kaynak. Asker olmak için gerekli olan her şey. Bekçi olmak için gerekli olan her şey. Bekçi alımları için eşsiz kaynaklar. 2019/1-Alımı için gerekli olan ne varsa bu kitaplarda. Sınavı kazandıracak soru bankaları sizlerle. Polisol KPSS! 2022 KPSS'de hedefe tam isabet. Hedef-Banko-İsabet. Vakit kaybetme TYT-AYT de hedefe tam isabet. Zabıt katibi olmak için gerekli olan her şey. İnfaz koruma memuru olmak için gerekli olan her şey."* şeklinde ifadelere ve kamu kurumlarının isim, amblem, logo ve diğer ayırt edici kurumsal kimlik unsurlarına yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firmaya ilişkin olarak www.kitapkargo.com adresli internet sitesinde *"Polis Ol! Polisliğe dair her şey bu kitapta. Polis alımları için eşsiz kaynak. Polis olmak için gerekli olan her şey. MSÜ öğrencisi olmak için gerekli olan her şey. MSÜ alımları için eşsiz kaynaklar. Asker ol! Asker alımları için eşsiz kaynak. Asker olmak için gerekli olan her şey. Bekçi olmak için gerekli olan her şey. Bekçi alımları için eşsiz kaynaklar. 2019/1-Alımı için gerekli olan ne varsa bu kitaplarda. Sınavı kazandıracak soru bankaları sizlerle. Polisol KPSS! 2022 KPSS'de hedefe tam isabet. Hedef-Banko-İsabet. Vakit kaybetme TYT-AYT de hedefe tam isabet. Zabıt katibi olmak için gerekli olan her şey. İnfaz koruma memuru olmak için gerekli olan her şey."* şeklinde ifadelere yer verilerek firma tarafından tüketiciler nezdinde sınavlarda başarı garantisi verildiği izleniminin oluşturulduğu ancak bu hususun doğru olmadığı dolayısıyla tüketicilerin yanıltıldığı,

Bununla birlikte firmaya ilişkin olarak www.kitapkargo.com adresli internet sitesinde kamu kurumlarının isim, amblem, logo ve diğer ayırt edici kurumsal kimlik unsurlarına yer verilerek tüketicilerin kamu kurumlarına duyduğu güven ve itibardan haksız bir şekilde yarar sağlandığı; ayrıca, tüketicilerin bilgi ve tecrübe eksikliklerinin istismar edilerek yanıltıldığı; dolayısıyla, anılan tanıtımların; tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Liyakat Yayıncılık Matbaacılık 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.

**153)**

**Dosya No: 2022/1299**

**Şikayet Edilen: A101 Yeni Mağazacılık A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait "Aldın Aldın" başlıklı afişlerde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 24.02.2022

**Yayınlandığı Mecra:** Afiş

**Tespitler:** Firmaya ait 24 Şubat 2022 tarihli "Aldın Aldın" başlıklı afişlerde *"Ayaklı Cam Meyvelik"* isimli ürünün fiyatının 24,95 TL olarak belirtildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firmaya ait 24 Şubat 2022 tarihli "Aldın Aldın" başlıklı afişlerde yer alan tanıtımlar ile ilgili sunulan bilgi ve belgeler kapsamında şikayet konusu hususta Reklam Mevzuatı hükümlerine aykırı bir unsura rastlanmadığından, anılan reklamların Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin ilgili hükümleri ile 6502 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 ve 62 nci maddelerine **aykırı olmadığına** karar verilmiştir.

**154)**

**Dosya No: 2022/1444**

**Şikayet Edilen: Hüseyin Utku YILDIRIM-Karadeniz Pet**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait "Karadeniz Pet" isimli satıcı tarafından www.trendyol.com adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ait "Karadeniz Pet" isimli satıcı tarafından www.trendyol.com adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda *“Röhnfried 20 ml Kafes Kuşları İçin Üreme Vitamini Taubenfit E 50 (Ölçü Şırıngası* *Hediyeli)”* isimli ürünün 55,00 TL olan fiyatı üzerinden yapılan indirimle 46 TL fiyatı ile ve *“Röhnfried Kuşlar İçin En İyisi Gervitw Multivitamin Takviyesi 20 ml”* isimli ürünün 49,00 TL olan fiyatı üzerinden yapılan indirimle 27,90 TL fiyatı ile satışa sunulduğu bilgisine yer verildiğitespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firmaya ait "Karadeniz Pet" isimli satıcı tarafından www.trendyol.com adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda *“Röhnfried 20 ml Kafes Kuşları İçin Üreme Vitamini Taubenfit E 50 (Ölçü Şırıngası Hediyeli)”* isimli ürünün 55,00 TL olan fiyatı üzerinden yapılan indirimle 46 TL fiyatı ile satışa sunulduğu bilgisine yer verildiği ancak söz konusu ürünün 55 TL fiyatından,

Bununla birlikte anılan internet sitesinde yer alan tanıtımlarda *“Röhnfried Kuşlar İçin En İyisi Gervit w Multivitamin Takviyesi 20 ml”* isimli ürünün 49,00 TL olan fiyatı üzerinden yapılan indirimle 27,90 TL fiyatı ile satışa sunulduğu bilgisine yer verildiği, ancak söz konusu ürünün 49 TL fiyatından satışının hiç gerçekleştirilmediği bu nedenle inceleme 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-ç, 9/1, 9/5, 13/1, 14/1, 14/2, 14/3 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Hüseyin Utku YILDIRIM-Karadeniz Pet** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**155)**

**Dosya No: 2022/1897**

**Şikayet Edilen: Siliconmade Arge Yazılım Bilişim A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait https://siliconmadeacademy.com ve www.instagram.com adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 25.05.2022, 27.07.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ilişkin olarak https://siliconmadeacademy.com adresli internet sitesinde *"Yeni Nesil Yazılım Akademisi %100 İşe Yerleştirme. Şimdi başvur."* şeklinde ve https://www.instagram.com/siliconmadeacademy/ adresli internet sitesinde *"Geleceğin parlak yazılımcılarını, yetenek ve ilgi alanlarına uygun bir şekilde sıra dışı yöntemlerle yetiştirerek %100 işe yerleştiriyoruz."* şeklinde ifadelere yer verildiğitespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firmaya ilişkin olarak https://siliconmadeacademy.com adresli internet sitesinde *"Yeni Nesil Yazılım Akademisi %100 İşe Yerleştirme. Şimdi başvur."* şeklinde vehttps://www.instagram.com/siliconmadeacademy/ adresli internet sitesinde *"Geleceğin parlak yazılımcılarını, yetenek ve ilgi alanlarına uygun bir şekilde sıra dışı yöntemlerle yetiştirerek %100 işe yerleştiriyoruz."* şeklinde ifadelere yer verilerek firma tarafından tüketicilere iş garantisi verildiği ancak firma tarafından vaat edilen "%100 İşe Yerleştirme" hizmetinden faydalanabilmek için belli koşulların sağlanması gerektiği, firma tarafından verilen Yazılım Akademisi'nin 4 aşamalı eğitim sürecini içerdiği, her aşamanın sonunda belirli sınav ve değerlendirmelerden geçilerek bir sonraki aşamaya hak kazanıldığı, 4.aşamayı başarıyla tamamlayanlara iş garantisinin verildiği ancak tüketicilerin satın alma kararını etkileyecek nitelikteki bu bilgilere söz konusu internet sitelerinde yer verilmediği dolayısıyla tüketicilerin eksik bilgilendirildiği, 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, 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 **Siliconmade Arge Yazılım Bilişim A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**156)**

**Dosya No: 2022/2858**

**Şikayet Edilen: Gha Proje Geliştirme Gayrimenkul ve İnşaat A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait www.instagram.com adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 02.08.2022, 28.09.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ilişkin olarak www.instagram.com adresli internet sitesinde "aida.istanbulprojepazarlama" ve "aidaalipour.ghaproje" isimli hesaplar tarafından *"Bu proje 7550 bin metrekare alana sahip arsa* *üzerine inşa edilmiştir. Projenin %75'i yeşil alandan oluşuyor. Projenin 2 girişi vardır. Proje 3 bloktan* *oluşmakta ve her blokta sırasıyla (A) 13, (B) 12, (D) 9 kat bulunmaktadır. Projede 16 ticari ünite* *(dükkan) bulunmaktadır. 2 blok (A.B) 6-7 ay içinde ve (D) blok 12 ay içinde teslim edilecektir. (…)* *TAPULAR HAZIR"* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firmaya ait www.instagram.com adresli internet sitesinde "aida.istanbulprojepazarlama" ve "aidaalipour.ghaproje" isimli hesaplar tarafından *"Bu proje 7550 bin metrekare alana sahip arsa üzerine inşa edilmiştir. Projenin %75'i yeşil alandan oluşuyor. Projenin 2 girişi vardır. Proje 3 bloktan oluşmakta ve her blokta sırasıyla (A) 13, (B) 12, (D) 9 kat bulunmaktadır. Projede 16 ticari ünite (dükkan) bulunmaktadır. 2 blok (A.B) 6-7 ay içinde ve (D) blok 12 ay içinde teslim edilecektir.(…) TAPULAR HAZIR"* şeklinde ifadelere yer verilmesine rağmen söz konusu projeden sözleşme ile hak sahibi olanların açmış olduğu davalarda mahkemeler tarafından tapu senetleri düzenlenmediği için davacıların tescil taleplerinin kabul edilmediği dolayısıyla "Tapular hazır" şeklindeki tanıtımların gerçeği yansıtmadığı, dolayısıyla, anılan tanıtımların; tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**157)**

**Dosya No: 2022/3121**

**Şikayet Edilen: Mehmet Fatih YANAR-Meydan Emlak**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmanın camekanında yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 2022

**Yayınlandığı Mecra:** Diğer

**Tespitler:** Firmanın camekanında *"1 Günde Tapu Devri"* ifadesine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firmanın camekanında *"1 Günde Tapu Devri"* ifadesine yer verildiği ancak tapu işlemlerinin özelliklerine, evrak ve personel durumuna göre Tapu Müdürlükleri tarafından dahi böyle bir garanti verilemediği dolayısıyla anılan 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-c, 9/1, 9/5 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Mehmet Fatih YANAR-Meydan Emlak** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**DİĞER**

**158)**

**Dosya No: 2022/2477**

**Şikayet Edilen: Yasin Özgüç Paz. İnş. San. Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait ‘Yopigo OR-515 Ultra Güçlü Pilli Led El Feneri 2000 Lumen 6Watt’ adlı ürüne ait reklamlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Tüketici tarafından gönderilen reklam örneği incelendiğinde, ürün başlığında ‘Yopigo OR-515 Ultra Güçlü Pilli Led El Feneri 2000 Lumen 6Watt’ ifadesine yer verildiği ancak açıklama olarak 3W ibaresinin yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firma tarafından "Yopigo Türkiye" satıcı adı ile www.hepsiburada.com internet sitesinde satışa sunulan "Yopigo OR-515 Ultra Güçlü Pilli Led El Feneri 2000 Lumen 6Watt" adlı ürünün 3 Watt özelliğinde olmasına rağmen 6 Watt şeklinde reklamının yapıldığı ve tüketicilerin satın alma davranışları üzerinde aldatıcı ve yanıltıcı etkiye neden olduğu, söz konusu reklamların yanıltıcı nitelikte olduğu ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Yasin Özgüç Paz. İnş. San. Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**159)**

**Dosya No: 2022/2748**

**Şikayet Edilen: Media Markt İç ve Dış Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait *"Mağazadan 29 Dakikada Teslim Al"* başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Tüketici tarafından gönderilen reklam örneği incelendiğinde, firmaya ait www.mediamarkt.com.tr adlı internet sitesinin ana sayfasında *"Mağazadan 29 Dakikada Teslim Al"* ibaresine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firmaya ait www.mediamarkt.com.tr adlı internet sitesi üzerinden satın alınan ürünlerin mağazadan 29 dakikada teslim alınacağına ilişkin bilgilendirme yapılmasına rağmen tüketicinin internet üzerinden yaptığı alışverişini mağazadan 29 dakika yerine 4 günde teslim alabildiği, mağazadan 29 dakikada teslimat hizmetinden ancak mağazada stok olması ve ürünün 29 dakikada teslime uygun olması koşulu ile faydalanabileceği bilgisine reklamlarda yer verilmediği ve dolayısıyla ana vaadin esaslı unsuru olan bu duruma reklamlarda açıkça yer verilmemesinin ana vaad istisna uyumsuzluğuna neden olduğu, söz konusu reklamların yanıltıcı nitelikte olduğu ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**160)**

**Dosya No: 2022/2948**

**Şikayet Edilen: Mehmet Emin ABLAK (Saray Gayrimenkul Danışmanlığı)**

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

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 25.06.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan incelemede, “ebruyazara” kullanıcı adı ile www.sahibinden.com adresli internet sitesinde şahsa ait 25/06/2022 tarihli ve 1032122757 numaralı ilanda İzmir Torbalı mahallesinde 2+1 daire tanıtımının yer aldığı, tapu durumunun kat mülkiyeti olarak ifade edildiği, ilan detaylarında yer alan açıklamalarda; “*2+1 120m2 arakat sıfır merkezi konum, nezih semt, kaçırılmayacak fırsat daire, ister siz oturun ister kiraya verin, doğalgaz ve sıfır ankastre set takılıdır, markete pazara okula oldukça yakın konumda, %98 firmamıza özel avantajlı kredi oranlarıyla”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, www.sahibinden.com adresli internet sitesinde reklam verene ait 25/06/2022 tarihli ve 1032122757 numaralı ilanda tanıtımı yapılan konutun imar izni olmadığı halde söz konusu tanıtımda bu duruma yer verilmediği, ilgili bilginin saklanması suretiyle tüketicilerin aldatılarak yanıltıldığı, portföylerinde bulunan benzer nitelikli ilanlar yönünden ise imar affından yararlanılma hususuna ilişkin açıklamanın bulunduğu bir ilanın dosya kapsamında sunulmadığı tespit edildiğinden bahse konu uygulamanın tüketicilerin bir mal veya hizmete ilişkin ekonomik davranış biçimini önemli ölçüde bozucu veya normal şartlar altında taraf olmayacağı bir tüketici işlemine taraf olmasına yol açıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtım ve ticari uygulamaların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren/ticari uygulamada bulunan **Mehmet Emin ABLAK** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü, 77/12 ve 77/13 üncü maddeleri uyarınca **155.712,00-TL (Yüzellibeşbinyediyüzoniki Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**161)**

**Dosya No: 2022/3111**

**Şikayet Edilen: Fuyapı Boya İzolasyon İnşaat Sanayi ve Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:**www.sahibinden.com adresli internet sitesinde yayınlanan şirkete ait “İlkim Konakları” isimli konut projesine ilişkin reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 04.06.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan incelemede, başvuran tarafından reklam verene ait çevrimiçi katalog, internet sitesi ekran görüntüsü gibi herhangi bir reklam örneğinin iletilmediği, başvuru dilekçesinde yer alan ilan numaraları aracılığı ile yapılan araştırmalarda ise www.sahibinden.com adresli internet sitesinde yer alan ilanlardan 04.06.2020 tarihli ve 828158416 numaralı ilanın İlkim Konakları isimli projeye ait bir ilan olduğu ve ilgili ilanda bahçe katı konutun 180 m2 (brüt) ve 100 m2 (net) ölçülerle tanıtımlarının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, www.sahibinden.com adresli internet sitesinde reklam verene ait 04.06.2020 tarihli ve 828158416 numaralı ilanda İlkim Konakları isimli projeye ait bahçe katı konutun 180m2 (brüt) ve 100 m2 (net) ölçülerle olmak üzere tanıtımlarının yapıldığı ancak dosya kapsamında sunulan bilgi ve belgeler çerçevesinde söz konusu ölçülerin gerçeği yansıtmadığı ve bu nedenle anılan tanıtımlarla tüketicilerin aldatılarak yanıltıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**162)**

**Dosya No: 2022/3412**

**Şikayet Edilen: Yolcu360 Bilişim Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** yolcu360.com adresli internet sitesinde yer alan tanıtım ve ticari uygulamalar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan incelemede, yolcu360.com adresli internet sitesinin 06.07.2022 tarihli görünümünde örnek sorgu için lokasyon olarak Muğla-Dalaman Havalimanı, tarih aralığı olarak da 09.07.2022 ile 10.07.2022 tarihleri seçilerek yapılan arama sonucunda (Green Motion International adlı araç kiralama şirketi tarafından işletilen) "Renault Clio" markalı aracın indirim öncesi toplam kiralama tutarının 1.375,06 TL olarak gösterildiği, bu tutarın üstü çizilerek bahse konu aracın 756,31 TL üzerinden kiralanmaya sunulduğu,

Benzer şekilde Antalya-Antalya Havalimanı lokasyonu 07.07.2022-08.07.2022 tarihleri seçilerek yapılan arama sonucunda Green Motion International adlı araç kiralama şirketi tarafından işletilen "Ford Tourneo Courier" markalı aracın indirim öncesi toplam kiralama tutarının 1.291,34TL olarak gösterildiği, bu tutarın üstü çizilerek bahse konu aracın 710,39 TL üzerinden kiralanmaya sunulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, www.yolcu360.com adresli internet sitesinde kiralama konusu araçlara ilişkin tanıtımlarda yer alan üzeri çizili fiyat uygulamaları ile tüketiciler nezdinde indirimli satış reklamlarına ilişkin bir algı oluşturulduğu, dolayısıyla araçların kiralama tutarlarının indirim öncesi fiyatlarının (üzeri çizili fiyatlarının) otuz gün içerisindeki en düşük fiyat olduğunun ispat edilmesi gerektiği ancak konuya ilişkin ispat niteliğinde herhangi bir belgenin dosya kapsamında sunulmadığı anlaşıldığından söz konusu tanıtım ve uygulamalarla tüketicilerin aldatılarak yanıltıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Yolcu360 Bilişim Anonim Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanunun 63, 77/12 ve 77/13 üncü maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**163)**

**Dosya No: 2022/3467**

**Şikayet Edilen: Araba Sepeti Otomotiv Bilişim Danışmanlık Hizmetleri Sanayi ve Ticaret Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Youtube” isimli sosyal medya mecrasında paylaşılan şirkete ait reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan incelemede, “Youtube” isimli sosyal medya mecrasında şirkete ait “Carvak Türkiye” kullanıcı adıyla yapılan 27.07.2022 tarihli paylaşımda; *“İkinci el arabada dünya lideri Carvak Türkiye'de”* ifadesine yer verildiği, diğer taraftan ilgili iddiaya referans teşkil eden herhangi bir çalışma veya araştırmaya söz konusu tanıtımlarda yer verilmediği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, “Youtube” isimli sosyal medya mecrasında reklam verene ait “Carvak Türkiye” kullanıcı adıyla yapılan 27.07.2022 tarihli paylaşımda; “*İkinci el arabada dünya lideri Carvak Türkiye'de*” ifadesine yer verildiği, dosya kapsamında yer alan mevcut bilgi ve belgeler çerçevesinde ilgili tanıtımda yer alan iddianın abartılı ve doğruluğu ispatlanmamış olgulara dayalı olduğu, tüketicilerin ürün veya hizmete ilişkin alım kararını etkileyen bu tür ifadelerin tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı nitelik arz ettiği ve ayrıca dürüst rekabet ve karşılaştırmalı reklamlara ilişkin ilkelere aykırı olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/5-b, 7/5-c, 7/5-g, 7/8-a, 7/8-b, 7/8-c, 7/8-ç, 8/1-b, 8/1-c, 8/1-d, 8/1-e, 8/1-f, 8/1-ı, 9 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Araba Sepeti Otomotiv Bilişim Danışmanlık Hizmetleri 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.

**164)**

**Dosya No: 2022/3649**

**Şikayet Edilen: Olimtur Seyahat Acentaları Otomotiv Turizm ve İnşaat Sanayi Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** biletbayisi.com adresli internet sitesinde yer alan reklam ve ticari uygulamalar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan incelemede, biletbayisi.com adresli internet sitesinin 05.08.2022 tarihli görünümünde, örnek sorgu için İstanbul Sabiha Gökçen-Ankara Esenboğa Havalimanı güzergahı olmak üzere 19.08.2022 tarihi tek yönlü uçuş seçilerek yapılan arama sonucunda 23.10 kalkış-00.15 varış saatli Pegasus uçuşu bilet fiyatının 407 TL tutarı olarak gösterildiği, ilgili uçuş seçilerek devam edildiğinde ise gelen ekranda bilet toplam fiyatının (224,99 TL fiyat, 204,07 vergiler/yakıt ve 6 TL hizmet bedeli toplamı olmak üzere) 435,06 TL şeklinde gösterildiği,

Ayrıca anılan internet sitesinde sefer sorgu sayfasında 407 TL olarak tanıtılan uçak bileti tutarının yukarıda bahsedildiği şekilde devam eden ekranda 435 TL'ye çıkarılmasının ardından ödeme ekranına geçildiğinde "Esnek Paket (69 TL)" ve "İptal/İade Paketi (89TL)" isimli ek hizmetlerin önceden seçili olarak eklenmesi dolayısıyla 593,06 TL'ye yükseldiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, söz konusu tanıtım ve uygulamalarla bilet fiyatlarına ilişkin olarak tüketiciler nezdinde anlam karışıklığına yol açılarak tüketicilerin aldatılarak yanıltıldığı ve ayrıca ek hizmetlere ilişkin ticari uygulamaların tüketicilerin bir mal veya hizmete ilişkin ekonomik davranış biçimini önemli ölçüde bozucu veya normal şartlar altında taraf olmayacağı bir tüketici işlemine taraf olmasına yol açıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtım ve ticari uygulamaların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/5-b, 7/5-ç, 9/1, 9/5, 13/1, 13/2, 28/1, 28/2, 28/4, 29/1, 30/1 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Olimtur Seyahat Acentaları Otomotiv Turizm ve İnşaat Sanayi Ticaret Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanunun 63, 77/12 ve 77/13 üncü maddeleri uyarınca **anılan reklamları** **durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**165)**

**Dosya No: 2021/4449**

**Şikayet Edilen: Çetin Family Teks. Gıda Paz. San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından “Buratti” markalı ürüne ilişkin olarak gerçekleştirilen tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 22.09.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Buratti markalı ürüne ilişkin olarak, firmaya ait www.markastok.com ile www.hepsiburada.com adresli internet sitelerinde yayınlanan indirimli satış tanıtımlarında indirim öncesi fiyat olarak 109,99 TL bedelinin belirlendiği ve ürün stok miktarına ilişkin bilgilere yer verilmediği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, firma tarafından sunulan fatura örneğinin incelemenin yürütüldüğü tarihten iki ay öncesine ilişkin olduğu, ürün fiyat değişimlerini gösterilen belgelerin sunulamadığı, bu çerçevede, gerek firmaya ait www.markastok.com gerekse de www.hepsiburada.com adresli internet sitesinde yayınlanan indirimli satış tanıtımlarında yer verilen indirim öncesi fiyatın kanıtlanamadığı, ayrıca Reklam Mevzuatında belirtildiği şekilde stok bilgilerine yer verilmediği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**166)**

**Dosya No: 2021/5977**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** www.hepsiburada.com adresli internet sitesinde yer verilen reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 2021-2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Söz konusu internet sitesinin yorum yayınlama kriterleri kısmında "Ürün veya marka ile ilgili bilgi veren, ürüne/kullanımına dair olumlu veya olumsuz görüş ve deneyimleri içeren yorumları yayınlıyoruz” şeklinde bir bilgilendirmeye yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, tüketicilerden biri tarafından firmaya ait www.hepsiburada.com adresli internet sitesi üzerinden çeşitli ürünlere ilişkin olarak yapılan yorumların sitede yer verilen "Ürün veya marka ile ilgili bilgi veren, ürüne/kullanımına dair olumlu veya olumsuz görüş ve deneyimleri içeren yorumları yayınlıyoruz" şeklindeki firmaca belirlenen kurallara aykırı olarak yayınlanmadığı, diğer tüketici tarafından yapılan yorumun yayınlanmamasına ilişkin olarak ise herhangi bir açıklama sunulmadığı, bu çerçevede, söz konusu yorumların yayınlanmaması nedeniyle tüketicilerin doğrudan deneyim paylaşımı yolu ile edinebilecekleri bilgiye müdahale edildiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,reklam veren **D-Market Elektronik Hizm. ve Tic. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü, 77/12 nci ve 77/13 üncü maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**167)**

**Dosya No: 2022/696**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** www.hepsiburada.com adresli internet sitesi üzerinden gerçekleştirilen reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 2021-2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firma tarafından kampanya kapsamında "Wiz Wifi Renkli Ambiyans Akıllı Ampul", "Infoled 30 W Jumbo Torch Led Ampul", "Slazenger Ayakkabı", "CC Oyuncak Kartela Mekanik Becerileri Buldozer 64 Parça", "Baby Turco markalı bebek bezi ve ıslak mendil", Finish Quantum Ultimate X2” adlı ürünlerin tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, firmayaait internet sitesinde yayınlanan "İkincisi 1 TL" başlıklı tanıtımlar kapsamında tanıtımı yapılan "Wiz Wifi Renkli Ambiyans Akıllı Ampul", "Infoled 30 W Jumbo Torch Led Ampul", "Slazenger Ayakkabı", "CC Oyuncak Kartela Mekanik Becerileri Buldozer 64 Parça", "Baby Turco markalı bebek bezi ve ıslak mendil" adlı ürünlerin anılan internet sitesindeki kampanya dışı satış fiyatlarının ilgili kampanyaya göre daha düşük olduğu, diğer bir deyişle ikinci ürün 1 TL dahi olsa kampanya dışına söz konusu ürünlerin iki adetinin daha düşük bir fiyatla alınabildiği yönündeki iddialara ilişkin olarak Bakanlığa söz konusu ürünlerin fiyat değişimlerini ispatlayacak bilgi/belgeler ile ürünlerin stok miktarlarına ilişkin olarak herhangi bir açıklama sunulamadığı tespit edilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**168)**

**Dosya No: 2022/2561**

**Şikayet Edilen: Permin Kertlez - Çarşı İstanbul**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından gerçekleştirilen indirimli satış tanıtımları

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 21.06.2022

**Yayınlandığı Mecra:** Afiş

**Tespitler:** Bolu Ticaret İl Müdürlüğü tarafından firma nezdinde yapılan denetimlerde, indirimli satış tanıtımlarında başlangıç ve bitiş tarihlerine yer verilmediği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, firmaya ait mağazada gerçekleştirilen indirimli satış tanıtımlarında Reklam Mevzuatında yer verilen "Bir mal veya hizmete ilişkin indirim yapıldığını gösteren yazılı, sesli veya görsel herhangi bir ibarenin yer aldığı reklamlarda; indirimden önceki fiyat, indirimli satışın başlangıç ve bitiş tarihleri ile indirimli olarak satışa sunulan mal veya hizmetin miktarı sınırlı ise bu miktarın açık ve anlaşılır bir biçimde belirtilmesi zorunludur." hükmüne aykırı olarak indirimli satışın başlangıç ve bitiş tarihlerine yer verilmediği tespit edilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

14/1, 14/2, 14/3 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**169)**

**Dosya No: 2022/2741**

**Şikayet Edilen: Karalar Ankara Mob. Tur. Nak. İnş. San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait ‘Zararına Satıyoruz’ ibareli afişte yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 01.07.2022

**Yayınlandığı Mecra:** Afiş

**Tespitler:** Adıyaman Ticaret İl Müdürlüğü tarafından firma nezdinde yapılan denetimlerde, "Depomuzda ıslanan tüm halıları yola döktük zararına satıyoruz" şeklinde tanıtımlarda bulunulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, Adıyaman ilinde bulunan firmaya ait mağazada gerçekleştirilen "Depomuzda ıslanan tüm halıları yola döktük zararına satıyoruz" şeklindeki tanıtımlara ilişkin olarak Adıyaman Ticaret İl Müdürlüğü ve Zabıta Müdürlüğü tarafından gerçekleştirilen denetimler neticesinde söz konusu iddiayı kanıtlar nitelikteki belgelerin sunulamadığı tespit edilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,reklam veren **Karalar Ankara Mob. Tur. Nak. 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.

**170)**

**Dosya No: 2022/4793**

**Şikayet Edilen: Ömer DURUR**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.instagram.com adresli internet sitesi üzerinden gerçekleştirilen tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Şahıs tarafından gerçekleştirilen tanıtımlarda Lacoste markalı ürünlerin "3 adet gömlek sadece 200 TL" gibi ifadelerle piyasa fiyatının oldukça altında fiyatlara satışa sunulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, www.instagram.com adresli sosyal medya platformunda şahsa ait "ithalkalitevip" hesap üzerinden 2022 yılı içerisinde Lacoste markalı gömleklerin "3 adet gömlek sadece 200 TL", "Bayrama özel 24 saatte teslimat kargo ücretsiz" başlığı ile satışının/tanıtımının yapıldığı ancak tüketicilere herhangi bir şekilde ürün gönderilmediği, ayrıca söz konusu tanıtımlara konu ürünlerin orijinal ürün niteliğinde olup olmadığını kanıtlar nitelikteki belgelerin de Bakanlığa sunulamadığı tespit edilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,reklam veren **Ömer Durur** 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.

**171)**

**Dosya No: 2022/4794**

**Şikayet Edilen: DSM Grup Danışmanlık İletişim ve Satış Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından "Son 30 Günün En Düşük Fiyatı" adı altında gerçekleştirilen tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 01.08.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firma tarafından "Son 30 Günün En Düşük Fiyatı" şeklindeki tanıtımlara ilişkin açıklamalarda "Satıcının satışa sunduğu bu ürüne Trendyol'da son 30 gün içerisinde uygulanan en düşük fiyatı göstermektedir" ifadelerine yer verildiği, söz konusu ifadelerin kullanıldığı durumlarda ilgili ürünü indirimsiz olarak benzer fiyatlara veya daha düşük/aynı fiyata satan satıcıların olduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, firma tarafından www.trendyol.com adresli internet sitesinde ürün arama sayfasında kriterleri sağlayan ve tekil içerik (buybox) haline gelen görsellerde kullanılan "Son 30 Günün En Düşük Fiyatı" rozetinin;

Tekil içeriğin, fiyat harici stok adetleri, satıcıların tüketicilere hızlı teslimat/kargo seçeneğin sunup sunmaması, satıcı puanları, operasyon statüleri, üründeki diğer kampanyalar vb. çok sayıda faktör tarafından belirlenmesi,

Ürün sayfasında "Satıcının satışa sunduğu bu ürüne Trendyol'da son 30 gün içerisinde uygulanan en düşük fiyatı göstermektedir" şeklinde söz konusu rozetin ürün veya satıcı ile ilişkilendirildiğini belirsiz hale getiren muğlak bir ifade kullanılması,

durumları birlikte değerlendirildiğinde, salt fiyata ilişkin bir gösterimle (son 30 Günün En Düşük Fiyatı) tekil içerik (buybox) arasında kurulan ilişkinin, bu ilişki sırasında satıcıyı ayırt edecek şekilde bir ifade kullanılmadığı hususu da göz önüne alınarak, gerek ürünü hali hazırda indirimsiz olarak benzer veya daha düşük fiyata satışa sunan satıcılar açısından haksız rekabet yarattığı gerekse de tüketicilerin ürün fiyatına ilişkin olarak doğru bir biçimde bilgilendirilmesini engellediği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/3, 7/4, 7/5, 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 **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.

**172)**

**Dosya No: 2022/4795**

**Şikayet Edilen: CTK Elek. Tic. ve Bil. Hizm. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait https://silikonbebekler.com adresli sitede yer verilen tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firma tarafından yapılan tanıtımlarda, "Şişme Bebek ve Şişme Manken Ürünleri Tanıtım ve Satış Sitesi" ana başlığı ile "Şişme Bebek Nedir? Canınız ne zaman isterse, günün her saatinde arkadaşlık ve cinsel tatmin sağlamaya hazırdır.", "...şişme bebekler, alternatif bir cinsel ilişki aracıdır...", "...Bu şişme bebeklerin yüzleri adeta gerçek bir insan derisi yumuşaklığında ve pürüzsüzdür...", "Sisme Bebek genelde 3 işlevli olup anal oral ve vajinal kullanılabilir. Bazı Sisme Bebekler Ten dokusu realistik olup..." gibi çok sayıdaki ifade ve "Şişme Bebek Sipariş" vb. adlar altında bağlantılara yer verilmek suretiyle çeşitli blog/satış alanlarında bir cinsel fantezi ürününe (şişme/silikon) bebek adı verildiği veya cinsel fantazi ürünlerini "bebekler " ile ilişkilendirildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, firmaya ait https://silikonbebekler.com adresli internet sitesinin gerek alan adında gerekse anılan internet sitesinde tüm sayfalarda "Şişme Bebek ve Şişme Manken Ürünleri Tanıtım ve Satış Sitesi" ana başlığı ile "Şişme Bebek Nedir? Canınız ne zaman isterse, günün her saatinde arkadaşlık ve cinsel tatmin sağlamaya hazırdır.", "...şişme bebekler, alternatif bir cinsel ilişki aracıdır...", "...Bu şişme bebeklerin yüzleri adeta gerçek bir insan derisi yumuşaklığında ve pürüzsüzdür...", "Sisme Bebek genelde 3 işlevli olup anal oral ve vajinal kullanılabilir. Bazı Sisme Bebekler Ten dokusu realistik olup..." gibi çok sayıdaki ifade ve "Şişme Bebek Sipariş" vb. adlar altında bağlantılara yer verilmek suretiyle çeşitli blog/satış alanlarında bir cinsel fantezi ürününe (şişme/silikon) bebek adı verildiği veya cinsel fantazi ürünlerini "bebekler " ile ilişkilendirildiği, söz konusu durumun Reklam mevzuatının temel ilkelerinden olan, tanıtımların genel ahlak kurallarına aykırı ve çocukları istismar edici ifadeler ve görseller içeremeyeceği yönündeki ilkeyi ihlal ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 6/1-a, 6/1-ç, 7/3, 9/1, 9/5 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,reklam veren **CTK Elek. Tic. ve Bil. Hizm. 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** verilmesi ile bebek adının cinsel fantezi ürünü ile ilişkilendirilmesi uygulamasının öncelikle internet sitesi alan adı ile gerçekleştirilmesi, site başlığında belirtilen ifadelerin kullanılması ve site içerisindeki çeşitli alanlarda bu ifadelere yer verilmesi nedeniyle internet sitesinin tümüne yönelik olarak **erişimin engellenmesine** karar verilmiştir.

**173)**

**Dosya No: 2022/2013**

**Şikayet Edilen: BKB Bilişim Hizmetleri A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.protranslate.net adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 23.05.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.protranslate.net adresli internet sitesinde "Hizmet bölgeleri" başlığı altında "*Profesyonel online çeviri platformu Protranslate ile Türkiye’nin neresinde bulunduğunuz fark etmeksizin istediğiniz her zaman tercüme hizmeti alabilmenizi sağlıyoruz. 40’tan fazla dilde tercüme hizmeti veren çeviri şirketi Protranslate tüm çeviri işlerini büyük bir özveri ile yürütmektedir. Profesyonel çeviri konusunda sahip olduğu emin duruşu hak ettiğini bugüne kadar yapmış olduğu işlerle ve memnun müşterileriyle gösteren tercüme şirketi Protranslate, sizlere her zaman en iyi hizmeti verebilmek için çalışmaktadır. Akademik, hukuki, medikal gibi alanlarda yapılacak olan tercümelerin ne kadar dikkat ve titizlik gerektiren bir iş olduğunun bilincinde olan profesyonel tercüme ofisi Protranslate, tercümesi tamamlanan belgelerinizi size teslim etmeden önce iki aşamalı bir kontrol sisteminden geçirerek gerçekleştirdiği tercüme hizmetinin kalitesinden emin olmaktadır.  Bunun yanında 7/24 ulaşılabilir olan canlı destek hattı ile de çeviri aşamasında ki belgelerinizin takibi konusunda istediğiniz her zaman bilgi alabilmenizi sağlayan sistemi ile tüm tercümelerinizin online takibini gerçekleştirebilmenizi sağlamaktadır. Acil çeviri ihtiyaçlarınızda da yanınızda olarak nerede olursanız olun sadece bir tık ile belge tercümenizi başlatmanızı sağlayan profesyonel çeviri şirketimiz, belgenizin istediğiniz anda elinize ulaşmasını sağlamaktadır.* " ifadelerine ve "Bölge seçiniz" sekmesi altında tüm il seçeneklerine yer verildiği, örneğin Adana ili seçildiğinde "Adana Çeviri Ofisi *Protranslate Adana tercüme bürosu ile Adana'da yeminli belge tercümesi yaptırın.*" ifadesine yer verildiği, İzmir ili seçildiğinde; "İ*zmir Çeviri Ofisi İzmir Tercüme Bürosu ile İzmir'de profesyonel tercüme tek bir tıkla yanınızda"* ifadesine ve iletişim için firmaya ait olduğu tespit edilen "0850 532 1620" numarasına yer verildiği,

Bununla birlikte, Google arama motoruna "İzmir çeviri bürosu" yazıldığında firma tarafından verilen reklam neticesinde firmaya ait reklamların ilk sırada yer aldığı ve *"İzmir 7/24 çeviri bürosu, İzmir çeviri bürosu fiyatları. İzmir'de yeminli çeviri bürosu arayışınıza birebir çeviri hizmeti protranslet.net'te! Alanında uzman çevirmen kadromuzla işleminizi İzmir'den başlatmak için hemen tıklayın. İzmir Çeviri Fiyatları. Noter Yeminli Tercüme. Noter onaylı ve yeminli tercüme ihtiyaçlarınızı hemen karşılayın"* ifadelerine yer verildiği, benzer şekilde "Manisa çeviri bürosu", "Şırnak çeviri bürosu" yazıldığında da benzer ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, ülke genelinde kayıtlı bir büro olmadığı ve sadece çevrimiçi olarak hizmet verildiği halde tüm illerde fiziken çeviri ofislerinin olduğu algısı oluşturmak istendiği ancak bu durumun gerçeği yansıtmadığı, dolayısıyla söz konusu tanıtımların tüketicileri eksik ve yanlış bilgilendirmek suretiyle yanıltıcı nitelikte olduğu ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **BKB Bilişim Hizmetleri 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: 2022/2484**

**Şikayet Edilen: Gym Master Turizm Kafeterya İşletmeciliği San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** "gymmasterantalya" isimli Instagram hesabından yayınlanan "*Babalar gününe özel %25 indirim*" başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 02.06.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** “gymmasterantalya" isimli Instagram hesabından 02.06.2022 tarihinde yayınlanan "*Babalar gününe özel %25 indirim"* başlıklı reklamlarda; *"19 Haziran babalar gününe özel tüm babalarımıza %25 indirim"* ifadelerine ver verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; başvuru sahibi tüketici 19.06.2022 tarihinde spor salonuna gelerek fiyat ve süre olarak kendisine uygun olan gündüz veya öğle üyeliğinde %25 indirim ile kayıt olmak istediği, ancak gündüz (06.00 -14.00), öğle (06.30 - 18.00) ve tüm gün (06.30-23.00 ) şeklinde 3 tip üyelik sistemlerinin olduğu fakat sadece tüm gün üyeliğinde kampanyanın geçerli olduğu bilgisinin verildiği, böylece söz konusu kampanyadan faydalandırılmadığı, ancak Instagram mecrasında yayınlanan söz konusu reklamlarda da bu istisnai bilgiye yer verilmediği, böylece ana vaat-istisna uyumsuzluğu yaratıldığı, ayrıca söz konusu paylaşımda indirimli olarak satışa sunulan hizmetin başlangıç-bitiş tarihlerine yer verilmediği, böylece kampanya detayları hakkında tüketicilerin eksik bilgilendirildiği, dolayısıyla söz konusu tanıtımların tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1,7/2, 7/3, 7/4, 7/5, 7/5-ç, 9/4, 13/1, 13/9, 14/1, 14/2, 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 **Gym Master Turizm Kafeterya İşletmeciliği 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.

**175)**

**Dosya No: 2022/3019**

**Şikayet Edilen: Eren ÇOBAN**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.n11.com adresli internet sitesinde şahsa ait "bimotaks" isimli mağaza tarafından satışa sunulan "*Caberg Jackal Full-face Kask-Matt Black Kask*" isimli ürüne ilişkin ticari uygulama

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 13.07.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.n11.com adresli internet sitesinde şahsa ait olduğu tespit edilen "bimotaks"isimli mağaza tarafından 13.07.2022 tarihinde "*Caberg Jackal Full-face Kask- Matt Black Kask*" isimli ürünün ana sayfada 1.675-TL'den satışa sunulduğu, bunun üzerine başvuru sahibi tüketici anılan ürünü belirtilen fiyattan satın almak için ürüne tıklayarak sepete eklediğinde fiyatının ~~3.437-TL~~ 2.846,54-TL'ye yükseldiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; www.n11.com adresli internet sitesinde "*Caberg Jackal Full-face Kask- Matt Black Kask*" isimli ürünün ana sayfada 1.675TL'den satışa sunulduğu, bunun üzerine başvuru sahibi tüketici anılan ürünü belirtilen fiyattan satın almak için ürüne tıklayarak sepete eklediğinde fiyatının ~~3.437TL~~ 2.846,54TL'ye yükseldiği böylece fiyat konusundan tüketicilerin yanlış bilgilendirildiği ve 1675TL şeklinde ana sayfada vaat edilen fiyattan ürünün satın alınamadığı, dolayısıyla fiyat konusunda anlam karışıklığına yol açmak suretiyle 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, 7/5-a, 7/5-ç, 13/1, 13/9, 14/1, 14/2, 18/1, 18/2, 28/1, 29/1, 29/2, 29/2-a ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**HAKSIZ TİCARİ UYGULAMALAR**

**176)**

**Dosya No: 2022/3859**

**Şikayet Edilen: Şikayetvar Bilişim A.Ş.**

**Şikayet Edilen HTU:** www.sikayetvar.com adlı internet sitesinde “Pembemavi Hastanesi Hasta Mahrumiyeti ve Dedikodu” başlığı altında yayınlanan tüketici değerlendirmesi

**HTU Yayın/Erişim Tarihi:** 2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan incelemede, www.sikayetvar.com adresli internet sitesinin 16.08.2022 tarihli görünümünde; “Pembemavi Hastanesi Hasta Mahrumiyeti ve Dedikodu” başlığı altında 28.02.2022 tarihinde yayınlanan bir tüketici değerlendirmesinde; “*Çok saygın kişiler olarak ilgi ve alakanız için teşekkürler ama temizlik çalışanlarınızdan Ö\*\*\*denilen kadın çok kaba ve de hasta mahrumiyeti ortalıkta anlatan dedikoducu bir kadın. Buna kaç kere şahit oldum. Böyle kaliteli bir hastanenin ismi böyle kötü çalışanlarla anılmamalı. Kavga eden ve dedikodu yüzünden hakkında çok dava açılmış olan bu kadını lütfen burada barındırmayın.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu tüketici değerlendirilmesinde şikayet konusunun temizlik çalışanın kişisel eylem ve tutumları olduğu, Pembemavi Tedavi Hizmetleri San. Tic. A.Ş unvanlı kuruluşun faaliyet gösterdiği sağlık hizmetlerine ilişkin olmadığı, tüketicinin temizlik çalışanını tanıdığı ve özel bir husumeti olduğunun kullandığı ifadelerden açıkça anlaşıldığı, dolayısıyla söz konusu tüketici değerlendirmesinin yayınlanmasının tüketicileri yanıltma ve aldatmaya yönelik ve tüketicilerin doğru bilgiye sahip olmalarını engelleyici nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu ticari uygulamaların,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 9/1, 28/1, 28/4 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, ticari uygulamada bulunan **Şikayetvar Bilişim A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanunun 63, 77/12 ve 77/13 üncü maddeleri uyarınca **anılan ticari uygulamaları durdurma** **cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**177)**

**Dosya No: 2022/1246**

**Şikayet Edilen: Eğlence Dijital Pazarlama A.Ş.**

**Şikayet Edilen HTU:** "mobiclub" üyelik hizmetine ilişkin yapılan ticari uygulama

**HTU Yayın/Erişim Tarihi:** 23.02.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Başvuru sahibi tüketici tarafından "Google" arama motoruna "diyarbakır çocuk hastalıkları hastanesi tahlil sonuçları" şeklinde arama yapıldığında listede ikinci sırada yer alan https://tahlil-sonuçları.orgdiyarbakır adresli internet sitesine tıklandığı, söz konusu sitede "tahlil sonuçları devam et" butonuna basıldığı, hemen ardından telefonuna “*Şifre:1773. İlgili alana şifreyi giriniz. Mobiclub servis aboneliği 56TL’dir ve aylık olarak yenilenir. Bilgi: 08503333663 B00”* şeklinde mesaj gönderildiği, tüketici tarafından “iptal mobiclub” şeklinde cevap verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; başvuru sahibi tüketici tahlil sonuçlarını öğrenmek üzere bir hizmetten faydalanacağı düşüncesiyle "devam et" bağlantısına tıklaması neticesinde bilgisi ve onayı olmadan “mobiclub” üyeliğinin gerçekleştirildiği, bu konuda tüketicinin eksik ve yanlış bilgilendirildiği,

Normal şartlar altında “mobiclub” üyeliği satın almayacağı halde o esnada tüketicinin bilinçli olarak karar verme yeteneğini azaltarak normal şartlar altında taraf olmayacağı bir tüketici işlemine taraf olduğu, böylece tüketici işlemi sırasında firma tarafından haksız kazanç elde edilmek suretiyle haksız ticari uygulamada bulunulduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu ticari uygulamanın;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1,7/2, 7/3, 7/4, 7/5, 7/5-b,9/1, 9/2, 9/4, 9/5, 18/1, 18/2, 28/1, 28/2, 28/4 ve 32 nci maddeleri ile “Haksız Ticari Uygulama Olarak Kabul Edilen Örnek Uygulamalar” Ekinde yer alan “A - Aldatıcı Ticari Uygulamalar” maddesinin 22. bendi,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Eğlence Dijital Pazarlama A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63, 77/12 ve 77/13 üncü maddeleri uyarınca **155.712-TL (Yüzellibeşbinyediyüzoniki Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**178)**

**Dosya No: 2022/4114**

 **Şikayet Edilen: Şok Marketler Ticaret Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam/HTU:** Şok Marketler Ticaret A. Ş.’ye ait “Okul İhtiyaçları-Şok Ucuz! -17 Ağustos-20 Eylül 2022 tarihleri arasında geçerlidir.” başlıklı broşür aracılığıyla “Lisanslı Beslenmeli İlkokul Çantası” adlı ürüne yönelik yapılan reklam ve tanıtımlar

**Reklam/HTU Yayın/Erişim Tarihi:** 17.08.2022

**Yayınlandığı Mecra:** Broşür

**Tespitler:** Yapılan incelemede “Okul İhtiyaçları-Şok Ucuz! -17 Ağustos-20 Eylül 2022 tarihleri arasında geçerlidir.” başlıklı broşürde “Lisanslı Beslenmeli İlkokul Çantası” adlı ürünün 79.99 TL’den satışa sunulacağına ilişkin bilgiye yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, bahsi geçen broşür üzerinde ürünün 79.99 TL’den satışa sunulacağı bilgisine yer verilmesine rağmen ürünün 94.50 TL’den satıldığı bu suretle yanlış ve eksik bilgi taşıyan söz konusu ticari uygulamanın ulaştığı ortalama tüketicinin ekonomik davranış biçimini bozma ihtimali olduğu ve yapılan ticari uygulamanın tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu reklam ve ticari uygulamanın;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-ç, 9/1, 9/5, 13/1, 13/9 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren/haksız ticari uygulamada bulunan **Şok Marketler Ticaret Anonim Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü, 77/12 nci ve 77/13 üncü maddeleri uyarınca **15.566,00-TL (Onbeşbinbeşyüzaltmışaltı Türk Lirası)** **idari para ve anılan reklamları/ticari uygulamaları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**4. DİĞER KONULARIN KONUŞULMASI**

**1)**

**Dosya No:2022/4788**

**Bozkurt Av ve Doğa Sporları Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti.** firmasına ait www.bozkurtav.com adresli internet sitesine ait araştırma raporunda bulunan ekran görüntülerinin reklam olarak değerlendirilip değerlendirilmeyeceği hususundaki görüş verme yetkisinin aynı zamanda Reklam Kurulu Başkanı olan Tüketicinin Korunması ve Piyasa Gözetimi Genel Müdürü'nde olduğuna karar verilmiştir.

**2)**

Dosya No: 2020/1150

**Kübra ŞAHİN** isimli şahsa ait olup İnstagram isimli sosyal medya mecrasında "estenoksguzellikmerkezi" hesap adıyla yayımlanan tanıtımlarla ilgili olarak 09.08.2022 tarihli ve 324 sayılı Reklam Kurulu toplantısında verilen 155.712-TL (Yüzellibeşbinyediyüzoniki Türk Lirası) idari para ve durdurma cezalarına ilişkin anılan şahsın itirazının görüşülmesi sonucunda, söz konusu şahıs tarafından Bakanlığa sunulan bilgi ve belgelerin değerlendirilmesi ile birlikte, şahıs 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.

**3)**

**Dosya No: 2022/2833**

**TT Mobil İletişim Hizmetleri Anonim Şirketi**’ne ait “Prime'a Hoş Geldin Kampanyası" başlıklı tanıtımlar hakkında Reklam Kurulu’nun 11.10.2022 tarih ve 326 sayılı toplantısında alınan 155.712-TL (Yüzellibeşbinyediyüzoniki Türk Lirası)idari para ve durdurma cezaları kararına karşı yapılan itiraz başvurusunun görüşülmesi neticesinde; **itirazın reddine** karar verilmiştir.